



بسم الله الرحمن الرحيم

جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا

كلية الدراسات العليا

بحث مقدم لنيل درجة الدكتوراه في علوم الاتصال

قسم الصحافة والنشر



بعنوان:

الإعلام الجديد وأثره على القيم الإجتماعية

The New Media and Its Impact on the Social Values

دراسة على قيمة التكافل في السودان (2014-2016)

إعداد الطالبة:

كوثر علوب محمد

إشراف البروفيسور:

بدر الدين أحمد إبراهيم

2017-1438



صفحة الموافقة

اسم الباحث : كبريت علوي محمد
عنوان البحث : الأعلام الجديد وسائله في عقولنا (الصحف
الإلكترونية)
The New Media and its affect in the
social values

موافق عليه من قبل :

المتنح الخارجي

الاسم : عبد الفهم نور الدين
التوقيع :
التاريخ : ١٠ / ١١ / ١٧

المتنح الداخلي

الاسم : د. محمد عبد الحميد محمد صالح
التوقيع :
التاريخ : 17-10-2017

المشرف

الاسم : د. سبيل الله المرادي
التوقيع :
التاريخ : ١٠ / ١٧ / ١٧

استهلال

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

قَالَ تَعَالَى:

﴿وَلَا تَقْفُ مَا لَيْسَ لَكَ بِهِ عِلْمٌ إِنَّ السَّمْعَ وَالْبَصَرَ وَالْفُؤَادَ كُلُّ أُولَئِكَ



إهداء

إلي سر السعادة ومعين الحب الذي لا ينضب

والداي حفظهما الله

إلي سندي في الحياة ومن حُبب إلي طريق العلم والمعرفة

أخي الحبيب محمد

إلي زوجي

إليكم إخوتي

أهدي هذا العمل الذي افتخر به

الباحثة

شكر وتقدير

قال تعالي (وَإِذْ تَأَذَّنَ رَبُّكُمْ لَئِن شَكَرْتُمْ لَأَزِيدَنَّكُمْ وَلَئِن كَفَرْتُمْ إِنَّ عَذَابِي لَشَدِيدٌ) (7) سورة إبراهيم، إيماناً وعملاً بقول الله عز وجل يتوجب على أن أشكر كل من ساعدني ومدّ لي يد العون حتي إتمام هذا البحث ...

الشكر أجزله للخبير الإعلامي والأكاديمي المتميز أستاذي (البروفيسور بدرالدين أحمد إبراهيم) المشرف على هذا البحث ، الذي لم يدخر جهداً أو علماً ، ولم يبخل بوقته وهو يضيء بعلمه عقل غيره فقد أفدت الكثير من توجيهاته وعلمه .. متعه الله بالصحة والعافية ونفع به

الشكر لكلية علوم الاتصال بجامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا وأخص بالشكر الدكتور عبد المولي موسي الذي يعمل باجتهاد ونكران ذات لمساعدة الباحثين وحثهم على جودة وتحسين البحوث العلمية .

الشكر الجزيل لمكتبات الجامعات السودانية المختلفة التي نهلت من معينها، أسرة مكتبة كلية علوم الاتصال جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا ، أسرة مكتبة كلية الإعلام جامعة امدرمان الإسلامية، أسرة مكتبة الدراسات العليا جامعة النيلين. والشكر والتقدير والامتنان لكل من وقف بجانبني وحفني بالرعاية والدعاء حتي اكتمل هذا البحث فكلماتي تعجز أن توفيهم حقهم جزأهم الله عني خير الجزاء .

المستخلص

يتناول البحث واقع تعيشه المجتمعات الآن من خلال استخدامها وتوظيفها للتكنولوجيا الحديثة ووسائلها، وبالتالي شأنها شأن جميع الوسائل الإعلامية التي تؤثر في المجتمعات تأثيراً واضحاً وسريعاً ، ركز البحث على قيمة التكافل إيماناً بضرورة دراسة إيجابيات الإعلام الجديد حتي تتضافر كل الجهود للاستفادة من ميزات الإعلام الجديد في توصيل رسائل ذات مضامين هادفة ومن ثم النهوض بآلامه الإسلامية .

وقد اشتمل البحث على جانبين النظري والتطبيقي ، استخدم فيهما المنهج التاريخي والمسحي وصفاً وتحليلاً ، تعرض البحث لمفهوم وسمات و وسائل الإعلام الجديد القيم مفهومها وخصائصها ، والتكنولوجيا والمجتمعات التي أفرزتها ، و الدراسة الميدانية التي تمت فيها معرفة الوسائل الأكثر استخداماً ومدى تأثير القيم الاجتماعية في السودان وخلص البحث لعدد من النتائج والتوصيات : أهمها أن تطبيق واتس أب وموقع فيس بوك هما الأكثر استخداماً في السودان ، الإعلام الجديد له تأثير ايجابي واضح على قيمة التكافل في المجتمع السوداني، و الحالات التي تعرضها المبادرات الإنسانية عبر وسائل الإعلام الجديد تجد تفاعلاً كبيراً، حساسية الأنظمة السياسية تجاه المبادرات الإلكترونية يحد من عمل المبادرات وسط المجتمع السوداني . كذلك خلص البحث لعدد من التوصيات أهمها : توجيه الدولة لمؤسساتها الإعلامية للعمل على توعية المجتمع من الانقياد وراء ثقافة الغرب والمحافظة على القيم الإسلامية ، التفات المؤسسات التعليمية والاجتماعية إلي تطبيق واتس أب وموقع فيس بوك ومحاولة بث الرسائل الهادفة عبرهما

Abstract

The research examines the reality that societies are currently experiencing through their use of modern technology and their means, and like all other media outlets, which quickly influence societies in a very clear way.

The research focuses on the value of *takaful* in the belief that it is necessary to study the advantages of the new media so that all efforts will be combined to take advantages of the features of the features of the new media in the delivery of messages with meaningful contents and then the advancement of Islamic values.

The research includes the theoretical and applied aspects, in which the historical and descriptive approach was used to describe and analyze.

The research presents the concept, characteristics and the new media values, their concept and characteristics, technology and the societies they produced, and the field study.

The study concluded a number of conclusions and recommendations; the most important of which is that the application of WhatsApp and Facebook sites are the most used in the Sudanese society. The new media has a positive and clear effect on the value of solidarity in Sudanese society. Humanitarian needs through new media find a great reaction, the sensitivity of political systems towards electronic initiatives limiting the work and initiatives of Sudanese society.

The research also concluded a number of recommendations, the most important of which are; the state's guidance to its media institutions to work to raise awareness among the community, especially regarding the west's culture and the preservation of Islamic values. It is of great interests that educational and social institutions must use and apply WhatsApp and Facebook in their field work.

فهرس المحتويات

الصفحة	الموضوع	الرقم
أ	الاستهلال	1
ب	الإهداء	2
ج	الشكر والعرفان	3
د	مستخلص البحث	4
هـ	Abstract	5
و	فهرس المحتويات	6
ح	فهرس الجداول والأشكال	7
الفصل التمهيدي		
2	المقدمة	8
3	مشكلة البحث	9
4	تساؤلات البحث	10
5	أهمية البحث	11
5	أهداف البحث	12
5	فرضيات البحث	13
6	منهج البحث	14
6	أدوات جمع البيانات	15
7	مجتمع البحث	16
7	شرح المفاهيم والمصطلحات	17
8	الدراسات السابقة	18
13	النظرية الموجهة للبحث	19
الفصل الأول : تكنولوجيا الاتصال والمعلومات		
22-15	المبحث الأول: مفهوم وتطور تكنولوجيا الاتصال والمعلومات	20

33-23	المبحث الثاني : خصائص تكنولوجيا الاتصال والمعلومات	21
50-34	المبحث الثالث : تكنولوجيا الاتصال والمعلومات الواقع والمستقبل	22
	الفصل الثاني : القيم الاجتماعية والتكنولوجيا	
67-51	المبحث الأول : مفهوم وتعريف القيم	23
82-68	المبحث الثاني: خصائص وسمات القيم	25
99-83	المبحث الثالث:القيم وتطور التكنولوجيا	26
	الفصل الثالث: الإعلام الجديد	
111-100	المبحث الأول: مفهوم وتعريف الإعلام الجديد	27
122-112	المبحث الثاني: خصائص وسمات الإعلام الجديد	28
140-123	المبحث الثالث: وسائط الإعلام الجديد	29
	الفصل الرابع : الدراسة التطبيقية	
141	أولاً : الإعلام الجديد وقيمة التكافل في السودان	30
142	ثانياً: مجتمع الدراسة	31
148	ثالثاً: تفسير وتحليل الجداول	32
181	رابعاً: النتائج والتوصيات	33
184	المصادر والمراجع	34
	الملاحق	35

فهرس الجداول والأشكال

الصفحة	الموضوع	الرقم
148	نسبة الذكور والإناث للعينة	1
149	المستوي الأكاديمي للعينة	2
150	الوظيفة	3
151	سنوات الخبرة	4
152	وسائل الإعلام الجديد الأكثر استخدامًا لدي العينة	5
155	الدوافع وراء اهتمام العينة بمتابعة وسائل الإعلام الجديد	6
157	انعكاس الإعلام الجديد على قيمة التكافل	7
159	تأثيرات الإعلام الجديد على قيمة التكافل	8
161	الإعلام الجديد وتعزيز قيمة التكافل في المجتمع السوداني	9
163	عوامل فاعلية الإعلام الجديد في تركيز قيمة التكافل	10
165	تحديات تواجه الإعلام الجديد وتحد من فاعلية تعزيز قيمة التكافل	11
167	نجاح مستقبل توظيف الإعلام الجديد في تعزيز قيمة التكافل بسبب	12
	الموضوع	الرقم
169	الوسط الحسابي والانحراف المعياري وقيم اختبار مربع كاي لعبارات وسائل الإعلام الجديد التي تستخدمها العينة كثيراً	13
170	الوسط الحسابي والانحراف المعياري وقيم اختبار مربع كاي لعبارات الدوافع وراء اهتمامات العينة بمتابعة وسائل الإعلام الجديد	15
171	الوسط الحسابي والانحراف المعياري وقيم اختبار مربع كاي لعبارات انعكاس الإعلام الجديد على قيمة التكافل	16
172	الوسط الحسابي والانحراف المعياري وقيم اختبار مربع كاي لعبارات تأثيرات الإعلام الجديد على قيمة الكافل	17
173	الوسط الحسابي والانحراف المعياري وقيم اختبار مربع كاي	18

	لعبارات الإعلام الجديد وتعزيز قيمة التكافل في المجتمع السوداني	
174	الوسط الحسابي والانحراف المعياري وقيم اختبار مربع كاي لعبارات عوامل فاعلية الإعلام الجديد في تركيز قيمة التكافل	19
175	الوسط الحسابي والانحراف المعياري وقيم اختبار مربع كاي لعبارات تحديات تواجه الإعلام الجديد وتحد من فاعلية تعزيز قيمة التكافل	20
176	الوسط الحسابي والانحراف المعياري وقيم اختبار مربع كاي لعبارات نجاح مستقبل توظيف الإعلام الجديد في تعزيز قيمة التكافل بسبب	21
177	اختبار فرضيات الدراسة ككل	22

الفصل التمهيدي

المقدمة:

الحاسب الإلكتروني والأقمار الاصطناعية والألياف الضوئية وشبوع شبكة الإنترنت على نطاق واسع، وربطها العالم في شرايين معلوماتية لم تكن متاحة سابقاً، كل ذلك أظهر نوعاً جديداً من وسائل الاتصال أطلق عليه (الإعلام الجديد) أو (الإعلام الرقمي) الذي جعل من الميسور وضع الجمهور في دول العالم كافة عرضة للتأثير السريع وتحول وتغير المجتمعات.

فالإعلام الجديد تميز بعدم خضوعه للرقابة، والتفاعلية، وإمكانية الاتصال بعدة أطراف يمكنها أن تتبادل الآراء بسرعة وبحرية تجاوزت حدود الزمان والمكان والثقافة، كما يتميز بتطور الأجهزة وسهولة تنقلها واستخدامها وإمكانية الاتصال من أي موقع في الشبكات الرقمية بتكلفة زهيدة، كما ساعد على ذلك انتشار أجهزة الحاسب والهواتف الذكية وسط أكبر قطاع من المجتمع. كل ذلك ساعد على تأثر المجتمعات وتحولها بظهور وانتشار الوسائط التكنولوجية. يؤكد ذلك ما جاء في تقرير التنمية البشرية الصادر من صندوق الأمم المتحدة الإنمائي العام (1999م) أن ثورة الاتصالات الرقمية أصبحت تغييراً بعيد المدى عالمياً ومحلياً، إذ تربط كل بالآخر مكونة مجتمعاً شبيكياً يفترض تحولات معقدة ومتناقضة، مؤكدة ما ورد من قبل في لجنة ماكبرايد المنعقدة العام 1980م. كما أن انفجار التكنولوجيا في مجال الاتصالات ينطوي على قدر كبير من الفوائد والمخاطر معاً، فلم تعد التكنولوجيا عنصراً من عناصر التسلط الاقتصادي والسياسي، بل أصبحت من عناصر التسلط الفكري والثقافي (مكاوي، 2010). بهذه الفعالية استطاع إعلام العولمة بكافة وسائطه أن يسعى لدي بعض الشعوب للتحرر من قيمها الاجتماعية والثقافية، عن طريق إبراز محاسن النموذج الغربي كنموذج عصري يقوم على حرية الاختيار الشخصي والنزعة الفردية

وأن ثورة الوسائط المعلوماتية تمثل تحدياً كبيراً على المستوى الشخصي والمجتمعي والدولي.

إن سائل الإعلام الجديد تضطلع بدور بالغ الأهمية على مختلف المستويات النظرية والتطبيقية، وعلى نطاق واسع في إيصال معطيات الفكر والمعرفة إلي الناس بلغة وأدوات أكثر نفاذاً وفاعلية في تشكيل فكر المجتمع ووجدانه وما الاهتمام العالمي بوسائل الإعلام والاتصال صناعة وإنتاجا وتسويقا ومتابعة إلا دليلا بسيطا على ما له من أهمية كبرى في التوجيه والتأثير في حياة الأفراد سلباً وإيجاباً (الحقيل، 1402، ص 4)، كما أنه ليس من الإنصاف التركيز على سلبيات الإعلام الجديد وإغفال إيجابياته التي تفوق سلبياته كثرة، إن مواقع التواصل الاجتماعي بكل سماتها من سرعة وتجاوز الحدود وتفاعلية وغيرها من السمات ساعدت في تعزيز القيم الدينية التي هي أساس القيم ومكنت الناس من التواصل ونشط عمل المجموعات التطوعية، كما أنها ساعدت على إنجاح التغيير السياسي في بعض الدول العربية.

خلاصة القول، نحن اليوم أمام إعلام جديد هو (إعلام عصر المعلومات) يحمل سمات هذا العصر وتتناقضاته كلها، وله من التحولات والتأثيرات ما يجعله موضوعاً جديراً بالاهتمام والدراسة.

مشكلة البحث:

بناءً على شكوي كثير من الدول النامية لدي اليونسكو في لجنة ماكبرايد لتنظيم الطيف المغنطيسي ، فقد أبدت تلك الدول مخاوف حقيقية تجاه التغيرات التي قد تصيب منظوماتها الاجتماعية والثقافية ، وتحدث خللاً في العادات والتقاليد الراسخة واستبدالها بقيم وعادات وافدة عبر العولمة تجعل من المجتمعات مسخاً مشوهاً ، باستبدال قيمها الراسخة . ومع ظهور الإعلام الجديد ومواقع التواصل الاجتماعي ، ازدادت تلك

الشكاوي من معظم الدول حتي الغربية منها ، وبما أن السودان من الدول التي حرصت على منظومة قيمها الاجتماعية لفترات طويلة إلا أن كثافة التعاطي الإعلامي في عصر السماوات المفتوحة دفع الباحثة لتناول موضوعها لتجيب على التساؤل الرئيس التالي :

إلي أي مدي أثر الإعلام الجديد على قيمة التكافل في منظومة القيم الاجتماعية في السودان ؟

تساؤلات البحث:

يسعى البحث للإجابة على التساؤلات التالية :

1. ما التطورات التقنية في تكنولوجيا الاتصال؟
2. ما الإعلام الجديد وما خصائصه ؟
3. أي وسائط الإعلام الجديد أكثر تأثيراً من غيرها؟
4. كيف أثر الإعلام الجديد في حياة المجتمعات ؟
5. ما الأساليب التي اتبعتها الإعلام الجديد في التغيير؟
6. ما حجم استخدام الإعلام الجديد في السودان ؟
7. ما الدوافع وراء الاهتمام بمتابعة وسائل الإعلام الجديد؟
8. أي شرائح المجتمع السوداني أكثر تأثراً؟
9. ما التأثيرات السالبة التي أحدثها الإعلام الجديد؟
10. ما تأثير الإعلام الجديد على قيمة التكافل في السودان ؟
11. كيف عزز الإعلام الجديد قيمة التكافل في المجتمع السوداني؟
12. ما التحديات التي تواجه الإعلام الجديد؟

أهمية البحث:

تأتي أهمية البحث من خلال تسليطه الضوء على وسائل وأدوات ومضامين الإعلام الجديد واستخداماتها المتعددة، وقيامها بمتابعة سلوك المجتمعات تحت تأثير هذه الوسائل وبالتالي فهي تطرق باباً جديداً من أبواب العلوم الحديثة يتمثل في مجال الإعلام الرقمي وعلاقته بالمجتمع حيث توضح الدراسة مدى إمكانية تأثير القيم الاجتماعية بالوسائل الإعلامية الحديثة.

أهداف البحث:

يمكن إجمال أهداف البحث في التالي:

1. التعرف على الإعلام الجديد ومراحل تطوره.
2. دراسة وسائل وأساليب الرسالة الإعلامية في الإعلام الجديد.
3. دراسة تأثير الإعلام الجديد على منظومة القيم الاجتماعية.
4. التعرف على سلبيات وإيجابيات الإعلام الجديد.
5. اقتراح حلول عملية وتقديم توصيات لكيفية الاستفادة من إيجابيات الإعلام الجديد.
6. فحص الدور الذي يؤديه الإعلام الجديد وبشكل خاص شبكات التواصل الاجتماعي في التأثير على منظومة القيم الاجتماعية.

فرضيات البحث:

يسعى البحث لإثبات الفرضيات التالية :

1. مضامين الإعلام الجديد أحدثت تأثيراً كبيراً في المجتمعات

2. تتوافق مضامين الإعلام الجديد التي تبث من خلال وسائل التواصل الاجتماعي مع القيم والثقافات السائدة في المجتمع

3. الإعلام الجديد له تأثير ايجابي على قيمة التكافل

4. تطبيق واتس أب أكثر وسائل الإعلام الجديد شهرة واستخداماً في المجتمع السوداني

5. المبادرات الخيرية عززت قيمة التكافل في المجتمع السوداني

منهج البحث:

يندرج هذا البحث ضمن البحوث الوصفية التي تهدف إلى دراسة واقع الأحداث والظواهر ثم تحليلها وتفسيرها، من أجل تصحيح ذلك الواقع أو إجراء تعديلات فيه، أو استكمالها وتطويره كما أن الباحثة استخدمت المنهج التاريخي: وهو الذي يشير إلى تسجيل و تصنيف ما مضى من وقائع وأحداث الماضي ولا يقف عند مجرد الوصف وإنما يدرس هذه الوقائع ويحللها ويفسرهما علىأسس علمية ومنهجية دقيقة بقصد التوصل إلى جذور القضية وخصائص وتقسيمات جوانبها، بحيث تساعد علىفهم الماضي بالإضافة لفهم الحاضر والتنبؤ بالمستقبل(حسان، ،1982، ص198)

أدوات البحث:

اعتمدت الباحثة على مجموعة من الأدوات في جمع المعلومات والبيانات التي فرضتها طبيعة البحث وتمثلت هذه الأدوات فيما يلي:

أ. الملاحظة المباشرة: استفادت منها الباحثة في رصد ظاهرة الاستخدام لوسائل الإعلام الجديد من خلال المتابعة والمعيشة .

ب. المقابلة: أهمية المقابلة كأداة بحثية في إنها تصلح للبحوث التي تتعامل مع حالات بحثية محددة على نماذج وقطاعات محدودة، حيث تسعى الدراسة لاستكشاف أبعاد السلوك

ودوافعه وهي أيضا أداة قد تتم على مستوى الجمهور العام أو على مستوى الخبراء والنخب (اللبن، عطية، 2012، ص125).

ج. صحيفة الاستقصاء أو الاستبيان :هي إحدى الأدوات الرئيسة في العلوم الاجتماعية لجمع البيانات في إطار المسوح الميدانية التي تتخذ من الجمهور مفردات بحثية تستطلع رأيها أو تتعرف على مواقفها بشأن قضية وأحداث محددة(اللبن، عطية، 2012 م، ص112)

مجتمع البحث:

أ. الإطار البشري : مجتمع البحث الذي يخضع للدراسة يتمثل عدد من الخبراء والأكاديميين ذوي الخبرة في مجال الإعلام الجديد ومواقع شبكات الاتصال وخبراء علم الاجتماع وعلم النفس والإعلاميين، ومتطوعين في المبادرات.

ب. الإطار الزمني: الفترة من ديسمبر 2014م - ديسمبر 2016م.

ج. الإطار المكاني: السودان - ولاية الخرطوم

مصطلحات البحث:

الإعلام الجديد: التعريف الإجرائي: مصطلح يضم كافة تقنيات الاتصال والمعلومات الرقمية التي جعلت من الممكن إنتاج ونشر واستهلاك وتبادل المعلومات التي نريدها في الوقت الذي نريده وبالشكل الذي نريده من خلال الأجهزة الالكترونية (الوسائط) المتصلة أو غير المتصلة بالإنترنت، والتفاعل مع المستخدمين الآخرين كائناً من كانوا وأينما كانوا.

الأثر اصطلاحاً:

لا يخرج المعنى الاصطلاحي عن المعنى اللغوي وهو ما يترتب على الشيء ، أو بقية الشيء، وأثر في الشيء ترك فيه أثراً. (إبن منظور، 711هـ)

التعريف الإجرائي:

يشير مصطلح الأثر إلي التغيير الذي يحدث في سلوك الإنسان نتيجة لبعض المعلومات التي تؤثر على مخزونة المعرفي.

القيم: اصطلاحاً

لا يخرج المعني الاصطلاحي للقيم عن المعني اللغوي، فهي تعني اصطلاحاً (ما يقوم به الشيء بمنزلة المعيار من غير زيادة ولا نقصان (الموسوعة الفقهية، ص132)

التعريف الإجرائي:

ينفق تعريف الدراسة الإجرائي مع تعريف عبدالله الفيبي الذي عرف القيم بأنها (مجموعة مبادئ وضوابط سلوكية وأخلاقية تحدد تصرفات الأفراد والجماعات ضمن مسارات معينة وهي مقاييس خلقية وجمالية تقررها الحضارة التي ينتمي إليها أفراد المجتمع وفقاً لتقاليد المجتمع واحتياجاته وأهدافه في الحياة. (2006م، ص12)

الدراسات السابقة:

دراسة رقم (1) بعنوان: مواقع النشر الإلكتروني وأثرها على التنشئة الاجتماعية (هالة دفع الله محمد)، دراسة تطبيقية على مواقع الشبكة العالمية للاتصالات الإنترنت، ماجستير جامعة أم درمان الإسلامية، رسالة غير منشورة 2008م :

هدفت هذه الدراسة إلي تقديم معرفة نظرية على استخدامات الإنترنت كوسيلة للتأثير على النشء ورصد وتوظيف الإعلام للمواقع وتوضيح الخدمات التي تقدمها هذه المواقع.

استخدمت الباحثة المنهج الوصفي المساحي لرصد الاستخدامات الحالية للإنترنت كوسيلة للتأثير والتوجيه والاتصال وأيضا الدراسات المساحية التحليلية التي تضيف إلي

عملية الرصد والتفسير من خلال اختيار العلاقات المتبادلة بين نمط ملكية المواقع وبين عدد من التغيرات التابعة التي تتعلق بالمضمون والأشكال الاتصالية المستخدمة والخدمات التي تقدمها هذه المواقع وخرجت بعدة نتائج أهمها، أن هذه المواقع تساعد في تكوين الشخصية بما يوفر المعرفة في كافة المجالات، تفعيل الحوار مع الثقافات الأخرى، وأن لها تأثير على مستقبل الصغار ومعرفتهم بالعالم الخارجي

دراسة رقم (2) الإعلام التفاعلي وآثاره الاجتماعية على المتلقي (عبدالله الشهري) رسالة ماجستير من الجامعة العالمية للعلوم الإسلامية لندن 2010م:

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

استخدمت الدراسة منهج المسح الاجتماعي، حيث تمكن الباحث من اختيار العينات العمدية من أماكن مختلفة في دولة الإمارات العربية المتحدة حيث يقيم، وكذلك باستخدام العناوين الإلكترونية لمراسلة أكبر عدد ممكن من المبحوثين الموجودين في الدول العربية والأوربية كما استخدم الباحث المنهج (المنهج التحليلي الوصفي) لتقويم المواقع التفاعلية إضافة إلي استخدام الإحصاءات والجداول، والتدخل النقدي من وجهة نظر الباحث في المفاصل قيد البحث بروح أكاديمية علمية بحتة.

من أهم النتائج التي توصل إليها البحث أن الوسائل التفاعلية هي الأفضل للمساهمة في رفع المستوي الثقافي، وأن هناك آثار تتركها الوسائل التفاعلية كما أن الفئات العمرية الأصغر تتأثر أكثر بالإعلام التفاعلي الإلكتروني مثل الصحف المواقع الإلكترونية والمنتديات.

خرجت الدراسة بعدد من التوصيات والمقترحات منها:توصية المهتمين بالإعلام بدراسة المزيد من الآثار الاجتماعية التي تتركها وسائل الإعلام التفاعلي على المتلقي وأهمية منح مجال أكبر للمتلقي العربي ليكون له دور أكثر ايجابية في مواجهة ما يبث في الوسائل التفاعلية، وأن التغيير المستمر والتطور الهائل الذي يشهده العالم يحدث إرباكا بين القديم والحديث ويؤدي إلي عزز المتلقي عن الموائمة بينهما وهذا ما يدعي بظاهرة (إرباك الوعي) الأمر الذي يستدعي مهام إضافية تقع على عائق وسائل الإعلام التفاعلية بتسهيل عملية نقل الأحداث للمتلقين بصورة سهلة يسيرة وغير مكثفة تتناسب والواقع الذي تعيشه الجماهير وتوصله لوسائل الإعلام التفاعلية بالحفاظ على جمهورها

دراسة رقم (3) الاتصال التفاعلي عبر الإنترنت وانعكاساته على الشباب (معزة مصطفى). رسالة ماجستير غير منشورة،جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا 2011م:

وهي دراسة تطبيقية على موقع سودانيز اونلاين الإلكتروني، وهدفت الدراسة إلي قياس حجم دخول الشباب لهذه المجتمعات النظرية وتحديد مدي اهتمامهم بها، قياس تفاعلهم معها وتأثرهم بها واختبار تفاعل الشباب مع الأحداث الجارية (السياسية الرياضية، والاقتصادية وغيرها) من خلال هذه الشبكات المجتمعية. وتظهر أهمية الدراسة من أهمية الاتصال التفاعلي عبر الإنترنت حيث يعتبر من أكثر الوسائل نقلاً وتبادلاً للمعلومات مما يعطي قيمة جديدة لعناصر العملية الاتصالية في تلقي الأخبار والمعلومات وبالتالي التغذية العكسية المباشرة لمضمون الرسالة الإعلامية وبالتالي اكتمال العملية الاتصالية مما يجعلها أكثر وضوحاً واستيعاباً للجمهور المعين.

استخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي. توصلت الدراسة للعديد من النتائج من أهمها: أن للانترنت دور بارز وله مساهمة فاعلة في أساليب العمل والتأثير على الحياة وزيادة المعلومات، كما له دور سلبي متمثل في انتهاك الخصوصية، واحتل

الإنترنت الدور الريادي في الوسائل الإعلامية والتفاعلية، وأن موقع سودانيز أونلاين ساهم بصورة واضحة في التأثير على الرأي العام والمواقع الإجتماعية السودانية الأخرى لها دور بارز في التواصل الاجتماعي بين الأفراد.

دراسة رقم (4) فاعلية الوسائط المتعددة في تشكيل الرأي العام ، دراسة وصفية تحليلية على مستخدمي الفيس بوك من طلاب الجامعات، (الزبير ياسين إبراهيم محمد)، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا 2012 م.

هدفت الدراسة إلي التعرف على مدى إسهام موقع الفيسبوك كشبكة اجتماعية في التعاون بين الطلاب، التعرف على أهم العوامل التي تؤدي إلي ضرورة الاستفادة من الوسائط المتعددة، وأيضا التعرف على انعكاسات استخدام الطالب للفيسبوك على آرائهم وسلوكهم، وقد استخدم المنهج الوصفي التطبيقي والذي اعتمد على دراسة الحالة والدراسة الميدانية وأخذ العينات وإجراء المقابلات الشخصية، وخرجت الدراسة بنتائج أهمها أن السبب الرئيس لاستخدام الطلاب للإنترنت هو الفائدة التي يجدها في هذه الشبكة وجاءت إشباعات التواصل مع الآخرين في مقدمة الإشباعات التي يحققها موقع الفيسبوك، كما أكدت الدراسة أن موقع الفيسبوك أصبح وسيلة اتصال بديلة لوسائل الإعلام التقليدية.

وأوصت الدراسة بأن يعمل مستخدمي هذه المواقع على نشر الثقافة الإسلامية والقيم الاجتماعية للسودان لتحسين الصورة الذهنية السالبة للسودان.

دراسة رقم (5) مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في تناول قضايا الشباب الجامعي (محمد العوض) رسالة دكتوراه جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا 2013 م :

تناولت الدراسة دور مواقع التواصل الاجتماعي في تناول قضايا الشباب الجامعي، دراسة تطبيقية على عينة من طلاب الجامعات السودانية وهدف البحث

للتعرف على دور مواقع التواصل الاجتماعي في تناول قضايا الشباب الجامعي، زواج الباحث بين منهجي المسح في إطار البحوث الوصفية والمنهج المقارن لإجراء مقارنات كمية وكيفية وخلص البحث إلي عدد من النتائج أهمها أن أفراد العينة يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة عالية، مما يعني حسن الاختيار لعينة مهتمة بموضوع الدراسة، كما اظهر البحث ضعف تناول مواقع التواصل الاجتماعي لقضايا الطلاب الأكاديمية، خرج بعدد من التوصيات منها توظيف هذه المواقع بالصورة المثلى التي تمكن الطالب الجامعي من تناول قضاياها بالطريقة الصحيحة.

دراسة رقم (6): مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في التحولات الحضارية للشباب (إيلي الضوء سليمان) : جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا 2016 م

تأتي أهمية البحث من تناوله التحولات الحضارية التي أكتسبها جيل الشباب من خلال استخدامه لمواقع التواصل الاجتماعي بأشكالها المتعددة ' استخدمت الباحثة المنهج التاريخي والمنهج الوصفي، وخلصت الدراسة إلي عدد من النتائج والتوصيات أهمها إسهام مواقع التواصل في زيادة الكفاءة المهنية والنجاح الوظيفي، تأثير مواقع التواصل على الهوية الوطنية وذلك من خلال دورها في تعزيز ثقافة الانفتاح مع الآخر والتسبب في عولمة المجتمعات، ومساهمتها في زيادة مساحة التطرف الديني في المجتمع.

علاقة البحث بالدراسات السابقة :

تتشابه الدراسة مع بعض الدراسات في تناولها الإعلام الجديد ومواقع التواصل الاجتماعي، المفهوم والنشأة والتطور وأثر هذا الإعلام على المجتمعات وتختلف دراستنا في أنها اهتمت بالآثار الايجابية للإعلام الجديد فمن الإجحاف أن تُسلط الأضواء على السلبيات ولا تلتفت الدراسات لايجابيات الإعلام الجديد كالتعريف بالقيم

الدينية التي هي أساس القيم وتعزيز القيم الاجتماعية والمساعدة على ترابط المجتمعات بنشر قيمة التكافل والتعاون في المجتمع، وغيرها من الايجابيات نتطرق لها في ثنايا البحث...

النظرية الموجهة للبحث:

نظرية الغرس الثقافي:

هي نظرية اجتماعية تهدف إلى دراسة تأثير التلفزيون على المجتمع، وضعها مجموعة من العلماء ولكن مؤسسها الرئيس هو جورج جيربندر (George gerbner) ويعتقد صاحب هذه النظرية أن الناس في المجتمعات الغربية في الستينيات والسبعينيات إنما هم أسري الواقع المصنوع هذا وأنهم يتصرفون ويعيشون على واقع غير الواقع الحقيقي، تفترض النظرية أن الذين يشاهدون كميات ضخمة من البرامج التلفزيونية كثيف والمشاهدة (heavy viewers) يختلفون في إدراكهم للواقع الاجتماعي عن أولئك الذين يشاهدون كميات قليلة من البرامج ويرى واضع النظرية أن وسائل الاتصال الجماهيرية تحدث أثراً قوياً على إدراك الناس للعالم الخارجي خاصة أولئك الذين يتعرضون للمشاهدة وقت طويل.

ويمكن تلخيص النظرية كالتالي:

1. أن وسائل الإعلام قادرة على التأثير في معرفة الأفراد وإدراكهم لما يحيط بهم بدرجة كبيرة.
2. أن زيادة التعرض لوسائل الإعلام تؤدي إلى اكتساب المتلقي أو المشاهد مجموعة من المعاني والمعتقدات والأفكار والصور الرمزية والتي تشكل لهم واقع رمزي يختلف عن الواقع الفعلي في البيئة الاجتماعية.

3. وكل الذي سبق يعني أن وسائل الإعلام تستطيع أن تغرس في أذهان المشاهدين ووعيم أفكار معينة بحيث يحل واقع التلفزيون محل الواقع الفعلى أو الطبيعي.

استخدمت الباحثة نظرية الغرس الثقافي لتؤكد علي:

تأثير الوسيلة الإعلامية ،ومحتواها على الفرد وعلى المجتمع حوله وبالتالي إحداث التغيير في القيم والمعتقدات الراسخة في المجتمعات فإن كان التلفزيون عند ظهوره في الستينيات قد أحدث تغييرا واضحا في المجتمع الأمريكي وعلى ضوء ذلك خرجت مثل هذه النظريات فإن الإعلام الجديد الآن وفي هذا العصر وبخصائصه وسماته المتنوعة والجاذبة يمكنه إحداث التغيير بأسرع مما أحدثه التلفزيون من قبل لما يملكه من قدرة هائلة على التأثير والتشكيل.

الفصل الأول : تكنولوجيا الاتصال والمعلومات.

المبحث الأول : مفهوم وتطور تكنولوجيا الاتصال والمعلومات

المبحث الثاني: خصائص تكنولوجيا الاتصال والمعلومات

المبحث الثالث: تكنولوجيا الاتصال والمعلومات الواقع والمستقبل

المبحث الأول

مفهوم تكنولوجيا الاتصال والمعلومات

تستخدم التكنولوجيا كمصطلح علمي حديث، في مجالات عديدة وبمعان متباينة، وأحيانا بمصطلحات غير محددة، وقد أصبح هذا المفهوم من أكثر المفاهيم شيوعا في المرحلة الراهنة، ونظرا لانتساع المفهوم وشموله أصبح يمتلك دلالة لفظية يصعب تحديد مضمونه بدقة، لارتباطه بالتغيرات الآنية السريعة العامة، فهناك تكنولوجيا الاتصال، تكنولوجيا التعليم، تكنولوجيا الإدارة... الخ.

تعود كلمة التكنولوجيا في أصولها التاريخية والمجتمعية إلى الإغريق: فشقها الأول تكنو (Tichno) يعني مجموعة الأساليب والفنون الإنسانية وشقها الثاني (logy) وتعني القوة أو المقدرة والعادة واللفظان معا يشيران إلى معرفة فنية تنطوي على منطق، وتبعث جدلا. (صفوح.1984.ص13)

(Techno) كانت التسمية الإغريقية للفن، تقنية المهارة والفضائل الفكرية للإنسان لإنتاج شيء من صنعه، ونتاج براعته، كما يحقق الإنسان مقدراته الطبيعية باكتساب طبيعة ثانية، بالعادات التي يسخرها عقلايا إلى غايات تتجسد في الأشياء التي يصنعها (ملفين وآخرون، 1975.ص150)

والذي أجمع عليه الكثير من العلماء أن أصل كلمة تكنولوجيا إغريقي ويعني لغة الحديث والمناقشة حول المسائل الفنية والحرفية، ولم تظهر هذه الكلمة في اللغة الإنجليزية إلا في القرن السابع عشر حيث تفيد القواميس الإنجليزية بأن معنى كلمة تكنولوجيا هي المعالجة النظامية للفن أو جميع الوسائل التي تستخدم لإنتاج الأشياء الضرورية لراحة الإنسان استمرارية وجوده وهي طريقة فنية الأداء أو إنجاز أغراض علمية (الهاشمي، 2012 م، ص 44).

التكنولوجيا: هي الأدوات أو الوسائل التي تُستخدم لأغراض علمية تطبيقية والتي يستعين بها الإنسان في عمله لإكمال قواه وقدراته، وتلبية تلك الحاجات التي تظهر في إطار ظروفه الإجتماعية والتاريخية.

كما أن التكنولوجيا: هي حصيلة التفاعل المستمر بين الإنسان والطبيعة، تلك الحصيلة التي تزيد من كفاءة هذا التفاعل بهدف زيادة الإنتاج أو تحسين نوعه أو تقليل الجهد المبذول.

هذين التعريفين نجد أنهما قد ركزا على التكنولوجيا المادية، التي تتمثل في المعدات والتجهيزات وهي الجزء الملموس من التكنولوجيا في حين أهملت الجزء غير المادي والمتمثل في الطرق العلمية للتشغيل والاستخدام (سمير، 1981، ص120).

ولعل من أكثر التعاريف شيوعاً أن التكنولوجيا (هي معرفة الوسيلة في حين أن العلم هو معرفة العلة) وتعددت المفاهيم والتعاريف للتكنولوجيا وتركزت حول وجهة النظر التقنية والاقتصادية، فمن الناحية التقنية نجد أن مفهوم التكنولوجيا هو عبارة عن التطبيق العلمي للاكتشافات والاختراعات العلمية المختلفة التي يتم التوصل إليها من خلال البحث العلمي ومن وجهة الاقتصادية فإن مفهوم التكنولوجيا هو عبارة عن تطوير العملية الإنتاجية والأساليب المستخدمة فيها بما يحقق خفض تكاليف الإنتاج أو تطوير الأسلوب ([www.annabaa](http://www.annabaa.com) 5/1 2016 س 11م)

هناك من يعرف التكنولوجيا على أنها مجمل المعارف العلمية المستخدمة في المجال الصناعي، خاصة المكرسة لدراسة وتحقيق وإنتاج وتسويق السلع والخدمات السلعية لاستبدال العمل اليدوي بالآلات حديثة ومتطورة.

كما تدل التكنولوجيا عند البعض العلم، الدراسة (نصيرة، 1992، ص18).

وعرفها قاموس أكسفورد بأنها) أي التكنولوجيا (هي الدراسة العلمية للفنون العلمية أو الصناعية وكذلك باعتبارها تطبيقاً للعلم.

ويعتبر لفظ التكنولوجيا من أكثر الألفاظ تداولاً في عصرنا الحالي، غير أنه بقدر ما يزداد شيوع استخدامه، يزداد الغموض واللبس فيه، فموضوع التكنولوجيا لا يزال يطرح تساؤلات عديدة بشأن تحديد مفهوم دقيق لها وعليه تعددت الرؤى واختلفت المفاهيم حولها (التكنولوجيا هي علم الصناعة الذي لا يشمل فقط العتاد والتجهيزات والتقنيات التي يستخدمها الإنسان خدمة لأغراضه وتحقيق مستلزماته وقضاء حاجياته داخل المصنع أو المجتمع، بمعنى أنها لا تقتصر على الجانب المادي فقط بل تحتوي على موضوعات التنظيم والإدارة وممارسة عملية العمل والقيادة، في شتى النواحي التنظيمية (دليو، 2010، ص22).

الملاحظ في تعريف فضيل أنه عرف التكنولوجيا تعريفاً آلياً في سياق مفهوم الصناعة والعتاد والتجهيز إلا أنه لم يكتف بهذا التعريف بل واصل في جوانب التعريف الآخر فذكر بأنها إنتاج اجتماعي وثقافي يشمل الأفكار والمعتقدات والسلوك وجميع التصورات والقيم التي يستمدّها الفرد من خلال تعامله مع الطبيعة والمجتمع، لأن التكنولوجيا قبل أن تكون آلة أو جهازاً معيناً فهي فكرة تولدت عن حاجة أو رغبة اجتماعية معينة وفي وقت معين، وفوق هذا أو ذلك فإن تأثير التكنولوجيا لم يتوقف عند حدود المصنع بل يشمل النواحي الاجتماعية والاقتصادية والسياسية للمجتمع، وأنا حالياً نقع تحت تأثير التكنولوجيا الغربية والتي تحولنا منذ مدة ليست بالقصيرة إلى مجرد مستوردين ومستهلكين لها، وبالتالي يكون فهمنا للتكنولوجيا يشير إلى أنها (مجموعة الآلات والمعدات والتقنيات العلمية والأفكار والوسائل التي يعتمد عليها الإنسان لتحقيق حاجياته في بيئة اجتماعية تاريخية معينة (دليو، 2010، ص23).

أن التكنولوجيا قديمة قدم المخترعات البشرية نفسها، حيث كانت تعتبر وسيلة من الوسائل التي اكتشفها الإنسان منذ تطويعه البدائي للطبيعة، وبعدها أصبحت أداة يستعملها لخدمته ومساعدته لقضاء حاجياته المتنامية ثم تطور استعمالها إلي درجة أصبحت مهمة جدا في حياته العامة والخاصة مما جعل البعض من المفكرين يعتقدون بأنها المسؤولة عن بعض المتغيرات التي تحدث داخل المجتمع المعاصر.

ويتوافق هذا هدف البحث نحو تناول المتغيرات التي تحدثها التكنولوجيا الحديثة داخل المجتمع والسعي لتوظيفها الأمثل بما يخدم المجتمع ويوافق أخلاقياته وثقافته.

تكنولوجيا الاتصال وتكنولوجيا المعلومات:

لا تعد تكنولوجيا الاتصال مظهراً جديداً في العالم فإذا ما استثنينا مطبعة غوتنبرغ قبل أكثر من ٥٠٠ عام (1450)، فإن بواكير التقنيات الالكترونية بدأت قبل نحو مائة وخمسين عاماً باختراع التلغراف واللاسلكي والهاتف، قبل أن يجري خلال النصف الأول من القرن العشرين اختراع الراديو والتلفزيون ثم في النصف الثاني إطلاق الأقمار الاصطناعية وانتشار تقنية الهواتف النقالة، والحواسيب الالكترونية والانترنت.

وكان ميدان تكنولوجيا الاتصال والمعلومات من أكثر الميادين تسارعاً في التطور بل انه كان الجانب الأهم والأكثر إثارة من بين جوانب الثورة التكنولوجية جميعها، واهم ما تحقق في هذا التطور تمثل بربط وسائل الإعلام مع الوسائل الالكترونية الحديثة وخلق نظام اتصالي مبني على ترابط هذه الوسائل، الأمر الذي أطلق ثورة إعلامية ومعلوماتية أبرزت إمكانيات هائلة استندت إلي إمكانيات تواصل عالية المستوي مع الجمهور، وسرعة غير مسبوقة في إيصال الرسائل الإعلامية والمعلوماتية إلي أي مكان في العالم (دجاني، 1997م، ص59) استندت إلي إمكانيات

تواصل عالية المستوى مع الجمهور، وسرعة غير مسبوقه في إيصال الرسائل الإعلامية والمعلوماتية إلي أي مكان في العالم.

استخدمت عبارة تكنولوجيا المعلومات والاتصال من قبل الباحثين والأكاديميين منذ الثمانينيات ولكنها أصبحت شعبية بعد أن استخدمت في تقرير لحكومة المملكة المتحدة من قبل دينيس ستيفنستون (Dennis Stevenstion) في عام 1997 م (AnnIndependent Anguy2000) حيث ورد كثير من الآراء المتشعبة حول هذين المصطلحين تكنولوجيا الاتصال والمعلومات تمثل تكنولوجيا الاتصال ومنجزاتها المستمرة وسريعة التطور وما يتصل بها من تكنولوجيا المعلومات، ثورة حقيقية مع تصاعد الإحساس بأن الواقع الاتصالي القائم لم يعد كافيا للوفاء بمستلزمات القرن الواحد والعشرين (دليو، 2010 م، ص 26)

وتكنولوجيا الاتصال والمعلومات هي كل ما يترتب على الاندماج بين تكنولوجيا الحاسب الإلكتروني والتكنولوجيا السلكية واللاسلكية والإلكترونيات الدقيقة والوسائط المتعددة ومن أشكال جديدة للتكنولوجيا ذات قدرات فائقة على إنتاج المعلومات وجمعها وتخزينها واسترجاعها ومعالجتها ونشرها بأسلوب غير مسبوق يعتمد على النص والصورة والصوت والحركة واللون وغيرها من مؤثرات الاتصال التفاعلي الجماهيري والشخصي معا (النجار 2009 م، ص 495)

وقد دمج هذا التعريف بين تكنولوجيا الاتصال والمعلومات بحيث أنه لا يمكن فصلها فهما يكملان بعضهما بعضا وينصبا في نفس الاتجاه والهدف.

وسار في نفس اتجاه هذا التعريف (سعد لبيب) الذي يري أن تكنولوجيا الاتصال وتكنولوجيا المعلومات هما وجهان لعملة واحدة على أساس أن ثورة تكنولوجيا الاتصال قد سارت مع ثورة تكنولوجيا المعلومات، التي كانت نتيجة لتفجر المعلومات وتضاعف

الإنتاج الفكري في مختلف المجالات، وظهور الحاجة إلي تحقيق أقصى سيطرة ممكنة على فيض المعلومات المتدفق وإتاحته للباحثين والمهتمين ومتخذي القرارات في أسرع وقت وبأقل جهد، عن طريق استحداث أساليب جديدة في تنظيم المعلومات تعتمد بالدرجة الأولى على الكمبيوتر واستخدام التكنولوجيا الاتصالية لمساندة مؤسسات المعلومات ورفع خدماتها لتصل عبر القارات (علم الدين، 1990، ص141).

