

دور الإعلام الجديد في التغيير القيمي والأخلاقي لدى الشباب في الريف المصري

"دراسة مسحية لمستخدمي موقع اليوتيوب"

د. سعاد محمد محمد المصري*

ملخص البحث

مقدمة:

أصبح العصر الذي نعيشه يطلق عليه عصر الاتصال وذلك بما أتاحه من وسائل اتصالية تكنولوجية هائلة توصل بعدها العالم وافتح على مصراعيه وانتشرت المعلومات والمعارف وأتيحت لكل من يسعى إليها. ويعتبر موضوع الإعلام الجديد بكل ما يحتويه من وسائل وإمكانيات ومدى تأثيره على عقولنا وثقافتنا بشكل قوى من الموضوعات المهمة، والتي تحتاج باستمرار إلى إثارة النقاش العلمي والثقافي العميق حولها؛ لأن وسائل الإعلام الجديد أضحت مقتحمة لكل البيوت والحصون، وأصبح التعامل معها حقيقة قائمة لدى كل أجيال الأسرة والمجتمع.

وتحاول الدراسة الكشف عن استخدام الشباب لهذه النوعية من المواقع الاتصالية عبر الإنترنت للوصول إلى قاعدة معلوماتية يمكن البناء عليها تدعيماً للجوانب الإيجابية وإطلاق صيحات التحذير من المعطيات السلبية لتلك المواقع وتأثيرها على التغيير القيمي والانفلات الأخلاقي لدى الشباب الريفي. ونجد أن موقع اليوتيوب ذو إيجابيات عديدة ومنها الحصول على المعلومات، الشعور بالتسلية وغيرها. كما توجد سلبيات من شأنها أن تؤثر على التغيير القيمي والانفلات الأخلاقي لدى الشباب الريفي.

هدف البحث إلى التعرف على علاقة تعرض الشباب في الريف المصري بمحافظه كفر الشيخ للإعلام الجديد بالتغيير القيمي والأخلاقي لديهم. **وانقسم البحث إلى الإطار النظري وشمل:** الدراسات السابقة، طرق التغيير القيمي، مميزات وسلبيات الإعلام الجديد، خصائص القيم، ثم **الإطار الميداني ويشمل: منهج وعينة البحث:** تندرج هذه الدراسة تحت نوع البحوث الوصفية مستخدمة منهج المسح، ولقد طبقت الدراسة على عينة عمدية من الشباب الريفي بمحافظة كفر الشيخ من 18-35 سنة قوامها 150 مفردة كالتالي: 75 مفردة من الشباب الريفي من قرية شباس الملح، 75 مفردة من الشباب الريفي من قرية المنصورة التابعتين لمركز دسوق بمحافظة كفر الشيخ، أدوات **البحث:** جمعت بيانات هذا البحث من خلال استمارة استبيان للتعرف على مدى متابعة الشباب الريفي بمحافظة كفر الشيخ لموقع اليوتيوب وشملت (21) سؤالاً، وكذلك مقياس الانفلات الأخلاقي والذي اشتمل على (62) عبارة وكلاهما من إعداد الباحثة،

* أستاذ مساعد بقسم الإعلام بكلية التربية النوعية – جامعة كفر الشيخ

ولقد طبق الاستبيان خلال الفترة من 2019/9/29م-2019/10/27م.

وتم التوصل لبعض النتائج من أهمها:-

1- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات أفراد العينة ذوى المستوى الاجتماعى الاقتصادى المنخفض وذوى المستوى المرتفع فى التغير القيمي والأخلاقى لديهم كما يعكسها موقع اليوتيوب لصالح ذوى المستوى المنخفض عند مستوى 0.05.

2- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطى درجات الذكور والإناث فى التغير القيمي والأخلاقى لدى الشباب الريفي كما يعكسها موقع اليوتيوب, حيث كانت قيم (ت) غير دالة عند مستوى 0.05.

الكلمات المفتاحية:

1- الإعلام الجديد

2- التغير القيمي والأخلاقى

The role of the new media in the moral and ethical change of youth in the Egyptian countryside

"A survey of YouTube users"

Dr. Soad Mohamed Mohamed Elmasry*

Abstract of study

Introduction:

The era in which we live is called the age of communication, which provided the means of communication technology is immense after which the world continues to open and wide open and spread information and knowledge and made available to all who seek it.

The subject of the new media with all its means and possibilities and extending its impact on our minds and culture in a strong manner of important topics, which need to constantly stimulate the scientific and cultural debate about it deeply; Family and society.

The study attempts to reveal the use of young people of this type of Internet communication sites to reach a database that can be built on in support of the positive aspects and the launching of shouting warning against the negative data of these sites and their impact on the values change and moral uncontrollability of rural youth. There are disadvantages that may affect the moral change and uncontrollability of rural youth.

*Assistant Professor, Faculty of Specific Education, Kafrelsheikh University

The aim of the research is to identify the relationship between youth exposure in the Egyptian countryside in Kafr El-Sheikh governorate to the new media and their moral and ethical change. The research was divided into the theoretical framework and included: previous studies, methods of value change, advantages and disadvantages of new media, characteristics of values, then the field frame and includes: methodology and research sample: this study falls under the type of descriptive research using the survey method, and the study was applied to an intentional sample of young people Al-Rifi in Kafr El-Sheikh Governorate from 18-35 years consists of 150 individuals as follows: 75 of the rural youth from the village of Shabas al-Malah, 75 of the rural youth from the village of Al-Mandoura belonging to the Desouk Center in Kafr El-Sheikh Governorate. Research tools: The data of this research were collected through a questionnaire form to identify the extent of follow-up of rural youth in Kafr El-Sheikh governorate to the YouTube site. (21) questions, as well as the measure of moral turmoil, which included (62) phrases, both of which were prepared by the researcher, and the questionnaire was applied during the period from 9/29/2019 to 10/27/2019.

Some of the results were reached including:

- 1- There are statistically significant differences between the mean scores of the sample individuals with a low socioeconomic level and a high level in their moral and ethical change as reflected by YouTube in favor of those with a low level at the level of 0.05.
- 2 - The absence of statistically significant differences between the mean scores of males and females in the value and ethical change of rural youth as reflected by YouTube, where the (T) values were not significant at the level of 0.05.

key words:

- 1- The new media
- 2- Value and moral change

مقدمة:

أصبح العصر الذى نعيشه يطلق عليه عصر الاتصال وذلك بما أتاحه من وسائل اتصالية تكنولوجية هائلة تواصل بعدها العالم وانفتح على مصراعيه وانتشرت المعلومات والمعارف وأتيحت لكل من يسعى إليها.(محمود علم الدين, 1996, ص12)

ومع نهاية القرن العشرين وبداية الألفية الجديدة أصبحت شبكة الإنترنت بصفة خاصة همزة الوصل بين دول العالم والمحرك الفعال لمختلف الأنشطة والمجالات لجميع فئات المجتمع على المستوى العالمى وقد شهد العالم زيادة مطردة في أعداد مستخدمي الإنترنت وخاصة الشباب(حنان جنيد, 2003, ص1)

ويعتبر موضوع الإعلام الجديد من الموضوعات المهمة بكل ما يحتويه من وسائل وإمكانيات لها تأثيرها على عقولنا وثقافتنا بشكل قوى، والتي تحتاج باستمرار إلى إثارة النقاش العلمى والثقافى العميق حولها؛ لأن وسائل الإعلام الجديد أصبحت مقتحمة لكل البيوت والحصون، وأصبح التعامل معها حقيقة قائمة لدى كل أجيال الأسرة والمجتمع(هيفاء بنت عثمان عباس, د.ت, ص17)