ربط العلماء في تعريفاتهم بين تكنولوجيا الاتصال وتكنولوجيا المعلومات إلا أن وثيقة التعليم التفاعلي وإستراتيجية تكنولوجيا المعلومات والاتصال للمدارس التي أصدرتها وزارة التعليم في كوبا عام 1998م فرقت بين تكنولوجيا المعلومات وتكنولوجيا الاتصال على النحو التالي:

وفقا لتعريفاتها للاثنين فقد ذكرت أن تكنولوجيا المعلومات (Information Technology) هي المصطلح المستخدم لوصف مفردات التجهيزات المعدات (وبرامج الكمبيوتر) البرمجيات التي تسمح لنا بالنفاذ، الاسترجاع، التخزين، التنظيم، والتشكيل، والعرض التقديمي للمعلومات بواسطة وسائل إلكترونية ومن أمثلتها:

المسحات الضوئية، والحاسبات الإلكترونية، تجهيزات العرض، وقواعد البيانات، وبرامج الجداول الإلكترونية والوسائط المتعددة.

أما تكنولوجيا الاتصال (Communication Technology) فهي المصطلح المستخدم لوصف تجهيزات الاتصالات السلكية واللاسلكية التي يمكن السعي إلي المعلومات من خلالها والنفاذ إليها عبرها ومن أمثلتها الفاكس ميلي، المؤتمرات التلفزيونية من بعد، والمودم كما أنها وفقا لرؤية برنت روبيين فإن تكنولوجيا الاتصال هي أداة أو جهاز أو وسيلة تساعد على إنتاج أو توزيع أو تخزين أو استقبال أو عرض البيانات (علم الدين، 1990م، ص138).

تعتبر هذه التعريفات التي قدمتها الوثيقة قد عبرت فيها عن المصطلحين بتعريفات أكثر دقة وتخصيصاً حتى تضع لكل مصطلح منهما تعريفاً خاصاً به إلا أنه ومن المؤكد أن تكنولوجيا المعلومات وتكنولوجيا الاتصال لا يمكن الفصل بينهما، فقد جمع بينهما النظام الرقمي الذي تطورت إليه نظم الاتصال وترابطت شبكات الاتصال مع شبكات المعلومات فيه.

إن العقود القليلة الماضية قد شهدت تلاقي الثورتين المعروفتين في سوق التكنولوجيا وهما ثورة المعلومات وثورة الاتصالات مما أدى إلي وجود مصطلح جديد في ساحة المعرفة هو "الثورة المعلوماتية" والذي يشير إلي اتساع المجال التي تعمل فيه المعلومات ليشمل كافة مجالات النشاط الإنساني، بحيث تضيف تلك الشبكات بعداً هائلاً لقدرة الإنسان على توسيع معارفه وتخزينها وترتيبها، وإنتاجها واستخدامها والتعامل معها.

وقد ذكر (فاروق أبوزيد) أن إنتاج المعلومات تحول إلي صناعة أصبح لها سوق كبير لا يختلف كثيراً عن أسواق البترول أو الذهب وقد يزيد ما ينفق من إنتاج المعلومات على المستوى الدولي من ما ينفق على الكثير من السلع الإستراتيجية المعروفة في العالم (أبوزيد، 1990 م ص 13).

إن التزاوج بين ثورة المعلومات وثورة الاتصال هو الذي صنع هذا المجتمع الجديد مجتمع المعلومات والاتصال وكلاهما يعتمد على الآخر. إذ بدون الاتصالات لم تكن ثورة المعلومات لتنتج وتتمدد وتعم العالم بالشكل الذي نراه أو نعيشه الآن. ولولا الحاسوب لما قامت كل هذه الشبكات التي تعتمد على التوصيل والربط، ولولاها لما تمكن العلماء من صنع .

الأقمار الاصطناعية والألياف الضوئية وكل الصناعات الأخرى المرتبطة بحركة المعلومات وحركة الناس والأشياء(شمو،، 2006 م، ص122).

الآن مع القرن الحادي والعشرين أصبح يدرك أهمية المعلومات باعتبارها المورد الثالث الذي يتوازي في الأهمية مع الموردتين السابقتين ويكمن تحدي القرن القادم في قدرة الإنسان على تشغيل هذه الموارد الثلاثة، الغذاء، الطاقة، المعلومات بأقصى قدر ممكن من الكفاءة، وتقع مسئولية تحقيق ذلك على من يعملون في وسائل الاتصال ويتم ذلك من خلال إدراك الفروق الأساسية بين المورد الثالث(المعلومات) والموردتين الآخرين (الغذاء والطاقة) وأنواع التحديات التي تفرض نفسها في هذا المجال(مكاوي، 1993م، ص34) لذلك نرى أن تكنولوجيا الاتصال والمعلومات قد فرضت نفسها بقوة على العصر الذي نعيشه، وبصوره واضحة، بحيث أصبح العالم بفضل هذا التطور يعيش في بقعة محدودة.

وهذا ما أكد عليه محي الدين عبد الحلیم في أنه" مع كل تطور في تكنولوجيا الاتصال تتطور موارد المعلومات، وتطورها يبشر بأن العالم يتغير تغيرا سريعا وأن التقنيات القديمة آخذة في الانحسار("عبد الحلیم، 2006 م، ص 192)

المبحث الثاني

خصائص تكنولوجيا الاتصال والمعلومات

عندما قدم عالم الاتصال المعروف (ماكلوهان McLuhan) فكرته عن القرية الكونية في المرحلة التي جاءت بعد عام (1900م) ، كانت فكرته تتضمن شبكة الاتصالات عن بعد من أجل إتاحة المعلومات لكافة الشعوب .

لذا يمكن القول بأن عصر الاتصال الإلكتروني قد تحقق، وتحول العالم إلي قرية إلكترونية عالمية صغيرة، وشهد نمواً مطرداً لعصر المعلومات الإلكتروني لشبكاته العملاقة .

وقد مر العالم عبر تاريخه بمجموعة من العصور هي التي حددت تطوره وتحددت هذه العصور التاريخية بناءً على أدوات تخزين واسترجاع المعلومات بشكل أساسي إضافة إلي بقية الأدوات الحضارية التي نقلت المجتمعات من حضارة إلي أخرى .

أن هذه الأسماء التي أطلقها السابقون على تلك العصور فهي إنما تتشابه مع بيئة ذلك العصر وأوانه، إلا إنها الآن تختلف الأمكنة والمساحة السكانية وتطورت العقلية البشرية التي لا تكون إلا وتتناسب مع المكان والزمان ويأتي الاختلاف والقياس حول الأمم التي لا تواكب عصرها مع ما وصل إليه من تقدم وتطور فتحدث عند ذلك الفجوة التي يجب وضع المعالجات لها (الضوء، 2016م.ص32).

وينفق عدد من الباحثين على أن المراحل التي مرت بها تكنولوجيا الاتصال والمعلومات كانت خمس مراحل .

فيراها (حسن عماد مكاوي) من خلال خمس ثورات أساسية: تتمثل الثورة الأولى في تطور اللغة ، والثورة الثانية في تدوين اللغة ، واقتربت الثورة الثالثة باختراع الطباعة في منتصف القرن الخامس عشر، وبدأت معالم ثورة الاتصال الرابعة في القرن التاسع عشر من خلال اكتشاف الكهرباء، والموجات الكهرومغناطيسية، والتلغراف والتليفون، والتصوير الضوئي والفتوغراف والسينما ثم ظهور الراديو والتلفزيون، أما ثورة الاتصال الخامسة فتلك في النصف الثاني من القرن العشرين من خلال اندماج ظاهرة تفجر المعلومات وتطور وسائل الاتصال وتعدد أساليبه(مكاوي، 1993 م، ص 52)

لم يختلف معه محمود علم الدين كثيرا في تقسيمات مراحل تطور تكنولوجيا الاتصال والمعلومات عبر العصور فقط وإنما أتت أكثر توضيحا في الوصف.

المراحل عند دكتور محمود علم الدين (ص143 - 152 بتصرف):

المرحلة الأولى: المرحلة الشفهية أو ما قبل التعلم ويطلق عليها المرحلة الشفهية الكلية أو مرحلة ما قبل التعلم وكانت وسيلة الاتصال الرئيسة هي الكلمة المنطوقة، والحاسة الرئيسة هي السمع ونتيجة لذلك اقترب الناس من بعضهم البعض واتسموا بالعاطفية.

المرحلة الثانية: المرحلة الكتابية فيها عرف الإنسان اللغة المكتوبة، فظهرت الكتب المنسوخة ومهنة الوراقة ودور حفظ الكتب وازدهر الخبر المخطوط كوسيلة إعلامية وشكلت عملية بيعه تجارة مزدهرة.

المرحلة الثالثة المرحلة الطباعية: وفيها عرف الإنسان الطباعة ويعود السبق في معرفة الطباعة إلي الفينيقيين الذين اخترعوا الورق وقد بدأت الطباعة على القوالب الخشبية ثم الفخار، حتي اخترع جوتنبرج حروف الطباعة المتحركة المسبوكة من

المعدن عام 1445م وكان اختراع الطباعة بداية للنشر الجماهيري للكتب والجرائد والمجلات مما حقق ديمقراطية الإعلام والثقافة.

المرحلة الرابعة المرحلة الإلكترونية: في منتصف القرن التاسع عشر واستمرت حتى أوائل التسعينيات من القرن العشرين، وبدأت باكتشافات واختراعات الاتصالات السلكية واللاسلكية، وانتهت بالاستقرار والانتشار للأجهزة الاتصالية الجماهيرية التي تشكل الثورة الاتصالية الآن.

وفي عهدها ظهر (التلغراف، التليفون، الفوتوغراف، ثم الإذاعة المسموعة الراديو التصوير الفوتوغرافي، الفيلم السينمائي، ثم الإذاعة المسموعة المرئية التلفزيون) ثم ظهور التيلكس والأقمار الاصطناعية والتلفزيون السلكي.

المرحلة الخامسة المرحلة التفاعلية: بدأت في منتصف الثمانينات وتتميز بالمزج بين أكثر من تكنولوجيا معلوماتية واتصالية تمثلها أكثر من وسيلة لتحقيق الهدف النهائي وهو توصيل الرسالة الاتصالية ويطلق على هذه المرحلة التكنولوجية الرقمية (Digital Technology) أو التكنولوجيا التفاعلية Interactive Technology) أو متعددة الوسائط (Multimedia Technology) وبدأت هذه المرحلة بتقنية النشر المكتبي (Desk Top publishing). باستخدام الحاسبات الإلكترونية، ثم نتابعت تقنيات النشر الإلكتروني مثل التليتيكست وأنظمة البريد الإلكتروني (Electronic Mail) والجرائد والمجلات ودوائر المعارف الإلكترونية التي تطبع على أسطوانة مدمجة أو قرص (ديسك).

يلاحظ أن تقسيم المراحل بهذه الطريقة تكون أكثر دقة وتعبيراً عن مراحل تقدم التكنولوجيا وتطورها وصولاً إلى مزيد من التقدم المعرفي .

لقد استطاعت كل وسيلة من وسائل الاتصال في تلك المراحل المختلفة للطباعة، الصورة، الراديو، التلغراف، السينما، التلفزيون، والإنترنت أن تكيف من أسلوب استجابتنا للعالم من حولنا وأن تمارس نوعاً من ترويض مدركاتنا الحسية وهذا ما ركز عليه مارشال ماكلوهان (الدليمي،، 2010 م، ص73) عندما ذكر أن المجتمعات الأمية لا تستطيع أن تشاهد الأفلام السينمائية أو الصور الفوتغرافية دون كثير من التدريب.

إن وسائل الاتصال الحديثة تمارس على المدركات الحسية قوي ترويضية وتكيفه بشكل فعال، ويرى ماكلوهان أن كل حقبة زمنية كبرى في التاريخ تستمد شخصيتها المميزة من الوسيلة الإعلامية المتاحة آنذاك على نطاق واسع.

خصائص وسمات التطور التكنولوجي الاتصالي:

ذكر الخبراء أهم سمات التطور التكنولوجي الاتصالي في المرحلة الإلكترونية فيما يلي: (مجلة الهندسة ، 1997، ص 68)

1. اختراع وسائل اتصالية جديدة غيرت من الوظائف التقليدية للوسائل القديمة وأوجدت لها وظائف جديدة.
2. إن وسائل الإعلام قد ساهمت في ظهور بعضها وتطويره من خلال الجهود العلمية والعملية، فمن خلال تجارب اختراع التلغراف ثم الوصول إلي الهاتف ثم الإرسال الإذاعي والتلفزيوني وساعد ظهور الحاسب الآلي على تطوير نظم جمع الحروف وإنتاج الجريدة ككل.
3. إن كم وسائل الإعلام الجديدة لم تقض على الوسائل القديمة، وثبت من خلال مواقع عمل وسائل الإعلام بأنه لا يمكن لأي وسيلة أن تلغي دور الوسيلة الأخرى.

إن حجم المعلومات المتاحة قد زاد زيادة هائلة خاصة لمن تتوفر لهم فرص العمل على التكنولوجيا الاتصالية الجديدة بسبب التطورات الراهنة في عملية إرسال

المعلومات واستقبالها. إن التقنية المعلوماتية الجديدة تتمتع بخاصية رئيسة هي قدرتها على نقل كميات ضخمة من المعلومات في الحال أي لحظيا تقريبا، ومن أي مكان في العالم، سيما وأنها تنتقل بسرعة قريبة من سرعة الضوء التي تعني إمكانية قطع مسافة محيط الأرض عدة مرات في الثانية الواحدة، وذلك في مختلف المواقع التي يوجد فيها المرسل والمتلقي.

ويشير (جون نايبست) إلى خاصية خفية في الثورة المعاصرة ألا وهي جعل الناس في حالة اتصال دائم أحدهم بالآخر عن طريق الاتصالات السلكية واللاسلكية (البكري، 2003م، ص 133) وهذا ما يؤكد على ما سبق قوله في أن التطور التكنولوجي قد أتاح العديد من الوسائط والوسائل التي ألغت الحدود الجغرافية وقربت المسافات الكونية وسهلت الحصول على المعلومة وتجميعها وتخزينها وبثها بشكل فوري متخطية حدود المسافات والأزمنة.

إن البعد الحضاري للأدوات الاتصالية ودور هذه الأدوات في تكتيل النظام الثقافي والحضاري لأفراد مجتمع ما في هذا القرن يتحدد في أكثر من متغير يفصح عن ذلك أهم هذه المتغيرات وهي: (الرميحي، 997 م، ص 10-13).

أولاً: أن تكنولوجيا التواصل الإعلامي قد أصبحت لا تصوغ الإنسان صياغة تكاملية ككائن فردي، وككائن اجتماعي فقط، وإنما ككائن كوني ينتمي إلى قبيلة إعلامية، ما هي إلا قبيلة كونية بأبعادها الزمانية والمكانية والكيانية.

ثانياً: كما أنها أفادت إلى تطور الإنسان من كائن اقتباسي إلى كائن استكشافي فالنزعة الاستكشافية نزعة طبيعية في الإنسان الذي يتسم بكونه كائنا فضوليا وكل إنسان يؤكد (أرسطو) يريد بالطبع أن يعرف ولكن المجتمع تعهد هذه النزعة حتي مطلع القرن العشرين لدي أقلية من البشر، ولكن الثورة الاتصالية أصبحت تتعهدا لدي

جميع البشر لأنها الآن تمس البشر وتستثير فضول جميع البشر وتتقف جميع البشر، وهنا لابد من الانتباه والوقوف أمام هذين المتغيرين.

ذكر (شريف درويش اللبان) أنه مع ظهور وسائل الاتصال الحديثة وما تملكه من أدوات تفاعلية أصبح للمستقبل القدرة على المشاركة بأنشطة أكثر فاعلية في العملية الاتصالية، بحيث أصبح الجمهور يسعى للحصول على المعلومات واختيار المناسب منها، وتبادل الرسائل مع المرسل، بعدما كان دوره في السابق مجرد متلقي للمعلومات وهناك من يذهب إلي أن التمييز بين المرسل والمتلقي قد أصبح صعباً في حالات متعددة، في ظل استخدام هذه الوسائل التي هيأت الطريق السريع للمعلومات (، 2007 م ص 67).

تعتبر التفاعلية هي السمة البارزة للتكنولوجيا الحديثة، فالكل أصبح مشاركاً في إعداد وإضافة المضامين.

وقد أكد شريف اللبان على أن استخدام هذه الوسائل هيأت الطريق السريع لوصول المعلومات وهو ما عادت نتائجه على العملية الاتصالية في ثلاث جوانب تمثلت في (اللبان، 2007 م، ص 68)

1. إن الطريق السريع إلي المعلومات مدت المجال الاتصالي بوسائل إعلام جديدة (New Media) والمزيد من الخيارات الاتصالية، وهو ما عمل على زيادة البدائل المطروحة أمام المتلقين.

2. وقد تميز بأنه تفاعلي، إذ أتاح لمستعمليه مزيداً من التحكم في المعلومات وتبادلها.

3. صنع الطريق السريع للمعلومات وسائل ربط بعيدة للأنشطة الشخصية كل من مكانه.

إن البعض يري أن التطور الذي حدث ويجري كان يهدف إلي أشياء عدة متمثلة في الحرب التقنية بين الدول والهدف التجاري غير المعلن، ومنها الهدف الإنساني الذي

يحقق رفاهية الإنسان وتقدمه وتحقيق تواصل وتفاعل الإنسان مع قطاعات كثيرة من الخدمات والعمل والإنتاج والتعليم والتدريب والترفيه ليجد الإنسان نفسه في النهاية في قرية كونية صغيرة أصبحت كل أركانها وثقافتها وفنونها في متناول يده (بسيوني، 2001 م ص 8).

فتطور الوسيلة الإلكترونية هو قطاعا تقدم علمي مستحسن وله من الإيجابيات التي ترتقي بشأن الإنسان وكل جديد يطفو في المجتمع يأتي بإيجابياته وسلبياته ولكن نتحكم في ذلك منهجية المجتمع في توظيف ما هو جديد في ما هو مفيد.

أن التكنولوجيا ليس خيرا خالصا، كما أنها ليست شرا صرفا، وعادة ما تجمع كل تكنولوجيا بين ما هو إيجابي، وما هو سلبي، ولا شك أن تكنولوجيا الاتصال الجديدة تسد نقصا في التكنولوجيا القديمة، وتفجر آفاقا جديدة ولكنها لا تجعلنا نتخلي عن التكنولوجيا القديمة، إنما يحدث عادة قدر من التوافق بين القديم والجديد لصالح خدمة البشر والتكامل لا يحدث بين التكنولوجيا القديمة والحديثة فقط، وإنما يحدث بين التكنولوجيا والعقل البشري، فدور التكنولوجيا يحدهما المجتمع وتؤثر فيهما البيئة (قنديل، 1985 م، ص 10).

انتشار تكنولوجيا الاتصال والمعلومات:

تغري الأرقام والمعلومات الصماء بتوقع وضع عالمي نموذجي يوفر الرفاهية والمعرفة والمعلومات لمن يريد بأقصى سرعة يحلم بها الإنسان وبتكاليف قليلة. ولكن هل هذا هو الواقع بالفعل؟

أن تكنولوجيا الاتصال المتقدمة، هي الحقيقة المؤكدة في هذا العصر، لكن المؤكد أيضا أن هذه التكنولوجيا كمستلزمات أو كصناعة أو كانتشار، ما زالت حكرًا على الدول المتقدمة في الشمال الغني والمهيمن، وان معظم بلدان العالم الثالث لم تتمكن

من مواكبة هذا التطور أو التفاعل الإيجابي معه، حتي بات كل الازدهار المفترض لتقنيات الاتصال يصطدم بحقيقة أن واحد بالمائة فقط من سكان الدول النامية التي تمثل غالبية سكان الأرض يمكنهم التمتع بمزايا هذه التقنيات. وحتى مع وجود صناعات للحاسوب وبعض التقنيات المتطورة في دول نامية مثل الهند فإن هذه الصناعات تنحصر اليوم فيما يسمى ب القوي الصلبة بعد أن تخلت معظم الدول المتقدمة عن صناعاتها، وأصبحت بدلاً من ذلك تسيطر على صناعة البرمجيات المسماة بالقوة المعرفية اللينة وهي التي تضم إمكانيات تشغيل أجهزة الحاسوب، والإفادة من إمكانياته.

استخدامات تكنولوجيا الاتصال والمعلومات:

تتنوع المجالات التي يمكن من خلالها استخدام تكنولوجيا الاتصال والمعلومات ذلك أن ظهور معدات أو أجهزة اتصالية وخدمات جديدة يعني فتح مجالات متنوعة لاستخدام هذه المعدات والخدمات والاستفادة منها ومع اتساع قدرات هذه التقنيات تتنوع المجالات التي تستخدم فيها.

ونشير هنا إلي بعض هذه المجالات وذلك على النحو التالي:

1. المجال الاقتصادي: يشمل تطبيقات تكنولوجيا الاتصال الحديثة في المجال الاقتصادي موضوعات عدة منها العمل عن بعد (Tele Working) والتجارة الإلكترونية (Electronic Commerce) والتسويق عن بعد (services Home Shopping) والمعاملات البنكية عن بعد (Banking Transactions Remotely).
2. المجال الطبي: إن الصحة تتأثر بشدة بالمعلومات وبالطبع فإن توفير المعلومات الخاصة بالصحة مرجح أن تنهض أو ترقى بمستوي الصحة العامة وذلك من خلال ثلاثة طرق: (Nick Moor، 1998، p280)

الأولى: أن الأطباء والأطعم الطبية الأخرى سيكون أكثر معرفة ويستطيعون الوصول الفوري لكثير من المعلومات عن الأمراض وطرق علاجها وأيضا التعاون مع المتخصصين الطبيين في المدن والبلدان الأخرى واستشارتهم وتبادل الآراء معهم في الحالات غير العادية.

الثانية: سيكون هناك نظم أفضل كثيرا، خاصة بعلم الأوبئة، أو تعقب الأمراض، وبذلك سيكونون قادرين بسهولة على اكتشاف كثير من الأسباب البيئية للأمراض.

الثالثة: إن التحسن في المعلومات الصحية وتوفيرها يسهم في تعديل السلوكيات وتجنب الأمراض.

إن تكنولوجيا الاتصال الحديثة يمكنها أن تسهم في خفض تكاليف العلاج وفي تحسين مستوى الخدمة الطبية القائمة وفي إتاحة الخدمات الصحية في المناطق النائية وفي نشر الوعي الصحي.

3. المجال السياسي: إذ يمكن من خلالها إيجاد المواطن المدرك القادر على المشاركة العامة بفعالية في العملية السياسية من خلال ما تزوده به هذه التكنولوجيا من نطاق واسع من مصادر المعلومات بطريقة ميسرة وسريعة وذلك يعني إمكانية القضاء على الاغتراب السياسي وضعف المشاركة العامة لدى الجماهير (John pavlik، 1996، P.313) كما أن التكنولوجيا الحديثة يمكن أن تجعل تسجيل الناخبين أسهل من خلال استخدام الوسائل الإلكترونية أو حتى من خلال إجراء عمليات التصويت واستطلاعات الرأي العام الفورية عبر الشبكات (مجاهد، جمال، وآخرون، 2010، م، ص 331)

4. المجال التعليمي: يعتبر التعليم أحد المؤسسات الاجتماعية التي يمكن أن تستفيد من التطورات الحالية في تكنولوجيا الاتصال الحديثة.

التطورات في التكنولوجيا الآن تجعل من التعليم عملية مستمرة فالحاسب وتلفزيون الكابل والأقمار الاصطناعية وتطوراتها السريعة تشير إلى الحاجة إلى استمرارية تعليم الكبار على كل المستويات من العمال إلى المديرين إلى المتخصصين حيث تبرز هذه التقنيات الحاجة إلى إعادة التدريب والتأهيل (مجاهد، جمال وآخرون، 2010، م، ص 333)

بالإضافة إلى أن التكنولوجيا يمكن أن تستخدم في مجالات تحسين الخدمات الحكومية والتعليم والبحث العلمي والصحة، فإن لها تطبيقات عدة في مجال الصناعة والتجارة الإلكترونية وفي مختلف الأعمال والأنشطة، ويمكن باستخدام تكنولوجيا المعلومات إعادة تنظيم الإدارة الحكومية، والخدمات العامة، وخفض تكلفة الإدارة الحكومية، وتستخدم تطبيقات المعلومات في تنفيذ برامج التنمية في المناطق الريفية والنائية وتدعيم اتخاذ القرار في مجالات الصناعة والإدارة، وفي مجال المواصلات مثلا يمكن لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات أن تعمل على رفع مستوى التشغيل وتخفيف مشكلات وتلويث البيئة ورفع المستوى الصحي بتداول المعلومات والمعرفة بين العاملين في الخدمات الطبية والصحة العامة (زين الدين، 2002، م، ص 37).

ولذلك يمكن القول أن تكنولوجيا الاتصال والمعلومات يمكن استخدامها في كل مجالات الحياة البشرية وتوظيفها بما يتناسب مع كل مجال لذلك يجب اللحاق بركب هذه التقنية والدول المصنعة لها والاهتمام بالتدريب والتأهيل وإحاقها بكل المؤسسات حتي تسد الفجوة التي بين الشعوب وتكون الموازين متعادلة.

ينفق كثير من علماء الاتصال على أن القرن الحالي الألفية الثالثة سيكون قرن الاتصال والمعلومات، أي أن المعلومة فيه ستصبح سلاحا ماضيا في يد من يمتلك مصدرها وتكنولوجيتها وحسن توظيفها، بل إن الأمية الحقيقية، في عالم اليوم، لم تعد أمية الذي لا يحسن القراءة والكتابة، إذ يصبح الأمي هو الذي لا ي حسن استخدام

الحاسوب والإنترنت وأجهزة الاتصال الحديثة، وعندما تتجدد المفاهيم والرؤى والعلاقات التي ينشئها الفرد مع الآخرين يتجاوز بها إطار العلاقات السائدة مع العائلة أو القبيلة أو حتي الدولة التي ينتمي إليها، فالاتصال بهذا يعني توفر إمكانية الحياة والنماء والارتقاء والتقارب والتفاعل مع الآخرين (بدر الدين ، ص52).

كما تؤدي تكنولوجيا الاتصال والمعلومات إلي صنع أنواع جديدة من الوظائف ونشاطات متنوعة في بيئات العمل ويمكن ملاحظة ذلك من خلال العناصر التالية (بوريش، 2007م)

1. تعمل على توفير قوة عمل فعلية داخل التنظيم.
2. تساعد على تحقيق رقابة فعالة في العمليات التشغيلية وخاصة بالنسبة للمؤسسات الصناعية التي تستعمل تكنولوجيا عالية في الإنتاج فتكنولوجيا المعلومات ستسهل بدون شك اكتشاف أخطاء التصنيع وكذا إمداد الإدارة بالمعلومات اللازمة في الوقت المطلوب.
3. تكنولوجيا المعلومات والاتصال تساعد على توفير الوقت خاصة بالنسبة للإدارة العليا بما يسمح لها بالتفرغ لمسؤوليات أكثر إستراتيجية.
4. هذا بالإضافة إلي الدور غير المباشر لتكنولوجيا المعلومات في تحفيز الأفراد عموماً أو متخذي القرار خصوصا فمن الممكن اعتبار أن بعض أنواع المعلومات مصدر لتحفيز أفراد ودفعهم للعمل، وبروح معنوية عالية، الأمر الذي قد يؤدي في الأخير إلي زيادة التنافسية.

هذه العناصر تشكل منظومة آلية دقيقة يمكن بها لأي مؤسسة عند استخدامها أن تترقي وتعلو من شأنها وتطور من إمكانياتها وتزيد من إنتاجها، وتنظم الوظائف والأدوار، وتساعد في سرعة اتخاذ القرار وفقا لمعطياتها التي توفرها وذلك باختزالها للزمن وسرعة توفير المال.

المبحث الثالث

تكنولوجيا الاتصال والمعلومات والواقع والمستقبل

أفرزت التكنولوجيا الحديثة مجتمعات تنوعت مسمياتها ومهامها، وهي بيئات نشأت في كنف التكنولوجيا الحديثة يتناول هذا المبحث عدد من المجتمعات التي أنتجتها التكنولوجيا.

مجتمع المعلومات:

مصطلح جديد ظهر في النصف الثاني من القرن العشرين وواقع بدأت كثير من الدول تعيشه وأمل تسعي إليه كثير من الدول للانتفاع به وقد مرت الحياة الإنسانية بأكثر من مجتمع كان أولها المجتمع الزراعي المجتمع الذي كان قوامه الأساسي الأرض وظل قرون عديدة إلي أن ظهر المجتمع الصناعي الذي كان قوامه رأس المال والدول التي لا يتواجد بها رأس مال لازم للصناعة لا يمكن أن يوجد بها هذا المجتمع، إلي أن ظهر مؤخراً مجتمع أعتمد أساساً على المعلومات وتقنيات المعلومات والتكنولوجيا الحديثة وأصبحت المعلومات فيه لازمة لكل فرد وتعاضم دورها في كافة المجالات الاقتصادية والسياسية والعلمية والاجتماعية، ووجدنا أنفسنا في هذا المجتمع أمام تغيرات اجتماعية وتكنولوجية كبيرة بسبب ما يسمى (بالثورة المعلوماتية) أو (الانفجار المعلوماتي) وأصبحت صناعة المعلومات من أهم الصناعات في اقتصاد الأمم المتقدمة ذلك أن لم تكن أهمها على الإطلاق والثورة المعلوماتية هذه كان لها ظواهر عديدة منها:

- تحول أشكال أوعية المعلومات من شكل المطبوع إلي الشكل الرقمي.
- ظهور أشكال جديدة لأوعية المعلومات ذات طاقة إختزانية هائلة.

- ظهور شبكة المعلومات الدولية (الإنترنت) تلك الشبكة التي سمحت بتبادل المعلومات السريع والكبير وأصبح لها فوائد علمية وثقافية وترفيهية وتجارية... الخ.

مفاهيم وتعريفات مجتمع المعلومات:

تري (ناريمان متولي) أن مجتمع المعلومات هو المجتمع الذي يعتمد في تطوره بصفة رئيسية على المعلومات والحواسيب وشبكات الاتصال. أي يعتمد على التكنولوجيا الفكرية التي تضم سلعا وخدمات جديدة مع التزايد المستمر للقوة العاملة المعلوماتية التي تقوم بإنتاج وتجهيز ومعالجة ونشر وتوزيع وتسويق هذه السلع والخدمات (1995م. ص.27) .

تعريف (الموسوعة العربية للمجتمع المعلوماتي) هو مجتمع تتاح فيه الاتصالات العالمية، وتنتج فيه المعلومات بكميات ضخمة، كما توزع توزيعا واسعا، والتي تصبح فيه المعلومات لها تأثير على الاقتصاد.(الشامي وآخرون،2009، ص297).

ويعرف (أحمد بدر) مجتمع المعلومات بأنه المجتمع الذي يعتمد في تطوره بصورة أساسية على المعلومات وشبكات الاتصال والحواسيب، أي انه يعتمد على ما يسمى بالتقنية الفكرية التي تضم سلعا وخدمات جديدة، مع التزايد المستمر في القوي العاملة (1996م، ص 8).

تعريف آخر هو المجتمع الذي يعتمد في تطوره بشكل أساسي على المعلومات والحواسيب وشبكات الاتصال المختلفة، ويعني مفهوم مجتمع المعلومات في نظر خبراء علم المعلومات وتكنولوجيا المعلومات المجتمع الذي تكون فيه الاتصالات العالمية متوفرة وتنتج المعلومات على مدي وبمعدل كبير جدا وتوزع بشكل واسع وتصبح المعلومات قوة دافعة ومسيطره على الاقتصاد (الوردي. المالكي، 2002م،282).

ومما سبق يتضح لنا انه يوجد أكثر من تعريف لمجتمع المعلومات وجميعها تدور حول أن المعلومات هي أساس لهذا المجتمع ولا بد من تواجدها في المجتمع ووجود من يستطيع التعامل معها سواء كان منتجا لها أو مستهلكا، ومجتمع المعلومات هو الذي يعتمد في تطوره بصفة رئيسية على المعلومات والحاسبات الآلية وشبكات الاتصال. وفكرة مجتمع المعلومات نفسها ليست وليدة هذه الأيام بل هي موجودة منذ أكثر من ثلاثين عاما ولكن الجديد هو الاعتراف المتزايد بإبعاد هذا المجتمع.

خصائص مجتمع المعلومات: لخصتها ناريمان متولي في ثلاث خصائص أساسية وهي (1995م، ص 28):

1. استخدام المعلومات كمورد اقتصادي.
2. الاستخدام المتنامي للمعلومات بين الجمهور العام.
3. ظهور قطاع المعلومات كقطاع مهم من قطاعات الاقتصاد، وحيث أن للإنسان في مجتمع المعلومات دوراً مهماً وحيوياً، فلا بد أن تكون له خصائص تميزه وتجعله متوافقاً في حياته مع مجتمع المعلومات الذي يعيش فيه.

مكونات مجتمع المعلومات:

اختلفت الآراء حول مكونات مجتمع المعلومات وذلك يرجع حسب تخصص كل صاحب رأي ومن أهم هذه الآراء:

رأي د. محمد فتحي عبد الهادي (1999، ص 113) أن قطاع المعلومات يتكون من التالي:

- صناعة المحتوي المعلوماتي (Information - Content) وذلك عن طريق المؤسسات الموجودة في كلا من القطاع العام والقطاع الخاص والمسئولة عن إنتاج الملكية الفكرية للأفراد ثم شركات الإنتاج التي تأخذ الملكية الفكرية الخام وتقوم

بتجهيزها وتوزيعها وبيعها لمستهلكي المعلومات ويضاف لهذه الفئة المهتمين بجمع المعلومات.

• صناعة تسليم أو بث المعلومات (Delivery-Information) وهم المسؤولون هنا عن تسليم المعلومات وذلك عن طريق شركات الاتصالات بعيدة المدى وشبكات التلفزيون والأقمار الصناعية ومحطات الراديو والتلفزيون يضاف لهم أيضا بائعي الكتب والمكتبات.

• صناعة معالجة المعلومات (Information-Processing) تقوم هذه الصناعة على منتجي الأجهزة ومنتجي البرمجيات. حيث يتولى منتجو الأجهزة تصميم وصناعة وتسويق الحاسبات وأجهزة الاتصالات والإلكترونيات وتكمل هذه الفئة فئة أخرى هي المعنية بإنتاج البرمجيات ونظم التشغيل مثل UNIX، Windows.

يعتمد اقتصاد المعلومات على نظام هائل ومعقد داخل الدول الصناعية فيما بينها وينبني هذا النظام على التسهيلات التي أتاحتها التكنولوجيا في النصف الثاني من القرن العشرين وبدايات القرن الواحد والعشرين.

وتكمن طاقة هذا النظام في القدرة على جمع البيانات وتصنيفها وتخزينها واسترجاعها وبثها بأكثر كميات ممكنة لأكثر عدد ممكن من الأفراد، وفي أقل وقت ممكن مهما كانت المسافة كذلك يعتمد مجتمع المعلومات المنظم على الاتصالات الفورية من الأنواع كلها، ومن بينها القدرة على الاتصال عبر المسافات البعيدة.

مجتمع المعرفة:

تعد المعرفة هي القاعدة الأساسية اللازمة لإنجاز مشروعات التنمية الإنسانية في شتى المجالات لأنها وسيلة ضرورية لتيسير وتنويع الخيارات المتاحة أمام الأفراد لتنمية قدراتهم وطاقتهم وإمكانياتهم والسمو بأوضاعهم، ويتوقف الفرق بين مجتمع

معرفي في دولة ما والمجتمع المعرفي في دولة أخرى على مستويات ومعدلات النشاطات المعرفية الموجودة في كل منهما وإمكانيات الحصول على المعلومات والقدرة على استخدامها بكفاءة وتسخيرها في خدمة وتحقيق أهداف معينة ومحددة.

يعتبر مجتمع المعرفة ثمرة للتطورات التي عرفتتها المجتمعات المعاصرة، نتيجة التحول في العوامل المحددة للنمو الاقتصادي والتنافسية.

ولعل من أهم هذه العوامل، المعرفة. حيث يعبر مجتمع المعرفة عن المجتمع الذي تتدفق فيه المعارف والمعلومات ببسر وسهولة، بما يتيح الوصول إليها بطرائق سريعة. ومن ثم هو مجتمع يهتم ويساهم بفعالية في إنتاج المعرفة وتطويرها (العبد الله ، 2007م)

مفهوم مجتمع المعرفة:

كثر الحديث في الفترة الأخيرة عن مفهوم "مجتمع المعرفة" على نطاق واسع والمقصود بهذا المفهوم يحيطه بعض الغموض حيث تعددت الآراء بشأنه، إلا أن معظم المفكرين والباحثين يتفقون على إن مفهوم (مجتمع المعرفة) يقصد به توافر وتشجيع مستويات متقدمة من البحث العلمي والتنمية التكنولوجية التي توفر المادة المعرفية لجميع أفراد هذا المجتمع بلا استثناء وبدون تمييز بحيث يتم حث هؤلاء الأفراد على تعلم كيفية تحقيق الاستفادة المتكاملة والشاملة من المواد المعرفية المتوافرة وتوظيفها واستثمارها وإدارتها بشكل مناسب، وبالتالي فإن المعرفة هي التي تميز المجتمع وتحدد قدرته على الاستمرار والصمود والتقدم والتفوق في المنافسة.

وقد ظهر مفهوم مجتمع المعرفة لأول مرة في منتصف عقد الستينات من القرن الماضي، وقدم العديد من الباحثين نظريات متنوعة حول مجتمع المعرفة وخصائصه وأبعاده ومكوناته، ومن أبرز هذه الجهود النظرية التي قدمها الباحث (نيكوستر)، وهي

نظرية خاصة بالسمات العامة لمجتمع المعرفة وتركز على الوظائف والأدوار المعرفية على أساس أن المعرفة تمثل منتجا جديدا يمكن أن يحل محل رأس المال حيث أنها تعبر عن عناصر الإنتاج غير التقليدية.

مجتمع المعرفة يمثل برنامجا متكاملا يتضمن التعليم والعلوم والثقافة والتكنولوجيا والاتصال التي تمثل كلها معا وحدة متكاملة ومتماسكة (الحسيني، 1430هـ)

وتري الباحثة أن مجتمع المعرفة في ضوء التطورات الاقتصادية والتكنولوجية والاجتماعية والطفرات التكنولوجية والثورة المعلوماتية التي حدثت في العقود الأخيرة من المؤثرات القوية التي تمارس تأثيراً كبيراً وواسعاً على مختلف جوانب الحياة المعاصرة.

عرفها برنامج الأمم المتحدة الإنمائي المجتمع الذي يقوم أساساً على نشر المعرفة وإنتاجها وتوظيفها بكفاءة في جميع مجالات النشاط المجتمعي: الاقتصاد، المجتمع المدن، السياسة والحياة الخاصة وصولاً لترقية الحالة الإنسانية باضطراد، أي إقامة التنمية الإنسانية (برنامج الأمم المتحدة الإنمائي 2003).

يستخدم تقرير اليونسكو مصطلح (مجتمعات المعرفة) بدلا من (مجتمع المعرفة) وهو مفهوم يتضمن أبعادا اجتماعية وأخلاقية وسياسية، انطلاقاً من وجود أشكال مختلفة للمعرفة والثقافة تدخل في بناء كل مجتمع، بما فيها تلك المتأثرة بقوة بالانجازات العلمية والتقنية العصرية (اليونسكو، 2005). وانطلاقاً من ذلك لابد أن تتجاوز فكرة وجود نموذج وحيد من مجتمعات المعرفة للبلدان النامية ومنها العربية.

يقوم مجتمع المعرفة على مجموعة من الدعائم، تتمثل في: (يوسفي، 2013)

- وجود اقتصاد معرفي أو قائم على المعرفة

- مركزية مكان المعلومات في نسق الحياة المجتمعية،
- الاعتماد على تكنولوجيا الاتصال
- تحول الفرد إلي مواطن رقمي.

لخصت (عنايات) خصائص إنسان مجتمع المعلومات كما يلي :

1. متفرد وغير نمطي (ليس صورة مكررة عن الآخرين).
2. يمارس التفكير الناقد.
3. قادر على التعليم المستمر والذاتي والشامل.
4. إنسان المستقبل، مبدع ومبتكر.
5. إيجابي ومتعاون، قادر على المبادرة والتفكير الخلاق واتخاذ القرارات.
6. معتز بعقيده، ويحترم عقائد الآخرين.

خصائص مجتمع المعرفة:

ذكر (توم) أن مفهوم مجتمع المعرفة مر بثلاث مراحل حتي تشكل بصورته الحالية (tuom.2001):

المرحلة الأولى: كانت من بداية السبعينات وحتى بداية التسعينات من القرن الماضي (1970-1990). ففي هذه المرحلة حدثت نقلة نوعية في مجال الاتصالات واتساع البني التحتية لاستخدام تكنولوجيا الاتصالات، إلي جانب تأسيس عدد من الهيئات والمنظمات التي عنيت بتطوير تكنولوجيا المعلومات، ففي اليابان تم تأسيس برنامج الجيل الخامس (Fifth Generation) ومثله في أوروبا.

المرحلة الثانية: والتي ظهرت في عامي (1991- 1992) م وذلك أثناء الحملة الانتخابية للرئاسة بالولايات المتحدة الأمريكية عندما أعلن (جوز) في مشروعة الانتخابية فكرة البنية التحتية للمعلومات (National Information Infrastructure)

كنقطة تحول نحو المستقبل. طُرحت في إطار هذا المشروع عدة أفكار: المنافسة، والتنمية الاقتصادية، والتشريعات، والخصوصيات، والأمن، وحقوق الملكية الفكرية. ولم تبق أفكار (آل جوز) حبيسة حملته الانتخابية بالرغم من فشلة في الفوز بمنصب الرئاسة الأمريكية بل وجدت طريقها نحو العالمية، معلنة وبخطي حثيثة بزوغ الموجة الثالثة والحالية، التي اتسمت بظهور مصطلح مجتمع المعرفة.

المرحلة الثالثة: حيث شهد العالم انتشاراً واسعاً للإنترنت واستخداماته بشكل عمق الحاجة إلي وجود تشريعات تحكم هذا المجال. وقد تبين أن صياغة التشريعات الجديدة لا يمكن أن تتم بعيداً عن المجتمع ومكوناته، الأمر الذي أكسب التقدم في استخدام تكنولوجيا المعلومات والإنترنت بعداً اجتماعياً. لذا لم تصبح اهتمامات هذه المرحلة مقتصرة على الطابع العلمي المحض لتكنولوجيا الاتصالات والمعلومات وحسب بل شملت مجالات عديدة منها التفاعل الاجتماعي، والهوية، والأخلاق، والدين، والأسرة وغيرها من المواضيع .

ومنذ أواخر التسعينات من القرن الماضي بدأت الدراسات والبحوث التي تدور حول مجتمع المعرفة التحول من طابعها التكنولوجي البحت، لتصبح أكثر ارتباطاً بالبشر، وتركيزاً على المجتمع. إضافة إلي ذلك، ربط التطور في مجال مجتمع المعرفة بالتقدم الصناعي والتجاري ورفقي الشعوب، والرخاء. وسوقت الأمم المتحدة هذه الفكرة بين دول العالم التي أصبحت تسارع إلي تبني مفهوم مجتمع المعرفة، وتضع الخطط الإستراتيجية لتحقيق المعايير التي تدل على التحول إلي مجتمع المعرفة. فقد جاء في تقرير المجلس الاقتصادي والاجتماعي للأمم المتحدة لعام 2004م إن ثورة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات أعادت بنهاية القرن العشرين صياغة طرق إنشاء المعرفة وجني ثمارها وتجميعها، وتولييفها، ومعالجتها، وتحسينها، وتوجيهها. وهذا الأمر يزيد من كفاءة استخدام المعرفة وفعاليتها في النمو والتنمية في الميدان الاقتصادي إلي الحد

الذي أصبحت فيه المعرفة عاملاً رئيسياً من عوامل إضافة القيمة وإنشاء الثروة في اقتصاد السوق (تقرير الأمانة العامة، الأمم المتحدة، 2004) وفي عصر المعرفة الحالي، أصبح العقل والأفكار الخلاقة والإبتكارية مصدراً رئيساً من مصادر التفوق. وهذه العوامل تبشر أيضاً بدفع عجلة التنمية البشرية وتحسين نوعية الحياة على نحو كبير.

وما جاء في التقرير العالمي (اليونسكو) في جنيف نحو مجتمعات المعرفة (اليونسكو. 2006)

يمكن استخلاص ما يلي:

1. لا تقتصر مجتمعات المعرفة على مجتمعات الإعلام. ولا يمكن اعتبار المعرفة مجرد سلعة، خلافاً للإعلام.
2. الحد من الفجوة الرقمية أمر مهم، لكنه غير كاف، إذ أن الفجوة الرقمية غالباً ما تقتزن بفجوة معرفية أكثر عمقاً وقدماً.
3. ستلعب المعرفة دوراً متزايداً في النمو الاقتصادي في بلدان الشمال كما في بلدان الجنوب. كما أنها تشكل أحد أسس التنمية البشرية المستدامة.
4. يشكل ازدهار مجتمعات المعرفة فرصة جديدة للتنمية بالنسبة إلى بلدان الجنوب طالما أنه لا يؤسس لوضع يصب في مصلحة بلدان الشمال.
5. ليس هناك من نموذج وحيد لإنشاء مجتمع المعرفة. بل يجب أن تكون مجتمعات المعرفة متعددة وأن تعترف بتنوع الثقافات المعرفية. كما يقع على كل مجتمع التركيز على قيمة المعارف المحلية والأصلية التي يكتنز بها.
6. لن تؤدي مجتمعات المعرفة رسالتها ما لم تؤسس فعلياً قاعدة لأخلاقيات التعاون وتتحول إلى مجتمعات لتقاسم المعرفة.

الاختلافات بين مجتمع المعلومات ومجتمع المعرفة:

رغم ما يبدو من تشابه ظاهر بينهما فإن هناك اختلافا جوهريا من حيث المفهوم ويتضح ذلك جليا من خلال التعريف الدقيق لكل منهما:

1. مجتمع المعلومات: وليد الفيض الكثيف من المعلومات والانتقال الحر للمعلومات والأفكار، وتنظيم موارد المعلومات وتمثيلها رقميا بحيث يسهل الوصول إليها وتحويلها وإدماجها.

2. مجتمع المعرفة: قائم على استقلال المعرفة كأهم مورد للتنمية، إن العالم من خلال الانترنت يمر بمرحلة يطلق عليها مجتمع المعلومات العالمي. (يري أهل التنمية انه ممكن استقلاله في بناء مجتمع مغاير تماما لسوابقه، وهو مجتمع المعرفة (درويش وآخرون، 2014م، ص9)

أما وجهة نظر منظمة اليونسكو في ما يخص التفريق بين مجتمع المعلومات والمعرفة والتي أسفرت عنها المنظمة بوضوح في الدورة الأولى للقمّة العالمية حول مجتمع المعلومات في (ديسمبر 2003 م)، حيث أوصت بتبني مفهوم مجتمع المعرفة بدلا من مجتمع المعلومات، تعدد التوجيه المعرفي أن يتسامي على المعلوماتي الذي يركز على الشق التكنولوجي لاتصالي بعبارة أخرى أن خطاب مجتمع المعلومات ينشغل بأمور البني التحتية، التي توفر الوسائل العملية للنفاد إلي مصادر المعلومات وتبادلها، وهي مهمة يتكفل بها الاتحاد الدولي للاتصالات (السعران، 2014. ص 22)

وعلى هذا الأساس ينظر إلي العالم عبر العشرة آلاف السنة الماضية من عمر البشرية على أنه عبر الجسر الموصل إلي عصر المعلومات من خلال ثلاثة عصور سابقة، هي عصر الصيد والفنص ثم العصر الزراعي ثم العصر الصناعي وصولا إلي العصر الأخير الذي يطلق عليه الآن عصر المعلومات وإن كان بعض المتخصصين

يفضلون إطلاق مصطلح عصر المعرفة على السنوات الأخيرة، إلا أن هذا الأمر مازال محل جدال (خضر، 2012، م، ص 43).

الواقع الافتراضي:

تُعد الفترة الراهنة من تطور البشرية فترة الحاسوب، وامتداد إمكانات استخدامه لتشمل أعداداً هائلة من البشر بشتي الأعمار والثقافات والمستويات التعليمية، وقد وصل التطور في مجال صناعة التقنيات إلي الحد الذي يجعلها اليوم قادرة على صنع عالم مواز لعالمنا عالم دُرَج على تسميته بالواقع الافتراضي (Virtual Reality)، يستطيع المرء أن يتذوقه وان يعيش فيه بحواسه وأفكاره بل وحتى أحياناً بانتمائه.

مفهوم الواقع الافتراضي (Virtual Reality):

من وجهة نظر المعلوماتية هو فرع من المنتجات الالكترونية التي تشكل تجسيداً حاسوبياً ثلاثي الأبعاد مرتبطاً مع إمكانية تضمين مواقع متنوعة يكون من الممكن أساساً التعامل معها بشكل فأعلى في البيئة الثلاثية الأبعاد (Juszczyk-1998- p.138).

أما الواقع الافتراضي اليوم فانه يعني عالماً يتم صنعة بمساعدة الوسائط الإلكترونية وبالنسبة للإنسان الذي يستطيع أن يدخل أكثر في عالم الحاسوب بواسطة حواس البصر اللمس، وربما الشم بل وحتى الحركة، ليخضع لوهم ما ندعوه بالعالم الكاذب أي أن يشعر المرء بالمشاركة في عالم رغم انه يبدو عليه درجة معينة من الواقعية فانه في الواقع غير موجود، انه يمنح المرء شعور المشاركة في حياة وهمية، او في عالم يبدو عليه انه حقيقي لكنه ليس كذلك (Schweber&Schweber 1995.p28).

برغم شيوع مصطلح الواقع الافتراضي، فمن النادر أن نجد مستخدميه يجمعون على تعريف واحد ومعني واحد لهذا المصطلح، عرفته المنظومة العصرية للتكنولوجيا بأنه عالم يصنعه الحاسب الآلي، بحيث يمكن للإنسان التفاعل معه آتياً بنفس الأسلوب الذي يتفاعل به مع العالم الحقيقي) (المنظومة العصرية للتكنولوجيا www.Techm3loma 2017/5/2 س 2ظهرا)

عرفته (ويكيبيديا) بأنه مصطلح يأتي باسم الواقع المتخيل أو الكامن أو الظاهري أو الافتراضي ويعني محاكاة الحاسوب للبيئات التي يمكن محاكاتها مادياً في بعض الأماكن في العالم الحقيقي، وذلك في العوالم الخيالية. ([www.wikipedia.orghttps](https://www.wikipedia.org)) (2017/5/ الساعة 2 ظهرا).

ويري (صالح خليل أبو أصبع) أن المكان الافتراضي مصطلحاً حديث التداول الفكري ويقصد به كل ما له صلة بالفضاء التخيلي، بشقة المادي المتمثل في إبداع سبل جديدة في هندسة تكنولوجيات الافتراضي وبشقه الاعتباري، يضم أنشطة عالمنا الواقعي المعتاد، أو في إمكانه أن يضمها جميعاً ويضم أشياء جديدة أخرى (أبو أصبع.2005.ص17)

فالواقع الافتراضي (Virtual Reality) تجسيد تخيلي بوسائل تكنولوجية متطورة للواقع الحقيقي، لكنه ليس حقيقياً، بحيث يعطينا إمكانيات لا نهائية للضوء والامتداد والصوت والإحساس والرؤيا واضطراب المشاعر كما لو أننا في الواقع الفيزيائي الطبيعي.

يري (سلامة أحمد عبد الكريم) أن مفهوم المجتمع الافتراضي نفسه يعمل في اتجاه معاكس لمفهوم سيادة الدولة القائم على حدود جغرافية معروفة تسمح بتوقيع

العقاب على من يلحق ضرر بالمجتمع فضلاً عن طبيعة المادة التي يتم تداولها في هذا المجتمع الفضائي، غير ملموسة وغير قابلة للتغيير في أي لحظة (عبدالكريم، ص 7).

تري الباحثة أن الواقع الافتراضي تقنية مذهلة تسمح لمستخدم الكمبيوتر أو الهاتف الجوال أن يخطو من خلال شاشة الكمبيوتر أو الهاتف إلي بعد آخر. كما أن سهولة الاتصال أدت إلي تشكيل مجتمعات الكترونية، فالمجتمع الافتراضي هو جماعة من البشر تربطهم اهتمامات مشتركة، ولا تربطهم بالضرورة حدود جغرافية أو أواصر عرقية أو قبلية أو سياسية أو دينية، يتفاعلون عبر وسائل التواصل الحديثة والمواقع والتطبيقات الاجتماعية.

فجماعة المجتمع الافتراضي تزيد وتنقص وتكبر وتصغر وفق شعبية الموقع وسهولة استخدامه، غير أن هويات أفراد هذه الجماعة تظل موضع ريبه وتساؤل ما لم يكن لها وجود حقيقي ومعلوم في العالم الواقعي.

بداية الواقع الافتراضي (Virtual Reality):

أول ظهور لمصطلح المجتمع الافتراضي في صورته الانجليزية عنواناً لكتاب (هوارد راينجولد. Rheingold. 1993)، وبدأت هذه التقنية أواخر الستينات من القرن العشرين، بحيث بدأ (مايرون كروجر Myron Krueger) الذي يلقب بأبي الواقعية الافتراضية في اختراع أنواع من البيئة الافتراضية التي يتحرك فيها المستخدم، فقد كانت تحت مبدأ تعال كما أنت (comes as you are)، في استخدام أجهزة استقبال لإبراز جسم المستخدم حتي يمكنه التفاعل مع صور مولدة بواسطة الحاسب الآلي، فتكون التحركات كمدخلات يقوم الحاسب الآلي بقراءتها، وتقوم الكاميرات بمتابعة هذه التحركات ورصدها.

ومنذ سنوات قليلة ماضية، أصبحت الألعاب أكثر تعقيدا لذا ظهرت الحاجة إلي نظارات الرؤية المجسمة، فكانت هذه الفكرة تعد انجازا عظيما في تلك الأيام، ولكن مع تقدم التكنولوجيا اكتشف العلماء في الوقت الحاضر، فسيولوجيا الرؤية المجسمة.

وعندما أصبح للحاسب من قوة وسرعة، صار بالإمكان لأكثر من مستخدم الاشتراك في نفس العالم التخيلي أو الافتراضي، ويتم ذلك عن طريق استخدام حواسيب متصلة مع بعضها البعض بشبكة اتصال، ويتمكن المستخدمون من رؤية بعضهم البعض والتفاعل والتنافس، وهو ما يسمى ب (net worked VR).

رغم الشيوع الكبير لمصطلح الواقع الافتراضي فقد طرح (الدكتور نبيل علي) أبرز منظري المعلوماتية في العالم العربي مصطلح (الواقع الخائلي). وقد شرح هذا المصطلح باستفاضة وأعرّب عن اعتقاده في أن الواقع الخائلي أكثر انساقاً مع اللغة العربية لقابليته للاشتقاق ناهيك عن دقته (نبييل، 2001م، ص161) ومنذ صدور كتاب (الثقافة العربية وعصر المعلومات) بدأ كثيرون في استخدام الواقع الخائلي بدلا من الواقع الافتراضي وهنالك من يترجمون المصطلح على أنه الواقع الوهمي أو الواقع الظاهري أو الحقيقة الافتراضية غير أن ذلك لا يلقي قبولا واسعا.

أن الواقع الافتراضي تقنية مذهلة تسمح لمستخدم الكمبيوتر أن يخط ومن خلال شاشة الكمبيوتر إلي بعد آخر، يحتوي على عالم صناعي.

سمات المجتمع الافتراضي

ذكر (بهاء الدين محمد مزيد) عدد من السمات التي تتميز بها المجتمعات الافتراضية (2012م، ص11):

1. المرونة.

2. مجتمعات لا تنام.

3. العزلة.

4. اختيارية.

5. بيئة مفتوحة للتمرد.

6. يتسم بدرجة عالية من اللامركزية

تري الباحثة أن هذه السمات مهدت لكي تكون البيئة الافتراضية بيئة جاذبة ومؤثرة في المجتمعات، فالمرونة تعني انهيار فكرة الجماعة المرجعية بمعناها التقليدي، فالمجتمع الافتراضي لا يتحدد بالجغرافيا أو القبيلة بل بالاهتمام والمصلحة، كما أن المرء يستطيع التواصل مع غيره عبر مواقع التواصل الاجتماعي والمنديات وغيرها في سيارته أو مكتبة في أي وقت طالما توفر له هاتف أو كمبيوتر محمول وخدمة انترنت كذلك مجتمعات لا تنام فالحدود الجغرافية ليس لها وجود في المجتمعات الافتراضية وتلاشي حدود الزمان والمكان جعل أفراد هذا المجتمع يجدون من يتواصلون معه على مدار اليوم وفي أي مكان في العالم. كما أن أفراد هذا المجتمع سمتهم البارزة العزلة والإنفراد عن العالم الواقعي والهروب إلى الجماعات الافتراضية، لقد نتج عن تطور المجتمعات الافتراضية حالات متفاوتة من الانقطاع عن العالم الواقعي، وانهيار العلاقات الاجتماعية الحقيقية. كما أنها لا تقوم على الجبر والإلزام، بل تقوم في مجملها على الاختيار ليس هناك ما يرغم أحد على قبول صداقة غيره، ولا على الرد على رسالة الكترونية أو التعليق أو المداخلة وهي بيئة مفتوحة للتمرد والثورة بداية من التمرد على الخجل والانطواء وانتهاءً بالثورة على الأنظمة السياسية، مروراً بالتمرد على الأخلاق العامة واللياقة واللباقة، من أسباب ذلك أن المجتمعات الافتراضية تتيح لروادها التخفي فلا يشعرون بالحرَج.

أن ما يحدث في الواقع الحقيقي المعلوم ينسحب على الواقع الافتراضي إلا أن الواقع الافتراضي يوفر بيئة جيدة لضعاف النفوس وأصحاب الغايات الغير أخلاقية فخاصية الخصوصية تتيح لمرتادي تلك المواقع إخفاء الهوية.

ملخص:

تطرق الفصل لتعريف الخبراء والباحثون في كافة العلوم الإنسانية لتكنولوجيا الاتصال والمعلومات وتوافقت العديد من التعريفات مع أهداف البحث ، وقد جاءت كل التعريفات مؤكدة على أن التكنولوجيا في خلاصتها هي معرفة علمية متطورة ومستحدثة وظفها الإنسان لخدمة البشرية وتحسين الأداء.

كما أن تكنولوجيا الاتصال والمعلومات شهدت تطور كبير ومتسارع ، بل ان التطور كان الأهم والأكثر إثارة من بين جوانب الثورة التكنولوجية جميعها، واهم ما تحقق في هذا التطور تمثل بربط وسائل الإعلام مع الوسائل الالكترونية الحديثة وخلق نظام اتصالي مبني على ترابط هذه الوسائل ، وتعرض الفصل لنقاط التوافق والاختلاف بين تكنولوجيا الاتصال وتكنولوجيا المعلومات ، وتناول استخدامات التكنولوجيا المتعددة والمجتمعات التي أفرزتها التكنولوجيا من مجتمع المعرفة ومجتمع المعلومات وتقنيات الواقع الافتراضي والمجتمعات الافتراضية .

الفصل الثاني: القيم الاجتماعية والتكنولوجيا.

المبحث الأول : مفهوم وتعريف القيم

المبحث الثاني : خصائص وسمات القيم

المبحث الثالث : القيم وتطور التكنولوجيا

المبحث الأول

مفهوم وتعريف القيم

ليس من السهل الحديث عن القيم، ذلك لأنة موضوع متشعب المصادر ومتداخل الأبعاد حتي أن لفظة القيمة في حد ذاتها استعملت بشكل واسع في تراث العلوم الاجتماعية والإنسانية لدرجة أن الدارس لتعريفها يجد نفسه أمام كم هائل ومتنوع من التعاريف.

تعتبر القيم الاجتماعية من المفاهيم الضرورية لدراسة المجتمع حيث أنها تحدد درجة رقي وتحضر المجتمعات، والتمسك بالقيم الفاضلة يعني تماسك النسيج الاجتماعي ودليل لصحة المجتمعات وخلوها من التفكك والانحلال. والقيم تتغلغل في حياة الناس أفرادا وجماعات وترتبط عندهم بمعني الحياة لأنها ترتبط ارتباطاً وثيقاً بدوافع السلوك والآمال والأهداف (شفيق، 2003م ص58). لذلك حظيت القيم باهتمام العلماء في كل المجالات فأهتم بها علماء الدراسات الإنسانية والاجتماع وعلماء النفس والاقتصاد والسياسة ورواد الفكر الفلسفي وغير ذلك.

تعريف القيم:

المعني اللغوي للقيم: جاء في المعجم الوسيط أن قيمة الشيء هي قدره، وقيمة المتاع هي ثمنه. ويقال ما لفلان قيمة أي ماله ثبات ودوام على الأمر (أنيس. وآخرون، 1979، ص768)

كلمة القيمة في اللغة العربية مشتقة من القيام وهو نقيض الجلوس، قام يقوم قوماً وقياماً وقومه والقيام بمعني آخر هو العزم ومنه قوله تعالي كما جاء في سورة الجن أيه (19) (وأنه لما قام عبد الله يدعوه كادوا يكونون عليه لبداً).

وجاء القيام بمعنى المحافظة والإصلاح ومنه كما ورد في الآية (34) من سورة النساء (الرجال قوامون على النساء).

وقد استخدمت القيمة بمعنى التعديل والاستقامة والاعتدال، فقد قيل: قام الأمر أي اعتدل واستقام، وقام الحق أي ظهر واستقر، وقوم الأعوج: أي عدله وأزال اعوجاجه. وورد في سورة البينة (رسولٌ من الله يتلو صحفاً مطهرة (2) فيها كُتِبَ قيمة (3) أي ذات قيمه رفيعة.

وقال تعالى في سورة الأنعام أيه (161) (قُلْ إِنِّي هَدَانِي رَبِّي إِلَى صِرَاطٍ مُسْتَقِيمٍ دِينًا قِيمًا مِلَّةَ إِبْرَاهِيمَ حَنِيفًا وَمَا كَانَ مِنَ الْمُشْرِكِينَ) أي مستقيم لا عوج فيه. القيم من المفاهيم الفلسفية التي تدور حولها الخلافات في أطار المذاهب والأفكار الفلسفية.

في علم الاجتماع تعتبر القيم حقائق أساسية هامة في البناء الاجتماعي (معجم اللغة العربية 1980م، ص422).

كما أن القيم مبدأ مجرد وعام للسلوك يشعر أعضاء الجماعة نحوه بالارتباط الانفعالي القوي، كما انه يوفر لهم مستوي للحكم على الانفعال والأهداف الخاصة.

القيم مجموعة الأفكار أو التصورات المرغوبة أو غير المرغوبة للأهداف والوسائل وأشكال الفعل (غيث، 1990م، ص3). وفي كل مجتمع يوجد نسق من القيم التي تلقي نوعا من الاستجابة بقصد تحقيق التماسك بين الأفراد، فالقيم هي ملتي السلوك وهي وسيلة من وسائل تنظيم هذا السلوك وتحقيق الضبط الاجتماعي وان المثول للقيم والالتزام بها إنما يعم بطريقه آلية.

يري (نجيب اسكندر) أن القيم الاجتماعية نتاج خبرات اجتماعية، وهي تتكون نتيجة عمليات انتقاء جماعية يصطلح أفراد المجتمع عليها لتنظيم العلاقات بينهم (اسكندر وآخرون، 1962م، ص 17-18)

عرفتها (فوزية دياب) القيم من المفاهيم الجوهرية في جميع ميادين الحياة الاقتصادية، والسياسية، والاجتماعية، وهي تمس العلاقات الإنسانية بكافة صورها لأنها ضرورة اجتماعية ولأنها معايير وأهداف لا بد أن نجدها في كل مجتمع منظم، سواء كان متخلفاً أو متقدماً، فهي تتخلل في الأفراد في شكل اتجاهات ودوافع وتطلعات، وفي بعض المواقف الاجتماعية تعبر القيم عن نفسها وبرامج للتنظيم الاجتماعي والنظم الاجتماعية (1966م، ص 16)

وتعتبر القيم محصلة لتطور الكثير من عمليات الانتقاء والتقييم التي تنتج اتساقاً طويل المدى وتنظيماً في سلوك الفرد بوصفها إطاراً مرجعياً ينظم نطاقاً أوسع مدي من الاتجاه في تأثيره على الموضوعات.

ويري (يوسف عبد الفتاح) أن القيم ظاهرة ديناميكية متطورة لذلك لا بد من النظر إليها من خلال الوسط الذي تنشأ فيه والحكم عليها حكماً موقفياً وذلك بنسبتها إلى المعايير التي يضعها المجتمع في زمن معين وبارجاعها إلى الظروف المحيطة بثقافة المجتمع (عبد الفتاح، ص 58).

أن القيم أهداف مرغوبة تتباين في أهميتها، وتفيد كمبادئ توجيهية في حياة الإنسان.

كما أن التقاليد تضع القيم في أي مجتمع فهي إذن محافظه بطبيعتها ولهذا كانت القيم ثقافية الأصل والاتجاه، وكلما كانت القيم ذات معني واضح كلما تم اكتسابها دون وعي وتصبح موجّهات السلوك دون إحساس مشعور به، ومهما اختلفت باختلاف

الجنس أو الطبقة في السعي الاجتماعي فإن قيما معينه تظل ذات عموميه لجميع الأعضاء على الرغم من أن الكثيرين قد يفشلون في تحقيقها في سلوكهم الفردي أو الاجتماعي.

مفهوم القيم في العلوم الإنسانية:

القيمة في علم الاقتصاد: لكلمة قيمة في لغة الاقتصاد معنيان:

الأول: صلاحية شيء لإشباع حاجة، ويعني مصطلح (قيمة المنفعة).

الثاني: وهو ما يساويه متاع حين يستبدل به غيره في السوق، وهذا ما يعبر عنه بمصطلح

قيمة المبادلة وقيمة المنفعة لمتاع ما.

مفهوم القيم في الفلسفة:

ينقسم الفلاسفة بصفة عامة إلى قسمين حول هذا الموضوع:

الأول يتمثل في اتجاه الفلسفات المثالية أو العقلية، حيث يري " أفلاطون " أن الناس لا يعون مصادر الإلزام في حياتهم، ومع ذلك فهم يدركون مثلاً عليا، ويتحدثون عن الحق والجمال، ويرى أنه لابد أن يكون هناك مصدر استقي منه الناس هذه المعتقدات التي تؤدي بهم هذا اللون من التفكير أو الحديث أو السلوك، ويخرج " أفلاطون " من هذه المشكلة بالقول بأن مصدر هذه الإحساسات والأفكار السامية عالما آخر غير هذا العالم الذي نعيش فيه، عالم توجد فيه الأشياء كاملة كما يجب أن تكون، وهو عالم الحق والخير والجمال.

أما (كانت Kant) فلم يلجأ إلي العالم الخارجي واهتدي إلي حل وأكد أن العلم والجمال والأخلاق مصدرها العقل.

أما الاتجاه الثاني: في تمثل في الفلسفات الطبيعية والتي تعتبر القيم جزءاً يتجزأ من الواقع الموضوعي للحياة والخبرة الإنسانية، فالقيم هي من نسج الخبرة الإنسانية أكانت خيرة أو شريرة صحيحة أو خاطئة، قبيحة أو جميلة، وإنما هذه الأحكام نصدها من واقع تأثيرنا في هذه الأشياء وتأثرنا بها (معتز، وآخرون، ص 353)

كما أن هنالك اتجاه ثالث هم أصحاب الفلسفة البرجماتية في هذه المدرسة لا يؤمنون بوجود القيم الأخلاقية، وتؤكد الفلسفة البرجماتية بأهمية البيئة الخارجية للإنسان وتأثيرها على سلوكه.

مفهوم القيم في الدين:

القيم الإسلامية تتميز عن غيرها، بأن مصدرها الأساسي هو القرآن الكريم، كلام الله المنزه عن الخطأ، وكذلك سنة حبيبه ورسوله ونبيه المصطفى محمد صلي الله عليه وسلم ولذلك تتصف النظرة الإسلامية للقيم بالكمال؛ لأن مصدرها هو الله عز وجل الذي يعلم خبايا الإنسان، والكون وسننه، التي يتحرك الإنسان في إطارها، حيث يقول الله تعالى في كتابه الكريم (أَلَا يَعْلَمُ مَنْ خَلَقَ وَهُوَ اللَّطِيفُ الْخَبِيرُ) (14) الملك مصادر التشريع الأربعة: القرآن الكريم، السنة المطهرة، الإجماع، القياس.

مفهوم القيم في علم الاجتماع:

يري علماء الاجتماع أن عملية التقييم تقوم على أساس: وجود مقياس ومضاهاة في ضوء مصالح الشخص من جانب، وفي ضوء ما يتيح له المجتمع من وسائل وإمكانات لتحقيق هذه المصالح من جانب آخر، ففي القيم عملية انتقاء مشروط بالظروف المجتمعية المتاحة.

وتعتبر القيم كما يعرفها العديد من علماء الاجتماع مستوي أو معياراً للانتقاء من بين بدائل أو إمكانات اجتماعية متاحة أمام الشخص الاجتماعي في الموقف الاجتماعي (خليفة، 1992م، ص39)

مفهوم القيم في الفكر السيكولوجي :

يتناول علم النفس موضوع القيم بطريقة تختلف عن تلك التي تناولها علم الاجتماع، فنجد أن علم النفس يركز اهتماماته على دراسة قيم الفرد ومحدداتها سواء أكانت نفسية أو اجتماعية أم جسمية، ويهتم بكل جانب من جوانب سلوك الفرد في المجتمع حيث يركز عنايته على سمات الفرد واستعداداته واستجاباته فيما يتصل بعلاقاته بالآخرين، في حين علم الاجتماع تعامل مع القيم الجماعية.

يتضح مما سبق أن مفهوم القيمة من المفاهيم التي يشوبها نوع من الغموض والخلط في استخدامها، وذلك راجع لكونها حظيت باهتمام الكثير من الباحثين في تخصصات مختلفة ولهذا اختلف الباحثون في وضع تعريف محدد لها، ومرد ذلك الاختلاف يعزي إلى المنطلقات النظرية التخصصية، فمنهم :علماء الدين، وعلماء النفس وعلماء الاجتماع، وعلماء الاقتصاد، وعلماء الرياضيات، وعلماء اللغة... الخ، فلكل منهم مفهومه الخاص الذي يتفق مع تخصصه . فالقيمة تطلق على كل ما هو جدير باهتمام الفرد لاعتبارات مادية أو معنوية أو اجتماعية أو أخلاقية أو دينية أو جمالية (المعاينة، 2000م، ص 185).

ويري (حامد عبد السلام زهران) أن القيمة هي عبارة عن تنظيمات لأحكام عقلية انفعالية وهي مفهوم ضمني غالبا يعبر عن الفضل أو الامتياز أو درجة الفضل الذي يرتبط بالأشخاص أو الأشياء أو المعاني أو أوجه النشاط (عبد الفتاح. وآخرون، 2000م، ص227).

أما (نيوكومب) فيذهب إلي أن القيم عبارة عن الإطارات المرجعية العامة والسائدة التي تربط اتجاهات الفرد فيما بينها، وتعمل كدلائل تستخدم في تقويم الخبرة والسلوك من حيث اتفاقها أو خروجها عن الأهداف الأساسية للحياة (عويضة: 1996م، ص13).

ويعرفها (بارسونز) بأنها العنصر الأول الذي يحقق الصلة بين الأنساق الاجتماعية والثقافية (Parsons، 1966، p 8) . ويؤكد بيرري (perry) أيضا أن أي شيء يهمننا أياً كان موضوعه فإنه حتماً يكتسب قيمة. أما (ثوراندايك Thorndike) يري أن القيم تفضيلات وأن القيمة الإيجابية منها والسلبية تكمن في اللذة أو الألم الذي يشعر بهما الإنسان في حين يري (سارجنت Sargent) أن الاتجاهات تدل على ميل سلوكي يتميز بشعور سار أو مؤلم أما القيم تحتل الأمور التي تتجه نحوها رغباتنا أو اتجاهاتنا ولقد أشار (جونار ميردل) أيضا إلي أن القيم و التقويم يعتمدان أساسا على ما ينبغي أن يكون من المرغوب أو المرغوب فيه (Gunnar Myrdal، 1958، p 3).

يذهب (عاطف غيث) إلي أن القيم هي الصفات الشخصية التي يفضلها أو يرغب فيها الناس في ثقافة معينة (1966، ص 259).

كما أنها عبارة عن مجموعة من الديناميات التي توجه سلوك الفرد في حياته اليومية، حيث يستخدمها في الحكم على الأحداث والأشياء: مادية كانت أو معنوية، في مواقف التفضيل والاختيار (عبد الفتاح، وآخرون، 1977م، ص 21).

أوضح (مصطفى سويف) أنه بدأ انتقال موضوع القيم من نظرية أنماط الفلسفة إلي علم النفس عندما نشر (سبرانجر Spranger) نظرية أنماط الشخصية والتي يحاول فيها أن يصنف الناس إلي أنماط بناءً على القيم الرئيسية التي تسيطر على

أذهانهم وتحركهم في أفعالهم، ووزع الناس في ستة أنماط للشخصية في ضوء القيم هي:

النمط النظري، النمط الاقتصادي، النمط الجماعي، النمط الاجتماعي، النمط السياسي، النمط الديني (198م، ص 342-343).

في حين يري (سارجنت Sargent) أن الاتجاهات تدل على ميل سلوكي يتميز بشعور سار أو مؤلم أما القيم تحتل الأمور التي تتجه نحوها رغباتنا أو اتجاهاتنا، ولقد أشار (جونار ميردال) أيضا إلي أن القيم والتفويض يعتمدان أساسا على ما ينبغي أن يكون من المرغوب أو المرغوب فيه (Gunnar، 1958، p 3)

كما يري علماء النفس أن هناك ارتباطاً وثيقاً بين الشخصية ككل وبين القيم فإذا عرفنا قيم الشخص، فإننا نعرف شخصيته جيداً (عبد الحي 1981م، ص 328)

ولقد أوضح (عطية) هنا أن القيم عبارة عن تنظيمات معقدة لأحكام عقلية انفعالية معممة نحو الأشخاص أو الأشياء أو المعاني سواء كان التفضيل الناشئ عن هذه التعبيرات متفاوتة صريحا أو ضمنياً وأنه من الممكن أن نتصور هذه التقديرات على أساس أنها امتداد يبدأ بالتقبل ويمر بالتوقف وينتهي بالرفض (1959م، ص 40).

وتعتبر القيم ضرورة هامة يلجأ إليها الفرد للحكم على أشياء ما ويتضح هذا في تعريف (صالح محمد أبو جادو) بأنها اهتمام أو اختيار وتفضيل أو حكم يصدره الإنسان على شيء ما مهتدياً بمجموعة المبادئ والمعايير التي وضعها المجتمع الذي يعيش فيه والذي يحدد المرغوب فيه والمرغوب عنه (1998م، ص 316)

أن مفهوم القيم من المفاهيم التي يتوافر استخدامها عندما يتناول الناس إسهاماً في بعض الأمور، فلا يقتصر حديث القيم على المشكلات ذات الطابع القومي أو الدولي

فحسب بل تشمل معظم جوانب الحياة وتتطرق للعديد من المشكلات (عمادالدين وآخرون، 1962م، ص 4)

وتري (سهير كامل) أن أهمية القيم تأتي في تفسير السلوك والدافع إليه لأن القيم من أهم الوسائل التي تزيد فهمنا للشخصية الإنسانية وتمكننا من تفسير الاختلافات في السلوك (1985، ص 24).

وتتنظم القيم مع بعضها البعض في نظام قيمى بحيث تمثل كل قيمة في هذا النظام عنصراً من عناصره، وعلى قدر ما يوجد من تعدد في مجالات الحياة والسلوك يوجد تعدد في تنظيم القيم الموجهة لسلوك الفرد (نعيم، 1982م، ص 122).

يري (حامد عبد السلام زهران) بأن القيم عبارة عن تنظيمات لأحكام عقلية انفعالية معممة نحو الأشخاص والأشياء أو المعاني أو أوجه النشاط وهي مفهوم مجرد ضمنى غالباً يعبر عن الفضل أو الامتياز أو درجة الفضل الذي يرتبط بالأشياء أو المعاني أو أوجه النشاط (1984م، ص 19).

كما أن القيم تكوينات فرضية نستدل عليها عن طريق التعبيرات المختلفة من خلال اللفظ أو السلوك الذي يسلكه الشخص سواء كان شخصياً أو اجتماعياً لكن على الرغم من تعدد تناول العلماء لموضوع القيم وكثرة ما كُتب فيها فقد أوضحت (سهير كامل) أن القيم مجموعة أحكام يصدرها الفرد على بيئته الإنسانية والاجتماعية والمادية وهذه الأحكام هي في بعض جوانبها نتيجة تقويم الفرد أو تقديره، إلا أنها في جوهرها نتاج اجتماعي استوعبه الفرد وتقبله بحيث يستخدمها كمحكات أو مستويات أو معايير ويمكن أن تتحدد إجرائياً في صورة مجموعة استجابات القبول أو الرفض إزاء موضوعات أو أشخاص أو أشياء أو أفكار (1985، ص 24).

تري الباحثة أن القيم بناء على المفهوم السيكولوجي يظهر أن القيم الشخصية تحدد قيم المجتمع ككل وكما أن معظم التعريفات اتفقت على تعريف القيم بناءً على التفضيلات الشخصية والمرغوب وغير المرغوب

وإذ تحتل القيم مكانة هامة في حياة الفرد والمجتمع فلها أهميتها بالنسبة للشباب فهي تعمل على وقايتهم من الانحراف وتساهم في بناء شخصيتهم، وقدرتهم على التكيف مع الحياة ومشكلاتها، كما أنها تعمل كموجهات لهم في مجالات الحياة المختلفة فتجعلهم أكثر قدرة على اتخاذ قراراتهم وإنهاء صراعاتهم ومواجهة أزماتهم وتحدياتهم وتنمية مجتمعهم (عيد، 1998، ص 197).

وتري الباحثة أن القيم الشخصية هي: عبارة عن تلك المعتقدات والتفضيلات والمفاهيم المجردة التي يحملها الفرد للأشياء والمعاني وأوجه النشاط المختلفة، والتي تعمل على توجيه رغباته واتجاهاته نحوها، حيث تساعده في تحديد السلوكيات ما هو مقبول وما هو مرفوض، ما هو صائب وما هو خاطئ، وتتصف بالثبات النسبي.

وقد اهتم الكثير من الفلاسفة والمفكرين منذ القدم بموضوع القيم باعتبارها أساس استقرار المجتمع وتقدمه، وإذا كانت القيم قد نالت الاهتمام من قبل المجتمع في الماضي فإننا اليوم في أشد الحاجة إلي اهتمام أكبر بالقيم. وقد شهدت المجتمعات مجموعة من التغيرات التكنولوجية والسياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية وغيرها من حيث عمقها واتجاهاتها ونتائجها والتي أثرت بشكل مباشر على النسق القيمي لدي أفراد المجتمع بصفة عامة وعلى الشباب بصفة خاصة أفرزت قيما جديدة مستحدثة لم تكن موجودة من قبل أن القيم الاجتماعية هي منظومة الحياة تؤثر في حياة البشر وفي سلوكياتهم وتحدد شكل العلاقات الإنسانية وأنماط التفاعل وهي صمام الأمان داخل التجمعات البشرية، وتمثل القيم أدوات الضبط الاجتماعي ومحركات السلوك وتفرز آليات الاستقرار والتوازن في المجتمعات البشرية. وإذا تعرضت منظومة القيم

الاجتماعية إلى هزات أو تحولات غير مرغوب فيها أو انتابها نوع من الخلل نتيجة عوامل وظروف محددة تدهورت أحوال البشر وعم الفساد في الأرض وشعر الناس كما يشير (ابن خلدون) بفقدان التوازن وعدم الثقة وضياع الرؤي وانتابت البشر حالة من الإحباط والعجز وعدم الرضي والقلق والتوتر وشاعت بين الناس حالة من التردّي والوهن وسادت الفوضى الأخلاقية والسلوكية وفقد النظام الاجتماعي قدرته على البقاء والالتزام (حجازي،، 2003، ص53).

القيم في الفكر السوسيولوجي:

تتنوع المفاهيم بتنوع النظريات والاتجاهات الفكرية التي هي تصورات للظواهر الاجتماعية. ويظهر هذا في تحديد مفهوم القيم ولقد عرف (كلوكهون): بأن القيم مستوي أو معيار للانتقاء من بين بدائل وممكنات في المواقف الاجتماعية. حيث إن القيم تختلف باختلاف الظروف التاريخية أي باختلاف المرحلة التي يمر بها المجتمع رأسمالية كانت أو اشتراكية

وتحقق القيم وظيفتها التكاملية نتيجة تغلغلها في المواقف والسلوكيات الفردية والجماعية فضلاً عن تعاملها مع النظم بأسلوب أكثر فاعلية وانتشاراً ويدل ذلك على أن عنصر التبادل والفعل وردود الأفعال بين القيم والناس هو الذي يعطي للقيم حيويتها ويثريها ويعمل على استمرارها بحيث لا تتغير إلا إذا سمحت ظروف المجتمع بذلك وبوجود عنصر التغير قبولاً من الإدارة العامة في المجتمع (عبد الباري، 2000م، ص138).

ذكرت فوزيه دياب (ص235) أن المفهوم الاجتماعي للقيم يختلف عن المفهوم الفلسفي الذي ينظر إليها كمقاييس ميتافيزيقية للخير والشر والحق والباطل والصواب والخطأ، أما أن ينظر إليها نظرة موضوعية مستقلة عن ذات الإنسان ومشاعره

ويحددها بمعزل عن خبرته في الحياة الواقعية، لأنها تبعاً لهذا المفهوم الفلسفي آمنة في الأشياء فهي ثابتة لا تتغير.

ويري المفهوم الاجتماعي القيم بأنها ليست آمنة في الأشياء ولا ثابتة فيها وأن الإنسان هو الذي يحمل القيمة في ذهنه ويخلعها على ما يريد، فالأشياء من وجهة النظر الاجتماعية حيادية أي ليست في حد ذاتها مفيدة أو ضارة خيرة أو شريرة، صحيحة أو خاطئة، قبيحة أو جميلة، قيمة أو عديمة القيمة فالأحكام التي تصدرها على الأشياء والقيم التي ننسبها إليها من اهتمامنا بها ورغباتنا فيها. فالاهتمام والرغبة من العناصر المهمة جداً في القيم. وحسب النظرية العامة للقيمة يمكن تعريفها بأنها أحكام بالمرغوب فيه على حسب معايير الجماعة.

في أحكامنا التقويمية على الأشياء، مقيدون بمعايير المجتمع وبأحكامه التقويمية التي تقدم لنا فنتشربها تشرباً ونتمثلها تمثلاً في أثناء تنشئتنا الاجتماعية، لذلك فمن أهم سمات القيم أنها معيارية ولقد زاد (بارسونز) وغيره من علماء الاجتماع والانثروبولوجيا أن القيمة تتكون من ثلاثة عناصر هي:

1. المكون العقلي - المعرفي (الاختيار)
2. - المكون الوجداني - النفسي (التقدير)
3. المكون السلوكي الإرشاد الخلفي (الفعل)

وتؤكد المدرسة الاجتماعية المعاصرة ، أن هذه العناصر الثلاثة متداخلة ومتفاعلة فيما بينها، بتأثير المجتمع والتفاعل الاجتماعي، وتعكس ثقافته، وتعبّر عن طبيعة العلاقات الاجتماعية السائدة.

و أن وجود القيم داخل المجتمع يمثل ضرورة اجتماعية ذلك لأن الثقافات القائمة في المجتمع لديها مجموعة قيم معينة يحصل عليها الفرد تدريجياً وبذلك تعمل القيم على

التماسك الاجتماعي واستمرارية المجتمع في الوجود فهي ضرورية لبقائه ومن ثم تتجه أفعال الأفراد وفقاً لما تمليه هذه القيم من توجيهات طالما أنها محافظة على بقاء المجتمع وفي إطار ذلك أيضاً يحافظ النسق الاجتماعي السائد على الأنماط القيمية ورموزها الثقافية التي تعتبر في بعض الأحيان بمثابة حوافز بسلوك الإنسان أو أهدافاً له في أحيان أخرى وإن كان هؤلاء الأفراد يتميزون في حوافزهم وأهدافهم من وجهة النظر القيمية (عبد الباري، ص 136).

أوضح عبد الباسط محمد في عرض تحليلي لمفهوم القيم في علم الاجتماع ، أن مفهوم القيم أخذ خمسة اتجاهات لعلماء الاجتماع لتوضيح القيم(1971،ص103-116):

الأول: من خلال المثل العليا المجردة في المجتمع الإنساني.

الثاني: توضيح المفهوم عن طريق الأغراض والمصالح والاتجاهات والأهداف.

الثالث: من خلال بعض الحاجات الفطرية والحيوية واعتبار أن القيم عملية تقدير يقوم بها الإنسان لإشباع حاجاته ورغباته.

الرابع: من خلال البناء الاجتماعي والثقافي للمجتمع ككل والأفعال التي يقرها المجتمع.

الخامس: الثقافة بأنماطها وأطرها المختلفة.

وفقاً لما نُكرتري الباحثة أن القيم من منظور علم الاجتماع يمكن تحديدها عن طريق المثل العليا في المجتمع ، و الأهداف والأغراض والمصالح في المجتمع ، كذلك تتحدد القيم من خلال حاجات الإنسان الفطرية والحيوية ، والأفعال التي يقرها المجتمع ، وثقافة المجتمع ، وهذا يشير إلي أن القيم تحددتها المجتمعات .

واتجه (عبدالباسط محمد) إلي أنه إذا كان التأثير بالفلسفة ومحاكاة علماء الطبيعة والكيمياء والأيدولوجيات وتأثر الباحثين الاجتماعيين بالمناخ الفكري المحيط بهم وتشككهم في استخدام كلمة القيم ذاتها والاختلاف في وظائف القيم فإن هذا الاضطراب يجمع بعض الحقائق للوصول بالمفهوم الاجتماعي للقيم بدقة أكثر وهذه الحقائق هي (1971م، ص 116) :

1. اعتبار القيم ظاهرة اجتماعية ثقافية .
 2. وجود عنصر معياري في القيم يحدد عن طريق المجتمع.
 3. وجود عنصر تصوري عقلي يحمي القيم من العشوائية والارتجال.
 4. وجود عنصر مرغوب فيه أو مرغوب عنه من قبل المجتمع وجماعته وأعضائه ويضمن عدم خروج القيم على القواعد العامة التي يستند لها أي بناء اجتماعي
 5. تضمّن القيمة لعملية الانتقاء داخل المواقف الاجتماعية، من بين الوسائل والأهداف التي تحددها الأنساق الفرعية المنظمة في داخل النسق الاجتماعي العام.
- وتري الباحثة أن كل ما ذكر يؤكد أن القيم صنيعة المجتمع ، وأن المجتمع يحددها ويحميها، وأنها اجتماعية ثقافية كما أن المجتمع أيضاً مخول بتحديد المرغوب وغير المرغوب حفاظاً على القيم .

إن القيم لها سمة الانتشار والعمومية داخل المجتمع الواحد أو المجتمعات المختلفة فأنها تتصل وتتفاعل مع كافة النظم الاجتماعية الأخرى السائدة لان لها في هذه الحالة وظيفة اجتماعية فهي تساعد النظام على أن يؤدي الأفراد أعمالهم في إطاره بصورة ناجحة فضلاً عن معاونة الأفراد للعمل بروح الفريق أي بشكل تفاعلي نظراً لمشاركة هؤلاء الأفراد بعضهم البعض ، القيم المشتركة التي توحد أهدافهم فضلاً عن أنها تضع إطاراً في حرية التعامل مع الجميع وبذلك فهي تتميز بأن لها طابعاً مجتمعياً

بحيث لا تقتصر على طائفة من الناس على حساب طائفة أخرى أو منطقة معينة على حساب منطقة أخرى وبذلك تحمي القيم النظم القائمة وتعمل على استمرارها (عبد الباري، 2000م، ص 137).

القيم في الفكر السيكولوجي:

أوضح (مصطفى سويف) أنه بدأ انتقال موضوع القيم من نظرية أنماط الفلسفة إلي علم النفس عندما نشر (سبرانجر Spranger) نظرية أنماط الشخصية والتي يحاول فيها أن يصنف الناس إلي أنماط بناءً على القيم الرئيسية التي تسيطر على أذهانهم وتحركهم في أفعالهم، ووزع الناس في ستة أنماط للشخصية في ضوء القيم هي:

النمط النظري، النمط الاقتصادي، النمط الجماعي، النمط الاجتماعي، النمط السياسي، النمط الديني (198م، ص 342-343).

في حين يري (سارجنت Sargent) أن الاتجاهات تدل على ميل سلوكي يتميز بشعور سار أو مؤلم أما القيم تحتل الأمور التي تتجه نحوها رغباتنا أو اتجاهاتنا، ولقد أشار (جونار ميردال) أيضاً إلي أن القيم والتقويم يعتمدان أساساً على ما ينبغي أن يكون من المرغوب أو المرغوب فيه (Gunnar، 1958، p 3).

كما يري علماء النفس أن هناك ارتباطاً وثيقاً بين الشخصية ككل وبين القيم فإذا عرفنا قيم الشخص، فإننا نعرف شخصيته جيداً (عبد الحي 1981م، ص 328)

ولقد أوضح (عطية) هنا أن القيم عبارة عن تنظيمات معقدة لأحكام عقلية انفعالية معممة نحو الأشخاص أو الأشياء أو المعاني سواء كان التفضيل الناشئ عن هذه التعبيرات متفاوتة صريحاً أو ضمناً وأنه من الممكن أن نتصور هذه التقديرات على أساس أنها امتداد يبدأ بالتقبل ويمر بالتوقف وينتهي بالرفض (1959م، ص 40).

وتعتبر القيم ضرورة هامة يلجأ إليها الفرد للحكم على أشياء ما ويتضح هذا في تعريف (صالح محمد أبو جادو) بأنها اهتمام أو اختيار وتفضيل أو حكم يصدره الإنسان على شيء ما مهتدياً بمجموعة المبادئ والمعايير التي وضعها المجتمع الذي يعيش فيه، والذي يحدد المرغوب فيه والمرغوب عنه (1998م، ص 316)

أن مفهوم القيم من المفاهيم التي يتوافر استخدامها عندما يتناول الناس إسهاماً في بعض الأمور، فلا يقتصر حديث القيم على المشكلات ذات الطابع القومي أو الدولي فحسب بل تشمل معظم جوانب الحياة وتتطرق للعديد من المشكلات (عمادالدين وآخرون، 1962م، ص 4)

وتري (سهير كامل) أن أهمية القيم تأتي في تفسير السلوك والدافع إليه لأن القيم من أهم الوسائل التي تزيد فهمنا للشخصية الإنسانية وتمكننا من تفسير الاختلافات في السلوك (1985، ص 24).

وتتنظم القيم مع بعضها البعض في نظام قيمي بحيث تمثل كل قيمة في هذا النظام عنصراً من عناصره، وعلى قدر ما يوجد من تعدد في مجالات الحياة والسلوك يوجد تعدد في تنظيم القيم الموجهة لسلوك الفرد (نعيم، 1982م، ص 122).

يري (حامد عبد السلام زهران) بأن القيم عبارة عن تنظيمات لأحكام عقلية انفعالية معممة نحو الأشخاص والأشياء أو المعاني أو أوجه النشاط وهي مفهوم مجرد ضمني غالباً يعبر عن الفضل أو الامتياز أو درجة الفضل الذي يرتبط بالأشياء أو المعاني أو أوجه النشاط (1984م، ص 19).

كما أن القيم تكوينات فرضية نستدل عليها عن طريق التعبيرات المختلفة من خلال اللفظ أو السلوك الذي يسلكه الشخص سواء كان شخصياً أو اجتماعياً لكن على الرغم من تعدد تناول العلماء لموضوع القيم وكثرة ما كُتب فيها فقد أوضحت

(سهير كامل) أن القيم مجموعة أحكام يصدرها الفرد على بيئته الإنسانية والاجتماعية والمادية وهذه الأحكام هي في بعض جوانبها نتيجة تقويم الفرد أو تقديره، إلا أنها في جوهرها نتاج اجتماعي استوعبه الفرد وتقبله بحيث يستخدمها كمحكات أو مستويات أو معايير ويمكن أن تتحدد إجرائياً في صورة مجموعة استجابات القبول أو الرفض إزاء موضوعات أو أشخاص أو أشياء أو أفكار (1985، ص24).

تري الباحثة أن القيم بناء على المفهوم السيكولوجي يُظهر أن القيم الشخصية تحدد قيم المجتمع ككل وكما أن معظم التعريفات انفتحت على تعريف القيم بناءً على التفضيلات الشخصية والمرغوب وغير المرغوب .