ولم تكن الوسيلة الإعلامية الجديدة بالسماح لكل من المرسل والمستقبل بتبادل أدوار العملية الاتصالية، ولكنها أحدثت ثورة نوعية فى المحتوى الاتصالى المتنوع، من نصوص إلى صور، وملفات صوتية، ولقطات فيديو مصورة. (رضا عبد الواحد أمين, د.ت, ص512)

وقد باتت مواقع التواصل الاجتماعى الإليكترونى فى الأونة الأخيرة تسيطر على أوقات وأفكار الشباب، حيث أنها تعتبر سلاح ذو حدين فمن وجهه نظر البعض أنها أثرت على العلاقات الاجتماعية وصلة الرحم بشكل سلبى والبعض الآخر يرى أن استخداماتها مفيدة كالتعرف على عادات وحضارات وثقافات الشعوب الأخرى.(العلمى، ٢٠١١، ص11)

ولقد انتشرت المواقع التى تتيح للمستخدمين تحميل ملفات فيديو شخصية أو عامة بضوابط معينة ليراها الجميع فى أنحاء العالم، حيث تحول المستخدم إلى منتج إعلامى بفضل التقنيات الاتصالية الجديدة مثل كاميرات الهاتف المحمول وغيرها ينتج ويبث ما يريد على الإنترنت، وقد لاحظت الباحثة إقبال الشباب الريفى على هذه النوعية من الأشكال الاتصالية المستحدثة بصورة كبيرة. ومع تنوع المحتوى الفيديوى على الشبكة، وجنوحه أحيانا إلى ما هو خارج دائرة الثقافة والبيئة العربية كانت أهمية هذه الدراسة التى تحاول الكشف عن استخدام الشباب الريفى لهذه النوعية من المواقع الاتصالية عبر الإنترنت للوصول إلى قاعدة معلوماتية يمكن البناء عليها تدعيماً للجوانب الإيجابية وإطلاق صيحات التحذير من المعطيات السلبية لتلك المواقع وتأثيرها على التغير القيمي والأخلاقى لدى الشباب الريفى. ونجد أن موقع اليوتيوب

ذو ايجابيات عديدة ومنها الحصول على المعلومات، الشعور بالتسلية وغيرها. كما توجد سلبيات من شأنها أن تؤثر على التغيير القيمي والأخلاقى لدى الشباب الريفى.

إن التغيير عموماً، والتغيير القيمي بوجه خاص، أصبح ظاهرة معولمة لم تسلم منها كلبنى الاجتماعىة، خاصة المؤسسات التربوية العلمية، كالجامعات والمدارس، كونها الأكثر عرضة للاختلاط الثقافى والاجتماعى والأيدىولوجى والاقتصادى، والتغيير الاجتماعى بسبب تأثير وسائل الاتصال والتى جعلتها تمارس تأثيراً كبيراً على القيم والثقافات الموجودة فيها، إذ يرى "وليرت مورر" W. Moor. أن تغيير القيم شرط ضرورى من شروط التغيير الاجتماعى والاقتصادى حيث أن الأفكار لا تنبثق إلا عن طبيعة روح العصر، تلك الروح التى تتمخض عن سائر العمليات التاريخية والثقافية فى البناء الاجتماعى.(لبنى بلعينة، 2006، ص 17)

كما تعد دراسة التغيير القيمي من الدراسات ذات الأهمية الكبيرة، كونها تهدف إلى التعرف بالنسق القيمي السائد لدى جيل من الأجيال أو فئة من الفئات، مما يعنى التعرف على موجهاة العقل الاجتماعى، والتعرف على المفاهيم التى تتمسك بها تلك الفئة من المجتمع من جهة والقيم التى تتعرض إلى التغيير السريع أو البطيء من جهة أخرى، وتعد القيم بمثابة معالم للمجتمع وصور فى عقول أفرادها، إنها بمثابة الإطار المرجعى الذى يوصل العقل الاجتماعى إلى أهدافه. (براهمية صونية، 2009، ص1)

إن المتأمل فى الواقع الحالى للتكنولوجيا الحديثة التى أبهرت العالم بجميع وسائلها وتقنياتها والتى لا يمكن لأحد الاستغناء عنها يشعر بمدى خطورتها على شبابنا وسلوكياتهم وقيمهم وأفكارهم وثقافتهم، فبدل أن تكون هذه الوسيلة جسراً نعبه نحو أفق علمية جديدة، ونافذة نطل منها على العالم لنراه بكل تقنياته الحديثة وأبحاثه العلمية المتطورة، غدت من أكبر التحديات الثقافية التى يواجهها الشباب.