المبحث الثاني

خصائص وسمات القيم

القيم مسألة نسبية شخصية متغلغلة في الإنسان تتبع منه ومن رغباته لا من خارجه والإنسان هو الذي يضيف على الشيء قيمته، على سبيل المثال الحجاب الذي ترتديه المرأة ما هو إلا قطعة قماش لا قيمة له من الناحية المادية، ولكن تتمثل قيمته الكبرى في الاعتقاد بأن هذا الحجاب سيكون سببا في رضا الله عز وجل.

القيم أساسية في حياة كل إنسان سوي، فالإنسان يجعل لأعماله ودوافعه تنظيما فكريا يفتنح به، فالقيم أشبه بمرشد يتحكم في الكثير من النشاط الإنساني الإرادي، وهذه القيم تساعد كل إنسان على تنظيم معالم شخصيته الفردية والاجتماعية (زهران، 1985 ، ص 197)

القيمة نسبية أي تختلف من شخص لآخر بل تختلف لدى نفس الشخص بالنسبة لنوع حاجاته ورغباته وظروفه، فبينما تمثل قطعة الحلوي لدى الطفل قيمة كبيرة نجد أنها قد لا تمثل نفس القيمة عند الشخص البالغ، كما نجد أن قيمة كوب من الماء عند شخص يموت ظمأً في الصحراء تختلف عن قيمته لشخص ملاً بطنه شرباً.

القيم تلقائية، أي أنها ذات إلزام جمعي، وتخضع لمنطق المجتمع ونظمه وقوانينه الاجتماعية. لذلك لدينا جميعاً إحساس بعلو القيم وارتفاع قدرها وسموها.

كما أن القيم قابلة للانتقال، ومن ثم فهي تشكل تراثاً لعدد من الأنساق الاجتماعية، وأنه من الممكن أن تكون موضع مشاركة جماعية . كثرة القيم ووحدها يرجع إلي كثرة وتنوع الحاجات الإنسانية بمعنى أن وجود القيم بكافة أنواعها، إنما هو

استجابة لحاجات الطبيعة الإنسانية وميولها العاطفية والاقتصادية والاجتماعية (فهمي،
1999م ص101)

القيم ذات ثبات واستقرار نفسي اجتماعي لأنها تدخل في نطاق العادات الفكرية
والاجتماعية والسلوكية، ولكن هذا الثبات نسبي أي يسمح بالتغيير.

القيم مترابطة، تؤثر وتتأثر بغيرها من الظواهر الاجتماعية، فهناك اعتماد
متبادل بين الأدوار الاجتماعية والقيم، كما أن هناك تأثيراً وتأثيراً مشتركاً بين القيم
ومكونات البناء الاجتماعي.

القيم مكتسبة إذ يتعلمها الفرد عن طريق التربية الاجتماعية والتنشئة في نطاق
الجماعة.

تتصف القيم بالهرمية، أي أن قيم كل فرد تكون مرتبة تنازلياً طبقاً لأهميتها له
من الأهم فالمهم، حيث تسود لدى كل فرد القيم الأكثر أهمية بالنسبة له.

تتصف القيم بالعمومية، فهي تشكل طابعا قوميا عاما مشتركاً بين جميع طبقات
المجتمع. (المعاينة، 2007م، ص189)

تتنتمي القيم إلى عالم المثل، فهي تعبير أخلاقي يستمدده الإنسان من فلسفة أو
تصور أو عقيدة دينية.

ترتبط القيم بالمبادئ والأفكار والاتجاهات المقبولة في المجتمع، ومن ثم فهي
توضح الطرق والوسائل المختلفة التي يجب أن يسلك على ضوءها الإنسان حتي يحقق
أهدافه.

مكونات القيم:

تحتوي القيم من منظور " روكيتش على ثلاثة عناصر لا يمكن فصل إحداها عن الأخرى لأنها تندمج وتتداخل لتعبر في النهاية عن وحدة الإنسان والسلوك، مثلها مثل الاتجاهات والمعتقدات فهي تحتوي على ثلاثة مكونات وهي (عكاشة، زكي، 2002م ص240):

1. المكون المعرفي : يتضمن إدراك موضوع القيمة وتمييزه عن طريق العقل أو التفكير ومن حيث الوعي بما هو جدير بالرغبة والتقدير، ويمثل معتقدات الفرد وأحكامه وأفكاره ومعلوماته عن القيمة ، أو بمعنى آخر وضع أحد موضوعات التفكير على بعد أو أكثر من أبعاد الحكم.
2. المكون الوجداني: يشمل الانفعالات والمشاعر والأحاسيس الداخلية، وعن طريقه يميل الفرد إلى قيمة معينة، ويتصل هذا المكون بتقدير القيمة والاعتزاز بها، وفي هذا الجانب يشعر الفرد بالسعادة لاختيار القيمة ويعلن الاستعداد للتمسك بالقيمة على الملأ
3. المكون السلوكي : و هو الذي تظهر فيه القيمة، فالقيمة هنا تترجم إلى سلوك ظاهري ويتصل هذا الجانب بممارسة القيمة أو السلوك الفعلي، والقيم بناءً على هذا التصور تقف كمتغير وسيط أو كمعيار مرشد للسلوك أو الفعل.

وتؤكد المدرسة الاجتماعية المعاصرة، أن هذه العناصر الثلاثة متداخلة ومتفاعلة فيما بينها، بتأثير المجتمع والتفاعل الاجتماعي، وتعكس ثقافته، وتعبّر عن طبيعة العلاقات السائدة. (مرعي، 1982م)

من المعروف أن الحياة مليئة بمجالات التعامل والتفاعل بين الناس، لذلك فهي تشتمل على عديد من القيم البسيطة والمركبة المتداخلة، وهذه القيم لها درجات مختلفة من التأثير على الفعل، ويرجع هذا إلى أن القيم ليست متساوية في الأهمية فهي تقع في

ترتيبات هرمية، وترتب تبعاً لأفضليتها ومستوي أهميتها، حيث تسبق القيمة العظمى، ثم تأتي التي تليها وهكذا.

الوظائف التي تؤديها القيم:

أجمع الباحثون أن للقيم عدد من الوظائف التي تؤديها للفرد ومن ثم للمجتمع ككل

1. القيم تدفعنا إلى تفضيل أو تبني إيديولوجية سياسية أو دينية دون أخرى (بكوش، 2014م، ص82).

2. تحافظ القيم على هوية المجتمع، وتعمل على تماسكه ووحدته عبر التاريخ.

3. القيم تساعد المجتمع على مواجهة التغيرات التي تحدث فيه من خلال تحديد الاختيارات الصحيحة التي تجعل هذا المجتمع مستقراً و متماسكاً في إطار موحد.

4. القيم مستوي يعتمد عليه في تبرير أنماط معينة من السلوك أو الاتجاهات لكي تكسب أكبر قدر من القبول الاجتماعي .

يري المحللون النفسيون أن القيم لا تقل أهمية عن الاتجاهات في مجال خدمة حاجات الدفاع عن الأنا، فهي تساعد الفرد على عمل تبريرات معينة لتأمين حياته، فالأشخاص المتسلطون على سبيل المثال يؤكدون ضروريا سلوكية معينة مثل النظافة والتأدب، وكذلك غايات معينة مثل الأمن الوطني والأسري حيث يساعدهم ذلك على الدفاع عن الأنا وبالتالي (الهاشمي، 2006م، ص166):

5. تعمل القيم على الإسهام في خفض حدة الصراع والتوتر والمعاونة على اتخاذ القرار على أساس الاختيار بين البدائل .

6. القيم مكون دافعي قوي كما أن لها مكونات معرفية ووجدانية وسلوكية، فالقيم الوسيالية مثلا لها قوة دفع لتحقيق أهداف معينة القيم توجهنا إلى إتباع الآخرين والتأثير عليهم لتبني مواقف ومعتقدات أو اتجاهات نعتقد أنها جديرة بالاهتمام والدفاع عنها

يري (قيس النوري) أن للقيم تأثير واضح كأداة للتضامن الاجتماعي، فوحدة الجماعات تستند إلي وجود القيم المشتركة، مما يجعل الناس ينجذبون لبعضهم عندما يشعرون بتمائل الأخلاق والعقائد التي يعتنقونها (1981م، ص169)

يري (عبد الرحمن بن عبد الله العفيصان) أن القيم تؤدي إلي تحقيق التوافق النفسي والاجتماعي، لأن لكل مرحلة عمرية يمر بها الإنسان نسق من القيم يميزها عن المراحل الأخرى، وهذا النسق القيمي يعمل على تحقيق توافق الفرد مع المعايير الاجتماعية السائدة في مجتمعه تتخذ كأساس للحكم على سلوك الآخرين (2006م، ص36)

إن القيم تمكن الفرد من معرفة ما يتوقعه من الآخرين وماهية ردود الفعل. كما أن جميع الأساليب المثالية للسلوك والتفكير في المجتمع تتجسد في القيم، وعلى هذا الأساس تصبح القيم أشبه بالخطط الهندسية للسلوك المقبول اجتماعياً، بحيث يصبح الأفراد قادرين على إدراك أفضل الطرق للعمل والتفكير.

تري الباحثة أن وظائف القيم على المستويين الفردي والاجتماعي تعطي نمطا معيناً من الشخصيات القادرة على التوافق الشخصي والاجتماعي.

تصنيف القيم:

لا يوجد تصنيف موحد يعتمد عليه في تحديد أنواع القيم، فهناك عديد من التصنيفات التي وضعها الباحثون في هذا المجال بناء على معايير مختلفة، وفيما يلي بعض هذه التصنيفات:

(1) تصنيف القيم من حيث المحتوى: وهو يفترض أن الناس يهتدون أساساً بوحدة أو أكثر من القيم الست الشهيرة التالية (سوف، 1980، 263-225):

1 . القيم النظرية: هي مجموعة القيم التي يعبر عنها اهتمام الفرد بالعلم والمعرفة والسعي وراء القوانين التي تحكم الأشياء بقصد معرفتها، وميل الفرد إلي اكتشاف الحقيقة ويتميز الأشخاص الذين تسود عندهم هذه القيمة بنظرة موضوعية نقدية، معرفية ويكونون عادة من الفلاسفة، والعلماء والمفكرين(اسكندر، وآخرون، 1995م، ص 497).

2 . القيم الاقتصادية : ويقصد بها اهتمام الفرد وميوله إلي كل ما هو نافع، وهو في سبيل هذا الهدف يتخذ من العالم المحيط به وسيلة للحصول على الثروة وزيادتها عن طري الإنتاج والتسويق والاستهلاك واستثمار الأموال ويتميز الأشخاص الذين تسود لديهم هذه القيمة بنظرة عملية نفعية ويكونون عادة من رجال الأعمال. كما أن القيمة الاقتصادية تتمثل في الاهتمام بالنتائج العملية والفوائد المرتقبة وكثيرا ما تتعارض القيمة الاقتصادية مع غيرها من القيم (اسكندر، وآخرون، 1995م، ص 498).

3 . القيم الجمالية الفنية: ويعبر عنها باهتمام الفرد وميله إلي ما هو جميل من ناحية الشكل أو التوافق أو التنسيق وهو ينظر إلي ذلك العالم المحيط به نظرة تقدير من ناحية من التكوين والتنسيق، وليس بالضرورة أن يكون هؤلاء فنانيين مبدعين، وإنما لديهم القدرة على التذوق للجمال والفن (فهيم، 1999م، ص 134).

4 . القيم السياسية: وتظهر لدي الفرد الذي يحب الحياة الاجتماعية الواسعة ويميل إلي الناس فهو يحبهم ويميل إلي مساعدتهم، ويجد في ذلك راحة نفسية اجتماعية سعيدة وكذلك إشباعا له، ويتميز هذا النوع من الأفراد بروح تعاونية كبيرة سمتها البذل والسخاء والعطف والحنان (الهاشمي، 2006م، ص 169).

تري الباحثة أن القيم السياسية يقصد بها اهتمام الفرد بالحصول على القوة والسيطرة بهدف التحكم في الأشياء والأشخاص ويعبر عنها الفرد بالنشاط والعمل السياسي ،

وحل مشكلات الناس ، ويتمتع أفراد القيم السياسية بروح قيادية ويستطيعون التأثير على غيرهم

5 . القيم الدينية: أرفع وأعلاها القيم لدي الشخص المتدين، تعكس إيمانه بالله وملائكته وكتبه ورسله والقضاء والقدر خيره وشره، ويرى " سبرانجر " أن الرجل المتدين هو شخص يتجه بناؤه العقلي باستمرار نحو خلق أعلى الخبرات قيمة ذات الإرضاء المطلق (المليجي، حلمي، 1985، ص130). ويتميز الأشخاص الذين تسود لديهم هذه القيمة بإتباع تعاليم الدين في كل النواحي، حتي في طلب الرزق، وعدم السعي وراء الحياة الدنيا.

تري الباحثة أن القيم الدينية هي أساس القيم فإذا كانت المجتمعات تصنع القيم وتحافظ عليها بالتالي فإن القيم الدينية هي أعظم وأرفع القيم وأن المجتمعات المتمسكة بالدين الإسلامي منهاجاً وسلوكاً فهي أنجح المجتمعات .

(2). تصنيف القيم على أساس شدتها :

(تصفح 9/7/2016س11: www.cerhso.com)

المقصود من الشدة هو درجة الإلزام التي تفرضها القيم، ويحدد ذلك نوع الجزاء الذي يقرره المجتمع، ويوقعه على من يخالفها، فهناك القيم الملزمة والأمره الناهية وهناك القيم التفضيلية وهناك القيم المثالية.

1 . القيم الإلزامية (ما ينبغي أن يكون) وتشمل الفرائض والنواهي، وهي القيم التي تنتصف بالقداسة، حيث يلزم المجتمع أفرادها بها، ويشرف على تنفيذها بقوة وحزم سواء عن طريق العرف وقوة الرأي العام للمجتمع وفق القانون والعرف معا، ومن ذلك في مجتمعنا القيم التي ترتبط بتنظيم العلاقة بين الجنسين أو بمسئولية الأب نحو أسرته... الخ.

2. القيم التفضيلية (ما يفضل أن يكون): ويشجع المجتمع أفرادَه على الاقتداء بها والسير وفق متطلباتها، ولكنها لا تمثل مكانة الالتزام والقداسة التي تتطلب العقاب الصارم الحاسم الصريح لمن يخالفها، أو بمعنى آخر هي التي تكون في المجتمع حسب ما يفضلُه الفرد كإكرام الضيف.

3. القيم المثالية (ما يَرجي أن يكون) : هي القيم التي يشعر المجتمع وأفرادَه باستحالة تطبيقها كاملة، ولها تأثيرها الذي يكون بالغ القوة في بعض الأحيان وفي توجيه سلوك الأفراد والجماعات، مثل القيم التي تدع وإلي المساواة، والقيم التي تدع وإلي مقابلة الإساءة بالإحسان.

إن المستويات السابقة للقيم ليست مستقلة ومنفصلة تماما، وليس لها حدود معينة وتحدد نهايات كل منها، بل تتداخل فيما بينها، ولا يتضح الخلاف إلا في المواضيع ذات الأثر القوي على سلوك الفرد ومن ثم المجتمع.

قد تكون القيم الغائية : معين من المستويات الثلاثة في وقت من الأوقات، وقد تتغير في عصر آخر لتصبح القيم المثالية محل التفضيلات أو الإلزامية.

3. تصنيف القيم على أساس العمومية أو (الشيوع والانتشار) (الراشدان ، 2002م،
(85):

أ. القيم العامة: وهي القيم التي يعم انتشارها في المجتمع كله بغض النظر عن ريفه وحضره وطبقاته وفئاته المختلفة وهي القيم المرتبطة بالعقائد والأعراف والتقاليد، فبقدر ما يكون في المجتمع من قيم عامة يكون هذا المجتمع متماسكا ومتعاوننا، وظهر ما يسمى بصراع القيم ما هو إلا نتيجة للانفصال والتباعد بين فئات المجتمع المختلفة بالنسبة لنظرتهم حيال المواقف المهمة في حياتهم المتفاوتة.

ب. **القيم الخاصة:** وهي ما تعرف بقيم الدور، وهي ما يقوم بها فرد معين أو فئات معينة أو التي تحدث في مناسبات محددة، مثل قيم خاصة بطبقة معينة (القبائل-البدو كالقيم المتعلقة بالزواج والمواسم والاحتفال بالأعياد الدينية والوطنية، وكذلك قيم المراكز الاجتماعية الذي يمثله الفرد، حيث تعمل هذه القيم على تماسك هذه الفئة وترابطها وإمكانية التنبؤ بسلوك صاحبها.

4 . تصنيف القيم على أساس الغرض -المقصد :وهي تلك القيم التي ينظر إليها الأفراد والجماعات على أنها وسائل لغايات معينة أبعد من ذلك، كقيمة العلم وغايتها اكتشاف الحقائق وتوضح القيم عند" روكيش "أنها ضرب من ضروب السلوك أو غاية من غايات الوجود المفضلة، فعندما نقول أن لدي الشخص قيمة معينة، نقصد بذلك أن معتقداته تتركز حول أحد أشكال السلوك المرغوب فيه، أو حول غاية من غايات الوجود، والقيم عند "روكيش" تنتظم في نوعين رئيسيين هما (فهومي، 1999م، ص85):

أ . القيم الغائية: وهي عبارة عن غايات في ذاتها وتعرف بالقيم النهائية.

ب . القيم الوسيالية: ما اشتملت على الخير في ذاتها وبذاتها وهي لا تخدم غاية معينة مثل الصلاة، الصوم، الزكاة، الحج التي توصلنا إلي قيمة العبادات. ويشير " روكيش " إلي أن القيم الغائية النهائية (في ذاتها تنقسم إلي فئتين هما:

- قيم خاصة بالشخص وتتمركز حول الذات، مثل قيمة تقدير الذات.
- قيم خاصة بالعلاقات بين الأشخاص أو المجتمع كقيمة السلام العالمي، والقيم الوسيالية بدورها:
- القيم الأخلاقية كالأمانة.
- قيم الاقتدار أو الكفاءة أو المنافسة.

5. تصنيف القيم على أساس الوضوح (دياب .1985. 93):

أ . قيم ظاهرة صريحة: أي التي يصرح بها من قبل الفرد عن طريق الكلام مثل القيم المتعلقة بالخدمة الاجتماعية والمصلحة العامة.

ب . قيم ضمنية: وهي القيم التي يستدل على وجودها من ملاحظة الميول والاتجاهات والسلوك الاجتماعي وذلك من سياق سلوك الفرد أثناء حياته في مواقف متعددة، فحمل السلاح مثلاً للدفاع عن أرض الوطن يدل على القيمة الوطنية.

إن القيم الضمنية هي في الغالب هي القيم الحقيقية، لأنها تجسد في سلوك الفرد على الواقع، في حين القيم الصريحة مثلاً أو المعلنة ليست دائماً تكون حقيقية بل كثيراً ما تكون زائفة.

6. تصنيف القيم على أساس الديمومة

(تصفح 9/7/2016س11 www.cerhso.com)

يقصد بالديمومة (الدوام النسبي) وينقسم بدوره إلى:

- قيم دائمة نسبياً: (وهي القيم التي يستمر بقاؤها لمدة طويلة في حياة المجتمع، ويورثها الآباء للأبناء مثل القيم المرتبطة بالعرف والتقاليد).
- قيم عابرة: وهي القيم العارضة القصيرة الدوام والسريعة الزوال والتذبذب مثال قيم الموضة عند فئات الشباب.

7. تصنيف القيم على أساس الشكل (العفيصان، ص 33)

و يعني به شكل القيمة الذي تظهر فيه ، ويمكن تقسيمها إلى قسمين:

- قيم إيجابية: وهي التي تظهر في ثوب مرغوب، ويكون اتجاه الفرد إليها اتجاه إقدام وقبول ورضا، ومن هذا المنطلق فإن الرفع من القدر يكون ذا قيمة إيجابية
- قيم سلبية: وهي التي تظهر على عكس ما تظهر به القيم الإيجابية، فهي قيم تؤدي إلي تدني قدر صاحبها.

تري الباحثة أنه على الرغم من تعدد التصنيفات المختلفة للقيم والتي عكست اتجاهات العلماء إلا أن أكثر هذه التصنيفات شيوعاً، التصنيف الذي يقسمها إلي قيم نظرية، قيم اقتصادية، قيم جمالية، قيم سياسية، قيم دينية، قيم اجتماعية. كما أن هذه التصنيفات لا تتفصل عن بعضها البعض .

عملية اكتساب نسق القيم:

إن الوقوف على الصيغة الأساسية والنهائية التي يكتسب في ظلها الأفراد أنساق قيمهم مازال أمراً يتعامل معه الباحثون من منظور التعقيد، وبالتالي العمومية الشديدة التي يعجز المرء من خلالها عن الوقوف على ديناميات عملية الاكتساب لدي الأفراد والجماعات، وفي هذا المجال يفرق العاملون في هذا المجال بين عملية اكتساب القيم وبين عملية تغييرها، حيث تُعرف عملية اكتساب القيم على أنها: العملية التي يتبنى الفرد من خلالها مجموعة قيم معينه مقابل التخلي عن قيم أخرى.

أما تغيير القيم فيقصد به تحرك وضع القيمة، فالأكتساب إذن يعني مسألة الوجود أو عدم الوجود أما التغيير فهو في الدرجة التي يتحدد بها هذا الوجود (خليفة ، ص72).
وتغيير القيم وتأثرها هو موضوع البحث حيث يهدف إلي معرفة مدي تغيير القيم وتأثرها في ظل تطور تكنولوجيا الاتصال و المعلومات .

علاقة القيم ببعض المصطلحات:

القيم والاتجاهات: يري الباحث البريطاني "أوبنهم" بأن الاتجاه يتكون من مجموع الآراء المترجمة عبر تاريخ الفرد نحو موضوع أو قضية ما، وبثبات هذا الاتجاه بعد مدة معينة، وبترايط الاتجاهات تتكون في النهاية قيمة من القيم (عدون، 2004م، ص 111-110).

كما أن الاتجاهات لا تقوم بمفردها، وإنما تتجمع في تنظيمات، ويتمركز كل تجمع من الاتجاهات حول قيمة ما، أي أن القيمة يمكن اعتبارها جوهرًا أو مركزًا لتجمع من الاتجاهات (المليجي، 2001م، ص 260)

إن الاتجاهات والقيم مكتسبة، وتنشأ نتيجة لعملية تعلم، ونتيجة للتأثير الاجتماعي في الفرد فهي تكتسب من خلال التفاعل الاجتماعي، إلا أنه وبالرغم من وجود عناصر مشتركة بين الاتجاهات والقيم إلا أنه ليس من الضروري أن يكون هناك انسجام، فقد تؤدي قيمة واحدة إلى اتجاهات متضاربة لدى الشخص الواحد، ومثال ذلك يتمثل في قيمة التحصيل الدراسي والطرق المؤدية إليه، وعليه ومادامت الاتجاهات والقيم متعلمة فإنها عرضة للتغيير نتيجة التوصل إلى معلومات جديدة، إلا أن الاتجاهات أكثر عرضة للتغيير مقارنة بالقيم الإنسانية لأنها أكثر ثباتًا واستقراراً (الهاشمي، 2006م، ص 164) وتري الباحثة أن هذا يشير إلى أن القيم ليس ثابتة و إنما يمكن للفرد أن يكتسبها أو يتعلمها مما يؤكد أن التطور التكنولوجي يمكن أن يحدث تأثيرا في المجتمعات .

القيم والمبادئ:

تعد المبادئ قواعد وأساسا موجهة للقيم ولا تستتبط من شيء آخر ولا تتغير بتغير الزمان والمكان وتمتاز بخاصية الإلزامية، أما القيم فهي تشتق من المبادئ وهي مطلقة ونسبية (خياط.، 1996م، ص 42).

القيم والمعتقدات:

تنقسم المعتقدات إلى ثلاثة أنواع: وصفية وهي التي توصف بالصحة أو الزيف وتقييمية أي التي يوصف على أساسها موضوع الاعتقاد بالحسن أو القبح، وأمرة أو ناهية حيث يحكم الفرد بمقتضاها على بعض الوسائل أو الغايات بجدارة الرغبة أو عدم الجدارة، ويرى "روكيتش" أن القيمة معتقد من النوع الثالث: الأمر والناهي، فهي معتقد ثابت نسبيا ويحمل في فحواه تفضيلا شخصيا أو اجتماعيا لغاية من غايات السلوك (عكاشة. شفيق، 1997م، ص 239-240).

القيم والأخلاق:

تعتبر الأخلاق من أهم المعاني في الحياة، وتأتي في ترتيبها بعد أركان الإيمان. وردت في القرآن الكريم 1504 آية تتصل بها في جانبها النظري والعملي، أي ما يقرب ربع عدد آيات الذكر الحكيم، وبدون شك كان الحبيب المصطفى صلي الله عليه وسلم أروع قدوة في الخلق حيث قال الله تعالى (وإنك لعلی خلق عظیم) (4) "القلم". فكان صلي الله عليه وسلم خلقه القرآن، فالأخلاق إذن كل من القيم، وبما أن القيم متعلمة ومكتسبة تعد الأخلاق المرجع الأساسي لها، فإن كانت القيم مستتبطة أو متعلمة من صاحب خلق حميد كانت قيمه حسنة، وإن كانت العكس كان العكس.

القيم والمثل:

هناك تقارب قوي بين القيم والمثل، فالمثل تمثل الحوافز الطويلة الأمد أو الغايات التي نسعي لتحقيقها، ويمكن أن ننظر إلي القيمة على أنها اهتمام أو اختيار أو تفضيل أو حكم يصدره الإنسان على شيء ما مهتديا بمجموعة من المبادئ أو المعايير التي وصفها وحددها المجتمع الذي نعيش فيه، والذي يحدد المرغوب والمرغوب عنه من السلوك (الهاشمي ، ص 165 – 166).

القيم والعادات:

تتفق القيم مع العادات في كونها دوافع للسلوك تتأثر بالثقافة السائدة في المجتمع على أن مفهوم العادة يشير إلي مجرد سلوك بطريقة تلقائية في مواقف معينة، بينما القيم تنظيمات أكثر تعقيدا من السلوك المتكرر وأكثر تجريدا، كما تحتوي على أحكام معيارية للتمييز بين الخطأ والصواب والشر والخير وهذا أمر لا يمكن توافره في العادة (الشعوان، 1997م، ص 160).

القيم والحاجات:

يري ميلتون روكيش أن هناك اختلافا بين القيم والحاجات يكمن في أن القيمة عبارة عن تمثيلات معرفية لحاجات الفرد أو المجتمع، وأن الإنسان هو الكائن الوحيد الذي يمكنه عمل مثل هذه التمثيلات، وذلك على أساس أن الحاجات توجد لدي جميع الكائنات (الإنسان والحيوان) في حين أن القيم يقتصر وجودها على الإنسان بالإضافة إلي ذلك أن القيم تتضمن الوقائع المعرفية.

القيم والاهتمام:

الاهتمام مفهوم أضيق من مفهوم القيمة ويرتبط عادة بالفضيلات المهنية التي لا تستلزم الوجوب كما أنها لا تتفق مع المعايير التي تحدد ما ينبغي وما لا ينبغي أن يكون، بينما القيم ترتبط بنوع من السلوك أو غاية من الغايات وتتصف بخاصية الوجوب (زاهر ، 1986م، ص 15) كما يري بعض العلماء أن ظهور اهتمامات معينة لدى الفرد، إنما يكشف عن بزوغ قيم معينة لديه، وأن الاهتمامات يمكن أن تتحول إلي قيم إذا كانت قادرة على تحقيق الذات.

القيمة والسلوك:

يعرف موريس القيم بأنها التوجه أو السلوك المفضل أو المرغوب من بين عدد من التوجهات المتاحة. كما أن القيم مفهوم أكثر تجريدا من السلوك فهي ليست مجرد سلوك انتقائي، بل تشتمل على المعايير(التي قام التفضيل على أساسها، فالاتجاهات والسلوك محصلة لتوجهات الفرد القيمية) (Morris.1965)

القيم والمعيار:

المعيار هو سلطة اجتماعية يخضع لها الفرد ولو كان بعيدا عن أعين الرقباء بحيث يؤثر في كثير من دوافعه وسلوكه وانفعاله، وهو مصطلح قياسي لتقدير الخطأ والصواب في سلوك الفرد كعضو في الجماعة والمعايير نتيجة للثقافة والتراث أما القيم فهي نتيجة تكوين نفسي تبعا للفروق الفردية الإنسانية، ومبادئ وآراء يتبناها الفرد وتتبع من نفسه، فهي ذات منطلق فردي تحو مبادئ وآراء الآخرين (الهاشمي، 2006م،ص164).

المبحث الثالث

القيم وتطور التكنولوجيا

يشير مصطلح التأثير كما ورد في بداية البحث إلي (التغير الذي يحدث في سلوك الإنسان نتيجة لبعض المعلومات التي تؤثر على مخزونة المعرفي) وذلك يعني أن المجتمعات تتأثر ويصيبها التغيير والتحول جراء التعرض لكل جديد والتكنولوجيا احدي مستحدثات هذا العصر.

كما أن عملية التغير عملية ضرورية ولازمة لأي مجتمع لزوم الحياة، ولا يمكن أن يكون هناك مجتمع ثابت، إذ أن الثبات هو الموت والانقراض، لأن المجتمعات الإنسانية دائمة التحول والتطور والتقدم، وهذه المصطلحات الثلاثة هي ما نعنيه بالتغير الاجتماعي.

لذلك تتناول الباحثة موضوع التغير باعتبار أن الأثر يظهر جلياً في تغير يطرأ على المجتمعات.

التفسير اللغوي للتغير الاجتماعي كما ورد في (ابن منظور) هو التحول أي تغير الشيء عن حاله، تحول، حوله، وبدله كأنه جعله غير ما كان. (ص 4)

التغير الاجتماعي هو التحول التلقائي أو المخطط الذي يطرأ على البني التحتية والفقوية للمجتمع إذ تتحول من نمط بسيط إلي نمط معقد ومتشعب يتماشى مع طموحات النظام الاجتماعي وأهدافه (الحسن، 1999م، ص193).

أو هو كل تحول يحدث في النظم والأنساق والأجهزة الاجتماعية ، سواء كان ذلك في البناء أو الوظيفة خلال مدة زمنية محدودة (استيته، 2005، ص 19).

التغير الاجتماعي ما هو إلا تغير في بناء النظام الاجتماعي (Johnson) ويعرف من حالة كان فيها ثابتا نسبيا، كما أن هذه التغيرات البنائية ناتجة في الأساس عن تغييرات وظيفية في البناء الاجتماعي وصولا إلي بناء أكثر كفاءة وأكثر مقدرة على أداء الانجازات (استيته ، 2005، ص 20)

إن من ابرز مظاهر التصنيع والتكنولوجيا في عصرنا الحالي هو التطور السريع لوسائل الاتصال، فالثورة المذهلة الحاصلة في تكنولوجيا الاتصال والابتكارات الالكترونية المتطورة وسعت من إمكانات وقدرات هذه الوسائل وضاعفت من دورها في المجتمع الإنساني، بل نستطيع القول أنها وضعت الجيل الحالي، والأجيال القادمة أمام تحديات كبيرة، كما أن التقدم والابتكار الذي طرأ على وسائل الاتصال ساهم بدور فعال في تصغير العالم واختصار المسافة والزمن، كما جعل عملية الاتصال تتحول من طابعها المحدود بشريا وزمنيا، إلي طابعها المعاصر غير المحدود بحدود إقليمية أو بشرية أو زمنية، حتي أصبح بمقدورها توصيل رسائلها الإعلامية بشكل مباشر، من والي مختلف شعوب العالم الأمر الذي أتاح لها فرصاً واسعة لإحداث التأثيرات الحضارية، والثقافية المتفاوتة، سواء على البناء الاجتماعي للمجتمع، أو على وظائف النظم والمؤسسات، والأنساق الاجتماعية (تريثير ، 1999م، ص104)

ذكرت (عبير شفيق) أن الإعلام الجديد قد عمد إلي إحداث حالة من التغيير على المستوي الاجتماعي من خلال ما أضافه من أبعاد اتصالية جديدة، لا سيما بين أوساط الشباب العربي، ما يسفر الإشكاليات التي أوجدتها مواقع الإنترنت الجديدة وما احتوته من خصائص وميزات إعلامية على الصعيد العربي (2015 م، ص 19).

ويري جون بافليك إن المشهد الخاص بتكنولوجيات الإعلام الجديدة يتغير بمثل سرعة تطور هذه التكنولوجيات، وهي تحدث تغييرا راديكاليا في كل ما يتعلق بالطريقة التي نتواصل بها والأشخاص الذين نتواصل معهم، كما أنها تغير كافة أوجه الحياة التي

نعيشها من بناء العلاقات الشخصية إلى خلق المصادر المالية والرعاية الصحية وغيرها (صادق، 2009م ص 32)

تري الباحثة إن الحديث عن وسائل الإعلام الجديد وذكر سلبياته الناتجة عن الاستعمال السيئ قد يكون فيه نوع من الإجحاف دون التطرق لما جلبته هذه الوسائل من فتح آفاق رحبة وواسعة من رصيد المعرفة الإنسانية والاطلاع عن كئيب على العالم لمن تجاوز الوقوع في مخاطرها وفهم كيفية التعامل معها.

ذلك إن وسائل الإعلام الجديد قد بات لها أهمية كبرى تتمثل في تحقيق تحول وتغيير المجتمعات والتعليم وسرعة إيصال المعلومة لما لها من مميزات تفوقت بها على الوسائل القديمة من آنية وكونية وتفاعلية وغيرها.

إذ أن وسائل الاتصال الحديثة قد أسهمت بطريقة فعالة في تغيير القيم والعادات والتقاليد وفي ترسيخ المحمود منها ونبذ الضار ومقاومته. (كريم، 1986م، ص 62)

فلاحظ أن هنالك الكثير من المواقع الإلكترونية الإسلامية والتراثية تهدف إلى تعزيز التماسك العربي والإسلامي وتحصينه، وتذكير المواطن العربي والإسلامي بتراثه وتطرح له المقومات الأساسية للمحافظة عليه محاولة بذلك الوقوف أمام ما تطرحه المواقع الغربية التي تهدف إلى تشويه معالم العالم الإسلامي من خلال العمل على تشويه الدين الإسلامي كذلك أدت بعض المواقع العربية والإسلامية التي لا يمكن أن نغفل دورها في تحقيق الترابط ما بين المهاجرين العرب والمسلمين وأوطانهم، وسعت هذه المواقع الإلكترونية إلى تحسين الصورة التي رسمتها الصهيونية للعرب والمسلمين في الدول الغربية والولايات المتحدة الأميركية.

إذ تقوم وسائل الاتصال الحديثة بدور فعال في مجتمعنا الحاضر، فالبث الفضائي والانترنت يؤديان دوراً بارزاً لامتلاكهما قدرة فريدة على توصيل الأفكار والرسائل،

وقد تجلت هذه القدرة التأثيرية تماما في إسهامها جنبا إلى جنب مع التنظيمات الاجتماعية في تغيير أو ترسيخ أو تعديل القيم والتقاليد والعادات الاجتماعية فضلا عن توجيه مظاهر السلوك الإنساني (مردوس، 1986م، ص30)

كذلك إن وسائل الإعلام الجديد تحمل في كثير من الأحيان مواد ذات فائدة كبيرة لمتصفح الإنترنت مثال ذلك المواقع العلمية على شبكة الإنترنت توفر الكثير من الأبحاث والدراسات العلمية التي يستطيع المتصفح الحصول عليها في أي مكان أو زمان، زيادة على نقل الأخبار المهمة من سياسية واجتماعية وثقافية واقتصادية ومن قلب الحدث وبأقصى سرعة كذلك إن هناك بعض من المواقع التي تعرض دراما هادفة تطرح بعض المشاكل الاجتماعية والأسرية والتي يمكن الاستفادة منها في تجنب الوقوع بمثل هذه المشاكل أو تساهم هذه الدراما الهادفة إلى شد أو اصر الأسرة دون تفتيتها.

كما تبين انه حيثما تم استخدام تكنولوجيا الاتصال الجديدة فان ذلك يقود لتحولات اجتماعية تعزز الديمقراطية وتركزها في المجتمع، مع ما يعنيه ذلك من كسر احتكار الفئة المتحكمة بالمعلومات مقابل أن تصبح المعرفة شائعة يملكها أكبر عدد من أفراد المجتمع

إن الكلام عن ايجابيات الإعلام الجديد وأهميته يوقدنا أيضا إلى ذكر سلبياته المتعددة التي لا تحصى، فدخل وسائل الإعلام الجديد للمجتمعات العربية والإسلامية هو بمثابة دق ناقوس الخطر على مؤسسات البناء الاجتماعي وجعلها في مواجهة خطيرة يحتم عليها التصدي الحازم أمام سلبياتها للمحافظة على أصالتها ووجودها.

لقد جاء شعار العولمة التي تعد قنوات البث الفضائي وشبكة الانترنت احد اذرعها الواسعة بأنها ارتباطات (أيدولوجية) تسعى إلى إسقاط الارتباطات

الأسرية، الدينية، الثقافية الطبقية للإنسان بغية ربطه بالتكنولوجيا والحياة الجديدة التي تصنعها الأجيال القادمة (البياتي ، 2004م، ص143)

إن وسائل الإعلام الجديد تتدخل بشكل أو بآخر في تكوين القيم والاتجاهات في المجتمع الحديث إزاء المواقف الاجتماعية المختلفة وهذه القيم والاتجاهات قد تختلف تماماً عن اتجاهات الأجيال السابقة الشيء الذي يعمق التغيرات في العلاقات السائدة بين أعضاء المجتمع ولعل ابرز مظاهر التغيير الذي نراه في مجتمعاتنا الحديثة هو التباعد وخلق فجوة كبيرة بين الأجيال.

كما أن كثرة برامج وتطبيقات شبكة الإنترنت خلقت نوع من والتباعد داخل الأسرة الواحدة، الأمر الذي قد يؤدي إلي تقليص أو تقليل التفاعل الأسري بين الأفراد ومن ثم فإن عملية التفاعل اللفظي هي الأخرى سنقل وذلك من المهددات الخطرة التي تواجه الأسرة وبعد ذلك فإن الفتور في العلاقات الاجتماعية داخل المؤسسة الاسرية سوف يؤدي إلي حدوث بعض التباعد وفقدان الحميمة داخل الأسرة، نتيجة الانشغال بتصفح شبكة (الانترنت). كما أن ما تحوية مواقع وتطبيقات الانترنت من قيم مادية تشجع عليها من خلال تقديم نماذج للحياة المترفة جدا في الغرب وأساليب الدعاية والإعلان المتطور واستعمال أحدث الأجهزة وتسخير التكنولوجيا والصناعة في خدمة الإنسان وما فيها من مظاهر المدنية التي تقدمها المواقع تضع الفرد في موقف مقارنة بين واقعه الذي يعيشه وما يراه من نماذج للحياة المتطورة في الغرب مما يجعله في حالة صراع نفسي أولاً وفي حالة صراع مع أسرته التي ينتمي إليها (تركي وآخرون، 1984م، ص65) مما تتكون لدي هؤلاء الأفراد اضطرابات سلوكية كثيرة ومتنوعة، مما ينتج عن هذه الاضطرابات قطع بعض علاقات الاتصال مع أفراد الأسرة والإضرار بعملية التنشئة الأسرية التي تعدّ مقوم أساسي للنهوض بالأسرة (مرسول، 2004م، ص43). ومن ثم سنتكون نزعة فردية لدي هؤلاء الأشخاص والتي يمكن

القول إن هذه النزعة الفردية ناتجة عن حالة الاغتراب التي خلقتها وسائل الاتصال الحديثة، والتي تعتمد إلى تشكيل ما يسمى بالمدينة الفاضلة التي توفر كل مستلزمات العيش السعيد والرفاهية فيشعرون الأفراد أنهم يبحرون في هذا العالم المليء بالطموح وشديد والالتصاق به وقريبون منه، فما ينفكون من هذا الحلم حتي يجدوا هوة واسعة لا يمكن ردمها تفصل بينهم وبين هذا العالم فيجد الأفراد صعوبة في الوصول إليه لمحدودية توفر مستلزمات هذا الطموح الأمر الذي قد يدفع الأفراد إلى إتباع سلوكيات غير مشروعة ومنحرفة للوصول لتحقيق هذا الطموح، فيعشون مغتربين عن أنفسهم وأسرهم التي نشأوا فيها (توفيق، 2002م، ص 216)

كذلك إن وسائل الاتصال الحديثة لاسيما قنوات البث الفضائي والانترنت قد خلقت مشاكل اجتماعية نتيجة الاستخدام السيئ لهذه الوسائل منها التفكك والتبعثر في البناء الاجتماعي للأسر التي ينتمي إليها هؤلاء الأفراد (معمر، 2001م، ص 15).

وتستمر وسائل الاتصال الجديدة في تأدية الدور الكبير في حياتنا عامة فبعضنا ينظر إليها نظرة سلبية بحته لأنه يدرك خطورة هذه الأجهزة على التنشئة الاجتماعية بالقلق الدائم، وبفقدان القدرة على غرس القيم والأخلاق السليمة في نفوس أبنائهم.

إن الثورة العلمية والتكنولوجية جعلت العالم أكثر اندماجاً وسهلت حركة الأفراد ورأس المال والسلع والخدمات وانتقال المفاهيم والأذواق والمفردات فيما بين الثقافات والحضارات فهي الطاقة المولدة المحركة للقرن الحادي والعشرين في كل سياقاته الاقتصادية والسياسية والاجتماعية والثقافية والتربوية فهذه الثورة أحدثت تغيرات أساسية في الطريقة التي ينظر الناس بها إلى أدوارهم وأبرز جوانب الثورة العلمية في الحاسوب والإنترنت (زاهر، 1995م، ص 7). وقد أثرت الثورة العلمية والتكنولوجية على المجتمعات فأصبحت بعدم القدرة على الاستقرار في القيم الموروثة، والمكتسبة،

وضعف القدرة على الاختيار بين القيم المتضاربة، والعجز عن تطبيق ما يؤمنون به من قيم، كل ذلك تسبب في أزمة قيمية دفعت بالشباب بالثورة على قيم المجتمع واغترابهم عن القيم التي جاءت بها الثورة العلمية والتكنولوجية.

ذكر (عبد الله الزين الحيدري) تكنولوجيا المعلومات، كغيرها من الابتكارات التقنية السابقة، مدججة بالقيم التي تغير من التفكير والسلوك، بل إنها المولد الحقيقي للتفكير والسلوك، فهي تصنع الفرد أكثر مما يصنعها (2009م، ص 131)

كما أوضح عالم الاجتماع الأمريكي (انجلهارت): أن التغير لا يسير في خط مستقيم: (ما بعد الحداثة) فيؤكد انجلهارت أنه على الرغم من الانتشار الواسع للمجتمع الصناعي إلا أنه ليس نهاية الطريق ففي الماضي تحولت المجتمعات تحول جذري من زراعة إلي صناعة وغيرت اتجاهها، ولا زالت تسير في نقطة تحول من مرحلة الحداثة إلي مرحلة ما بعد الحداثة ونحن بالفعل في مرحلة ما بعد الحداثة التي تؤثر في العديد من القيم.

وتنقسم مرحلة ما بعد الحداثة إلي ثلاث مدارس Inglehart_ (Ronald.1997.p45):

1. ما بعد الحداثة في رفض ما يسمى بالحداثة العقلانية والسلطة والتكنولوجيا والعلم.
2. ما بعد الحداثة في إعادة تقييم العادات.
3. ما بعد الحداثة في ارتفاع قيم جديدة وأساليب حياة مليئة بالسماحة العظيمة وفرض شخصية تحدد نوع الحياة التي يريد أن يقودها

ويتضح من تلك القضية النظرية أن المجتمع لا يسير على وتيرة واحدة بل أن التغير هي سمة من سماته، وذلك التغير أيضاً لا يسير في شكل واحد بل يأخذ أشكال مختلفة.

نظرية التغير الكامل في القيم:

ويعرض (انجهارات) لنظرية التغير المتكامل في القيم، وتقوم هذه النظرية على أساسيين أولهما افتراضي علمي نادر لم يثبت بعد وهو أن الافتراضات الفردية تعكس بيئة اقتصاد المجتمع، وثانيهما: افتراضات اجتماعية وتقول بأن العلاقة بين بيئة الاقتصاد لمجتمع ما وبين القيم القديمة لا تتساوي بشكل مباشر أوحالي. وتعكس هذه النظرية بأن القيم السائدة في المجتمع لا تتساوي مع اقتصاده بمعنى أن القيم تتطور ببطء، ويتطور الاقتصاد بسرعة أسرع لا تتساوي مع القيم كما أن القيم من الصعب تغييرها (عزي، 2000م، ص 9)

وتري الباحثة أن القيم السائدة في مجتمع ما، ما هي إلا انعكاس لواقع اجتماعي واقتصادي وسياسي وايدلوجي في هذا المجتمع.

كما أوضح انجهارت أن مفاهيم الحداثة وما بعد الحداثة تقوم على افتراضين:

1. عناصر ثقافية متنوعة تميل إلى الاجتماع معاً في أنماط متكاملة ومتراصة، فهناك مجتمعات وعائلات كبيرة تشدد على الدين وتحترم السلطة والاتجاهات السائدة.
2. وجود أنماط ثقافية مترابطة، وعلى اتصال بالتنمية الاقتصادية والتكنولوجية على سبيل المثال التصنيع ملازم للمدينة في تاريخ العرب.

وأكد انجهارت أن الحداثة تستلزم ما هو أكثر من الانتقال بعيداً عن التقاليد الثقافية التي عادة ما تكون قائمة على المعايير الدينية، ألا وهي القيم الإيجابية التي تساعد في الإنجازات والتراكم.

القيم والثقافة:

الثقافة سُلّم يمثل مستواه الأعلى القيم، والقيمة ما يرفع الفرد إلى المنزلة المعنوية ومصدر القيم في الأساس الدين، وكلما أرتقت الثقافة إلى مستوي القيم ارتبطت بالدين بالضرورة (عزي. عبد الرحمن، 2001، ص23).

الثقافة مصدر للقيم: تعتبر القيمة إحدى المكونات الأساسية للثقافة التي عرفها الباحث (إدوارد برنت تايلر) في كتابة الحضارة البدائية بأنها ذلك المركب الذي يشتمل على المعرفة والعقائد والفن والأخلاق والقانون والعادات وغيرها من القدرات والعادات التي يكتسبها الإنسان بوصفة عضواً في المجتمع (حران. العربي، 2008، ص75)

يبرز لنا هذا التعريف أن الثقافة عبارة عن إناء يحمل كل ما هو مادي وروحي إضافة إلى أنه يشمل المعرفة بكل سعتها ومجالاتها إذاً الثقافة مصدر مهم للقيم

ويرجع استعمال لفظ الثقافة إلى أواخر القرن الثامن عشر بألمانيا في دراسات كانت تهدف إلى إعادة بناء تاريخ عام للإنسان والمجتمع منذ الأصل، ولم تكن هذه الدراسات التاريخية تهتم بالطقوس، والنظم، والأفكار، والفنون، والعلوم، بل كان تعدد المجتمعات واختلاف الحضارات هو الدافع الأساسي وراء هذا النوع من الدراسات، بحيث استطاعت أن تجمع عدداً هائلاً وغنياً من الوثائق حول جميع المراحل التاريخية وحول جميع المجتمعات.

ولقد استعمل لفظ ثقافة (culture) بالضبط للتعبير عن تطور وتقدم المجتمع، جاءت في اللغة الفرنسية بمعنى التعبد الديني، والتي أصبحت في القرن السابع عشر تعني خدمة الأرض (زراعها وحرثها) وفي القرن الثامن عشر بدأ الكتاب يستعملونها للتعبير بصفه عامة عن ثقافة الفكر أي التطور الثقافي والفكري للفرد، كما تُرجم

مصطلح الثقافة ليشمل التطور أو النمو الثقافي والاجتماعي للإنسان والجماعات بل للإنسانية جمعاء. وبهذا بدأ اللفظ يأخذ مفهوماً اجتماعياً يأخذ الجماعة بعين الاعتبار.

مفهوم الثقافة:

هي معايشة الواقع انطلاقاً من القيم. يشير مالك بن نبي إلى أن الثقافة تضم الأفكار وأسلوب الحياة في مجتمع معين وتخص السلوك الاجتماعي الذي يطبع تصرفات الفرد في جانب معين (بن نبي، ص13)، ويكون النشاط المنطقي وسيلة تحقيق الترابط بين القيمة والسلوك. يري (البروفيسور بدر الدين أحمد إبراهيم) أن كل وسيلة من وسائل الاتصال التي أوجدها الإنسان عبر مسيرته الاتصالية أحدثت ضجة في حينها، واستقطبت اهتماماً خاصاً بها، وأدخلت تغييرات جديدة غير مألوفة من قبل، ومع ذلك تبقى التغييرات والتأثيرات التي أوجدها الإنترنت في حياة الناس غير مسبوقه (2016، ص9). وبخاصة في المجال الثقافي والاجتماعي إذ أوجد الإنترنت بحكم تركيبته الفريدة وطريقة عملة المتميزة ' ثقافة من نوع خاص تختلف عن المفهوم التقليدي للثقافة ' إنها ثقافة تتألف من مجموعة غير متجانسة من القيم والآراء والتطورات والمعلومات، تعمل على إنتاجها شبكة اتصالات عالمية عملاقة تتألف من آلاف شبكات الحاسوب في العالم لتقدمها لملايين الأفراد في مختلف بقاع الأرض، غير متجانسين في اتجاهاتهم وآرائهم وأفكارهم وأعمارهم ومستوياتهم الفكرية والاجتماعية والاقتصادية (ساري، 2005م، ص8). ولوسائل الإعلام على الثقافة بالمنظور القيمي آثار سالبة منها: تحييد القيم، جمهرة الثقافة (التبسيط والتشويه)، تضيق المحيط، تقليص المحلي وتوسيع العالمي، إضعاف نسيج الاتصال الاجتماعي (تقليص الزمن الاجتماعي) التفكك الاجتماعي، الانعزال وإعفاء النفس من المسؤولية الاجتماعية إضعاف قادة الفكر والرأي، تقمص أدوار النجوم، تعزيز النزعة المادية والاستهلاك، المزج بين الرمزي والحقيقي، إضعاف الحساسية تجاه الممنوعات الثقافية، الفجوة الإعلامية الإدمان

الرقمي، منع الفرد من نقد ذاته أو تغييرها، التركيز على حاسة البصر على حساب الحواس الأخرى.

الثقافة عند (ادوارد تايلور) (انثر بيولوجي بريطاني يعد أول من وضع تعريف للثقافة 1871) بأنها الكل المعقد الذي يشمل المعرفة والعقيدة والفن والأخلاق والقانون والعادات وكل ما يمكن أن يكتسبه الإنسان كعضو في المجتمع (سرحان، 2003، ص 103). وطبقاً لهذا التعريف فإن الإنسان ليس معزولاً عن المجتمع الذي يعيش فيه وينتلقى تأثيرات بصورة مباشرة وغير مباشرة وبصورة شعورية وغير شعورية وبدون أن يطلب ذلك، لذلك تعتبر الثقافة مكتسبة لدى الفرد ومن ثم الجماعة.

يري (فرانز بواس) أن الثقافة تعبر بشكل خاص عن كون الإنسان إنسان ويجب احترامها وحمايتها، وتتنضح من خلال اللغة والمعتقدات والأعراف والفن، كما أنها المفهوم الأصح لتنوع البشرية لأنه لا وجود لاختلاف طبيعي بيولوجي بين البدائيين والمتحضرين إلا اختلاف في الثقافة التي مفهوماً يقابل مفهوم العرق (كوش، ص 25).

وكلمة الثقافة لم يكن لها أثر في لغة بن خلدون الذي يعد على كل حال المرجع الأول لعلم الاجتماع ولو رجعنا لحقبة العصر الأموي والعباسي أيضاً لا نجد لها وجود.

والثقافة تمثل أبرز ضروب الفعالية الإنسانية حضوراً وتمدداً، ويقابل تلك السعة تميز الثقافة تعدد تعريفاتها بحكم أن المظاهر الثقافية هي التي تميز الإنسان أكثر من مظاهر الاجتماعية التي تشارك الإنسان فيها أقسام أخرى من المملكة الحيوانية

وما استقر عليه الرأي لدى كثير من المفكرين هو التعريف الذي يربط الثقافة بسلوك الإنسان، وهذا السلوك لا يمكن أن يتكون إلا من عوامل كثيرة وروافد متنوعة من أهمها الإعلام والاتصال .

التغير الاجتماعي والتغير الثقافي:

يميل علماء الاجتماع إلى التمييز بين التغير الاجتماعي والتغير الثقافي، فأولهما هو الذي يطرأ على العلاقات الاجتماعية، بينما الثاني يعترى القيم والمعتقدات والمثل والرموز الشائعة في المجتمع، غير أن الواقع الفعلي، يشير إلى صعوبة الفصل بين هذين النمطين من التغير.

يوجد خلط بين هذين المفهومين ولا تميز بعض النظريات بينهما، وربما يرجع ذلك للارتباط الشديد بين مفهومي الثقافة والمجتمع، إلا أنه هناك فروق بينهما يوضحها (جودة بني جابر) كالتالي (2004م، ص157):

فالتغير الاجتماعي يشير إلى التحول في أشكال التفاعل الاجتماعي والاتصالات الشخصية، بينما التغير الثقافي يشير إلى التغير في أنساق وأفكار متنوعة من المعتقدات والقيم والمعايير.

التغير الاجتماعي يحدث في التنظيم الاجتماعي أي في بناء المجتمع ووظائفه ويعتبر جزء من التغير الثقافي، بينما التغير الثقافي يشمل جميع التغيرات التي تحدث في أي فرع للثقافة كالفن والعلم والتكنولوجيا إضافة إلى التغيرات التي تحدث في أشكال التنظيم الاجتماعي وقواعده، وبذلك يكون التغير الاجتماعي نتيجة من نتائج التغير الثقافي.

الحضارة:

تري الباحثة أن الحضارة والثقافة لا تتفكان عن القيم، وكما ورد في بعض التعريفات التقارب الواضح بين مدلولي الثقافة والحضارة وانعكاسهما على القيم لذلك رأت الباحثة ضرورة معرفة ماهية الحضارة ومفهومها.

الحضارة هي نظام اجتماعي يعين الإنسان على الزيادة من إنتاجه الثقافي، وتتألف الحضارة من عناصر أربعة: الموارد الاقتصادية، والنظم السياسية، والتقاليد الخلقية، ومتابعة العلوم والفنون، وهي تبدأ من حيث ينتهي الاضطراب والقلق، لأنه إذا ما أمن الإنسان من الخوف تحررت من نفسه دوافع التطوع وعوامل الإبداع والإنشاء وبعدها لا تنفك الحوافز الطبيعية تستنهضه للمضي في طريقه إلى فهم الحياة وازدهارها (مؤنس، 1977).

القيم والأخلاق :

القيم الاجتماعية لا تنفك عن الأخلاق والثقافة والحضارة ، كما أن القيم أساسها الدين والدين الإسلامي يحث الإنسان على مكارم الأخلاق كما ورد في الحديث النبوي (بُعِثْتُ لأَتَمِّمَ مَكَارِمَ الْأَخْلَاقِ) وقد وردت أحاديث كثيرة تحث الناس على حسن الخلق . كما أن الأخلاق هي نتيجة من نتائج الظروف الاجتماعية كما ذكر (على الوردى) أن الغربيون تحسنت ظروفهم الحضارية والاقتصادية فتحسنت أخلاقهم تبعاً لذلك (www.alittihad)

ولا تقتصر آثار تكنولوجيا الاتصال على إحداث التغييرات الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والسياسية بل إنها تطرح كذلك عدة قضايا أخرى يثار حولها الجدل والنقاش ومن بينها ما يلي:(مجاهد ، وآخرون 2010، ص 341).

1/الفجوة الرقمية ((Digital Divide):

ظهر مصطلح الفجوة الرقمية على مستوى محلي في البداية، فقد كانت نشأته في الولايات المتحدة في عام (1995 م) بصدور تقرير وزارة التجارة الأمريكية بعنوان السقوط من فتحات الشبكة والذي لفت الأنظار إلى الفارق الكبير بين فئات المجتمع

الأمريكي في استخدام الكمبيوتر والإنترنت بخاصة ولكن سرعان ما أتسع المفهوم متجاوزا النطاق المحلي لينتشر استخدامه عالميا (على، 2005م، 26)

2/تهديد الخصوصية:

والخصوصية هي القدرة على السيطرة فيما يمكن أن يعرفه الآخرون عن الفرد وهي حق الأفراد والجماعات والمؤسسات في أن تحدد بنفسها متي وكيف وما مقدار المعلومات التي تنتقل عنها إلي الآخرين. وتري الباحثة أن في العصر الرقمي ان لم يدرك مستخدم التكنولوجيا كيفية الاستخدام الصحيح يعرض نفسه لانتهاك الخصوصية.

وفي ذلك ذكر البعض أن ثورة المعلوماتية تفضي إلي خصوصية الأفراد وحقهم في الحفاظ على حرمتهم وأسرارهم الخاصة، فقواعد المعلومات المرتبطة بعضها ببعض والتي تحتوي على أسماء الأفراد وأماكن إقامتهم ووظائفهم وحالتهم الاجتماعية والصحية بل ونوعية مشترياتهم عن طريق تزايد استخدام الكروت الائتمانية والممغنطة وغيرها مما يهدد مستقبلهم وقد يعرضهم لمخاطر لم تكن في حسابهم (بخيت، 2000م، ص85)

3/ جرائم المعلوماتية:

وهو نوعية أخري من القضايا المرتبطة باستخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة وهو الذي يشير إلي مجموعة الجرائم التي تتصل بالمعلوماتية والتي يتم ارتكابها عن طريق أساليب إجرامية مستحدثة لم تكن معروفة من قبل وقد عرفت المنظمة الأوروبية للتعاون والتنمية الاقتصادية بأنها)كل سلوك غير مشروع أو مناف للأخلاق أو غير مسموح به ويرتبط بالمعالجة الآلية للبيانات أو بنقلها (عبد الرحمن، 2013م، ص17).

وقد رأي البعض أننا أمام ظاهرة إجرامية خاصة، حيث تتميز الجرائم المعلوماتية بطابع خاص يميزها عن الجرائم التقليدية وذلك لعدة أسباب(عفيفي ، 1999م، ص 21-22)

1. عدم ترك هذه الجرائم لأي أثر خارجي بصورة مرئية.
 2. هذه الجرائم لا عنف فيها ولا جنث لقتلي ولا آثار دمار أو اقتحام من أي نوع.
 3. يتم اكتشاف معظمها بالصدفة بالبحث.
 4. ترتكب في الخفاء في الغالب ولا يوجد لها أثر كتابي.
 5. قدرة الجاني على تدمير ما يعد دليلاً يمكن أن يستخدم لإدانته.
 6. إمكانية ارتكاب هذا النوع من الجرائم خلال مسافات قد تصل إلى دول وقارات.
 7. إحجام المجني عليه عن الإبلاغ عن هذه الجرائم في حال اكتشافها لما قد يؤدي إليه هذا البلاغ من عواقب خاصة في مجتمع الأعمال وخشية فقد ثقة جمهور المتعاملين معه.
- تري الباحثة أن التكنولوجيا شأنها شأن كل شي في الحياة ان أحسنا استخدامها والتعامل معها نري الجوانب الايجابية وان أساءنا الاستخدام تظهر الميزات السلبية وفي سياق ذلك ذكر (جمال أبو شنب) إن أخطر ما يواجهه الإنسان المعاصر هي تلك الآثار الجانبية السلبية لاكتشافات العلوم وإنجازات التكنولوجيا معاً، فبالرغم من أن العلم في جوهره نور، والتقنية هي خير لكن هذا الخير وذلك النور لا صفاء ولا كفاية فيهما إلا بالحكمة من طرف الاستخدام (2010، ص 318).

العولمة:

سيطر مفهوم العولمة على كل ما عداه منذ بداية تسعينيات القرن الماضي، وبات هاجساً ملحاً في جميع السياسات الإقليمية والدولية، كما انه أصبح مفهوماً أيديولوجياً أكثر من كونه مجرد نظام اقتصادي أو تجاري، الأمر الذي جعل للعولمة كل هذا الحجم من الأهمية والسعة وخلق لها أنصاراً ومعارضين، وجعلها عند البعض سبباً

للرخاء والرفاهية وعند البعض الأمر سبيلاً للتخريب والاستلاب والضياع. فقد عرف (على ليلة) العولمة بأنها عملية مستمرة وواقعية يمكن ملاحظتها من خلال مؤشرات كيفية وكمية في مجالات السياسية والاقتصاد والثقافة والاتصال (2009م، ص 33).

ولئن كانت العولمة قد بدأت كظاهرة من خلال الاقتصاد وترويج مبادئ التجارة الحرة والأسواق المفتوحة، فإنها تحولت سريعاً إلى نظام دولي يشمل السياسي والإعلامي

والثقافي إلى جانب البعد الاقتصادي، ولم يعد بالإمكان الحديث عن العولمة إلا من زاوية أبعادها الجماعية التي باتت كلاً متكاملًا ومتصلاً ومؤثراً.

فالعولمة لم تعد في حقيقة الأمر مجرد نظام مطروح للمناقشة وإمكانات الرفض أو القبول بل غدت جزءاً واقعياً شاخصاً من النظام العالمي الراهن، بل إنها اليوم الجزء المحوري منه ويشكل التطور التقني الهائل في ميدان الاتصال الذي أصبح بدوره ظاهرة طاغية .

في المجتمع المعاصر سبباً أساسياً في تكريس العولمة وتوسيع دائرة تأثيرها وانتشارها وتعميق الهيمنة الغربية، والأمريكية منها بوجه خاص على مجمل النشاطات الدولية المنضوية تحت لافته العولمة، بسبب تمركز القوة الإعلامية والمعلوماتية في عدد محدود من الدول هيأت لها مثل هذه الفرصة.

ولقد أصبحت المشكلة التي تعاني منها معظم دول العالم تتمثل في تقليص فرص سيطرتها على مجتمعاتها، ليس لأغراض الضبط العام والحفاظ على التكوين السياسي حسب، بل امتد الأمر إلى البني الثقافية والاجتماعية، والتي تشهد تحولات عميقة باتجاه نمط محدود تسعى إليه العولمة، وفي هذا يمكن القول " أن العولمة التي أنتجت ثورة المعلومات في بعدها الثقافي تلعب دوراً رئيساً في دمج الدوائر الثقافية المختلفة وإنشاء فضاء ثقافي مشترك مما يسمح لمنتجات الثقافة الغربية أن تروج وتنافس منتجات الثقافات الأخرى إلى حد كبير (شفيق، 2015م، ص55).

ملخص :

أن للقيم أهميتها بالنسبة للفرد والمجتمع فهي تمثل إطاراً مرجعياً يحكم تصرفات الإنسان في حياته، كما أنها تمكنه من مواجهة الأزمات، وأن فهم الإنسان على حقيقته هو فهم للقيم التي تمسك بزمامه وتوجهه ، ومن خلال استعراض مفهوم القيم تبين أن القيم تحدد للفرد السلوك وترسم مقوماته، وتعيّنه على بنيانه، فهي تتغلغل في حياة الناس أفراداً وجماعات وترتبط عندهم بمعني الحياة ذاتها. كما أنها تحفظ للمجتمع تماسكه وتحدد له أهدافه ومثله العليا لممارسة حياة اجتماعية سليمة، إضافة إلى تحقيق الأمن القومي وحمايته من خطر الغزو الخارجي الذي يعمل على تنميط أفكار البشر وفقاً للنمط الغربي كما أنها تتسم في تشكيل خصوصية المجتمع لأنها تمثل جانباً رئيساً من ثقافة أي مجتمع، فكما أن لكل مجتمع ثقافته المتميزة فإن له أيضاً قيمه التي تميزه عن غيره من المجتمعات الأخرى ، تعرض الفصل لمفهوم القيم في كافة العلوم الإنسانية والاجتماعية ثم خصائص وسمات القيم وانتهى الفصل بتغيير القيم تبعاً للتطور التكنولوجي .

الفصل الثالث: الإعلام الجديد.

المبحث الأول : مفهوم وتعريف الإعلام الجديد

المبحث الثاني : خصائص وسمات الإعلام الجديد

المبحث الثالث : وسائط وأدوات الإعلام الجديد.

المبحث الأول

مفهوم ونشأة الإعلام الجديد

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

لقد جاءت وسائل الإعلام الجديد لتحل سيطرة وسائل الإعلام التقليدية المركزية (الإذاعة، الصحف، التلفزيون) وأصبح بإمكان الأفراد والمؤسسات مخاطبة الجميع مباشرةً وبتكلفة معقولة.

نشأة الإعلام الجديد:

نشأ الإعلام الجديد إثر مراحل تطور الشبكة المعلوماتية العالمية (الإنترنت) وتزايد استخداماتها، وقد ظهرت ملامحه الأولى مع ظهور الإنترنت عام 1969 في الولايات المتحدة الأمريكية، حينما كلفت وزارة الدفاع الأمريكية مجموعة من الباحثين بمهمة البحث لإيجاد شبكة اتصالات تستطيع أن تستمر في الوجود حتي في حالة هجوم نووي، وللتأكد بأن الاتصالات الحربية يمكن استمرارها في حالة حدوث أي حرب، وقامت مجموعة من جامعة كاليفورنيا بتجربة علمية كانت محاولة لربط حاسب آلي في مدينة لوس انجلوس بجهاز آخر في مدينة (مينلو بارك) بواسطة خط هاتفي بحيث يستطيع الجهازان العمل معاً في شكل نظام اتصال مُغلق، كانت هذه التجربة جزءاً من متطلبات إيجاد وسائل اتصال ذات فاعلية ومضمونة لإبقاء الصواريخ النووية الأمريكية قابلة للاستخدام حتي بعد تعرض أمريكا لضربه مدمرة.

كانت تلك الأبحاث بمثابة العمود الفقري للبنية التحتية لشبكة المعلومات العالمية المسماة بالإنترنت، والتي بدأت تقدم للناس عملياً في سنة 1985، وكان عدد المشتركين يتزايد بشكل كبير حتي أصبحت أكبر شبكة في تاريخ البشرية (الغامدي، 2012 مايو) .

وقد ترك انتشار الحاسوب والتوسع الهائل في استخدام شبكة الإنترنت في مختلف النواحي آثاراً كبيرة على جميع مجالات الحياة، خاصة بعد انتشار التقنيات الحديثة للاتصال وتزايد تطبيقاتها في مجال الإعلام والاتصال مما ساهم في ظهور عدد من الصحف والمجلات الإلكترونية والتي شكلت وقتها ظاهرة إعلامية جديدة، مرتبطة بثورة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، وبدأ ظهور التطبيقات والمدونات الإلكترونية التي فتحت آفاقاً عديدة للجمهور باعتبارها وسائل إعلامية جديدة سريعة الانتشار وقليلة التكلفة.

(لكل عصر وسيلة إعلامه وتواصله)، بهذه المقولة يمكن أن نُعبر اليوم عن ظاهرة استخدام وسائل الإعلام الإلكترونية والتي تعتمد بشكل أساسي على الإنترنت وتقنية المعلومات على اختلاف مسمياتها، فطبيعة شبكة الإنترنت التي تتميز بالآنية وبالسرعة في نقل المعلومات تجعلها الوسيلة الأمثل للتواصل، أضف إلي ذلك سهولة استخدام هذا الوسيط من دون أن يكون للمستخدم خبرات تقنيه عالية أو أي اختصاص في البرمجة المعلوماتية، كل ما يتطلبه أن نتصل عبر الكمبيوتر أو عبر الهاتف المحمول للبحث في محتوى الإنترنت.

ويعتمد الإعلام الجديد على وسيلة جديدة من وسائل الإعلام الحديثة وهي الدمج بين كل وسائل الإعلام التقليدي، بهدف إيصال المضامين المطلوبة بأشكال متميزة ومؤثرة بطريقة أكبر، وتتيح شبكة الإنترنت للإعلاميين فرصة كبيرة لتقديم موادهم الإعلامية المختلفة بطريقة إلكترونية.

كما أن الإعلام الجديد أو الإعلام الرقمي يشير إلي مجموعة من الأساليب والأنشطة الرقمية الجديدة التي تمكننا من إنتاج ونشر واستهلاك المحتوى الإعلامي بمختلف أشكاله من خلال الأجهزة الإلكترونية (الوسائط) المتصلة أو الغير متصلة بالإنترنت (الشمائلة وآخرون، 2015م، ص18).

العوامل الرئيسية وراء ظاهرة الإعلام الجديد:

أشار الباحثون في هذا المجال إلي ثلاثة عوامل رئيسية وراء ظاهرة الإعلام الجديد هي عوامل تقنية وسياسية واقتصادية وذلك كما يلي (شيخاني، ص 443-444):

العامل التقني:

وهو أشد هذه العوامل أثراً في صناعة الإعلام الجديد فقد اندمجت عناصر تقنية الحاسب الآلي مع تقنية الاتصالات وأقمار الاتصالات والألياف الضوئية في توليفة أنتجت أنظمة الشبكة الدولية (الانترنت) التي تعتبر أهم إفرازات التقنية في القرنين العشرين والحادي والعشرين على الإطلاق، وأصبحت وسيطاً عملاقاً ضم بداخله جميع وسائط الاتصال الأخرى المطبوعة والمسموعة والمرئية والجماهيرية والشخصية وأحدثت أثراً بالغاً على جميع قنوات الإعلام من صحافة وإذاعة وتلفاز وأثرت على علاقة منتج الرسالة بموزعها ومتلقيها واختصرت حواجز الزمان والمكان وقربت بين الواقع الفعلي والواقع الافتراضي والحاضر والغائب داخل فضاء المعلومات.

العامل الاقتصادي:

التمثل في عولمة الاقتصاد وحركة السلع ورؤوس الأموال وتدفق المعلومات فقد أصبحت المعلومات سلعة اقتصادية متسارعة التعاضم وأدت عولمة نظم الإعلام والاتصال إلي تنافس القوي الاقتصادية في عولمة الأسواق وتنمية النزعة الاستهلاكية

من جانب وتوزيع سلع صناعة الثقافة من موسيقي وألعاب وبرامج تلفازية وغيرها من جانب آخر.

العامل السياسي:

المتمثل في استخدام وسائل الإعلام الجديد من قبل القوي السياسية وأذرعها من الدول والحكومات وأجهزة المخابرات والأحزاب والجماعات بهدف التأثير والدعاية وكسب الحروب وإحكام القبضة على سير الأمور والمحافظة على استقرار موازين القوي في عالم شديد الاضطراب زاحر بالأحداث والصراعات والتناقضات.

مفهوم الإعلام الجديد:

عَبَّر العلماء والمختصون عن حيرتهم وهم يحاولون وضع إطار تعريفي ذي أبعاد معلومة ومعايير ثابتة لمفهوم الإعلام الجديد. فقد صرح بعضهم معترفاً بصعوبة هذا الأمر لكون الإعلام الجديد تتقاطع ملامحه وتتداخل أطرافه مع علوم الإنسانيات ونظريات المعلومات والاتصالات، فيما لجأ آخرون إلي المقارنة بين الإعلام التقليدي والإعلام الجديد لِيتميز الأخير عن التقليدي بسمّة التفاعلية (Interactivity) و (الدينامية) الحيوية الحركية بين أداة الإرسال وملتقي الرسالة الإعلامية، ففي حين يري جون بافلينك على سبيل المثال أن الإعلام الجديد يتمثل في الثورة الرقمية والشبكة الدولية وما يدور حولهما من تطبيقات واستخدامات، فإن الإعلام الجديد وفقاً (لنيكولاس نيغروبونتي) هو امتداد طبيعي للتطور التقني الذي كانت بدايته منذ ستينيات القرن الماضي حين بدأت الحوسبة والذكاء الاصطناعي والتصميم بمساعدة الحاسب الآلي ثم الإنسان الآلي أو الروبوت.

ويتفق كثير ممن كتب في مفهوم الإعلام الجديد مع ما ذكره (نيغروبونتي) و(جون بافلينك) أن الإعلام الجديد استبدل الوحدات المادية بالرقمية وجمع بين ميزات

الاتصالين الشخصي والجماهيري وتجاوز سلبياتهما، كما أن التطور التقني لم يبلغ الوسائل الإعلامية التقليدية بل طورها وزاد من تأثيرها وفعاليتها وألغى الحدود والفواصل فيما بينها وجعلها عالمية في وصولها للمتلقي وربط بينها وبين الوسائل الحديثة. ويرى باحثون آخرون أمثال (رينشارد ديفيس) و (ديانا أوين) أن ما يميز الإعلام الجديد هو الأشكال الإعلامية المبتكرة التي أحدثت تغييراً كبيراً في مفهوم الإعلام مثل برامج الحوار التلفازي والبرامج الحية وغيرها من أشكال الرسالة الإعلامية.

لا بد من توضيح أن مصطلح الإعلام الجديد هو مصطلح حديث العهد، مثير للجدل، لم يجد تعريفاً واحداً بين منظري العلوم الإنسانية نظراً لتداخل الآراء والاتجاهات في دراسته وعكس هذا المصطلح في بداياته التطور التقني الكبير الذي طرأ على استخدام تكنولوجيا الصوت والصورة في الإعلام، ولاحقاً بعد ثورة الانترنت، أطلق على كل ما يمكن استخدامه من قبل الأفراد والجماعات على هذه الشبكة العنكبوتية العملاقة.

وترى الباحثة أن هذا المصطلح يقف أمام رؤيتين، الأولى هي الإعلام الجديد بوصفه بديلاً للإعلام التقليدي، والثانية هي الإعلام الجديد بوصفه تطوراً لنظيره التقليدي.

وحصر (نيكولاس نيغروبونتي) مؤسس معمل الإعلام الجديد في (ماساشوستس) الفارق بين الإعلام الجديد والتقليدي، في أن الإعلام الجديد قام على استبدال الوحدات المادية بالرقمية وهو ما أيده (فين كروسبي) بأن الإعلام الجديد يضم مزايا الاتصالين الشخصي والجماهيري، ويتجاوز سلبياتهما، وذهب (رينشارد ديفيز) و (ديانا أوين) إلى تجاوز مدخلي (نيغروبونتي) و (كروسبي)، بالتخفيض من التماهي بين الإعلام الجديد والتقليدي وجاء هذا عبر توزيع صيغ الإعلام الجديد ضمن ثلاثة أنماط (صادق، 2011م، ص9):

النمط الأول يمارس فيه الإعلام الجديد بتقنية تقليدية مثل البرامج الحوارية الحية على القنوات التلفزيونية.

النمط الثاني التأثير الإعلامي الجديد بتقنية جديدة مثل الصحف الالكترونية والخدمات الإعلامية على النقال.

النمط الثالث تطبيق الإعلام الجديد بتقنية مختلطة، بما يذيب الفارق المفترض بين الإعلام الجديد والتقليدي، مثل النسخ الالكترونية للصحف الورقية.

تري الباحثة أن الإعلام الجديد هو مصطلح حديث يتضاد مع الإعلام التقليدي القديم، كما أنه لم يتم الاتفاق على تعريف محدد للإعلام الجديد وذلك لأن صورة الإعلام الجديد لم تتبلور بعد بشكل واضح ومحدد، يضاف إلي ذلك أنه لا يمكن الجزم على بقاء الإعلام الجديد على صورته الحالية لأن التكنولوجيا الحديثة وثورة المعلومات قد تأتي بما هو أكثر جدة وحادثة عما هو عليه الإعلام الآن، لذلك تمحورت جميع التعريفات حول الآليات المتبعة والمستخدم في الإعلام عموماً.

تعريف الإعلام الجديد:

- يعرفه قاموس أكسفورد بأنه وسائل الاتصال الجماهيري التي تستخدم التقنيات الرقمية مثل الإنترنت (تصفح www.oxforddict 2015/5/5).
- يعرف قاموس التكنولوجيا الرقمية الإعلام الجديد بأنه اندماج الكمبيوتر وشبكات الكمبيوتر والوسائط المتعددة (تصفح www.jadeedmedia 2015/5/5).
- وتضع كلية شريديان التكنولوجية (Sheridan) تعريفاً إجرائياً للإعلام الجديد بأنه: "أنواع الإعلام الرقمي الذي يقدم في شكل رقمي وتفاعلي، ويعتمد على اندماج النص والصورة والفيديو والصوت، فضلاً عن استخدام الكمبيوتر كآلية رئيسة له في عملية

الإنتاج والعرض، أما التفاعلية فهي تمثل الفارق الرئيس الذي يميزه وهي أهم سماته (صادق، 2011م، ص6) .

هناك تعريفات أخرى مختلفة منها تعريف مجلة (بي سي) للإعلام الجديد بأنه: "أشكال التواصل في العالم الرقمي والتي تضمن النشر على الأقراص المدمجة وأقراص دي في دي (DVD) وبشكل أكثر أهمية على شبكة الإنترنت.

• وعرفته موسوعة ويكيبيديا العربية: بأنه مصطلح يتضاد مع الإعلام التقليدي، كون الإعلام الجديد لم يعد فيه نخبة متحكمة أوقادة إعلاميين، بل أصبح متاحاً لجميع شرائح المجتمع وأفراده الدخول فيه واستخدامه والاستفادة منه طالما تمكنوا وأجادوا أدواته. (تصفح 2017/7/11م س 12م <https://ar.wikipedia.org>)

• أما تعريف (البرغوثي والبهبهاني): إن الإعلام الجديد: عملية عرض العالم الجديد بكل أبعادها العقلية والسياسية والاقتصادية من دون حاجات إلي عبارات مثل أصبح الإعلام حاجة حيوية للكيانات الجماعية والمجتمعات، ذلك أن الإعلام لم يصبح كذلك، بل كان كذلك منذ كان، أما تقنيات بثه واستيداعه واسترجاعه فهي تطورات مادية جاءت ضمن سياق التطور الإنساني الذي يجعل كماليات اليوم ضروريات الغد (البرغوثي وآخرون، 2004م، ص31)

• تعريف قاموس التكنولوجيا الرفيعة Hi technology- Dictionary، بأنه شكل مختصر لاندماج الكمبيوتر والوسائط المتعددة، أما ليستر فيعرفه بأنه مجموعة تكنولوجيا الاتصال التي تولدت من التزاوج بين الكمبيوتر والوسائل التقليدية للإعلام والطباعة والتصوير الفوتوغرافي والصوت والفيديو. (فورار، 2010، ص 20).

• موسوعة ويب أوبيديا من ناحية أخرى تعرف الإعلام الجديد بأنه: "مصطلح يضم أشكال التواصل الإلكتروني المختلفة والتي أصبحت ممكنة من خلال استخدام تقنيات الحاسب الآلي. وبالنظر إلي علاقة هذا المصطلح بوسائل الإعلام القديم مثل الصحف

المطبوعة والمجلات والتي تنتم بسكون نصوصها ورسوماتها، فإن وسائل الإعلام الجديد تشتمل علي: المواقع على الشبكة العنكبوتية، النقل المتدفق للصوت والفيديو، غرف الدردشة البريد الإلكتروني، مجتمعات الإنترنت، إعلانات الإنترنت، أقراص السي دي (CD)، والدي في دي (DVD)، الواقع الافتراضي، دمج البيانات الرقمية مع الهاتف، والكاميرات الرقمية والهواتف الجواله (كاتب، 2011، ص 6)

يصف (عباس مصطفى صادق) الإعلام الجديد بأنه إعلام تعددي بلا حدود ومتعدد الوسائط ليؤدي أدوارا جديدة كلياً، لم يكن بوسع الإعلام التقليدي تأديتها، وهو يعمل في سياق مؤسسات جديدة تختلف عما عهدناه في وسائل الإعلام التقليدية، فهو ليس إعلام صحفيين وكتاب وقراء— ولكنه مجتمع متفاعل يتبادل فيه الأعضاء خدماتهم ويحصلون على احتياجاتهم الأساسية ويمارسون أعمالهم اليومية (صادق، 2010، ص 22).

ويري (الصادق رابح) أن الإعلام الجديد هو نتاج تزاوج بين الكثير من التطورات التكنولوجية المتسارعة والرؤي الاجتماعية، بصبغته الديمقراطية وانفتاحه وتكيفه مع الطبيعة المرنة للشبكة (رابح، 2010، ص 226).

تري الباحثة إن الإعلام الجديد هو إعلام عصر المعلومات، فقد كان وليداً لتزاوج ظاهرتين بارزتين عرف بهما هذا العصر ظاهرة تفجر المعلومات وظاهرة الاتصالات عن بعد والإعلام الجديد يعتمد على استخدام الكمبيوتر والاتصالات عن بعد في إنتاج المعلومات وتخزينها وتوزيعها، وتوفر مصادر المعلومات والتسلية لعموم الناس بشكل ميسر وبأسعار منخفضة وهذه الخاصية هي في الواقع خاصية مشتركة بين الإعلام القديم والجديد، الفرق هو أن الإعلام الجديد قادر على إضافة خواص جديدة لا يوفرها الإعلام القديم وهي التفاعلية، والمشاركة في إنتاج المضامين فالكمل

بات مشاركاً في إنتاج المضامين وهذا ما أوجد المواطن الصحفي، كذلك الآنية، وتجاوز الحدود الجغرافية والحربية وغيرها.

مرادفات الإعلام الجديد: الإعلام البديل، الإعلام الاجتماعي، الإعلام الرقمي، الإعلام الإلكتروني، الإعلام الآلي الإعلام الشبكي، الإعلام الشعبي، إعلام المجتمع، صحافة المواطن، الإعلام التفاعلي وغيرها الكثير.

وعند دراسة الأسماء المتعددة التي أطلقت على الإعلام الجديد نستطيع أن نستخلص بعضاً من ملامحه التي تمكنا من التعرف على مكوناته وعناصره وتختصر الطريق نحو تعريف أكثر وضوحاً. فحين يطلقون عليه مصطلح الإعلام الرقمي (Digital Media) إنما يصفون تطبيقاته التي تقوم على التقنيات الرقمية مثل التلفاز الرقمي والراديو الرقمي وكل وسيلة إعلامية رقمية أو محسوبة وبذلك فهم يصفون أهم عنصر يميزه وهو التقنية الرقمية. وحين يقولون هو إعلام تفاعلي Interactive (Media) فذلك يعني الحوار المتبادل والأفعال ثنائية الاتجاه بين طرفين هما الوسيلة أو الوسيط الإعلامي والمتلقي مستخدم هذه الوسيلة. وأما مصطلح الإعلام الشبكي الحي أو المباشر (Online Media) فيشير إلى تطبيقات الشبكة الدولية (الانترنت) ويطلق عليه أيضاً مصطلح إعلام وسائط السايبر (Cyber Media) إشارة إلى مصطلح الفضاء السبيراني (Cyber) Space أو فضاء المعلومات الذي يقوم على الشبكة الدولية وتقنيات أقمار الاتصالات.

يمكن تقسيم الإعلام الجديد إلى الأقسام الأربعة التالية: (عوده وآخرون،

2011، ص20)

1. الإعلام الجديد القائم على شبكة الإنترنت (Online) وتطبيقاتها.
2. الإعلام الجديد القائم على الأجهزة المحمولة بما في ذلك أجهزة قراءة الكتب والصحف.

3. نوع قائم على منصة الوسائل التقليدية مثل الراديو والتلفزيون بعد إضافة مميزات جديدة لها.

4. الإعلام الجديد القائم على الكمبيوتر (Offline) ويتم تداول هذا النوع إما شبكياً أو بوسائل الحفظ المختلفة، ويشمل العروض البصرية والعباب الفيديو والكتب الإلكترونية وغيرها (الراوي، 2012م، ص96).

ويري ليستر أن الإعلام الجديد إذا واكب التفاعل مع وسائل الإعلام التقليدية فإن ذلك سيمنحه منطقاً أقوى لانشغال المستخدم في نصوص الإعلام وعلاقة أكثر مع مصادر المعرفة، واستخدام وسائل الإعلام بشكل فردي، وخيار أكبر للمستخدم. وعندها تكون الطريقة التي يتعامل فيها الناس مع المصادر الإخبارية على الإنترنت مباشرة ومشاركتهم الفعالة في تدفق المعلومات سبيلاً لمعرفة تأثير الإنترنت على البنية الأساسية للمجتمع (عوده وآخرون، 2012م، ص20).

أما (جمال غيطاس) فيري أن الإنترنت ذلك الفضاء الإلكتروني المترامي الأطراف الذي يتعامل معه ما يربو على المليار شخص من مختلف أركان الكرة الأرضية خلق آلية لحرية التعبير والإبداع غير موجودة في أي وسيلة أخرى، بلا قيود ولا تداخلات، إذ يكفي الشخص أن يجلس إلي حاسبة، ويتصل بالإنترنت ليدخل في حوارات حسبما يريد، ويبيدي آراءه بمنتهى الحرية ويتناقل فيها المعلومات بين مصدر ومتلقي، فكل الطرق مفتوحة أمام الجميع من مختلف الأعمار والملل والمهن والتخصصات والجنسيات والألوان والمشارب السياسية والاجتماعية والثقافية والعقائدية. (غيطاس، 2011)

كما أنة فضاء يتسع للآراء وحوارات وإبداعات تجسد أرقى درجات العقلانية والتحضر والسلام والتسامح والفكر والعلم والتدين والإنسانية والوطنية، كما يتسع لآراء وحوارات أخرى تجسد أفدح مستويات البذاءة والشذوذ والانحراف والجهل والتعصب

والإنسانية والعنصرية، حيث لا توجد معايير تضبط إيقاع هذا الفضاء الشاسع من الحوار والتعبير عن الرأي في هذا الفضاء الإلكتروني. (غيطاس، 2011).

ويري العديد من المفكرين أن الإعلام الجديد قد يحكم الناس أنفسهم لأول مرة في التاريخ بشكل حقيقي (عواد، 2010، ص 25).

نستخلص سمتين بارزتين من جملة هذه التعريفات هما "الرقمية" و"التفاعلية" كما نستخلص حالتين لتمييز الإعلام الجديد عن القديم هما "الكيفية" التي تبث بها مادة الإعلام الجديد و"الوسيلة" التي يتم من خلالها الوصول إلي خدماته، فهو يعتمد على دمج النصوص والصورة الساكنة والصورة المتحركة (فيديو) والصوت في إطار واحد يتلقاه المستخدم ويعرضه عبر وسائل وأدوات مختلفة مثل التلفاز أو الهاتف المتحرك أو الحاسب الآلي وغيرها، فالإعلام الجديد يتميز بظاهرة التنوع في الأشكال والتقنيات والخصائص التي تميزت بها الوسائل الرقمية والتي انحازت بشكل كبير نحو ميزتين هما ميزة الإعلام الشخصي وميزة تخصيص الرسالة، وهاتان الميزتان هما ناتج طبيعي للتفاعلية الرقمية. ويضاف إليهما أداة الشبكة الدولية وأداة تقنيات الاتصال اللتان أعلنتا من شأن الاستخدام الشخصي أو الفردي وأحدثتا تحولاً كبيراً في مجال النشر الإلكتروني غير المسبوق وقضتا على نمطية الاتصال التقليدي الموروث حيث أصبح بإمكان المرسل توصيل رسالته إلي من يريد وفي الوقت الذي يريد وبطرق متعددة واتجاهات واسعة تجاوزت مفهوم المحلية والحدود الجغرافية إلي العالمية اللامحدودة.

ويري العديد من المفكرين في مجال الإعلام الجديد: أنه مع الإعلام الجديد قد يحكم الناس أنفسهم لأول مرة في التاريخ بشكل حقيقي (عواد، 2010، ص 25).

أسباب ظهور الإعلام الجديد:

- عدم قدرة وسائل الإعلام السائدة على خدمة احتياجات جماهيرها حيث يقدم الإعلام الجديد تعددية الأشكال والمضامين أكثر مما تنتجه وسائل الإعلام السائدة.
- حاجة العديد من التيارات والحركات السياسية والاجتماعية إلي وسائل إعلامية تعكس آرائها ورؤاها في المجتمع وبالتالي في الغالب ما تكون معارضة للأراء والرؤي السائدة في المجتمع.
- عدم مصداقية الإعلام الرسمي السائد نظرا لسيطرة الحكومات عليه، وكذا افتقاده لموضوعيته وحياديته.
- قد تكون حركات اجتماعية أو وقائع تاريخية أو أحداث سياسية هي السبب في ظهور الإعلام الجديد كتعبير فعلى عن هذه الحركات والتحولات خاصة تلك التي تتجاهلها وسائل الإعلام السائدة والرسمية.
- التطور التكنولوجي الهائل في مجال تكنولوجيا الإعلام والاتصال وتزواج التقنية بالمفاهيم الاجتماعية والسياسة السائدة في المجتمع ساعد على تطور الإعلام الجديد.
- غياب منابر حرة، وصوت ديمقراطي حر يعبر عن آمال وأحلام الشباب في بلورة أفكارهم وتحقيق مطالبهم.
- طبيعة الأنظمة الدكتاتورية الحاكمة في العالم العربي، وغياب حوار بين الأطراف الفاعلة في المجتمع، وسيادة القوة والرأي والأوحد.

المبحث الثاني

خصائص وسمات الإعلام الجديد

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

1 - التحول من النظام التماثلي إلى النظام الرقمي (شيخاني، 2010، ص 444):

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

2- التفاعلية (Inter activity):

التفاعل هو قدرة وسيلة الاتصال الجديدة على الاستجابة لحديث المستخدم تماماً كما يحدث في عملية المحادثة بين شخصين (blog.amin.Org، 2016/18/4)،. هذه الخاصية أضافت بعداً جديداً هاماً لأنماط وسائل الإعلام الجماهيري الحالية والتي تتكون في العادة من منتجات ذات اتجاه واحد يتم إرسالها من مصدر مركزي مثل الصحيفة أو قناة التلفزيون أو الراديو إلي المستهلك مع إمكانية اختيار مصادر المعلومات والتسلية التي يريدونها متى أرادها وبالشكل الذي يريده.

في السابق كانت قدرة المستخدمين على التفاعل تقتصر على دائرة رجوع الصدي للمحتوي المنشور على المواقع الإلكترونية عبر إضافة التعليقات وتدوين الملاحظات على سجلات الزوار مثلاً. ثم انتقلت بعد ذلك العلاقة إلي التحرر نسبياً مع وجود المنتديات ومجموعات الأخبار والقوائم البريدية، غير أنها لم تنتج للجمهور حرية الممارسة الإعلامية المطلقة والتي لم تتوفر لهم إلا بعد ظهور المدونات وما تبعها بعد ذلك من ظهور لشبكات التواصل الاجتماعي ومواقع الفيديو التشاركية كاليوتيوب والموسوعات الحرة مثل ويكيبيديا، وهذه المواقع تمثل عناصر الانتقال إلي مرحلة ما بعد التفاعلية. وتطلق هذه السمة على الدرجة التي يكون فيها للمشاركين في عملية الاتصال تأثير في أدوار الآخرين وباستطاعتهم تبادلها، ويطلق على ممارستهم الممارسة المتبادلة أو التفاعلية.

3- تفتيت الاتصال (علم الدين، محمود، آخرون 2003م، ص124)

وتعني أن الرسالة الاتصالية من الممكن أن تتوجه إلي فرد واحد أو إلي جماعة معينة وليس إلي جماهير ضخمة كما كان في الماضي. وتعني أيضاً درجة تحكم في نظام الاتصال بحيث تصل الرسالة مباشرة من منتج الرسالة إلي مستهلكها.

4- اللاتزامنية (تجاوز وحدة والزمان):

وتعني إمكانية إرسال الرسائل واستقبالها في وقت مناسب للفرد المستخدم، ولا تتطلب من المشاركين كلهم أن يستخدموا النظام في الوقت نفسه.

كما انه من الطبيعي أن يرتبط اللاتزامن بأشكال الاتصال التي لا يعتبر التزامن بين عمليتي الإرسال والاستقبال شرطاً ضرورياً لها مثل البريد الإلكتروني أو التعرض لمواقع المواد الإعلامية مثل الصحف وبرامج التلفزيون والمواقع التعليمية والترفيهية المختلفة أما الاتصال الذي يتم من خلال الحوار أو الحديث أو الدردشة أو الاتصال الآني بالمجموعات والمؤتمرات فإن التزامن يعتبر شرطاً ضرورياً للاتصال وأن كان يتطلب وحدة المكان بين أطراف عملية الاتصال.

5- قابلية التحريك أو الحركية (MOBILITY علم الدين، محمود، وآخرون، 2003 ، ص124):

هناك وسائل اتصالية كثيرة يمكن لمستخدمها الاستفادة منها في الاتصال في أي مكان إلى آخر أثناء حركته مثل ومثال هذا أجهزة التلفاز ذات الشاشة الصغيرة التي يمكن استخدامها في السيارة مثلاً أو الطائرة، التليفون المحمول، تليفون السيارة، التليفون المدمج في ساعة اليد، وهناك آلة تصوير المستندات وزنها عدة أوقيات، وجهاز فيديو صغير، وجهاز فاكسميل، وحاسب آلي نقال مزود بحاسبة

كما أنه تتجه وسائل الاتصال الجديدة إلى صغر الحجم مع إمكانية الاستفادة منها في الاتصال من أي مكان إلى آخر في أثناء تحرك مستخدمها.