فالانفلات الأخلاقى بين الشباب حدث ولا حرج، مستغرباً أن الشاب الملتزم فى هذا العصر مع شديد الأسف يُنظر إليه على أنه عقلية رجعية، موضحاً أن عصر الفضائيات ساهم فى تفشى فساد الأخلاق بين الشباب. وينبغى أن يستعيد الإعلام دوره التوعوى والأخلاقى ويلتزم بالمواثيق التى تضبط عمله وأخلاقياته، ولا يلهث وراء الإثارة أو الربح المادى على حساب رسالته الحقيقية. وتُعد وسائل الإعلام؛ بما فيها الإنترنت من الدعامات الرئيسة التى تنمى فهم الإنسان وتقوى ذكاءه وحصيلته المعرفية، وهى فى الوقت نفسه تُعد من أخطر ما يكون فى حياة الإنسان وتؤثر على حياته الاجتماعىة والثقافية والقائمة.(يعقوب الكندرى، 2001، ص12)

مشكلة الدراسة:

تعددت العوامل التى ساهمت فى التوصل إلى فكرة البحث، منها الملاحظة الشخصية للباحثة، ثم الكشف عن المعلومات الخاصة بالتعامل مع شبكة الإنترنت، ثم نتائج الدراسات السابقة المرتبطة بمجال البحث، فآزمة القيم التى يعانى منها الإنسان

فى المجتمع المعاصر أكثر تأثيراً فى جيل الشباب، حيث يجد الشباب أنفسهم بين غايات وأهداف متنوعة، وما يتطلبها من قيم متعددة؛ مع الرغبة لبلوغ التكامل والوحدة كى يتهيأ له السلام مع النفس والعالم أجمع، إن سلوك الشباب ومفاهيمه وأفكاره الدينية والأخلاقية قد تتأثر إيجابياً أو سلباً بكل ما يتعرض له من مؤثرات خارجية مثل وسائل الإعلام، وشبكة الانترنت تعد من أكثر وسائل الإعلام تأثيراً عليهم، ذلك أنها توفر لهم قدراً كبيراً من حرية الاطلاع والبحث عن المعلومة، والقيام بكل ما يرغبون به من ممارسات، وتعد مواقع التواصل الاجتماعى ظاهرة إعلامية بارزة فى عالمنا اليوم، حيث تستقطب شريحة كبيرة من فئات المجتمع، وخاصة الشباب باعتبارهم المكون الأهم والأكثر تأثيراً وقابلية للتغيير والتطور. فالشباب لم يُعد قادراً على إشباع حاجاته البيولوجية والنفسية، والمادية، والاجتماعية لمواجهة المتطلبات الحياتية المتجددة فى ظل الطموحات والأمال المراد تحقيقها، مما أدى إلى اختلال الموازنة فى قدرة الشباب على التكيف مع القيم الموروثة والقيم العصرية.

وبالتالى وفى ضوء ما سبق تظهر الحاجة لإجراء مثل هذه الدراسة، فلقد أصبح المجتمع يعانى الكثير من المشكلات الناجمة عن تغير القيم والأخلاق، فالقيم الأصيلة عفا عليها الزمن وأصبحت لا تتناسب مع عالم الماديات والتكنولوجيا المعاصرة، وبالتالي تضاعفت القيم الأخلاقية، وطغت القيم المادية على القيم الروحية نظراً للتغيرات التى طرأت على المجتمع المصرى ومنها تعرض الشباب المصرى للإعلام الجديد وخاصة اليوتيوب، فالدراسة محاولة للتعرف على دور الإعلام الجديد فى التغير القيمي والأخلاقى لدى الشباب الريفى بمحافظة كفر الشيخ، حيث لاحظت الباحثة ظهور بعض القيم فى الصدارة وتفضيلها على سائر القيم، كما تغيرت الأهمية النسبية لبعض القيم التى كانت تحتل مركز الصدارة فى النسق القيمي مثل القيم الاجتماعية وغيرها، لذا فكرت الباحثة فى التعرف على التغير القيمي لديهم وعلاقته ببعض المتغيرات.