6- قابلية التحويل:

وهي قدرة وسائل الاتصال على نقل المعلومات من وسيط إلي آخر، كالتقنيات التي يمكنها تحويل الرسالة المسموعة إلي رسالة مطبوعة وبالعكس.

7- قابلية التوصيل:

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

8- الشبوع والانتشار: (شيخاني، 2010م، ص 447)

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

9- الكونية:

البيئة الأساسية الجديدة لوسائل الاتصال هي بيئة عالمية دولية حتى تستطيع المعلومات أن تتبع المسارات المعقدة.

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

10- الاستغراق في عملية الاتصال:

من الخصائص المميزة للاتصال الرقمي انخفاض تكلفة الاتصال والاستخدام نظراً لتوفر البنية الأساسية للاتصال، والأجهزة الرقمية وانتشارها، كذلك تطور برامج المعلومات ونظم الاتصال بتكلفة زهيدة مما شجع المستخدمين لأجهزة الحاسب والهواتف الذكية على الاستغراق في برامج وتطبيقات الإنترنت لأوقات طويلة بهدف التعلم في إطار فردي، كما ساعد تطور برامج النصوص الفائقة على طول فترة التجول بين المعلومات والأفكار التي تتضمنها لأغراض اكتساب المعلومات أو التسلية.

أهم الظواهر التي صاحبت الإعلام الجديد: (www.aluka.net) /2016/8/31

س 9 و 43 د)

1. كسر احتكار المؤسسات الإعلامية الكبرى
2. ظهور طبقة جديدة من الإعلاميين، وأحياناً من غير المتخصصين في الإعلام قد ينفوقون على أهل الاختصاص الأصليين.
3. ظهور منابر جديدة للحوار.
4. ظهور إعلام الجمهور للجمهور
5. ظهور مضامين ثقافية وإعلامية جديدة
6. مشاركة المجتمع في تسليط الضوء على قضايا إعلامياً

7. نشوء ظاهرة المجتمع الافتراضي والشبكات الاجتماعية
8. تفتتت الجماهير وانتقال الإعلام من حالة الجماهير العريضة لوسائل الإعلام التقليدية إلى مرحلة الإعلام الفئوي والإعلام المتخصص.

الفرق بين الإعلام الجديد والإعلام التقليدي:

يمكن إيجاز أهم الاختلافات بين الإعلام الجديد والإعلام التقليدي فيما يلي:

1. المساحة الجغرافية: يمكن للموقع الإعلامي أن يصل عن طريق الإنترنت إلى مختلف أنحاء العالم على عكس عدد كبير جداً من وسائل الإعلام التقليدية التي تكون مقيدة بحدود جغرافية محدودة.
2. عامل التكلفة: يتميز الإعلام الجديد بقلّة تكاليفه كثيراً ' مقارنة بالإعلام التقليدي القديم.
3. عنصر التفاعلية.
4. الحرية.

بيئة الإعلام الجديد:

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

في المرحلة الأولى: ساحة الأحداث ومصادر المعلومات وفيها لا يوجد فقط الصحفيين المحترفين التابعين للصحف أو القنوات الفضائية الإخبارية، بل أصبحت الساحة تضم صحفيون هواة ومستقلين وغير محترفين ذوي انتماءات مختلفة وأهداف مغايره تماماً جاهزين تماماً للدفع بالأخبار في التو واللحظة.

المرحلة الثانية: جهة الاتصال، وفيها يزداد التنوع وتظهر العديد من التفرعات والقنوات الإلكترونية المتعددة ونماذج عمل مختلفة، ومنهجية ليس لها قواعد أو أسس فمثلاً وجد صحفيون وغير صحفيين، أيضاً يوجد مؤسسات وهيئات غير صحفية تقوم بدور جهة الاتصال وتنافس الصحيفة، منها أفراد مستقلين أو منظمات وجهات دولية، أو أحزاب أو هواة أو مدونين. وكذلك اختلف الأمر أيضاً من ناحية الوظائف الداخلية وطبيعة التعامل مع المعلومات الواردة فعلى الصحيفة القيام بتحرير المعلومة أو الخبر بطريقة تناسب كل مادة على حدة، لأن عليها أن تدير موقعا إلكترونياً ونسخة ورقية في ذات الوقت وتبث عبر الهاتف المحمول خدمة إعلام أيضاً، وبات على الوسيلة الإعلامية سواء الإذاعة أو التلفزيون التعامل مع المعلومة بعملية تحرير أيضاً مراجعة الأرشيف الإلكتروني لديها وتحديث قواعد البيانات والبحث عن مصادر ومراجع إضافية للمادة المقدمة، والبحث عن المواقع ذات العلاقة بالقصة الإخبارية المقدمة، مما يتطلب من وسائل الإعلام أن يتوفر لديها نوعاً من التفاعل والتداخل الإيجابي بين الصحفيين من جهة وفريق عمل تقني متكامل بالإضافة إلي أخصائي تصميم صفحات ويب وإدارة الموقع، وقواعد البيانات وتأمينها وتحديثها وتركيب البرمجيات الخاصة بالتحديث الدوري للمحتوي، لذلك أصبح الدور الإعلامي لوسائل الإعلام في غاية التعقيد مما يتطلب وجود تنسيق كامل بين الفئات والتخصصات الإعلامية لخلق التكامل والانسجام في العمل الإعلامي (غيطاس، 2011، ص7).

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

المرحلة الرابعة:

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

أيضاً تحول جمهور وسائل الإعلام الجديد من جمهور يقرأ الوسيلة الإعلامية فقط إلى جمهور يسمع ويرى ويبحث ويتفاعل بل مشاركاً من خلال ما بيديه من تعليقات وآراء ويمارس عليها أيضاً نوع من السيطرة فيرفض بعض المعلومات ويتقبل البعض الآخر وأحياناً صانعاً للأخبار.

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

نقاط التوافق والتنافر بين الإعلام التقليدي والإعلام الجديد:

يري فريق من المختصين والخبراء إن الإعلام الجديد بوضعه الحالي يتصف بعدة صفات تميزه عن الإعلام التقليدي منها انه إعلام مفتوح يعتمد على التكنولوجيا الحديثة بما يخفض من تكاليفه ويوسع من دائرة مستخدميه، وتخطي حدود الدول، ويسر

تعدد الثقافات والتوجهات بين أطراف العملية الاتصالية، كما أنه يتميز بتنوع وشمول المحتوى وحرية تداول المعلومات، وتوسيع دائرة التنافس الإعلامي.

ويعتمد الإعلام الجديد على الخدمات التفاعلية مما يدخل الجمهور كشريك أساسي في صنع المحتوى الإعلامي، وزاد من دور القطاع الخاص في مجال العمل الإعلامي (وليد، 2011، 69 - 67).

ويواجه الإعلام الإلكتروني بعض الإشكاليات في انتشاره منها على سبيل المثال لا الحصر:

- صعوبة الوثوق والتحقق من المحتوى من صحة ومصداقية البيانات والمعلومات التي تحويها بعض المواقع في ظل الحاجة إلي تعزيز التواصل للقدرات الثقافية والتعليمية للمتلقي.
- ضعف الضوابط الضرورية لضمان عدم المساس بالقيم الدينية والمعتقدات والموروثات الثقافية للمجتمعات.
- ضعف السيطرة على نشر العنف والتطرف والجنس والإرهاب.
- عدم التوازن بين حجم ونوعية الرسائل الإعلامية الموجهة وبين استعداد المتلقي لها في ما يتعلق بالرأي والرأي الآخر.
- تفتيت دائرة التلقي، والتركيز على مخاطبة الأفراد والجماعات الصغيرة وفق الميول والاحتياجات الفردية.
- انتهاك النشر والملكية الفكرية وحرية الإبداع.
- ارتكاب الجرائم الإلكترونية وانتشارها بصورة واسعة باستخدام التقنية الحديثة.
- صعوبة الحفاظ على أمن الوثائق والمعلومات في ظل تطور وسائل التقنية في اختراق المواقع والخصوصية للمحتوي في الإعلام الإلكتروني.

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

يري أحمد عاشور (س10م، 3/9/2016 / <http://www.arageek.com>) أنه
لربما يكون مخطئي اليوم كل من يظن بإمكانية التفريق التام بين الإعلام التقليدي كالصحافة المكتوبة والإذاعة والتلفزيون من جهة، والإعلام الجديد المتمثل في وسائل التواصل الاجتماعية، أو ما تسمى بوسائل الإعلام التفاعلية وأبرز أحمد عاشور عدد من النقاط التي يتداخل ويختلف فيها كل من الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي:

1. الإعلام الجديد هو إعلام حر، خال من القيود والرقابة، على عكس الإعلام التقليدي، حيث بإمكان الجميع نشر أفكارهم، والتعبير عن آرائهم بحرية مطلقة .
2. أصبح الإعلام التقليدي في وقتنا الحالي، يعتمد بدرجة أكبر على الإعلام الجديد لصعوبة الوصول إلي أماكن الحدث، ونقاط التوتر حول العالم، حيث أنه أكثر أمانا لرجال الإعلام، وخير مثال ثورات الربيع العربي .
3. ظهر نوع جديد من الإعلاميين، يمكن " تسميتهم بالإعلاميين" الجدد، وهم مستخدمو وسائل التواصل الاجتماعية الذين أثبتوا استحقاقتهم لهذا المنصب، عن طريق تغطيتهم لمجريات الأحداث حول العالم وبؤر التوتر، رغم ما يشوب هذه التغطية من نقائص، يمكن أن تتحسن في القريب العاجل مع العمل المتواصل.
4. يشهد الإعلام الجديد نشاطا اقتصاديا غير مسبوق، وطفرة نوعية مع ازدياد الطلب والحاجة إلي مواد الإخبارية.

5. يشهد سوق الإعلام اليوم سباقا محموما بين الإعلام التقليدي والإعلام الجديد، المنافس رقم واحد للإعلام التقليدي، من خلال السبق الإخباري، حيث تشير الإحصائيات إلي تفوق هذا الأخير.
6. يوفر الإعلام التقليدي أرضية خصبة للإعلام الجديد، عن طريق التسويق، فلولا الدعم والتشجيع الذي حظي به الإعلام الجديد من طرف الإعلام التقليدي، لما ظهر هذا الأخير إلي العلن.
7. ساهمت الطفرة النوعية في أعداد مستخدمي الإنترنت، أو المتصفحين اليوميين، في توفير أرضية صلبة للإعلام الجديد.
8. يبقى الإعلام الجديد بحاجة إلي التطوير والتحديث، من خلال تحسين المضمون، والبحث عن طرق أفضل للتسويق. ويبقى التكامل بين النوعين، الخيار الأمثل للنجاح في عالم ينقسم إلي افتراضي وواقعي.

المبحث الثالث

وسائط الإعلام الجديد

يمثل الإعلام الجديد منظومة جديدة تحقق مجالاً شبكياً يتحول فيه الفرد باستمرار ما بين موقعي الإرسال والتلقي، وتتصهر في داخله العوالم الفردية، وتمثل شبكة الويب فضاءً جماعياً يشترك المستخدمون في إنتاجه وهو بهذا المعنى يمكن النظر إليه على أنه نموذج تواصل جديد، لا يتعلق بعملية بث مركزية، ولكن يتفاعل داخل حالة ما، يسهم كل فرد (مرسل - مستقبل) في اكتشافها بطريقته أو تغييرها أو الحفاظ عليها كما هي، لقد أحدثت الانترنت، بوصفه العنصر الرئيس في هذه المنظومة، تغييرات بنيوية في خريطة الإعلام بشكل عام، وفسح المجال على وفق ذلك - بقيام تعددية إعلامية افتراضية.

بدأ ينظر إلي الإعلام الجديد على أنه صيرورة، تفاوض موضوعها المعنى تشارك فيه المجموعات عن طريق التواصل، أي التشاور والتناقش بين المشاركين، ويذهب (بيار ليفي) إلي إن انبثاق المنظومة التفاعلية الالكترونية يعني نهاية الجمهور، وولادة الذات الجماعية، وهذا هو الحل البديل لمجتمع المشاهد، ولا يهم إن كانت المضامين المتداولة علامات أو إيقونات أو رموزاً. (الشمائلة - وآخرون، 2015، ص 151)

وما يمتاز به هذا النموذج، عن الأول التقليدي اللا متكافئ والذي كان يخدم النخب التي تتحكم في إنتاج الخطابات العامة، ولا يضمن التبادل والتفاعلية بين المرسل والجمهور، هو إن النموذج الجديد الذي تسهم التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال، وبخاصة الانترنت ومتغيرات العصر في تشكيله، كونه غير مركزي يبسر للأفراد إمكانيات إنتاج الخطابات

والمشاركة في الاتصال العمومي، وما يميزه أيضا انه لا يتعلق فقط بما يسمى (الكثرة المعلوماتية)، ولكن بتعميم القدرة على الكلام للأفراد، ويسهم في تشكيل فضاء عمومي أكثر انفتاحاً، إذ لم يعد التواصل العمومي يقتصر على النخب السياسية والثقافية من أحزاب وجمعيات وغيرها، نظراً لما تمتاز به استعمالات الانترنت من تعدد الوسائط، النصية الفائقة، والنقل التجميعي، والتزامنية والتفاعلية.

ويري (ماجد سالم تربان) أنه بالرغم من عدم الإفادة الكاملة من خدمات الإنترنت عربياً، وبالشكل الذي يوازي الاهتمام العالمي به، إلا إن التطور الذي أحدثته الانترنت في العالم العربي يمكن تأثيره في التالي: (2008، ص 180)

1/ التضامن اللافت في أعداد المواقع الإلكترونية العربية.

2/ الانخفاض الهائل في أسعار الاشتراك بالإنترنت وقد ظهر الإنترنت المجاني في عدد من البلدان العربية.

3/ ظهور بوابات انترنت عربية تماثل - إلى حد ما البوابات الغربية

4/ الازدهار في منتديات الويب العربية.

5/ ظهور مواقع التجارة الإلكترونية العربية.

لقد تزايد عدد مستخدمي الإنترنت عالمياً بمعدل 20% سنوياً، وقد تطورت شبكة الإنترنت وأصبحت مفتوحة يمكن من خلالها الوصول إلى آلاف الموارد والخدمات المختلفة في مجال المعلومات، وما يزال العدد الحقيقي لمستخدمي الإنترنت غير محدد بشكل دقيق، لأنه في ازدياد مستمر، وبذلك أصبح الإنترنت وسيلة جديدة تعمل على تخزين المعلومات ونشرها، وأضيف إليه بُعد جديد هو التفاعل

(Interactivity) الذي يعد من أهم عوامل نجاحه وانتشار نظامه غير الهرمي، فهو يتيح لمستخدميه فرص متساوية على عكس البناء الذي قام عليه الإعلام التقليدي.

وسائط الإعلام الجديد:

1/ الصحافة الإلكترونية:

يري (رضا عبد الواحد أمين) أن الصحافة الإلكترونية هي وسيلة من الوسائل متعددة الوسائط تنشر فيها الأخبار والمقالات وكافة الفنون الصحفية عبر شبكة المعلومات الدولية الإنترنت بشكل دوري ورقم متسلسل، باستخدام تقنيات عرض النصوص والرسوم والصور المتحركة وبعض ميزات التفاعلية، وتصل إلي القارئ من خلال شاشة الحاسب الآلي (2007م، ص39).

وتتسم الصحف الالكترونية بالعديد من الخصائص الاتصالية، التي تنطلق من قدرات شبكة الانترنت كوسيلة اتصال حديثة، وأكدت معظم الأبحاث والدراسات على إنها أصبحت وسيطاً إعلامياً فعالاً، حيث مكنت الأفراد والمؤسسات من إرسال واستقبال المعلومات عبر أية مسافة وفي أي زمان أو مكان.. لاسيما بعد أن شهدت نمواً مضطرباً وتزايداً سريعاً في إقبال العديد من المؤسسات الصحفية على استخدامها، وتتنوع الخصائص التي تتسم بها الصحافة الالكترونية، لتكون بمثابة الميزة الجديدة للنشر على شبكة الإنترنت.

2/ المدونات:

وهي أحد أشكال المنظومة التفاعلية الالكترونية الأكثر أهمية، إذ هو موقع شخصي على شبكة الانترنت يتضمن آراء ومواقف حول مسائل متنوعة، ويعد تطبيقاً من تطبيقات الانترنت، يعمل عن طريق نظام لإدارة المحتوى (المضامين)، وعبارة عن صفحة على الشبكة تظهر عليها تدوينات (مدخلات - معلومات) مؤرخة ومرتبطة

ترتيباً زمنياً تصاعدياً، ينشر عدد منها يتحكم فيه مدير (ناشر) المدونة، ويتضمن النظام آلية لأرشفة المدخلات القديمة، تمكن القارئ من الرجوع إلي تدوينة معينة في وقت لاحق عندما تعود غير متاحة على الصفحة الرئيسية للمدونة.

ويشير مصطلح المدونين إلي الأشخاص الذين يكتبون المدونات وينفذون برامج التدوين.

3/ مواقع التواصل الاجتماعي:

عملت التقنية العالمية بتناسق وعلى نطاق عالمي لتحقيق بعض أحلام الإنسانية فأرست قواعد ثقافية إلكترونية عالمية امتدت عبر الزمان والمكان وتأتي وسائل الإعلام والتواصل الاجتماعي في مقدمتها حيث يعتبر الإعلام الاجتماعي أو ما يطلق عليه (Social Media) هو إحدى القوي الفاعلة على المستوى الدولي وهو أحد أهم عناصر التقنية المعاصرة في تمكين الفرد من أداء دور مؤثر على مستوى العالم. فقد شكلت عالماً افتراضياً موازياً للعالم الواقعي وبنية اجتماعية جديدة في المجتمع الكوني الكبير وأنشأت كيانات جديدة يربطها العالم الافتراضي وتوحد بينها قوة ورابطة وسيلة التواصل الاجتماعي والشعور بوحدة الهدف والمصالح. يمكننا تعريف وسائل التواصل الاجتماعي أو ما يطلق عليها شبكات الإعلام الاجتماعي بأنها مواقع على الويب أو تطبيقات تتيح للمستخدمين إمكانية التواصل فيما بينهم من خلال نشر المعلومات والتعليقات والصور وتبادل الرسائل والحوارات الفردية أو الجماعية. ويعتبر بعض الباحثين أن مفهوم وسائل التواصل الاجتماعي الإلكترونية هو مفهوم أضيق ضمن مفهوم أعم هو الإعلام الاجتماعي (Social Media) الذي يشمل المواقع والتطبيقات التي تتيح للمستخدمين أن ينشئوا أو يقدموا المحتوى لرواد المواقع أو يشاركوا في التواصل الاجتماعي. وقد قسموا الإعلام الاجتماعي إلي سبعة أقسام، واعتبروا وسائل التواصل الاجتماعي نوعاً واحداً منها.

الشبكات الاجتماعية هي مصطلح يطلق على مجموعة من المواقع على شبكة الإنترنت ظهرت مع الجيل الثالث للويب، تتيح التواصل بين الأفراد في بيئة مجتمع افتراضي يجمعهم حسب مجموعات اهتمام أو شبكات انتماء (بلد، جامعة، مدرسة... الخ) كل هذا يتم عن طريق خدمات التواصل المباشر مثل إرسال الرسائل أو الاطلاع على الملفات الشخصية للآخرين ومعرفة أخبارهم ومعلوماتهم التي يتيحونها للعرض.

صنفت مواقع الشبكات الاجتماعية ضمن مواقع الويب لأنها بالدرجة الأولى تعتمد على مستخدميها في تشغيلها وتغذية محتوياتها، كما تتنوع أشكال وأهداف تلك الشبكات الاجتماعية، فبعضها عام يهدف إلي التواصل العام وتكوين الصداقات حول العالم وبعضها الآخر يتمحور حول تكوين شبكات المحترفين وشبكات المصورين ومصممي الجرافكس، وتقوم الفكرة الرئيسية للشبكات الاجتماعية على جمع بيانات الأعضاء ذو المصالح المشتركة والذين يبحثون عن ملفات أو صور... الخ، إذ هي شبكة مواقع فعالة تعمل على تسهيل الحياة الاجتماعية بين مجموعة من المعارف والأصدقاء، كما تمكن الأصدقاء القدامى من الاتصال بعضهم البعض وبعد طول سنوات وتمكنهم أيضاً من التواصل المرئي والصوتي وتبادل الصور وغيرها من الإمكانيات التي توطن العلاقة الاجتماعية بينهم.

ومن أهم التعاريف:

الإعلام الاجتماعي: وهو المحتوى الإعلامي الذي يتميز بالطابع الشخصي والمتناقل بين طرفين أحدهما مرسل والآخر مستقبل، عبر وسيلة شبكة اجتماعية، مع حرية الرسالة للمرسل، وحرية التجاوب معها للمستقبل

وتشير أيضاً إلي: الطرق الجديدة في الاتصال في البيئة الرقمية بما يسمح للمجموعات الأصغر من الناس بإمكانية الالتقاء والتجمع على الإنترنت وتبادل المنافع

والمعلومات، وهي بيئة تسمح للأفراد والمجموعات بإسماع صوتهم وصوت مجتمعاتهم إلى العالم اجمع ويعرف زاهر راضي مواقع التواصل الاجتماعي: منظومة من الشبكات الإلكترونية التي تسمح للمشارك فيها بإنشاء موقع خاص به، ومن ثم ربطه عن طريق نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم الاهتمامات والهوايات نفسها (2003، ص23).

أنواع قائمة على منصة الوسائل التقليدية مثل الراديو والتلفزيون مواقع التواصل الاجتماعي للقنوات والإذاعات والبرامج" التي أضيفت إليها ميزات مثل التفاعلية والرقمية والاستجابة للطلب.

ويمكن أن نخلص إلى شبه اتفاق، أن مواقع التواصل الاجتماعي تشير إلى حالة من التنوع في الأشكال والتكنولوجيا والخصائص التي حملتها الوسائل المستحدثة عن التقليدية، لاسيما فيما يتعلق بإعلاء حالات الفردية (Individuality) والتخصيص (Customization)، وتأتيان نتيجة لميزة رئيسة هي التفاعلية. فإذا ما كان الإعلام الجماهيري والإعلام واسع النطاق وهو بهذه الصفة وسم إعلام القرن العشرين، فإن الإعلام الشخصي والفردى هو إعلام القرن الجديد. وما ينتج عن ذلك من تغيير انقلابى للنموذج الاتصالي الموروث بما يسمح للفرد العادى إيصال رسالته إلى من يريد فى الوقت الذى يريد، وبطريقة واسعة الاتجاهات وليس من أعلى إلى أسفل وفق النموذج الاتصالي التقليدى. فضلا عن تبني هذه المواقع تطبيقات الواقع الافتراضى وتحقيقه لميزات الفردية والتخصيص وتجاوزه لمفهوم الدولة الوطنية والحدود الدولية (صادق، 2008، ص17)

أهم مواقع التواصل الاجتماعي هي:

1/ فيس بوك (Facebook):

ترجع فكرة نشأة موقع الفيس بوك إلي صاحبه مارك زوكربيرج Mark (Zucker berg) حيث أخذ على عاتقه تصميم موقع جديد على شبكة الإنترنت ليجمع زملاؤه في الجامعة (جامعة هارفارد الأمريكية) ويمكنهم من تبادل أخبارهم وصورهم وآرائهم ولم يعتمد في تصميمه إلي أن يكون موقع تجاري يجتذب الإعلانات أو موقع يهتم بنشر الأخبار وفي عام 2004 م أطلق (مارك) الفيس بوك وكان في البداية عبارة عن شبكة تواصل اجتماعي بين الأصدقاء في جامعة هارفارد حيث اكتسب شعبية واسعة بينهم، الأمر الذي شجع مارك على توسيع قاعدة من يحق لهم الدخول إلي الموقع لتشمل طلبة جامعات أخرى أو طلبة مدارس ثانوية يسعون إلي التعرف على الحياة الجامعية، واستمر موقع فيسبوك قاصرا على طلبة الجامعات والمدارس الثانوية لمدة سنتين ثم قرر مارك أن يخطو خطوة أخرى للأمام، وهي أن يفتح أبواب موقعه أمام كل من يرغب في استخدامه، وكانت النتيجة طفرة في عدد مستخدمي الموقع، إذ ارتفع من 12 مليون مستخدم في شهر ديسمبر من عام 2006 إلي أكثر من 40 مليون مستخدم في بداية عام 2007م، ثم بلغ 2/مليار في 2017 أما بالنسبة إلي تسمية فيس بوك فمرجعها ينسب إلي اسم الدليل الذي تسلمه بعض الجامعات الأمريكية لطلابها المستجدين فيه أسماء وصور زملائهم القدامى ومعلومات مختصرة عنهم حتي لا يشعر المستجدون بالاغتراب، والفيس بوك هو موقع تواصل اجتماعي يعمل على تكوين الأصدقاء ويساعدهم على تبادل المعلومات والملفات والصور الشخصية ومقاطع الفيديو والتعليق عليها وإمكانية المحادثة أو الدردشة الفورية وبسهولة إمكانية تكوين علاقات في فترة قصيرة، وكذلك إمكانية التقاء الأصدقاء القدامى والجدد وتبادل المعلومات وآخر الأنباء والتطورات معهم وبالاستطاعة القول أن الفيس بوك يقدم مجموعة من الخدمات

الأساسية لزواره، تتمثل بالدرجة الأولى في الرسائل وهي خاصية يتيحها الفيس بوك بشكل مبسط وسهل للغاية لكل الأصدقاء، كذلك بإمكان أي شخص لديه صفحة شخصية على الفيس بوك أن يثبت المناسبات الهامة التي تخصه وعائلته، ويرغب بحضور أو مشاركة الأصدقاء معه فيها (المنصور، 2012، ص، 76-78)

أن من يتأمل شبكة الفيس بوك سيفاجأ والتشبيكات بين البشر في العالم كله من شرقه وغربه وتجد لدي كل شخص مئات الأصدقاء من شتي أنحاء العالم، ولدي كل شخص صفحة خاصة به يتصرف فيها كما يريد وهو ما يطرح لدي الشباب رغبة لا تقاوم في إظهار ذاته كما يود فهو يفكر كيف يجعل صورته متفردة وغريبة، وكيف يضع في صفحته أشياء غريبة تختلف عن غيره ليشد انتباه الآخرين فهو ما دام صاحب موقع إن جاز التعبير، فله أن يفعل فيه ما يشاء يكتب على الحائط الخاص به ويدعو أصدقاءه للكتابة والتعليق.

2/ موقع ماي سبيس (MySpace):

هو أحد أكبر المواقع داخل شبكة الانترنت للتشبيك الاجتماعي للأصدقاء، وهو يقدم لهم أركانا خاصة لتقديم لمحات من حياتهم الشخصية، ومدوناتهم، ومجموعاتهم، وصورهم وموسيقاهم ومقاطع الفيديو التي يعرضونها في الموقع، ويحتوي ماي سبيس على محرك بحث خاص بعرض ونظام بريد الكتروني داخلي، ويستطيع الناس من جميع أنحاء العالم صنع ملفات الكترونية عن حياتهم، والالتحاق بمجتمع خاص وتحديد مواعيد للالتقاء، والتشابك المهني، والترويج للأعمال، ومشاركة الاهتمامات، والعثور على أصدقاء الدراسة القدامى والأصحاب، كما يمد الموقع مستخدميه بمساحة للخصوصية والاندماج الثقافي ويتحاور ملايين الشباب مع الإعلام من خلاله، ويعبرون عن قيمهم الشخصية والثقافية من خلال شبكة ماي سبيس الاجتماعية (صادق، 2008، ص217).

4/ الويكي (Wiki):

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

5/ البودكاست (podcast):

هي خدمة تتيح الحصول على ملفات الصوت والفيديو من موقع معين بمجرد أن تدرج فيه، دون الحاجة إلي زيارته في كل مرة وتحمل المحتوى يدوياً، فالمستخدم الذي يملك تطبيقاً على جهازه كتطبيق (Apple iTunes) مثلاً يمكنه الاشتراك في خدمة البودكاست لأي موقع يريد بشرط أن يقدم الموقع هذه الخدمة ثم يقوم آل (iTunes) بتحميل الملفات الجديدة أوتوماتيكياً حال توفرها (تصفح 16/8/2016 www.wikipedia)

6/ المنتديات:

هي عبارة عن برامج خاصة تعمل على الموقع الإعلامي أو أي مواقع أخرى ذات طابع خاص، أو عام على شبكة الانترنت مثل المواقع المتخصصة التي تسمح بعرض الأفكار والآراء في القضايا أو الموضوعات المطروحة للمناقشة على الموقع، وإتاحة الفرصة للمستخدمين أو المشاركين في الرد عليها ومناقشتها فورياً، سواء كان ذلك مع أو ضد الآراء أو الأفكار المطروحة، دون قيود على المشاركين باستثناء القيود التي يضعها مسئول والمنتدى من خلال نظام الضبط والتحكم المقام على البرنامج.

وهي واحدة من تطبيقات المشاركة والتفاعل والإعلام البديل التي جاءت بها الشبكة بما يحقق للجميع إسماع أصواتهم، وهي في الوقت نفسه مجموعة من البرامج المختلفة تعمل على تطبيق هذا النوع من التواجد الحي للتجمعات على الانترنت، وهي

نشاط يعود إلي حوالي عام 1995 العام الذي بدأت فيه المنتديات في الظهور، وتمثل مرحلة انتقالية أو تطويرية من النشرات الالكترونية (BBS) ومجموعات الأخبار التي سادت في الثمانينيات وبداية التسعينيات، لتخلق، نوعاً من المجتمعات الافتراضية التي تدور غالباً حول موضوع معين أو بلد أو مجموعة من الموضوعات.

7/ لينكد إن (Linked In):

لينكد إن هو موقع على شبكة الإنترنت ي صنف ضمن الشبكات الاجتماعية يستخدم الموقع أساساً كشبكة تواصل مهنية. الموقع متوفر ب 19 لغة عالمية، منها الإنجليزية والفرنسية والألمانية والإسبانية والبرتغالية والروسية والتركية واليابانية. الغرض من الموقع هو أنه يتيح للمستخدمين الاحتفاظ بقائمة تواصل مع الأشخاص الذين لهم بهم علاقة

8/ موقع يوتيوب (youtube) :

هو أحد أشهر المواقع الإلكترونية على شبكة الإنترنت تقوم فكرة الموقع على إمكانية إرفاق أي ملفات تتكون من مقاطع الفيديو على شبكة الإنترنت دون أي تكلفة مالية، فبمجرد أن يقوم المستخدم بالتسجيل في الموقع يتمكن من إرفاق أي عدد من هذه الملفات ليراها ملايين الأشخاص حول العالم، كما يتمكن المشاهدون من إدارة حوار جماعي حول مقطع الفيديو من خلال إضافة التعليقات المصاحبة، فضلاً عن تقييم ملف الفيديو من خال إعطائه قيمة نسبية مكونة من خمس درجات لتعبر عن مدي أهمية ملف الفيديو من وجهة نظر مستخدم الموقع.

طبقاً لتصنيف اليكسا العالمي فإن موقع يوتيوب يأتي في المركز الثالث من حيث أكثر المواقع العالمية مشاهدة، بعد كل من: فيس بوك، وجوجل (صلاح. مروي عصام، 2015، ص 10).

دور اليوتيوب في خدمة الإعلام الإلكتروني:

لموقع يوتيوب حضوراً مميزاً في الساحة الإعلامية، فاسمه يتردد صداه في الكثير من البرامج السياسية، كبطل أساسي في العديد من القصص الخبرية وال فقرات التلفزيونية والإذاعية والموضوعات الصحفية، وكمصدر للأخبار والمعلومات والآراء حيث وكما ذكرنا بأن الموقع الذي تأسس عام 2005 بكاليفورنيا، يحتل المرتبة الثالثة عالمياً من حيث معدلات الدخول عليه.

9/ موقع فلكر (Flicker):

يعتبر فلكر نموذجاً لواحدة من أهم تطبيقات صحافة الجمهور في بعدها المتمثل في توزيع الصور، وقد أسهم الموقع في مناسبات مختلفة في أن يكون بديلاً حياً لوكالات الأنباء مثلما حدث أيام تفجيرات قطارات الأنفاق في لندن وفي أحداث توسونامي. فهو موقع لمشاركة الصور، وحفظها وتنظيمها، وهو أيضاً جمعية لهواة التصوير على الانترنت، بالإضافة إلي كونه موقعاً مشهوراً للتشارك في الصور الشخصية، يتم استخدام الموقع من قبل المدونين من خلال إعادة استخدام الصور الموجودة فيه، أخذ الموقع شهرته من خلال ابتكاراته كإضافة التعليقات من قبل الزائرين وكلمات المفاتيح.

10/ التدوين المصغر (Micro blogging) :

هو عبارة عن خدمات تقدمها شبكات اجتماعية تسمح بإنشاء حسابات وصفحات شخصية تعتبر بمثابة مدونات، غير أن التدوينات هي عبارة عن رسائل قصيرة لا تتجاوز 140 حرفاً لعرضها ومشاركتها على الويب وعلى أجهزة الهواتف المحمولة، ويتم التدوين إما عبر الويب سواء عبر الموقع نفسه أو عبر مختلف التطبيقات المكتبية المطورة.

11/ تويتر (Twitter) :

هو أحدي شبكات التواصل الاجتماعي، التي انتشرت في السنوات الأخيرة، ظهر الموقع كمشروع تطوير بحثي أجرته شركة أمريكية في مدينة سان فرانسيسكو، وبعد ذلك أطلقته الشركة رسمياً للمستخدمين بشكل عام في أكتوبر 2006 وبعد ذلك بدأ الموقع في الانتشار كخدمة جديدة على الساحة في عام 2007 من حيث تقديم التدوينات المصغرة وفي أبريل قامت شركة obvious بفصل الخدمة عن الشركة وتكوين شركة جديدة باسم Twitter (خميس،، 2013 م، ص 139)

وأخذ (تويتر) أسمه من مصطلح (تويت) الذي يعني (التغريد)، وأخذ من العصفورة رمزاً له، وهو خدمة مصغرة تسمح للمغردين إرسال رسائل نصية قصيرة لا تتعدى 140 حرفاً للرسالة الواحدة، ويجوز للمرء أن يسميها نصاً موجزاً مكتفياً لتفاصيل كثيرة ويمكن لمن لديه حساب في موقع تويتر أن يتبادل مع أصدقائه تلك التغريدات (التويتات) من خال ظهورها على صفحاتهم الشخصية أوفي حالة دخولهم على صفحة المستخدم صاحب الرسالة، وتتيح شبكة تويتر خدمة التدوين المصغرة، إمكانية الردود عبر الرسائل (RSS) والتحديثات عبر البريد الإلكتروني ويوفر تويتر لمستخدميه إمكانيات عديدة منها: معرفة ما يقوم به أصدقائهم دائماً وفي أي وقت، كما أنه أسرع وسيلة لطرح التساؤلات على الأصدقاء وتلقي الإجابات الفورية بالإضافة إلي أنه يتيح للمستخدم إمكانية إرسال الأخبار الهامة جداً والسريعة والمحيطة به كالاستغاثة أو الإخبار عن حادث مهم جداً. وفي الوقت ذاته يتيح تويتر للمستخدمين متابعة كل أحداث العالم الهامة فور وقوعها ويستطيع المستخدم أيضاً معرفة ما يفعله أصدقاؤه ومعارفه الذين يهتم لأمرهم ومتابعة أخبارهم وشؤونهم. ويقدم موقع تويتر تعريفاً مقتضباً له بأنه: (خدمة تساعد الأصدقاء وأفراد العائلة وزملاء العمل على التواصل

وإدامة الاتصال بعضاً ببعض عبر تبادل أجوبة سريعة ومعتادة لسؤال واحد بسيط هو :
ماذا تفعل الآن؟.

12/ انستغرام (Instagram):

برنامج مجاني وهو محفز قوي جداً لتنمية هواية التصوير، فهو يعتمد على الصور بشكل أساسي، ولذلك يدفع مستخدميه لالتقاط الصور ومشاركتها مع الأصدقاء.

13/ جوجل بلس (Google plus):

شبكة اجتماعية تتميز بسهولة التواصل خلالها والسعة غير المحدودة للتخزين.

14/ البريد الإلكتروني

يسمى الایمیل (E-Mail) : وهو أسلوب لتبادل الرسائل إرسالاً واستقبالاً عبر نظم الاتصالات الإلكترونية وشبكة الانترنت أو عبر شبكات الاتصال الخاصة بمنظمات وشركات ومؤسسات معينة (بيومي، 2012 م، ص 9).

15/ تطبيق واتس اب (Whats App):

من أشهر تطبيقات التراسل الفوري محتكر ومتعدد المنصات للهواتف الذكية يمكن المستخدمين بالإضافة إلي الرسائل من إضافة الصور والرسائل الصوتية والفيديو وخدمة المكالمات.

تأسس واتس اب (Whats App) في عام 2009 من قبل الأمريكي بريان أكتون والأوكراني جان كوم وكلاهما من الموظفين السابقين في موقع ياهو. ويقع مقرها في سانتا كلارا كاليفورنيا وفي فبراير 2014 أعلن موقع فيس بوك شراءه تطبيق واتس اب مقابل 19 مليار دولار أمريكي مقسمة بين مبلغ يدفع نقداً وبين أسهم في شركة فيس بوك (ويكيبيديا <https://ar.wikipedia> تصفح 10/18/2016 الساعة 12ظ).

من أسباب نجاح مواقع التواصل الاجتماعي:

- المحتوى يصنعه الزوار:

هذه هي الصفة الأولى من صفات مواقع التواصل الاجتماعية أو (الشبكات الاجتماعية) المحتوى هو من صنع الزوار والمتصفحون، صاحب الشبكة الاجتماعية مكلف ببناء بيئة مناسبة سهلة ليستطيع الزوار أن يسكبوا فيها ما يحملوه من معلومات وأفكار وكل ما يخطر في بالهم ضمن توجه الشبكة العام وسياستها وقوانينها، ربما برامج المنتديات تحقق هذه الصفة بجداره رغم أننا لا نسميها شبكة اجتماعية وذلك بسبب أن هنالك مواصفات أخرى لم تكتمل فيها.

إن هذا المفهوم الجديد الذي طرأ على شبكة الانترنت أحدث نقلة كبيرة إلى الأمام فلقد كانت مهام إضافة المحتوى في أي موقع من الأعمال المكلفة والمتعبة ، فأى موقع كبير كان بحاجة إلى فريق متخصص في الكتابة والإضافة يعمل بشكل مستمر حتي يظل الموقع متجدداً ليكسب الكثير من الزوار المتعطشين للمعلومة والمعرفة، أما الآن فيمكن استبدال فريق إضافة المحتوى بالزوار والمشاركين الذين سيتولون إضافة المحتوى بأنفسهم وبالتالي زيادة رصيد الموقع من المحتوى المعرفي وكل هذا بشكل مجاني مقابل ما تقدمه لهم من بيئة مناسبة وخدمة جيدة كي يحطوا رحالهم داخل صفحات الموقع.

ماذا تقدم إدارة مواقع التواصل الاجتماعي، هل تكتب لمشتركيها الأخبار والمقالات، أم هل تضيف الصور والفيديوهات، كله يتم إضافته من قبل المشركين، مثال فيسبوك الذي بلغ مستخدموه 2/مليار مشترك حسب ما ذكر مؤسس الموقع مارك زوكربيرغ في منتصف عام 2017، وحتى التطبيقات والألعاب المدمجة في فضاء موقع فيسبوك جهات أخرى هي التي قامت بتطويرها وإضافتها وموقع فيسبوك لم يقم

بشيء سوي أنه أتاح لها الفرصة ووفر لهم ولجميع المستخدمين البيئة المناسبة والأدوات المبتكرة والخدمات الفعالة التي سمحت للجميع أن يخرج كسبان.

كما أن الشبكات الاجتماعية قد وفرت حرية كبيرة لمرتاديها ففي المنتديات الالكترونية يمكن أن يكتب العضو ما يريد لكن وفق سياسة المنتدى ووفق توجهاته وعادة ما يتم فرض قيود كثيرة في الكتابة والنشر في تلك المنتديات حتي على مستوى روابط المواقع الأخرى، لكن الشبكات الاجتماعية قدمت حرية أكبر للنشر، ففي الشبكات الاجتماعية يمكن أن تكتب عن منتجاتك وتسوقها وعن مواقعك الأخرى ويمكن حتي أن تكتب وتسوق لشبكات اجتماعية جديدة منافسة، يمكن أن تكتب عن سياسة البلاد وتنقد بحرية وتبدي رأيك بشفافية ودون خوف من مقص الرقيب، إنها حرية نشر عالية ساهمت في إقبال متصفح الانترنت على الشبكات الاجتماعية، مصطلح ومبدأ الحرية له إشكاليات عديدة وكلام كثير خاصة فيما يخص حدود الحرية وأين تنتهي، وتطبيق هذا المبدأ يختلف من موقع إلي آخر، لكن العامل المشترك في مواقع التواصل الاجتماعي أن حدود الحرية فيها كبير.

كذلك مكنت من التواصل بين المستخدمين، إذ إننا نتكلم عن شبكة تواصل اجتماعية، إذا هنالك تواصل يتم، وهذا التواصل يكون متشعبا ومعقدا أحيانا حتي صرنا نطلق على الموقع شبكة، وهذا يقودونا إلي المتطلب الثاني لأي موقع الالكتروني كي يصبح شبكة تواصل اجتماعية، انه التواصل الفعال بين زوار الموقع (أو المشتركين). إن التواصل لا يتم إلا بين أشخاص معلومين، لا يمكن أن يتواصل مجهول مع مجهول بشكل فاعل لذلك فالاشتراك والتسجيل في موقع الشبكة الاجتماعية من أهم المسائل التي يجب على الزائر القيام بها للبدء في استخدام الشبكة، ثم بعد ذلك يأتي دور التواصل بين المشتركين داخل الشبكة الاجتماعية، ويمكن أن نطلق على أولئك المشتركين

(مستخدمين) لأنهم انتقلوا من فئة (زوار) فأصبحوا يستخدمون تلك الشبكة وأدواتها للتواصل والكتابة والنشر و..الخ

التواصل قد يكون له عدة صور، هنالك صور بسيطة من التواصل وهو التواصل بالرسائل وهو أمر موجود منذ زمن عبر البريد الإلكتروني ومن ثم عبر المنتديات الإلكترونية التي توفر خدمة الرسائل الخاصة بين مشتركى المنتدى، فما هو الجديد الذي قدمته هذه الشبكات الاجتماعية في قضية التواصل بين المستخدمين.

التواصل الفعال هو أن تصل نشاطات وأخبار مستخدم إلي مستخدم آخر بشكل آلي دون تدخل يدوي،، وهذا ما يتم في فيسبوك بشكل واضح، يجد المستخدم في صفحته أخبار وفعاليات أصدقائه الذين اختارهم بنفسه من بين مستخدمي فيس بوك الكثر، كما أن التواصل في الشبكات الاجتماعية يتم في إطار دائرة ضيقه وليس بين كل مستخدمى الشبكة كل مستخدم في تلك الشبكات له دائرة ضيقة يتواصل معها، يقوم بإنشاء قائمة أصدقاء أو متابعين فور وصوله إلي محيط الشبكة ويبقى ضمن تلك الدائرة لا يتواصل مع المحيط الخارجي إلا بالجزء اليسير فقط. التواصل الاجتماعي داخل الشبكة هو المحك الذي جعل بعض مواقع الشبكات تصعد إلي آفاق النجاحات المتقدمة وجعل الأخرى تتأخر كثيرا عن الركب، وهو الذي يبذل أصحاب تلك الشبكات الكثير من الجهد لتطويره وإيجاد خدمات وأدوات تحسن من تواصل المستخدمين مع بعضهم البعض.

كما أنها أتاحت خاصية التحكم في المحتوى المعروض،عندما تدخل أي موقع الإلكتروني عادي فإن أول ما سيظهر لك في صفحات الموقع هو ما يريده أصحاب الموقع أن يظهر للجميع، أصحاب الموقع هم من يتحكمون في المحتوى ويجب عليك الإذعان والتسليم أو مغادرة الموقع إن كان المحتوى لا يعجبك، هذا في حالة المواقع العادية، فماذا عن مواقع الشبكات الاجتماعية ؟ عندما تقوم بزيارة موقع فيس بوك مثلا

لأول مرة، لا تظن أنك ستجد بعض الكلام لتقرأه، ستجد صفحة تطلب منك التسجيل لتتمكن من الدخول، صفحة فارغة من المحتوى سوي بعض المربعات المخصصة لتضع فيها اسمك وبياناتك، ربما أردت أن تستكشف نوعية محتويات هذا الموقع الضخم وطبيعة المقالات والكتابات التي فيه كي تقرر هل تسجل فيه أم لا! لكن هذا غير متاح لأن موقع فيس بوك ببساطه لا يعرض إلا ما يريده المستخدم أن يشاهده، لا يلزم المستخدم بشيء، المستخدم هو من يحدد المحتوى الذي سيعرض عليه.

هذه الصفات الثلاثة هي من أهم المواصفات التي تتميز بها مواقع شبكات التواصل الاجتماعية وهي التي يجب أن تتوفر في أي موقع إلكتروني كي يكون شبكة تواصل اجتماعية.

ملخص :

الإعلام الجديد إعلام تعددي وبلا حدود ، ويقوم بأدوار لم يكن بوسع الإعلام التقليدي أن يؤديها . كما عرّفه الخبراء والباحثون بعدد من التعريفات اتفقت على أن الإعلام الجديد ينشأ في كنف بيئة رقمية ، ويمتاز بالعديد من الخصائص التي تميزه كالتفاعلية والسرعة واللا تزامنية والكونية والحرية والمشاركة ، وبانتشار أجهزه الكمبيوتر والهواتف الذكية بات الكل مشاركاً في إنتاج المضامين عبر وسائط الإعلام الجديد ، والتي من أشهرها مواقع التواصل الاجتماعي المختلفة التي أتاحت لكل حرية النشر والمشاركة مما أظهر ما يسمى بالمواطن الصحفي.

الفصل الرابع : الدراسة التطبيقية.

أولاً: الإعلام الجديد وقيمة التكافل في السودان.

ثانياً: مجتمع الدراسة .

ثالثاً: تفسير وتحليل الجداول.

رابعاً: النتائج والتوصيات.

خامساً: المصادر والمراجع

الباب الرابع

الدراسة التطبيقية

يتناول هذا الجانب من البحث الإعلام الجديد وقيمة التكافل في المجتمع السوداني في الفترة من 2014-2016 م، انطلاقاً من تأثير التقنية الحديثة ومواكبتها وسرعة انتشارها في أوساط المجتمع السوداني، مما يستدعي الانتباه لضرورة تعميق الدراسات العلمية للوقوف على حجم الاستخدامات وقياس أثرها على المجتمع.

أولاً: الإعلام الجديد وقيمة التكافل في السودان:

شهد عام (2015م) انفراجاً كبيراً على مستوى الإنترنت في السودان حيث تم إلغاء العقوبات التقنية الأمريكية والتي كانت سارية لمدة (18) عام حيث كانت تحظر على السودانيين استخدام كثير من المواقع والتطبيقات المهمة. من ما مكن أفراد المجتمع السوداني من التفاعل بصورة كبيرة على الإنترنت، ومن المتوقع حدوث ارتفاع مطرد في أعداد المستخدمين خلال العامين (2016-2017م) (التقرير السنوي لشبكة سودانيون بلا حدود، 2016م).

ولقد شكل الإعلام الجديد بكل وسائله دوراً بناءً في دعم المبادرات التطوعية في المجتمع السوداني، حيث تعمدت الكثير من المنظمات والمجموعات التطوعية على حساباتهم في الفيس بوك للتواصل مع أعضائهم ونشر أخبار فعالياتهم. ونشطت أعمال تلك المجموعات وقامت بالكثير من الأعمال الإنسانية من (نفرات) لعلاج المرضى والتصدي للكوارث وكفالة اليتيم وإعانة الضعيف والكثير من الأعمال الإنسانية مستعينة في ذلك بوسائل الإعلام الجديد، وساعد على ذلك توفر خدمة الإنترنت في السودان فالتكافل مفهوم اجتماعي يرتبط بفلسفة الدين، ويلتصق بأهدافه وغاياته السامية، وهو رابطة اجتماعية وروحية بين الأفراد، يتضمن في الغالب بُعداً مادياً حسياً وقد جعل

الإسلام الحنيف التكافل الاجتماعي جزءاً أصيلاً من قوام المجتمع المسلم، وعاملاً من عوامل قوته المادية والروحية، بل أن المجتمع يصعب تعريفه استناداً إلى هويته الإسلامية عندما تنعدم فيه رابطة التكافل الاجتماعي، أولاً تبدد وهذه الرابطة واضحة التجلي في حياته العامة. ويشير التكافل في دلالاته العملية إلى تضامن الأفراد والجماعات بهدف تحسين ظروف خاصة وعامة والارتقاء بالوضع الاجتماعي العام، وسيادة الشعور بالقيمة العالية والسامية للعيش المشترك.

كما إن مفهوم التكافل في الإسلام يشمل مدلولات البر والإحسان، والصدقة والزكاة، وكل ما يتصل بهذه الألفاظ، مما يعطي معنى التعاطف والتعاون والتكافل بين الناس.

قال تعالى:- { وَاعْبُدُوا اللَّهَ وَلَا تُشْرِكُوا بِهِ شَيْئاً وَبِالْوَالِدَيْنِ إِحْسَاناً وَبِذِي الْقُرْبَىٰ وَالْيَتَامَىٰ وَالْمَسَاكِينِ وَالْجَارِ ذِي الْقُرْبَىٰ وَالْجَارِ الْجُنْبِ وَالصَّاحِبِ بِالْجَنبِ وَابْنِ السَّبِيلِ وَمَا مَلَكَتْ أَيْمَانُكُمْ إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ مَنْ كَانَ مُخْتَالاً فَخُوراً } (النساء:آية 36)

وقال تعالى:- { وَآتَى الْمَالَ عَلَىٰ حُبِّهِ ذَوِي الْقُرْبَىٰ وَالْيَتَامَىٰ وَالْمَسَاكِينَ وَابْنَ السَّبِيلِ وَفِي الرِّقَابِ } (البقرة: 177)

ثانياً مجتمع الدراسة:

استهدفت الباحثة عدد من الخبراء في الإعلام، علم الاجتماع، علم النفس الإعلاميين، والمتطوعين في المبادرات الإنسانية، تم الاستهداف بطريقة عمدية غير منتظمة تمثل عدد الخبراء، المتباين في سماته الديمغرافية وفي بيئاته المتنوعة، وقصدت الباحثة أن يكون المسح على 100خبير، وقامت الباحثة بطباعة 100استمارة تم توزيعها عبر مجموعة باحثين في مجال الإعلام منتمين لمركز بحوث علمية استعانت بهم الباحثة حتى تضمن توزيع الاستمارات وفق أسس علمية للفئات المستهدفة، وعند

استرجاع الاستثمارات بعد تعبئتها من قبل الخبراء كان العدد مكتملا ولم يتم استبعاد استثمارات تالفة لدراية العينة بالموضوع ووضوح أسئلة الاستثمارة.

تصميم الاستثمارة :

تم تصميم استثمارة التحليل (الاستبيان) وفق المعايير الاستثمارات العلمية وقد قامت - الباحثة بالإطلاع ودراسة مقاييس الوحدات التي تستهدفها في الإستبانة، باستشارة خبراء وأكاديميين في مجال الدراسات العلمية والاجتماعية والنفسية لما يمس قضية الدراسة من إحداث التغييرات في فكر وثقافة الفرد وكذلك استشارة الخبراء الإعلاميين وتم تصميم الاستثمارة بشكلها النهائي مستخدمة في ذلك التقويم السلم الخماسي وهو مقياس (ليكرت)، وهو أسلوب لقياس السلوكيات والتفضيلات يستعمل في الاختبارات النفسية استنبطه عالم (النفس) ريني (ليكرت) يستعمل في الاستبيانات وخاصة في مجال الإحصاءات ويعتمد القياس على ردود تدل على درجة الموافقة أو الاعتراض على صيغة ما.

تم عرض الاستثمارة بعد موافقة مشرف البحث عليها وطلبه بعرضها على محكمين متخصصين¹ في مجالات متنوعة تفيد في قياس أسئلة الاستثمارة من علماء اجتماع وإعلام وإحصاء وبعد التشاور معهم وإجراء بعض التعديلات بناءً على توجيهاتهم تم اعتماد الاستثمارة.

المحكمون هم

1. دكتورة نهي حسب الرسول — كلية علوم الاتصال بجامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا.
2. دكتور عبدالمولى موسى — كلية علوم الاتصال جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا
3. دكتور صالح موسى — كلية علوم الاتصال جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا
4. دكتور سيف الدين حسن العوض — كلية الإعلام بجامعة امدرمان الإسلامية
5. دكتور عبدالعظيم نورالدين — جامعة امدرمان الإسلامية
6. أستاذ عبدالرحيم أحمد البكري متخصص الإحصاء

شملت الاستمارة:

- أولاً: السمات الديمغرافية: والتي استهدف بها قراءة واقع الدراسة وفق تلك البيانات وقراءة دلالات ذلك مع نسق المحاور.
- ثانياً: استخدامات مواقع الإعلام الجديد: وفي نهاية الاستمارة جاء سؤالان مفتوحان لدعم إجابات الفئات الثمانية، وهي:
- الفئة الأولى: وسائل التواصل الاجتماعي الأكثر استخداماً وتحتوي على ست وحدات.
- الفئة الثانية: الدوافع وراء الاهتمام بمتابعة وسائل الإعلام الجديد وتحتوي على خمس وحدات.
- الفئة الثالثة: انعكاس الإعلام الجديد على قيمة التكافل تحتوي على خمس وحدات.
- الفئة الرابعة: تأثيرات الإعلام الجديد على قيمة التكافل تحتوي على خمسة وحدات.
- الفئة الخامسة: الإعلام الجديد وتعزيز قيمة التكافل في المجتمع السوداني وتحتوي على خمسة وحدات.
- الفئة السادسة: عوامل فاعلية الإعلام الجديد في تركيز قيمة التكافل وتحتوي على خمسة وحدات.
- الفئة السابعة: تحديات تواجه الإعلام الجديد وتحد من فاعلية تعزيز قيمة التكافل وتحتوي على خمسة وحدات.
- الفئة الثامنة: نجاح مستقبل توظيف الإعلام الجديد في تعزيز قيمة التكافل بسبب، تحتوي على خمسة وحدات.

وقد تم توزيع درجات التقويم فيها إلى خمسة مستويات أساسية متدرجة كالتالي فيما يخص أسئلة الوحدات:

- أوافق بشدة وتعادل 5 درجات
- أوافق تعادل 4 درجات
- إلي حد ما تعادل 3 درجات
- لا أوافق تعادل درجتان
- لا أوافق بشدة تعادل درجة واحدة

الأسلوب الإحصائي المستخدم في الدراسة:

قامت الباحثة بترميز أسئلة الاستبيان ومن ثمّ تفريغ البيانات التي تمّ جمعها من خلال الاستبيانات وذلك باستخدام برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS) "Statistical Package for Social Sciences" ومن ثمّ تحليلها من خلال مجموعة من الأساليب الإحصائية المناسبة لطبيعة البيانات ونوع متغيرات الدراسة، لتحقيق أهداف البحث واختبار فروض الدراسة، ولقد تمّ استخدام الأدوات الإحصائية التالية:

يقصد بالثبات (استقرار المقياس وعدم تناقضه مع نفسه، أي أن المقياس يعطي نفس النتائج باحتمال مساوي لقيمة المعامل إذا أعيد تطبيقه في نفس الظروف) (عبد الفتاح ص.560).

ويستخدم لقياس الثبات "معامل الفا كرونباخ" (s Alpha, Cronbach)، والذي يأخذ قيمةً تتراوح بين الصفر والواحد صحيح، فإذا لم يكن هناك ثبات في البيانات فإن قيمة المعامل تكون مساويةً للصفر، وعلى العكس إذا كان هناك ثبات تام في البيانات فإن قيمة المعامل تساوي الواحد صحيح. أي أن زيادة معامل الفا كرونباخ تعني زيادة

مصدقية البيانات من عكس نتائج العينة على مجتمع الدراسة، والصدق هو الجزر التربيعي لمعامل الثبات.

وجاءت نتيجة الصدق والثبات لفرضيات الدراسة كالتالي: قيمة الثبات للفرضية الأولى هي 62% وقيمة الصدق هي 79% وهي درجة عالية من الصدق والثبات كما نجد أن قيمة الثبات للفرضية الثانية هي 53% وهي درجة جيدة من الثبات وقيمة الصدق هي 73% وهي درجة عالية من الصدق وقيمة الثبات للفرضية الثالثة هي 81% وقيمة الصدق هي 90% وهي درجة عالية من الثبات والصدق وقيمة الثبات للفرضية الرابعة هي 70% وقيمة الصدق هي 84% وهي درجة عالية من الثبات والصدق وقيمة الثبات للفرضية الخامسة هي 81% وقيمة الصدق هي 90% وهي درجة عالية من الثبات والصدق وقيمة الثبات للفرضية السادسة هي 75% وقيمة الصدق هي 87% وهي درجة عالية من الثبات والصدق وقيمة الثبات للفرضية السابعة هي 56% وهي درجة جيدة من الثبات وقيمة الصدق هي 75% وهي درجة عالية من الصدق وقيمة الثبات للفرضية الثامنة هي 79% وقيمة الصدق هي 89% وهي درجة عالية من الثبات والصدق.

كما نجد أن قيمة معامل الثبات الكلية للاستبيان هي 88% وقيمة معامل الصدق

هي 94%، أي أن الاستبيان يتمتع بدرجة عالية من الثبات والصدق.

- الوسط الفرضي = مجموع الأوزان ÷ عدد الأوزان = 3 =

- الوسط الفعلي = مجموع إجابات المبحوثين عن عبارة المحور على عدد المبحوثين.

فإن زادت قيمة الوسط الفعلي عن قيمة الوسط الفرضي دلّ ذلك على الاتجاه الإيجابي لإجابات المفحوصين والعكس.

تم استخدام اختبار مربع كاي (χ^2) لمعرفة الفروق بين إجابات المبحوثين وتم حسابه وفقاً للمعادلة التالية:

$$\chi^2 = \sum \frac{(O_i - E_i)^2}{E_i}$$

حيث χ^2 = كاي تربيع

المجموع = \sum

التكرارات المشاهدة = O_i

التكرارات المتوقعة = E_i

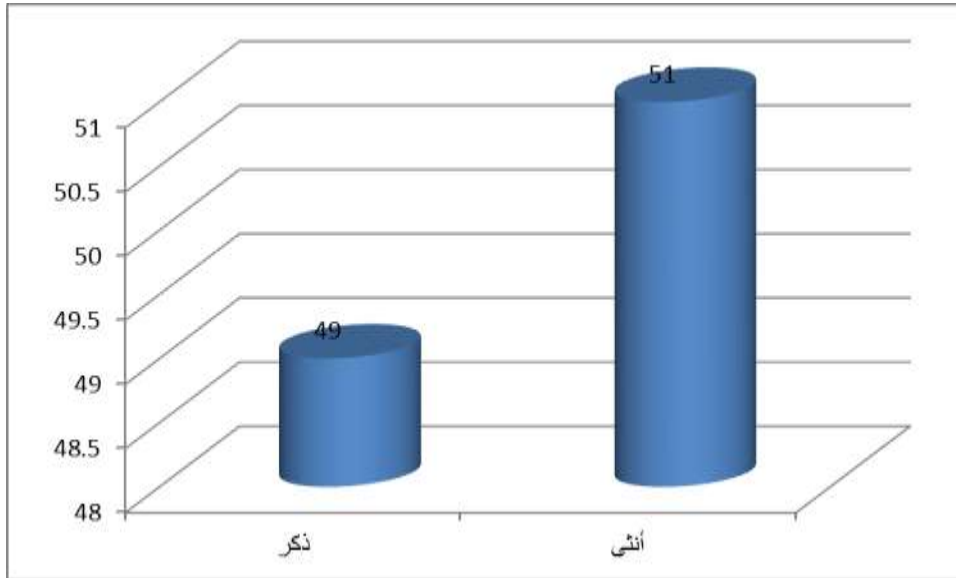
ثالثاً: تحليل وتفسير الجداول

جدول رقم (1) يوضح النوع

العبارة	العدد	النسبة %
ذكر	49	49.0
أنثي	51	51.0
المجموع	100	100.0

الجدول أعلاه نجد أن 49.0% من أفراد عينة الدراسة هم ذكور و 51.0% أن نسبة استخدام الإناث تفوق نسبة الذكور وذلك يوضح اهتمام الإناث بمتابعة وسائل الإعلام الجديد .

شكل رقم (1) يوضح النوع

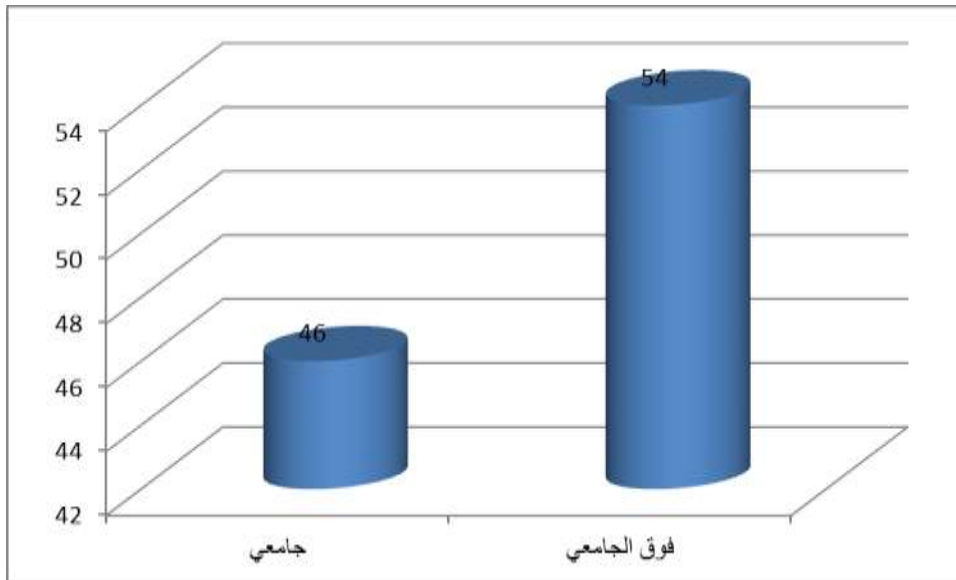


جدول رقم (2) يوضح المستوى الأكاديمي

العبارة	العدد	النسبة %
جامعي	46	46.0
فوق الجامعي	54	54.0
المجموع	100	100.0

الجدول أعلاه نجد أن 46.0% من أفراد عينة الدراسة مستواهم العلمي جامعي و54.0% فوق الجامعي. أن حملة الدرجات العلمية فوق الجامعية أكثر الذين يتابعون وسائل الإعلام الجديد وهذا مؤشر إلي درجة الوعي لمستخدمي وسائل الإعلام الجديد وهم من يقوم بإعداد ومشاركة المضامين التي تبث عبر وسائل الإعلام الجديد ويتفاعلون معها.

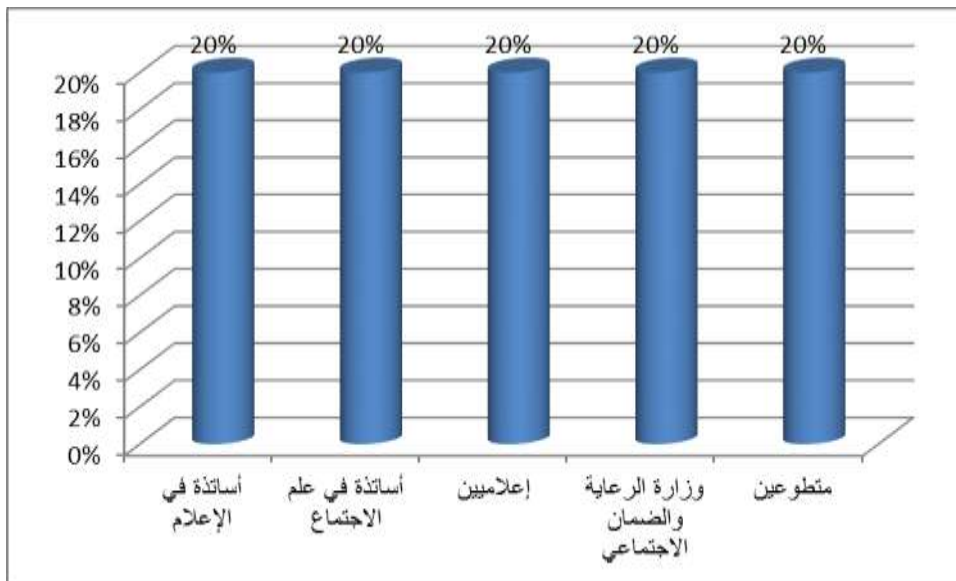
شكل رقم (2) يوضح المستوى الأكاديمي



جدول رقم (3) يوضح الوظيفة

العبارة	العدد	النسبة %
أساتذة في الإعلام	20	20%
أساتذة في علم الاجتماع	20	20%
إعلاميين	20	20%
وزارة الرعاية والضمان الاجتماعي	20	20%
متطوعين	20	20%
المجموع	100	100.0

شكل رقم (3) يوضح الوظيفة

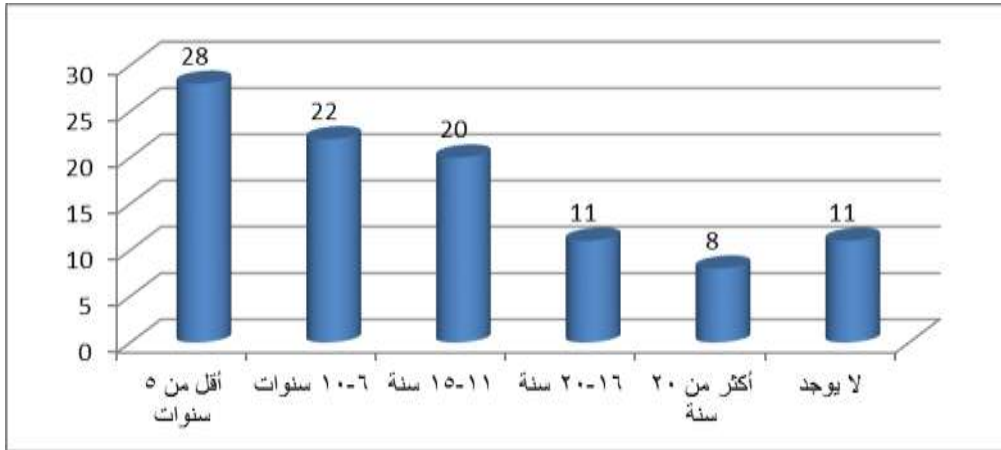


جدول رقم (4) يوضح سنوات الخبرة

العبارة	العدد	النسبة %
أقل من 5 سنوات	28	28.0
6-10 سنوات	22	22.0
11-15 سنة	20	20.0
16-20 سنة	11	11.0
أكثر من 20 سنة	8	8.0
لا يوجد	11	11.0
المجموع	100	100.0

الجدول أعلاه نجد أن 28.0% من أفراد عينة الدراسة سنوات خبرتهم أقل من 5 سنوات و22.0% من 6-10 سنة و20.0% من 11-15 سنة و11.0% من 16-20 سنة و8.0% أكثر من 20 سنة و11.0% ليس لديهم خبره . يوضح العينة المكونة من خبراء ومختصين في مجال الإعلام الجديد من أساتذة في الإعلام وعلم الاجتماع وعلم النفس وإعلاميين ، ومتطوعين في المبادرات الإنسانية ، وقد تم اختيارها اختيار عمدي عشوائي . وقد كانت النسبة الأعلى للأقل من خمسة أعوام وهذا يشير إلي أن المستخدمين هم من فئة الشباب.

شكل رقم (4) يوضح سنوات الخبرة



جدول رقم (5): (المحور الأول وسائل الإعلام الأكثر استخداماً لدى العينة)

الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	المجموع	لا أوافق بشدة	لا أوافق	محايد	أوافق	أوافق بشدة	العدد	العبارات
.877	4.41	100	2	3	5	32	58	العدد	فيسبوك
		100.0	2.0	3.0	5.0	32.0	58.0	النسبة%	
1.100	3.04	100	9	19	43	17	12	العدد	تويتر
		100.0	9.0	19.0	43.0	17.0	12.0	النسبة%	
1.061	3.92	100	2	13	9	43	33	العدد	يوتيوب
		100.0	2.0	13.0	9.0	43.0	33.0	النسبة%	
1.015	3.02	100	7	20	46	18	9	العدد	المدونات
		100.0	7.0	20.0	46.0	18.0	9.0	النسبة%	
1.077	3.05	100	9	19	39	24	9	العدد	الإنستغرام
		100.0	9.0	19.0	39.0	24.0	9.0	النسبة%	
.577	4.70	100	0	1	3	21	75	العدد	تطبيق واتس آب
		100.0	0	1.0	3.0	21.0	75.0	النسبة%	
1.187	3.69	600	29	75	145	155	196	العدد	المحور ككل
		100.0	4.8	12.5	24.2	25.8	32.7	النسبة%	

بالنظر إلى الجدول أعلاه، فإن العينة وبصورة عامة ترى أن هنالك استخداماً

كثيراً لوسائل الإعلام الجديد بوسط حسابي عام (3.69) وهو يعادل نسبة 70% مما

يعني أن هنالك دلالة إحصائية موجبة لصالح متابعة وسائل الإعلام الجديد، وذلك مقارنة بالوسط الحسابي الفرضي الناتج من حاصل جمع قوة الإجابة حسب مقياس ليكرت الخماسي مقسومة على عددها ($15 = 1+2+3+4+5$ مقسوم على الناتج 3).

بناءً على الوسط الحسابي والنسبة المئوية لكل وحدة من وحدات الفئة مقارنة مع الوسط الحسابي الفرضي (3) فإن تأثير إجابات العينة حسب الوحدات المختلفة كانت كالتالي تطبيق واتس أب كان الأعلى في استخدام العينة لوسائل الإعلام الجديد وذلك بوسط حسابي (4.70) يليه في الاستخدام فيس بوك بوسط حسابي (4.41)، ثم يوتيوب بوسط حسابي (3.90) ثم انستغرام بوسط حسابي (3.5)، ثم تويتر بوسط حسابي (3)، وأخيراً المدونات بوسط حسابي (3.2).

الانحراف المعياري يقرأ مقارنة مع الواحد الصحيح، فإذا كانت الإجابة (أكبر) من الواحد الصحيح فهذا يعني تشتت آراء العينة نحو الإجابة وعلية تكون الأسباب التي دعت للإجابة مختلفة بين أفراد العينة، أما إذا كانت الإجابة (أقل) من الواحد الصحيح فهذا يعني تركز إجابات العينة حول الموضوع وعلية تكون العينة متفقة في المسببات التي دعتها للإجابة المحددة.

وبالنظر إلي الجدول أعلاه فإن العينة كانت آراؤها مشتتة في استخدام موقع تويتر، انستغرام، يوتيوب، والمدونات، إذ جاءت الإجابة في الانحراف المعياري أكبر من الواحد الصحيح، وهذا منسجم مع طبيعة الموضوع، بينما اتفقت آراء العينة في الإجابة على وحدتي واتس اب، وفيس بوك إذ كانت الإجابة وفق الانحراف المعياري لها أقل من الواحد الصحيح.

إذ يبدو جلياً الانتشار الكبير والاستخدام المفرط لتطبيق واتس أب وموقع فيس بوك في الآونة الأخيرة على نطاق واسع وكذلك كثرة استخدامه من قبل كل الفئات

مما يسرع انتشار الأخبار والمعلومات والشائعات المتداولة عبر تلك المواقع، فالفيس بوك كان له دور كبير في المساعدة على إنجاح ثورات الربيع العربي، عبره كان يتم تداول المعلومات والإعداد والترتيب للإعتصامات. وعبرهم تمت معالجة بعض الظواهر السالبة في المجتمع، كذلك التوعية والتنقيف، كما أنه من خلال الدراسة ساعد في علاج كثير من الحالات من خلال عرضها على الواتس أب والفيس بوك. كما أن هذا يتوافق ويعزز تقرير الهيئة القومية للاتصالات وتقارير شبكة مدونون سودانيون بلا حدود للعام (2016) م والذي أشاروا فيه إلى أن أكثر استخدامات السودانيين هي لتطبيق واتس أب، ربما لخصائصه واستخدامه الميسر عبر الهاتف النقال، وأيضا تيسير عروض خدمة الإنترنت التي تقدمها شركات الاتصال وتتنافس في ذلك فيما بينها كسب العملاء.

جدول رقم (6): المحور الثاني (الدوافع وراء اهتمامات العينة بمتابعة وسائل الإعلام الجديد)

الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	المجموع	لا أوافق بشدة	لا أوافق	محايد	أوافق	أوافق بشدة	العدد	النسبة %	العبارات
.456	4.79	100	0	0	2	17	81	العدد		اكتساب المعلومات
		100.0	0	0	2.0	17.0	81.0	النسبة %		
1.148	3.12	100	8	24	28	28	12	العدد		تبادل الصور
		100.0	8.0	24.0	28.0	28.0	12.0	النسبة %		
.961	4.16	100	3	4	9	42	42	العدد		التفاعل مع ما ينشر على الواقع
		100.0	3.0	4.0	9.0	42.0	42.0	النسبة %		
.793	4.24	100	0	5	7	47	41	العدد		عملية النشر والمشاركة
		100.0	0	5.0	7.0	47.0	41.0	النسبة %		
.957	3.79	100	2	8	22	45	23	العدد		التعرف على أصدقاء جدد
		100.0	2.0	8.0	22.0	45.0	23.0	النسبة %		
1.048	4.02	500	13	41	68	179	199	العدد		المحور ككل
		100.0	2.6	8.2	13.6	35.8	39.8	النسبة %		

بالنظر إلى الجدول أعلاه، فإن العينة وبصورة عامة ترى أن هنالك اهتماماً كبيراً بوسائل الإعلام الجديد بوسط حسابي عام (4.2) وهو يعادل نسبة (80.2%) مما يعني أن هنالك دلالة إحصائية موجبة لصالح متابعة وسائل الإعلام الجديد، وذلك مقارنة بالوسط الحسابي الفرضي بناءً على الوسط الحسابي والنسبة المئوية لكل وحدة من وحدات الفئة مقارنة مع الوسط الحسابي الفرضي (3) فإن تأثير إجابات العينة حسب

الوحدات المختلفة كانت كالتالي وحدة اكتساب المعلومات كانت الأعلى في اهتمام العينة بوسائط الإعلام الجديد وذلك بوسط حسابي (4.79)، تليها في التأثير حسب اهتمام العينة وحدة (عملية النشر والمشاركة) بوسط حسابي (4.24)، ثم وحدة (التفاعل مع ما ينشر على المواقع) بوسط حسابي (4.16)

الانحراف المعياري:

بالنظر إلي الجدول أعلاه فإن العينة كانت آراؤها مشتتة في موضوع تأثير تبادل الصور، إذ جاءت الإجابة في الانحراف المعياري أكبر من الواحد الصحيح، وهذا منسجم مع طبيعة الموضوع، بينما اتفقت آراء العينة في بقية الوحدات إذ كانت الإجابات وفق الانحراف المعياري لها جميعاً أقل من الواحد الصحيح، وبالنظر إلي كل الوحدات الأخرى نجدتها وحدات علمية من الضرورة أن تتفق الآراء عليها.

ومن ذلك يمكننا القول أن العينة على دراية كافية بالإجابات وأن إجاباتها كانت متسقة علمياً مع المطلوبات مما يؤكد درجة الثبات والصدق في الاستمارة، كما يوضح الإيجابية في تعامل العينة مع وسائل الإعلام الجديد فكان تبادل المعلومات جاء النسبة الأعلى وهذا يشير إلي أن العينة تستفيد من هذه المواقع في التعلم وزيادة المعارف كما تأتي عملية النشر والمشاركة في الترتيب الثاني من حيث الاستخدام لدي العينة ، وهذا يدل على تفاعل العينة واهتمامها بالنشر والمشاركة عبر المواقع ، ويأتي في الترتيب الثالث التفاعل مع ما ينشر عبر المواقع وهذا يوضح مدي سرعة وصول مضامين الإعلام الجديد و كذلك يبين أهمية الإعلام الجديد

جدول رقم (7): المحور الثالث (انعكاس الإعلام الجديد على قيمة التكافل)

الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	المجموع	لا أوافق بشدة	لا أوافق	محايد	أوافق	أوافق بشدة	العدد	العبارات
.800	4.37	100	1	2	8	37	52	العدد	المجموعات الإنسانية والخيرية دفعتني لمساعدة الآخرين
		100.0	1.0	2.0	8.0	37.0	52.0	النسبة%	
.895	3.87	100	1	7	20	48	24	العدد	أساهم دائماً في علاج الحالات التي تعرضها المبادرات عبر وسائل الإعلام الجديد
		100.0	1.0	7.0	20.0	48.0	24.0	النسبة%	
.802	4.27	100	0	3	13	38	46	العدد	أشعر بالمسئولية في إيصال معلومات عن المحتاجين عبر وسائل الإعلام الجديد
		100.0	0	3.0	13.0	38.0	46.0	النسبة%	
.782	4.21	100	0	4	10	47	39	العدد	تفاعلت مع الحالات التي تعرضها المبادرة عبر وسائل الإعلام الجديد
		100.0	0	4.0	10.0	47.0	39.0	النسبة%	
.744	4.46	100	1	1	6	35	57	العدد	الإعلام الجديد له تأثير إيجابي على قيمة التكافل
		100.0	1.0	1.0	6.0	35.0	57.0	النسبة%	
.828	4.24	500	3	17	57	205	218	العدد	المحور ككل
		100	0.6	3.4	11.4	41.0	43.6	النسبة%	

بالنظر إلي الجدول أعلاه، فإن العينة وبصورة عامة تري أن الإعلام الجديد له انعكاس واضح على قيمة التكافل بوسط حسابي عام (4.24) وهو يعادل نسبة (80.24%) مما يعني أن هنالك دلالة إحصائية موجبة لصالح انعكاس الإعلام الجديد على قيمة التكافل وذلك مقارنة بالوسط الحسابي الفرضي الناتج من حاصل جمع قوة الإجابة حسب

مقياس ليكرت الخماسي بناءً على الوسط الحسابي والنسبة المئوية لكل وحدة من وحدات الفئة مقارنة مع الوسط الحسابي الفرضي (3) فإن إجابات العينة حسب الوحدات المختلفة كانت كالتالي الأعلى أن الإعلام الجديد له تأثير إيجابي على قيمة التكافل بوسط حسابي (4.46) يليه المجموعات الإنسانية والخيرية دفعتني لمساعدة الآخرين بوسط حسابي (4.37)، ثم أشعر بالمسئولية في إيصال معلومات عن المحتاجين عبر وسائل الإعلام الجديد بوسط حسابي (4.27)، ثم تفاعلت مع الحالات التي تعرضها المبادرة عبر وسائل الإعلام الجديد بوسط حسابي (4.21)، ثم أساهم دائماً في علاج الحالات التي تعرضها المبادرات عبر وسائل الإعلام الجديد بوسط حسابي (3.87).

الانحراف المعياري:

بالنظر إلي الجدول أعلاه فإن العينة اتفقت آراءها في كل الوحدات إذ كانت الإجابات وفق الانحراف المعياري لها جميعاً أقل من الواحد الصحيح.

ومن ذلك يمكننا القول أن العينة على دراية كافية بالإجابات وأن إجاباتها كانت متسقة علمياً مع المطلوبات مما يؤكد درجة الثبات والصدق في الاستمارة.

ويوضح ذلك طبيعة المجتمع السوداني الذي يتميز بالتكافل والمروءة والكرم الفياض وان إغاثة المهوف ونجدة الضعيف هي سمة المجتمع، لذلك كان التفاعل كبير مع الحالات التي تم عرضها عبر وسائل الإعلام الجديد للمساعدة

جدول رقم (8): (المحور الرابع تأثيرات الإعلام الجديد على قيمة الكافل)

العبارة	أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق	لا أوافق بشدة	المجموع	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري
عبر التأثيرات الاقتصادية	العدد	31	52	10	7	0	100	.832
	النسبة%	31.0	52.0	10.0	7.0	0	100.0	
عبر التأثيرات النفسية	العدد	27	52	15	5	1	100	.847
	النسبة%	27.0	52.0	15.0	5.0	.0	100.0	
عبر التأثيرات السلوكية	العدد	33	46	16	5	0	100	.832
	النسبة%	33.0	46.0	16.0	5.0	0	100.0	
عبر التأثيرات المعرفية	العدد	36	49	9	4	2	100	.884
	النسبة%	36.0	49.0	9.0	4.0	2.0	100.0	
عبر التأثيرات الاجتماعية	العدد	46	45	7	1	1	100	.742
	النسبة%	46.0	45.0	7.0	1.0	1.0	100.0	
المحور ككل	العدد	173	244	57	22	4	500	.834
	النسبة%	34.6	48.8	11.4	4.4	0.8	100.0	

بالنظر إلى الجدول أعلاه، فإن العينة وبصورة عامة تري أن الإعلام الجديد له تأثير واضح على قيمة التكافل بوسط حسابي عام (4.12) وهو يعادل نسبة (80.12 %) مما يعني أن هنالك دلالة إحصائية موجبة لصالح تأثير الإعلام الجديد على قيمة التكافل وذلك مقارنة بالوسط الحسابي الفرضي الناتج من حاصل جمع قوة الإجابة حسب مقياس ليكرت الخماسي بناءً على الوسط الحسابي والنسبة المئوية لكل وحدة من وحدات الفئة مقارنة مع الوسط الحسابي الفرضي (3) فإن إجابات العينة حسب الوحدات المختلفة كانت كالتالي الأعلى.. أن الإعلام الجديد له تأثير إيجابي على قيمة

التكافل عبر التأثيرات الاجتماعية بوسط حسابي (4.34)، يليه عبر التأثيرات المعرفية بوسط حسابي (4.12)، ثم تطابقت نتيجة إجابات العينة في وحدتي التأثيرات الاقتصادية والتأثيرات السلوكية بوسط حسابي (4.7)، ثم التأثيرات النفسية بوسط حسابي (3.99)

الانحراف المعياري:

بالنظر إلى الجدول أعلاه فإن العينة اتفقت آراءها في كل الوحدات إذ كانت الإجابات وفق الانحراف المعياري لها جميعاً أقل من الواحد الصحيح. كانت التأثيرات الاجتماعية الأعلى تأثيراً مما يدل أهمية النواحي الاجتماعية لدي العينة وكل هذا يبين أن المجتمع السوداني مجتمع تكافلي .

ومن ذلك يمكننا القول أن العينة على دراية كافية بالإجابات وأن إجاباتها كانت متسقة علمياً مع المطلوبات مما يؤكد درجة الثبات والصدق في الاستمارة.

جدول رقم (9) المحور الخامس (الإعلام الجديد وتعزيز قيمة التكافل في المجتمع السوداني)

الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	المجموع	لا أوافق بشدة	لا أوافق	محايد	أوافق	أوافق بشدة	العدد	العبارات
1.102	4.09	100	3	11	5	36	45	العدد	المبادرات الخيرية عرفت المجتمع السوداني بقيمة التكافل
		100.0	3.0	11.0	5.0	36.0	45.0	النسبة%	
.813	4.31	100	1	3	7	42	47	العدد	المبادرات الخيرية عززت قيمة التكافل في المجتمع السوداني
		100.0	1.0	3.0	7.0	42.0	47.0	النسبة%	
.996	4.09	100	2	7	12	38	41	العدد	المبادرات الخيرية نشرت قيمة التكافل في المجتمع السوداني
		100.0	2.0	7.0	12.0	38.0	41.0	النسبة%	
.811	4.36	100	2	0	9	38	51	العدد	المبادرات الخيرية ساعدت في علاج حالات في المجتمع السوداني
		100.0	2.0	0	9.0	38.0	51.0	النسبة%	
.730	4.45	100	1	1	5	38	55	العدد	المبادرات الخيرية دفعت الشباب بشكل كبير للعمل الخيري
		100.0	1.0	1.0	5.0	38.0	55.0	النسبة%	
.909	4.26	500	9	22	38	192	239	العدد	المحور ككل
		100.0	1.8	4.4	7.6	38.4	47.8	النسبة%	

بالنظر إلى الجدول أعلاه، فإن العينة وبصورة عامة تري أن الإعلام الجديد قد ساعد في تعزيز قيمة التكافل بوسط حسابي عام (4.26) وهو يعادل نسبة (80.26%) مما يعني أن هنالك دلالة إحصائية موجبة لصالح تعزيز الإعلام الجديد لقيمة التكافل في المجتمع السوداني وذلك مقارنة بالوسط الحسابي الفرضي الناتج من حاصل جمع قوة

الإجابة حسب مقياس ليكرت الخماسي بناءً على الوسط الحسابي والنسبة المئوية لكل وحدة من وحدات الفئة مقارنة مع الوسط الحسابي الفرضي (3) فإن إجابات العينة حسب الوحدات المختلفة كانت كالتالي.. الأعلى المبادرات الخيرية دفعت الشباب بشكل كبير للعمل الخيري بوسط حسابي (4.45)، يليه المبادرات الخيرية ساعدت في علاج حالات في المجتمع السوداني بوسط حسابي (4.36)، يليه المبادرات الخيرية عززت قيمة التكافل في المجتمع السوداني بوسط حسابي (4.31)، وتطابقت آراء العينة في وحدتي المبادرات الخيرية عرفت المجتمع السوداني بقيمة التكافل بوسط حسابي (4.9) والمبادرات الخيرية نشرت قيمة التكافل في المجتمع السوداني بوسط حسابي (4.9)

الانحراف المعياري

بالنظر إلي الجدول أعلاه فإن العينة كانت آراؤها مشتتة في موضوع المبادرات الخيرية عرفت المجتمع السوداني بقيمة التكافل، إذ جاءت الإجابة في الانحراف المعياري أكبر من الواحد الصحيح، وهذا منسجم مع طبيعة الموضوع، بينما اتفقت آراء العينة في بقية الوحدات إذ كانت الإجابات وفق الانحراف المعياري لها جميعاً أقل من الواحد الصحيح وبالنظر إلي كل الوحدات الأخرى نجدتها وحدات من الضرورة أن تتفق الآراء عليها.

ومن ذلك يمكننا القول أن العينة على دراية كافية بالإجابات وأن إجاباتها كانت متسقة مع المطلوبات مما يؤكد درجة الثبات والصدق في الاستمارة.

طبيعة المجتمع السوداني مجتمع تكافلي لم تُعرفه وسائط الإعلام الجديد بقيمة التكافل وإنما عززت تلك الوسائط من قيمة التكافل فالدين الحنيف يدعونا للتعاون والتكافل والتراحم.

جدول رقم (10) المحور السادس (عوامل فاعلية الإعلام الجديد في تركيز قيمة التكافل)

الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	المجموع	لا أوافق بشدة	لا أوافق	محايد	أوافق	أوافق بشدة	العدد	العبارات
.742	4.29	100	0	3	8	46	43	العدد	جاذبية الرسائل عامل أساسي في تركيز قيمة التكافل
		100.0	0	3.0	8.0	46.0	43.0	النسبة%	
.825	4.31	100	0	4	11	35	50	العدد	كلما كانت الرسائل الإعلامية ممتعة كلما زاد فهم المستخدم لها
		100.0	0	4.0	11.0	35.0	50.0	النسبة%	
.849	4.19	100	1	2	16	39	42	العدد	تحقق الرسالة درجة الإثباع متي ما توافر لها معلومات إحصائية ومقارنة
		100.0	1.0	2.0	16.0	39.0	42.0	النسبة%	
.956	3.93	100	0	10	19	39	32	العدد	تكون الرسالة مقدمة بدرجة مهنية وعلمية في إعدادها
		100.0	0	10.0	19.0	39.0	32.0	النسبة%	
.805	4.28	100	1	2	10	42	45	العدد	تؤثر الرسالة في سلوك المستخدم متي ما خاطبت حاجته ورغباته
		100.0	1.0	2.0	10.0	42.0	45.0	النسبة%	
.847	4.20	500	2	21	64	201	212	العدد	المحور ككل
		100.0	0.4	4.2	12.8	40.2	42.4	النسبة%	

بالنظر إلي الجدول أعلاه، فإن العينة وبصورة عامة تري أن عوامل فاعلية الإعلام الجديد قيمة التكافل قد أدت إلي تركيز قيمة التكافل بوسط حسابي عام (4.20) وهو

يعادل نسبة (80.20 %) مما يعني أن هنالك دلالة إحصائية موجبة لصالح عوامل فاعلية الإعلام الجديد في تركيز قيمة التكافل في المجتمع السوداني وذلك مقارنة بالوسط الحسابي الفرضي الناتج من حاصل جمع قوة الإجابة حسب مقياس ليكرت الخماسي بناءً على الوسط الحسابي والنسبة المئوية لكل وحدة من وحدات الفئة مقارنة مع الوسط الحسابي الفرضي (3) فإن إجابات العينة حسب الوحدات المختلفة كانت كالتالي.. الأعلى كلما كانت الرسائل الإعلامية ممتعة كلما زاد فهم المستخدم لها، بوسط حسابي (4.31)، يليه جاذبية الرسائل عامل أساسي في تركيز قيمة التكافل، بوسط حسابي (4.29)، يليه تؤثر الرسالة في سلوك المستخدم متي ما خاطبت حاجته ورغباته، بوسط حسابي (4.28)، يليه تحقق الرسالة درجة الإشباع متي ما توافر لها معلومات إحصائية ومقارنة، بوسط حسابي (4،19)، يليه تكون الرسالة مقدمة بدرجة مهنية وعلمية في إعدادها، بوسط حسابي (93. 3).

الانحراف المعياري:

بالنظر إلي الجدول أعلاه فإن العينة اتفقت آراءها في كل الوحدات إذ كانت الإجابات وفق الانحراف المعياري لها جميعاً أقل من الواحد الصحيح. ومن ذلك يمكننا القول أن العينة على دراية كافية بالإجابات وأن إجاباتها كانت متسقة علمياً مع المطلوبات مما يؤكد درجة الثبات والصدق في الاستمارة

جدول رقم (11) المحور السابع (تحديات تواجه الإعلام الجديد وتحد من فاعلية تعزيز قيمة التكافل)

العبارة	أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق	لا أوافق بشدة	المجموع	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري
رسوخ بعض التقاليد	العدد	30	45	13	12	0	3.93	.956
	النسبة%	30.0	45.0	13.0	12.0	0		
حساسية الأنظمة السياسية تجاه المبادرات الإلكترونية	العدد	50	34	12	3	1	4.29	.868
	النسبة%	50.0	34.0	12.0	3.0	1.0		
ضعف خدمة الإنترنت	العدد	40	39	11	9	1	4.08	.981
	النسبة%	40.0	39.0	11.0	9.0	1.0		
ارتفاع تكلفة الإنترنت	العدد	37	42	12	8	1	4.06	.952
	النسبة%	37.0	42.0	12.0	8.0	1.0		
ضعف أسلوب الرسائل	العدد	33	36	14	12	5	3.80	1.172
	النسبة%	33.0	36.0	14.0	12.0	5.0		
المحور ككل	العدد	190	196	62	44	8	4.03	1.000
	النسبة%	38.0	39.2	12.4	8.8	1.6		

بالنظر إلي الجدول أعلاه، فإن العينة وبصورة عامة ترى أن التحديات التي تواجه الإعلام الجديد وتحد من فاعليته قد أدت إلي تركيز قيمة التكافل بوسط حسابي عام (4.3) وهو يعادل نسبة (80.3%) مما يعني أن هنالك دلالة إحصائية موجبة لصالح التحديات التي تواجه الإعلام الجديد وتحد من فاعليته وذلك مقارنة بالوسط الحسابي الفرضي الناتج من حاصل جمع قوة الإجابة حسب مقياس ليكرت الخماسي بناءً على

الوسط الحسابي والنسبة المئوية لكل وحدة من وحدات الفئة مقارنة مع الوسط الحسابي الفرضي (3) فإن إجابات العينة حسب الوحدات المختلفة كانت كالتالي.. الأعلى كانت حساسية الأنظمة السياسية تجاه المبادرات الإلكترونية، بوسط حسابي (29.4)، يليه ر الرسالة ضعف خدمة الإنترنت، بوسط حسابي (4.9)، يليه ارتفاع تكلفة الإنترنت بوسط حسابي (4.6) يليه رسوخ بعض التقاليد، بوسط حسابي (3.93)، يليه ضعف أسلوب الرسائل، بوسط حسابي (3.80).

الانحراف المعياري:

بالنظر إلي الجدول أعلاه فإن العينة كانت آراؤها مشتتة في موضوع ضعف أسلوب الرسائل، إذ جاءت الإجابة في الانحراف المعياري أكبر من الواحد الصحيح، وهذا منسجم مع طبيعة الموضوع، بينما اتفقت آراء العينة في بقية الوحدات إذ كانت الإجابات وفق الانحراف المعياري لها جميعاً أقل من الواحد الصحيح، وبالنظر إلي كل الوحدات الأخرى نجدها وحدات من الضرورة أن تتفق الآراء عليها.

ومن ذلك يمكننا القول أن العينة على دراية كافية بالإجابات وأن إجاباتها كانت متسقة مع المطلوبات مما يؤكد درجة الثبات والصدق في الاستمارة.

جدول رقم (12) المحور الثامن (نجاح مستقبل توظيف الإعلام الجديد في تعزيز قيمة التكافل بسبب)

الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	المجموع	لا أوافق بشدة	لا أوافق	محايد	أوافق	أوافق بشدة	العدد	العبارات
.723	4.32	100	0	1	12	41	46	العدد	وضوح السياسات والخطط المطلوب تحقيقها
		100.0	0	1.0	12.0	41.0	46.0	النسبة%	
.759	4.30	100	0	2	12	40	46	العدد	ترتيب الأولويات في توظيف الوسائط عامل نجاح للمستقبل
		100.0	0	2.0	12.0	40.0	46.0	النسبة%	
.586	4.40	100	0	0	5	50	45	العدد	جودة الأساليب في معالجة القضايا تحقق أهداف الرسالة
		100.0	0	0	5.0	50.0	45.0	النسبة%	
.785	4.30	100	0	4	8	42	46	العدد	تعزيز الرسالة بأكثر من وسيط في آن معا ضمان لنجاح أكبر
		100.0	0	4.0	8.0	42.0	46.0	النسبة%	
.818	4.24	100	1	2	12	42	43	العدد	ثقة المستخدم في مقدرات توظيف الإعلام الجديد أكبر نجاحات المستقبل
		100.0	1.0	2.0	12.0	42.0	43.0	النسبة%	
.737	4.31	500	1	9	49	215	226	العدد	المحور ككل
		100.0	0.2	1.8	9.8	43.0	45.2	النسبة%	

بالنظر إلي الجدول أعلاه ، فإن العينة وبصورة عامة تري أن أسباب نجاح مستقبل
توظيف الإعلام الجديد في تعزيز قيمة التكافل بوسط حسابي عام (4.31) وهو يعادل
نسبه (80.31 %) مما يعني أن هنالك دلالة إحصائية موجبة لصالح التحديات التي
تواجه الإعلام الجديد وتحد من فاعليته وذلك مقارنة بالوسط الحسابي الفرضي الناتج
من حاصل جمع قوة الإجابة حسب مقياس ليكرت الخماسي بناءً على الوسط الحسابي
والنسبة المئوية لكل وحدة من وحدات الفئة مقارنة مع الوسط الحسابي الفرضي (3)
فإن إجابات العينة حسب الوحدات المختلفة كانت كالتالي.. الأعلى جودة الأساليب في
معالجة القضايا تحقق أهداف الرسالة، بوسط حسابي (4.40)، يليه وضوح السياسات
والخطط المطلوب تحققها، بوسط حسابي (4. 32)، يليه ترتيب الأولويات في توظيف
الوسائط عامل نجاح للمستقبل بوسط حسابي (4. 30)، يليه تعزيز الرسالة بأكثر من
وسيط في آن معا ضمان لنجاح أكبر، بوسط حسابي (3.30)، يليه ثقة المستخدم في
مقررات توظيف الإعلام الجديد أكبر نجاحات المستقبل بوسط حسابي (4.24).

الانحراف المعياري:

بالنظر إلي الجدول أعلاه فإن العينة اتفقت آراءها في كل الوحدات إذ كانت الإجابات
وفق الانحراف المعياري لها جميعاً أقل من الواحد الصحيح.

ومن ذلك يمكننا القول أن العينة على دراية كافية بالإجابات وأن إجاباتها كانت متسقة
علمياً مع المطلوبات مما يؤكد درجة الثبات والصدق في الاستمارة

اختبار المحاور :

جدول رقم (13): يوضح الأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية وقيم اختبار مربع كاي لعبارات المحور الأول (وسائل الإعلام الجديد الأكثر استخداماً لدي العينة)

رقم	العبارة	قيمة مربع كاي	درجة الحرية	القيمة الاحتمالية	الاستنتاج
1	فيسبوك	121.300	4	0.00	دالة
2	تويتر	36.200	4	0.00	دالة
3	يوتيوب	59.600	4	0.00	دالة
4	المدونات	48.500	4	0.00	دالة
5	الإنستغرام	31.000	4	0.00	دالة
6	تطبيق واتس آب	143.040	4	0.00	دالة

من الجدول أعلاه نجد أن القيم الاحتمالية لاختبار مربع كاي أقل من 0.05 وهي دالة إحصائياً أي توجد فروق ذات دلالة إحصائياً بين إجابات المبحوثين، وبالنظر لقيمة الوسط الحسابي نجدها أكبر من الوسط الفرضي (3)، عليه أخذت آراء المبحوثين القبول على عبارة المحور الأول.

جدول رقم (14): يوضح الأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية وقيم اختبار مربع كاي لعبارات المحور الثاني (الدوافع وراء اهتماماتك بمتابعة وسائل الإعلام الجديد).

رقم	العبارة	قيمة مربع كاي	درجة الحرية	القيمة الاحتمالية	الاستنتاج
1	اكتساب المعلومات	105.620	2	0.00	دالة
2	تبادل الصور	17.600	4	0.00	دالة
3	التفاعل مع ما ينشر على الواقع	81.700	4	0.00	دالة
4	عملية النشر والمشاركة	58.560	3	0.00	دالة
5	التعرف على أصدقاء جدد	55.300	4	0.00	دالة

من الجدول أعلاه نجد أن القيم الاحتمالية لاختبار مربع كاي أقل من 0.05 وهي دالة إحصائياً أي توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات الباحثين، وبالنظر لقيمة الوسط الحسابي نجدها أكبر من الوسط الفرضي (3)، عليه أخذت آراء الباحثين القبول على عبارة المحور الثاني.

جدول رقم (15): يوضح الأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية وقيم اختبار مربع كاي لعبارات المحور الثالث (انعكاس الإعلام الجديد على قيمة التكافل).

رقم	العبرة	قيمة مربع كاي	درجة الحرية	القيمة الاحتمالية	الاستنتاج
1	المجموعات الإنسانية والخيرية دفعتني لمساعدة الآخرين	107.100	4	0.00	دالة
2	أساهم دائماً في علاج الحالات التي تعرضها المبادرات عبر وسائل الإعلام الجديد	66.500	4	0.00	دالة
3	أشعر بالمسئولية في إيصال معلومات عن المحتاجين عبر وسائل الإعلام الجديد	49.520	3	0.00	دالة
4	تفاعلت مع الحالات التي تعرضها المبادرة عبر وسائل الإعلام الجديد	53.840	3	0.00	دالة
5	الإعلام الجديد له تأثير إيجابي على قيمة التكافل	125.600	4	0.00	دالة

من الجدول أعلاه نجد أن القيم الاحتمالية لاختبار مربع كأي أقل من 0.05 وهي دالة إحصائياً أي توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات المبحوثين، وبالنظر لقيمة الوسط الحسابي نجد أنها أكبر من الوسط الفرضي (3)، عليه أخذت آراء المبحوثين القبول على عبارة المحور الثالث.

جدول رقم (16): يوضح الأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية وقيم اختبار مربع كاي لعبارات المحور الرابع (تأثيرات الإعلام الجديد علي قيمة الكافل).

رقم	العبارة	قيمة مربع كاي	درجة الحرية	القيمة الاحتمالية	الاستنتاج
1	عبر التأثيرات الاقتصادية	52.560	3	0.00	دالة
2	عبر التأثيرات النفسية	84.200	4	0.00	دالة
3	عبر التأثيرات السلوكية	39.440	3	0.00	دالة
4	عبر التأثيرات المعرفية	89.900	4	0.00	دالة
5	عبر التأثيرات الاجتماعية	109.600	4	0.00	دالة

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

جدول رقم (17): يوضح الأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية وقيم اختبار مربع كاي لعبارات المحور الخامس (الإعلام الجديد وتعزيز قيمة التكافل في المجتمع السوداني).

رقم	العبارة	قيمة مربع كاي	درجة الحرية	القيمة الاحتمالية	الاستنتاج
1	المبادرات الخيرية عرفت المجتمع السوداني بقيمة التكافل	73.800	4	0.00	دالة
2	المبادرات الخيرية عززت قيمة التكافل في المجتمع السوداني	101.600	4	0.00	دالة
3	المبادرات الخيرية نشرت قيمة التكافل في المجتمع السوداني	66.100	4	0.00	دالة
4	المبادرات الخيرية ساعدت في علاج حالات في المجتمع السوداني	65.200	3	0.00	دالة
5	المبادرات الخيرية دفعت الشباب بشكل كبير للعمل الخيري	124.800	4	0.00	دالة

من الجدول أعلاه نجد أن القيم الاحتمالية لاختبار مربع كاي أقل من 0.05 وهي دالة إحصائياً أي توجد فروق ذات دلالة إحصائياً بين إجابات الباحثين، وبالنظر لقيمة الوسط الحسابي نجدها أكبر من الوسط الفرضي (3)، عليه أخذت آراء الباحثين القبول على عبارة المحور الخامس.

جدول رقم (18): يوضح الأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية وقيم اختبار مربع كاي لعبارات المحور السادس (عوامل فاعلية الإعلام الجديد في تركيز قيمة التكافل).

رقم	العبارة	قيمة مربع كاي	درجة الحرية	القيمة الاحتمالية	الاستنتاج
1	جاذبية الرسائل عامل أساسي في تركيز قيمة التكافل	97.400	4	0.00	دالة
2	كلما كانت الرسائل الإعلامية ممتعة كلما زاد فهم المستخدم لها	54.480	3	0.00	دالة
3	تحقق الرسالة درجة الإثباع متي ما توافر لها معلومات إحصائية ومقارنة	77.300	4	0.00	دالة
4	تكون الرسالة مقدمة بدرجة مهنية وعلمية في إعدادها	20.240	3	0.00	دالة
5	تؤثر الرسالة في سلوك المستخدم متي ما خاطبت حاجته ورغباته	94.700	4	0.00	دالة

من الجدول أعلاه نجد أن القيم الاحتمالية لاختبار مربع كاي أقل من 0.05 وهي دالة إحصائياً أي توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات الباحثين، وبالنظر لقيمة الوسط الحسابي نجدها أكبر من الوسط الفرضي (3)، عليه أخذت آراء الباحثين القبول على عبارة المحور السادس.

جدول رقم (19): يوضح الأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية وقيم اختبار مربع كأي لعبارات المحور السابع (تحديات تواجه الإعلام الجديد وتحد من فاعلية تعزيز قيمة التكافل).

رقم	العبارة	قيمة مربع كأي	درجة الحرية	القيمة الاحتمالية	الاستنتاج
1	رسوخ بعض التقاليد	29.520	3	0.00	دالة
2	حساسية الأنظمة السياسية تجاه المبادرات الإلكترونية	90.500	4	0.00	دالة
3	ضعف خدمة الإنترنت	66.200	4	0.00	دالة
4	ارتفاع تكلفة الإنترنت	67.100	4	0.00	دالة
5	ضعف أسلوب الرسائل	37.500	4	0.00	دالة

من الجدول أعلاه نجد أن القيم الاحتمالية لاختبار مربع كاي أقل من 0.05 وهي دالة إحصائياً أي توجد فروق ذات دلالة إحصائياً بين إجابات المبحوثين، وبالنظر لقيمة الوسط الحسابي نجدها أكبر من الوسط الفرضي (3)، عليه أخذت آراء المبحوثين القبول على عبارة المحور السابع.

جدول رقم (20): يوضح الأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية وقيم اختبار مربع كأي لعبارات المحور الثامن (نجاح مستقبل توظيف الإعلام الجديد في تعزيز قيمة التكافل بسبب).

رقم العبارة	العبارة	قيمة مربع كأي	درجة الحرية	القيمة الاحتمالية	الاستنتاج
1	وضوح السياسات والخطط المطلوب تحققها	57.680	3	0.00	دالة
2	ترتيب الأولويات في توظيف الوسائط عامل نجاح للمستقبل	54.560	3	0.00	دالة
3	جودة الأساليب في معالجة القضايا تحقق أهداف الرسالة	36.500	2	0.00	دالة
4	تعزيز الرسالة بأكثر من وسيط في آن معا ضمان لنجاح أكبر	58.400	3	0.00	دالة
5	ثقة المستخدم في مقدرات توظيف الإعلام الجديد أكبر نجاحات المستقبل	88.100	4	0.00	دالة

من الجدول أعلاه نجد أن القيم الاحتمالية لاختبار مربع كاي أقل من 0.05 وهي دالة إحصائياً أي توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات الباحثين، وبالنظر لقيمة الوسط الحسابي نجدها أكبر من الوسط الفرضي (3)، عليه أخذت آراء الباحثين القبول على عبارة المحور الثامن.

جدول رقم (21): يوضح اختبار فرضيات الدراسة ككل:

رقم	المحاور	قيمة مربع كاي	درجة الحرية	القيمة الاحتمالية	الاستنتاج
1	وسائل الإعلام التي الأكثر استخداماً لدي العينة	149.433	4	0.00	دالة
2	الدوافع وراء الاهتمام بمتابعة وسائل الإعلام الجديد	281.160	4	0.00	دالة
3	انعكاس الإعلام الجديد على قيمة التكافل	430.960	4	0.00	دالة
4	تأثيرات الإعلام الجديد على قيمة الكافل	432.140	4	0.00	دالة
5	الإعلام الجديد وتعزيز قيمة التكافل في المجتمع السوداني	459.940	4	0.00	دالة
6	عوامل فاعلية الإعلام الجديد في تركيز قيمة التكافل	398.860	4	0.00	دالة
7	تحديات تواجه الإعلام الجديد وتحد من فاعلية تعزيز قيمة التكافل	303.600	4	0.00	دالة
8	نجاح مستقبل توظيف الإعلام الجديد في تعزيز قيمة التكافل بسبب	497.840	4	0.00	دالة

- من الجدول أعلاه نجد أن القيمة الاحتمالية لاختبار مربع كاي للمحور الأول أقل من 0.05 وهي دالة إحصائياً أي توجد فروق ذات دلالة إحصائياً بين إجابات الباحثين تجاه المحور الأول

- ، وبالنظر لقيمة الوسط الحسابي نجدها أكبر من الوسط الفرضي (3) عليه أخذت آراء الباحثين الموافقة على المحور الأول.
- من الجدول أعلاه نجد أن القيمة الاحتمالية لاختبار مربع كاي للمحور الثاني أقل من 0.05 وهي دالة إحصائياً أي توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات الباحثين تجاه المحور الثاني، وبالنظر لقيمة الوسط الحسابي نجدها أكبر من الوسط الفرضي (3) عليه أخذت آراء الباحثين الموافقة على المحور الثاني.
- من الجدول أعلاه نجد أن القيمة الاحتمالية لاختبار مربع كاي للمحور الثالث أقل من 0.05 وهي دالة إحصائياً أي توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات الباحثين تجاه المحور الثالث، وبالنظر لقيمة الوسط الحسابي نجدها أكبر من الوسط الفرضي (3) عليه أخذت آراء الباحثين الموافقة على المحور الثالث.
- من الجدول أعلاه نجد أن القيمة الاحتمالية لاختبار مربع كاي للمحور الرابعة أقل من 0.05 وهي دالة إحصائياً أي توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات الباحثين تجاه المحور الرابعة، وبالنظر لقيمة الوسط الحسابي نجدها أكبر من الوسط الفرضي (3) عليه أخذت آراء الباحثين الموافقة على المحور الرابعة.
- من الجدول أعلاه نجد أن القيمة الاحتمالية لاختبار مربع كاي للمحور الخامس أقل من 0.05 وهي دالة إحصائياً أي توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات الباحثين تجاه المحور الخامس، وبالنظر لقيمة الوسط الحسابي نجدها أكبر من الوسط الفرضي (3) عليه أخذت آراء الباحثين الموافقة على المحور الخامس.
- من الجدول أعلاه نجد أن القيمة الاحتمالية لاختبار مربع كاي للمحور السادس أقل من 0.05 وهي دالة إحصائياً أي توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات الباحثين تجاه المحور السادس، وبالنظر لقيمة الوسط الحسابي نجدها أكبر من الوسط الفرضي (3) عليه أخذت آراء الباحثين الموافقة على المحور السادس.

- من الجدول أعلاه نجد أن القيمة الاحتمالية لاختبار مربع كاي للمحور السابع أقل من 0.05 وهي دالة إحصائياً أي توجد فروق ذات دلالة إحصائياً بين إجابات المبحوثين تجاه المحور السابع، وبالنظر لقيمة الوسط الحسابي نجدها أكبر من الوسط الفرضي (3) عليه أخذت آراء المبحوثين الموافقة على المحور السابع.
- من الجدول أعلاه نجد أن القيمة الاحتمالية لاختبار مربع كاي للمحور الثامن أقل من 0.05 وهي دالة إحصائياً أي توجد فروق ذات دلالة إحصائياً بين إجابات المبحوثين تجاه المحور الثامن، وبالنظر لقيمة الوسط الحسابي نجدها أكبر من الوسط الفرضي (3) عليه أخذت آراء المبحوثين الموافقة على المحور الثامن.

الخاتمة:

الحمد لله الذي بنعمته تتم الصالحات والصلاة والسلام على أشرف خلق الله أجمعين محمد رسول الله المبعوث رحمة للعالمين وبعد..

رأت الباحثة أن للإعلام الجديد ايجابيات تفوق السلبيات في العدد لذلك أرادت الباحثة دراسة هذه الايجابيات المتمثلة في استفادة المجتمعات من ميزات الإعلام الجديد في ترسيخ وتعزيز القيم الاجتماعية في المجتمع السوداني، ومنها قيمة التكافل. رأت الباحثة حراك عدد من المجموعات التطوعية والعمل الدعوى لتلك المجموعات في المجتمع السوداني مستعينة بوسائل الإعلام الجديد في إيصال صوتها، وعرض الحالات عبر المواقع الإجتماعية للمساعدة، كما أن هذه المجموعات حققت نجاح كبير في اجتذاب الناس للعمل التطوعي ومساعدة الآخرين ووجدت تفاعل من المجتمع السوداني.

فكست من خلال الفصول الأولى للبحث اهتمامات الأساتذة والأكاديميين بالإعلام الجديد تعريفه وخصائصه و وسائله، كما تعرض البحث للقيم تعريفها وخصائصها وكيفية تغييرها واختلافات مفاهيم كثير من الكتاب حول تعريفها، ودور التكنولوجيا في التغيير المجتمعي والفصل الأخير في الدراسة وهو استقصاء آراء خبراء في مجال الإعلام الجديد ومتخصصين في علم الاجتماع، وعلم النفس حول الإعلام الجديد وتأثيراته على منظومة القيم الاجتماعية وخرجت الدراسة بعدد من النتائج والتوصيات تؤكد احدي فرضيات الدراسة أن الإعلام الجديد عزز قيمة التكافل في المجتمع السوداني إضافة إلي عدد من التوصيات.

رابعاً النتائج والتوصيات:

نتائج الدراسة :

من خلال ما تم تحليله وتفسيره لإجابات المبحوثين على استمارة بحث الإعلام الجديد وتأثيراته على منظومة القيم الاجتماعية ، توصلت الباحثة إلي نتائج أهمها:

1. أظهرت الدراسة أن تطبيق (واتس اب) و(موقع فيس بوك) الأعلى استخداماً لدي عينة الدراسة.
2. المجموعات الإنسانية والخيرية التي انتظمت عبر وسائل الإعلام الجديد دفعت أفراد العينة لمساعدة الآخرين في المجتمع السوداني.
3. أظهر أفراد العينة شعوراً كبيراً بالمسؤولية في إيصال المعلومات عن المحتاجين للمساعدات عبر وسائل الإعلام الجديد داخل المجتمع السوداني .
4. الحالات التي تعرضها المبادرات الإنسانية عبر وسائل الإعلام الجديد تجد تفاعلاً كبيراً من أفراد العينة في السودان .
5. بينت الدراسة أن الإعلام الجديد له تأثير واضح على قيمة التكافل في المجتمع السوداني.
6. المبادرات الإنسانية المنتشرة عبر وسائط الإعلام الجديد دفعت الشباب بشكل كبير للعمل التطوعي في المجتمع السوداني.
7. المبادرات الإنسانية ساعدت في علاج كثير من الحالات التي تم عرضها عبر الوسائط في المجتمع السوداني.
8. الرسائل الأكثر متعة تحظى بفهم أكبر لدي مستخدمي الإعلام الجديد في السودان
9. كلما تميزت الرسائل التي تُبث عبر وسائط الإعلام الجديد بعوامل جاذبية كل ما زاد فهمها .

10. المبادرات الإنسانية التي تنشط على وسائل الإعلام الجديد لا تجد الدعم الكافي من الأنظمة السياسية مما يحد من عمل تلك المبادرات التي تعمل على تعزيز القيم في المجتمع السوداني.
11. جودة الأساليب المستخدمة في معالجة القضايا الاجتماعية المطروحة عبر وسائل الإعلام الجديد، يحقق أهداف الرسائل
12. وضوح خطط مستخدم الإعلام الجديد يحقق نجاح أكبر للرسائل التي تهتم بالقيم الاجتماعية عبر وسائل الإعلام الجديد في السودان.
13. تعزيز الرسائل التي تثبت عبر وسائل الإعلام الجديد بأكثر من وسيط في آن معا (ملتيميديا) ضمان لنجاح أكبر لتلك الرسائل
14. خلصت الدراسة التأثير الإيجابي الكبير للإعلام الجديد على قيمة التكافل في المجتمع السوداني .

التوصيات:

بناء على ما تم من نتائج فإن الباحثة تجد أنه يمكن وضع توصيات يمكن عبرها الوصول إلي حلول تخدم المجتمع السوداني بحُسن توظيف وسائط الإعلام الجديد ومن و من تلك التوصيات:

1. الاهتمام بوسائط الإعلام الجديد وتوظيف الرسائل الإعلامية التي تُبث عبرها في تعزيز قيمة التكافل.
2. التفات المؤسسات الاجتماعية إلي تطبيق (واتس أب) و(موقع فيس بوك) ومحاولة بث الرسائل الهادفة عبرهما .
3. رعاية الأنظمة الحاكمة للمبادرات الشبابية ودعمها وعدم التضييق على الشباب في الأنشطة التي تخدم المجتمع .
4. اهتمام الأسر والمؤسسات التربوية والتعليمية بفئة الشباب وملء أوقات فراغهم ببرامج ومشاريع هادفة.
5. العمل على الاستفادة من الشبكات الاجتماعية وتفعيل الفوائد الايجابية للإعلام الجديد من شأنه أن يخدم المجتمعات.
6. الاستماع لأفكار المجتمع، والتي لا تخلو من الإبداع والتميز، وهو توظيف للعقل الجمعي لمئات الملايين من البشر الذين لا يخلون من صاحب تجربة سابقة أو رأي ثاقب.
7. إدراج مناهج متخصصة في المراحل التعليمية المختلفة تشرح الفرص التي يوفرها الإعلام الجديد في إحداث التغيير المجتمعي .
8. تكثيف البحوث والدراسات العلمية حول تأثيرات الإعلام الجديد على المجتمعات .

المصادر والمراجع:

أولاً المصادر:

- القرءان الكريم
- مصادر السنة النبوية
- المعاجم

ثانياً المراجع العربية:

1. أ ر أيه.بوكانان - الآلة قوة وسلطة - التكنولوجيا والإنسان منذ القرن ١٧ حتي الوقت الحاضر،ترجمة شوقي جلال، 2000م
2. إبراهيم أنيس وآخرون :المعجم الوسيط، ط2 ، مجمع اللغة العربية، القاهرة، 1979
3. ابن منظور، لسان العرب.المجلد الخامس، ط ٣،دار المعارف، مصر
4. إحسان محمد الحسن، موسوعة علم الاجتماع،الدار العربية للمطبوعات، الطبعة الأولى،بيروت، ١٩99
5. أحمد أمين فورار، موقع فيس بوك والشباب العربي الاستخدامات والإشباعاات
6. أحمد بدر، علم المكتبات والمعلومات، ط 1 القاهرة :دار غريب،1996م
7. أسماء حسين حافظ، تكنولوجيا الاتصال الإعلامي التفاعلي في عصر الفضاء الإلكتروني، القاهرة الدار العربية للنشر،.2005م
8. إسماعيل حسن عبدالباري، الديموغرافيا الاجتماعية،عين للدراسات والبحوث الإنسانية والاجتماعية، القاهرة 2000م

9. انتصار إبراهيم عبد الرازق، صدف حسام الساموك، الإعلام الجديد تطور الأداء والوسيلة الوظيفية – جامعة بغداد، سلسلة مكتبة الإعلام والمجتمع، الكتاب الأول، ط الإلكترونية 2001م
10. أنتوني جيرنز، علم الاجتماع، ترجمة فايز الصباغ، المنظمة العربية للترجمة ومؤسسة ترجمان، الأردن، 2005م
11. البرغوثي. بشير البهبهاني، يعقوب 2004م النظام الإعلامي الجديد، ط2، دار رؤي للنشر والتوزيع، عمان.
12. بهاء الدين محمد مزيد، المجتمعات الافتراضية بديلا للمجتمعات الواقعية، كتاب الوجوه نموذجاً، جامعة الإمارات العربية المتحدة، 2012 م
13. توفيق مرعي، أحمد بلقيس، الميسر في سيكولوجية اللعب، دار الوفاق للنشر والتوزيع، عمان، 1982م
14. جعفر الجاسم، تكنولوجيا المعلومات، عمان، دار أسامة للنشر، 2005.
15. جودة بني جابر :علم النفس الاجتماعي، ط 1 ، مكتبة دار الثقافة للنشر والتوزيع عمان، 2004
16. حافظ نبيل عبد الفتاح، وآخرون :مقدمة في علم النفس الاجتماعي، مكتبة زهراء الشرق، القاهرة، 1977م
17. حامد عبدا لسلام زهران، علم النفس الاجتماعي، القاهرة، عالم الكتاب، ط، 1984م
18. حسن مظفر الرزوي، الفضاء المعلوماتي، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت 2007م
19. حسين شفيق الإعلام الإلكتروني بين التفاعلية والرقمية، مصر، رحمة برس للطباعة والنشر والتوزيع 2007م
20. حسين مؤنس، سلسلة عالم المعرفة، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت، 1977

21. حلمي المليجي :علم النفس المعاصر،، الإسكندرية، ط5،،7 198
22. حلمي خضر ساري:ثقافة الإنترنت دراسة مواقع التواصل الاجتماعي،ط1عمان دار
مجدولاي للنشر والتوزيع 2005م
23. حيدر الويس، اثر التطور التكنولوجي على الحريات العامة، الإسكندرية، منشأة
المعارف 1983م
24. حيدر عبد الله حسين، الأدوار الجديدة لمؤسسات التعليم في الوطن العربي في ظل
مجتمع المعلومات، مجلة كلية التربية
25. خالد وليد، شبكات التواصل الاجتماعي ودينامكية التغيير في العالم العربي، دار
مدارك للنشر والتوزيع، بيروت 2011
26. خليل عبد الرحمان المعايطه :علم النفس الاجتماعي، دار الفكر للطباعة والنشر
والتوزيع، عمان،2000
27. خليل عبد الرحمان المعايطه، علم النفس الاجتماعي،ط2'الأردن 'دار الفكر
2007م
28. دلال ملحق استيته التغيير الاجتماعي والثقافي دار وائل للطباعة، عمان، دار
وائل للطباعة، عمان 2005 .
29. دون تابسكوت،جيل الانترنت كيف يغير جيل الانترنت عالمنا – ترجمة حسام
بيومي ط 1 القاهرة، عالم الكتب، 2012 م
30. دوني كوش، مفهوم الثقافة في العلوم الإجتماعية، ترجمه قاسم مقداد، منشورات
اتحاد الكتاب العرب، دمشق،2002
31. روبرت حسن، الإعلام والسياسة ومجتمع الشبكات، ترجمه بسمة ياسين مجموعة
النيل العربية، ط1، 2010م

32. زكي الوردى، ومجبل المالكي، المعلومات والمجتمع، ط 1 عمان: الوراق للنشر والتوزيع، 2002 م
33. سالم شوقي، نظم المعلومات واستخدام الحاسب الالكتروني، الكويت، ج الكويت 2006م
34. سعد على الحاج بكري، وفهد على الحاج بكري، الحاسب بين يديك، نيويورك، دار جون وأيلي، 1985م
35. سعود صالح كاتب ، الإعلام القديم والإعلام الجديد ،هل الصحافة المطبوعة في طريقها إلي الانقراض، 2002م
36. سمير محمد حسين،دراسات في مناهج البحث العلمي، بحوث الإعلام،عالم الكتب 1995م
37. الصادق رابح، الإعلام والتكنولوجيا الحديثة ، دار الكتاب الجامعي ،العين ،2004م
38. صالح خليل ابوأصبع ، استراتيجيات الاتصال وسياساته وتأثيراته ط1، عمان دار مجدولاي للنشر والتوزيع 2005
39. صالح محمد ابوجادو، سيكولوجية التنشئة الاجتماعية، عمان، دار المسيرة للنشر والتوزيع، ط 1 1998م
40. صامويل هنتجتون، صدام الحضارات، ترجمة طلعت الشايب، ط1999،2م
41. طارق أبو هزيم، خالد شنيكات، مبادئ العلوم السياسية،الأردن، دار التطبيقية للنشر والتوزيع 2011م
42. عباس مصطفى صادق، الإعلام الجديد، المفاهيم والوسائل والتطبيقات، مصر، دار الشروق للنشر والتوزيع، 2008م
43. عبد اللطيف محمد خليفة :ارتقاء القيم دراسة نفسية، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت، 1992م

44. عبدالباسط محمد، عرض تحليلي لمفهوم القيمة، المجلة الاجتماعية القومية، المركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية، القاهرة، 1971م، ع1
45. عبدالرحمن عزي: نظرية الحتمية القيمة:الدار المتوسطة للنشر ط1.2001
46. عبدالفتاح تركي وآخرون ، مفاهيم أساسية في التربية، مكتبة المعارف الحديثة، الإسكندرية 1984
47. عبدالله الرشدان، نعيم جعيني، المدخل إلي التربية والتعليم، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان – الأردن 2002م
48. عبدالله الفيبي، نقد القيم – مقاربات تخطيطية لمنهاج علمي جديد، السعودية دار الانتشار العربي، 2006م
49. عبدالله عبدالحى – المدخل إلي علم النفس، القاهرة، مكتبة الخانجي 1981م
50. عبده سمير: العرب والتكنولوجيا، دار الآفاق الجديدة 1981
51. على محمد شمو ، المسلمون والتقنية الإعلامية بين الإعلام التقليدي والإعلام الجديد
52. فرانك كيلش، ثوره الأنفوميديا، ترجمة حسام الدين زكريا.المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب 2000م
53. فضيل دليو، التكنولوجيا الجديدة للإعلام والاتصال المفهوم الاستعمالات الآفاق – دار الثقافة للنشر والتوزيع، 2010 م
54. فوزية دياب، القيم والعادات الاجتماعية، دار الكتاب العربي، القاهرة، 1966م
55. قيس النوري :الحضارة والشخصية، وزارة التعليم العالي والبحث العلمي، الجمهورية العراقية 1981م
56. كامل محمد عويضة : دراسة علمية بين علم النفس الاجتماعي والعلوم الأخرى، ط1، دار الكتب العلمية، لبنان، 1996

57. كرانزبرج مالفين ووليام ه. داقنبوث، ت. محمد عبد المجيد نصار: التكنولوجيا والثقافة - مقالات ومقتطفات مختارة، مؤسسة فراكلين للطباعة والنشر، مصر
58. كريم احمد بدر، دور المذيع في تغير القيم في المجتمع السعودي، دار العلم للطباعة السعودية 1986م
59. مارثا ترثير، كيف تستعمل الانترنت، ترجمة مركز التقريب والترجمة، الدار العربية للعلوم 1999م
60. مالك بن نبي، مشكلة الثقافة، دار الفكر، دمشق، ط4، 1984م.
61. ماهر عودة الشمايلة، محمود عزت اللحام، مصطفى يوسف كافي، الإعلام الرقمي الجديد، الإعصار للنشر والتوزيع - عمان، الأردن ط1 2015.
62. محمد السيد سعيد، مجتمع المعلومات، مصر، دار المشرق، 1990.
63. محمد بيومي، انحرافات الشباب في عصر العولمة، دار قباء للطباعة والنشر، القاهرة 2005م
64. محمد سيد ريان، الإعلام الجديد، مركز الأهرام للترجمة والنشر والتوزيع - مصر - 2012م
65. محمد شفيق، الإنسان والمجتمع - مقدمة في علم النفس الاجتماعي، الإسكندرية، المكتب الجامعي الحديث، 2003م
66. محمد صفوح: نقل التكنولوجيا "مجلة أثر التقنية على المجتمع العربي، دار النشر. بالمركز العربي للدراسات الأمنية والتدريب بالرياض، 1984
67. محمد عاطف غيث، قاموس علم الاجتماع دار المعرفة الجامعة، 1990م،
68. محمد عماد الدين وآخرون، قيمنا الإجتماعية وأثرها في تكوين الشخصية، مكتبة النهضة، القاهرة، 1962م

69. محمد فتحي عبد الهادي، أسس مجتمع المعلومات في الإستراتيجية العربية الموحدة للمعلومات في عصر الإنترنت، الإتحاد العربي للمكتبات والمعلومات، تونس 1999م
70. محمود علم الدين وآخرون ، وسائل الاتصال ، القاهرة ، د.ت، 2003 م.
71. محمود فتحي عكاشة، محمد شفيق زكي، المدخل إلي علم النفس الاجتماعي، الإسكندرية، مصر 2002م
72. مردوس توسيارم ، العالم سنة 2000، التغيرات في محاورة القوة والثروة، العالم ما بعد النفط، ط 1، دار الشؤون الثقافية العامة بغداد 1986م
73. مروى عصام صلاح، الإعلام الإلكتروني الأسس وآفاق المستقبل، دار الإعصار للنشر والتوزيع – عمان، ط1 2015
74. مصطفى سويف مقدمة لعلم النفس الاجتماعي، القاهرة، مكتبة الأنجلو المصرية، ط4 1980م
75. معتز سيد عبدالله ، عبد اللطيف محمد خليفة :علم النفس الاجتماعي، دار غريب للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة
76. معجم اللغة العربية (القاهرة)، المعجم الوجيز، مطبعة شركات الإعلانات، ط1 1980
77. معن خليل التنشئة الاجتماعية، الأردن، دار الشروق، 2004م
78. ناصر دادي عدون :إدارة الموارد البشرية والسلوك التنظيمي (دراسة نظرية وتطبيقية)، دار المحمدية العامة، الجزائر، 2004م
79. نورهان منير حسن فهمي :القيم الدينية للشباب من منظور الخدمة الاجتماعية، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، 1999م

80. وسام درويش مصطفى السعران، الإعلام الصحفي والتشريعي والمتغيرات الراهنة، ط 1 الإسكندرية، مكتبة الوفاء القانونية، 2014 م
81. ولفرد لانكستر، ترجمة حشمت قاسم، نظم المعلومات المبنية على الحاسوب وشبكات المعلومات في الوطن العربي، تونس 1998م

ثالثاً المراجع الأجنبية:

1. Gunnar Myrdal، " values in social theory"، New York، 1958
2. Ronald Inglehart، Modernization and Post Modernization، cultural، economic، and political change in 43 society، Princeton university press، Princeton، New Jersey، printed in the united states of America by Princeton Academic Press، 1997
3. Rubin. M.، R (1990)، The size and scope of the information
4. Toffler، Alvin the third wave، New York، William Morrow 1980

رابعاً الرسائل الجامعية:

1. حران العربي، تغيير القيم الاجتماعية والأخلاقية لدى الشباب المتعاطي للمخدرات رسالة ماجستير جامعة الجزائر 2008م
2. دويس محمد الطيب، محاولة تشخيص وتقييم النظام الوطني للابتكار في الجزائر، رسالة ماجستير، جامعة ورقلة، الجزائر، خلال الفترة 1996 – 2009م
3. سعد الشهري ' رسالة ماجستير في فلسفة الإعلام والاتصال قدمها للجامعة العالمية للعلوم الإسلامية في لندن 2010م
4. ليلى الضوء سليمان، مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في التحولات الحضارية، رسالة دكتوراه جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا كلية 2016

5. مازن مرسل، الأبعاد الاجتماعية والثقافية للمعلوماتية، رسالة ماجستير في علم الاجتماع غير منشورة، جامعة بغداد. 1999
6. محمد العوض محمد وداعة الله، مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في تناول قضايا الشباب الجامعي، رسالة دكتوراه، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا 2013
7. معزة مصطفى – رسالة ماجستير، الإعلام في السودان، كلية علوم الاتصال، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا 2011م
8. مها سامي فؤاد المصري، دور النظام السياسي في إعاقة بناء مجتمع معرفة عربي رسالة ماجستير، جامعة النجاح الوطنية، فلسطين، 2005م

خامساً البحوث والمؤتمرات:

1. بدر الدين أحمد إبراهيم ، الإعلام الجديد ودوره في منظومة القيم والأخلاق لدي الشباب المسلم ، بحوث مؤتمر مكة المكرمة السادس عشر ، 2016م
2. جمال غيطاس، الإعلام والإبداع في ظل ثورة المعلومات: الصحافة الإلكترونية والإبداع المفتوح، مؤتمر دور الإعلام وتكنولوجيا المعلومات في دعم الديمقراطية وحرية التعبير والرأي، كوالالمبور، ماليزيا 2011
3. سعود صالح كاتب، الإعلام الجديد وقضايا المجتمع – التحديات والفرص، ورقة علمية مقدمة للمؤتمر العالمي الثاني للإعلام الإسلامي، 2011
4. سلامة أحمد عبدالكريم. الانترنت والقانون الدولي الخاص، بحوث مؤتمر القانون والكمبيوتر. كلية الشريعة والقانون، جامعة الإمارات العربية المتحدة، العين
5. صادق جلال العظم – ما هي العولمة – المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، تونس 1996م

6. على عيسى الوباري، الوسائل الاجتماعية لاستقطاب المتطوعين، دراسة لوسائل استقطاب المتطوعين في الأعمال الاجتماعية التطوعية، ورقة مقدمة إلي ندوة، الفكرية التي نظمها مركز دراسات الوحدة العربية - بيروت-، 1424هـ
7. قينان عبدالله الغامدي، التوافق بين الإعلام التقليدي والإعلام الإلكتروني، ورقة بحثية مقدمة إلي ندوة الإعلام والأمن الإلكتروني، جامعة الأمير نايف للعلوم الأمنية 2012 مايو

سادساً المجالات:

1. أحمد مجدي حجازي، أزمة القيم، مجلة الديمقراطية، القاهرة، الأهرام، العدد (9)، 2003
2. إنعام جلال توفيق المرأة العراقية ومواجهة تحديات المرحلة الراهنة، الحرب والعدوانية بحث منشور في مجلة الأجيال، العدد 1، نقابة المعلمين، بغداد 2002
3. بسيوني إبراهيم حمادة، الاتجاهات العلمية الحديثة في بحوث التأثيرات الاجتماعية لوسائل الاتصال الجماهيري، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام القاهرة، المجلد الثالث، العدد الثالث يوليو/سبتمبر
4. بشري جميل الراوي، دور مواقع التواصل الاجتماعي في التغيير / مدخل نظري مجلة الباحث الإعلامي، مجلة فصلية علمية محكمة تصدر عن كلية الإعلام جامعة بغداد، ع18، تشرين الأول 2012
5. التواصل الاجتماعي"، رؤي استراتيجية، العدد 2، دولة الإمارات العربية المتحدة: مارس 2013م
6. زاهر راضي، "استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي"، مجلة التربية، ع15، جامعة عمان الأهلية، عمان، 2003م

7. سميرة شيخاني، الإعلام الجديد في عصر المعلومات، مجلة جامعة دمشق - المجلد - 26 العدد الأول+الثاني 2010
8. سهير كامل أحمد، القيم السائدة والقيم المرغوبة لدى عينة من الأسر المصرية العائدة من المهجر، القاهرة، مجلة علم النفس، 1985م
9. صبري مصطفى البياتي، المعلوماتية وانعكاساتها السلبية على الطفل العربي بحث منشور في مجلة المستقبل العربي، مركز دراسات الوحدة العربية، السنة
10. ضياء الدين زاهر، القيم والمستقبل، دعوة للتأمل، مجلة المستقبل، التربية العربية، العدد (2)، المجلد (1)، القاهرة، المركز العربي للتعليم والتنمية، 1995
11. عامر إبراهيم قنديلجي، بناء شبكة جامعية عربية عبر القمر الصناعي العربي، المجلة العربية للمعلومات، م 14
12. عبد الباقي الدالي، متطلبات النهوض بقطاع المعلومات، المجلة العربية للمعلومات، عدد 1، 1993م
13. كريمة شافي جبر الكعبي، مجلة كلية الآداب، 1998م، العدد 736
14. المبادئ الاقتصادية المؤسسة للعولمة من منظور تاريخي - ترجمة: حسين بيومي مجلة الثقافة العالمية، الكويت، العدد 104، 2001م
15. مجلة الإستراتيجية، مجلة صادرة عن المعهد العسكري للوثائق والتفويض والاستقبالية- الجزائر، العدد 10.
16. محمد معمر عبد الوهاب، العولمة والهوية الثقافية، المركز العربي للدراسات، الإستراتيجية، العدد 16

سابعاً المواقع الإلكترونية:

1. <http://www.arageek.com>

2. www.alittihad صحيفة الإتحاد

3. www.cerhso.com مركز الدراسات والبحوث الإنسانية والاجتماعية
4. جمال الرزن، هندسة المكان الافتراضي منتجة لخطاب ثقافي مدونة مقعد وراء التلفزيون www.jamelzran.jeeran
5. الطريق إلى الإعلام الرقمي الجديد، شبكة الألوكة، تصفح www.aluka.net
6. عالم اقتصادي في 2013 www.oxforddict
7. عباس مصطفى صادق – الإعلام الجديد دراسة في تحولاته التكنولوجية وخصائصه العامة www.jadeedmedia
8. ويكيبيديا <https://ar.wikipedia>

الملاحق

جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا

كلية الدراسات العليا

قسم الصحافة والنشر

استبانه خبراء ومختصين

الأخ الكريم/ الأخت الكريمة/

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته

بين أيدكم الكريمة صحيفة استبانه تستخدم كأحدى أدوات البحث العلمي في إطار إنجاز البحث الموسوم ب (الإعلام الجديد وأثره على القيم الاجتماعية) دراسة على قيمة التكافل في السودان، وذلك لنيل درجة الدكتوراه. ويهدف هذا البحث إلي دراسة ومعرفة أثر الإعلام الجديد (الإلكتروني) على القيم الإجتماعية .
وإذ أمل تعاونكم في الإجابة الدقيقة والصريحة على ما تضمنته من أسئلة ، أود التأكيد على أن هذه الاستبانه معدة لأغراض علمية حصراً ولا نبحث عن وجهات نظر شخص دون الآخر وإن ما يرد فيها من معلومات هي لأغراض البحث ، وسوف تعامل بسرية تامة .

مع خالص الشكر والتقدير

إشراف

بروفيسور/بدر الدين أحمد إبراهيم

الباحثة

كوثر علوب محمد

البيانات الشخصية :

(أ) النوع :

(ب) المستوي الأكاديمي:

(ج) الوظيفة :

(د) التخصص :

(هـ) سنوات الخبرة :

ذكر أنثي

جامعي فوق الجامعي

المحور الأول : وسائل الإعلام الجديد الأكثر استخداماً لدي العينة

الوحدات	أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق	لا أوافق بشدة
1					فيس بوك
2					تويتر
3					يوتيوب
4					المدونات
5					الإنستغرام
6					تطبيق واتس اب

المحور الثاني : الدوافع وراء الاهتمام بمتابعة وسائل الإعلام الجديد

الوحدات	أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق	لا أوافق بشدة
1					اكتساب معلومات
2					تبادل الصور
3					التفاعل مع ما ينشر على المواقع
4					عملية النشر و المشاركة
5					التعرف على أصدقاء جدد

المحور السادس: عوامل فاعلية الإعلام الجديد في تركيز قيمة التكافل

الوحدات	أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق	لا أوافق بشدة
1					جاذبية الرسائل عامل أساسي في تركيز قيمة التكافل
2					كلما كانت الرسائل الإعلامية ممتعة كلما زاد فهم المستخدم لها
3					تحقق الرسالة درجة الإثباع متي ما توافر لها معلومات إحصائية ومقارنة
4					تكون الرسالة مقدمة بدرجة مهنية وعلمية في إعدادها
5					تؤثر الرسالة في سلوك المستخدم متي ما خاطبت حاجياته ورغباته

المحور السابع : تحديات تواجه الإعلام الجديد وتحد من فاعلية تعزيز قيمة التكافل

الوحدات	أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق	لا أوافق بشدة
1					رسوخ بعض التقاليد
2					حساسية الأنظمة السياسية تجاه المبادرات الإلكترونية
3					ضعف خدمة الإنترنت
					ارتفاع تكلفة الإنترنت
5					ضعف أسلوب الرسائل

المحور الثامن : نجاح مستقبل توظيف الإعلام الجديد في تعزيز قيمة التكافل بسبب:

رقم	الوحدات	أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق	لا أوافق بشدة
1						وضوح السياسات والخطط المطلوب تحقيقها
2						ترتيب الأولويات في توظيف الوسائط عامل نجاح للمستقبل
3						جودة الأساليب في معالجة القضايا تحقق
4						أهداف الرسالة
5						تعزيز الرسالة بأكثر من وسيط في آن معاً

الأسئلة المفتوحة :

1/إلى أي مدى ترى خطورة الإعلام الجديد وإفرازاته المجتمعية ؟

2/ ما مدى نجاح المجتمع في توظيف آليات الإعلام الجديد ؟

3/ما دور الإعلام الجديد في تعزيز القيم عموماً وقيمة التكافل خصوصاً ؟

شكراً لحسن تعاونكم