ويقوم الإعلام الجديد وخاصة موقع اليوتيوب بدوره من حيث قدرته على جذب انتباه الأفراد، فهو قادر على حشد كافة عناصر التشويق والإثارة والمؤثرات التى تجذب الأفراد له، فله تأثير واضح على سلوكهم وقيمهم وأخلاقياتهم واتجاهاتهم، وهو قد يحتوى بداخله على بعض القيم والمفاهيم والأفكار التى لا تتلاءم وطبيعة المجتمع المصرى، مما أدى إلى الانفلات الأخلاقى الذى ساد المجتمع وانتشر بشكل مخيف مهدداً لعاداتنا وتقاليدها وتعاليم ديننا الإسلامى الحنيف فأدى إلى انتشار الفوضى الأخلاقية أو ما يُسمى بالانفلات الأخلاقى. وبالتالي انبثقت المشكلة البحثية بشكل أساسى من خلال معرفة دور الإعلام الجديد وخاصة موقع اليوتيوب فى التغير القيمي والأخلاقى لدى الشباب فى الريف المصرى.

أهمية الدراسة:

1- إن جمهور المستخدمين للإنترنت أغلبه من الشباب من الجنسين، وتمثل تلك الشريحة أكثر فئات المجتمع أهمية حيث أنه سيقوم عليهم عبء التنمية والإنتاج فى المجتمع، وبالنسبة لهذه الدراسة فسوف يتم التركيز على شباب المجتمع الريفى - وهو مجتمع على الرغم من كون العالم أصبح قرية صغيرة منفتحة على بعضها بفضل تكنولوجيا الاتصال إلا أنه مازال يوصف بأنه من المجتمعات المغلقة أو المحافظة إلى حد ما على العادات والتقاليد والمورثات الثقافية، مما يساعد فى التعرف على مدى استجابة هذه الشريحة من المجتمع للإنترنت والآثار المترتبة على هذا الاستخدام والتي قد تنعكس على المجتمع فيما بعد.(عبد الجواد سعيد, 2009, ص3)

2- اليوتيوب أداة فعالة يمكن استخدامها فى جميع وسائل التواصل الاجتماعى الأخرى مثل(الفيس بوك- تويتر- إنستجرام... الخ) لتوصيل معلومة أو نشرها أو مشاركتها مع الآخرين دون الحاجة لمواجهة الجمهور أو التواجد معهم فى مكان واحد.

3- إن الدراسات والبحوث الميدانية الإعلامية تهتم بمجتمع الشباب بشكل خاص باعتباره مجتمعاً إعلامياً يتميز

بطابع الخصوصية التى تتمثل فى الأبعاد التالية:-

- يمثل الشباب إحدى أهم الشرائح الاجتماعية الواسعة.

- يعتبر الشباب الشريحة الاجتماعية التى تمر بمرحلة التشكيل والتكوين على المستوى الثقافى والروحى.

- تتميز هذه الشريحة بوصفها أكثر الشرائح الاجتماعية استهلاكاً للمادة الإعلامية وتأثراً بها.(هيفاء بنت عثمان عباس, د.ت, ص18)

4- انبثقت أهمية هذه الدراسة من أهمية القيم ذاتها كمحرك للسلوك.

5- قد تفيد الدراسة- بما تقدمه من مقترحات إجرائية - القائمين فى الاستفادة من الشباب باعتبارهم يشكلون قوة عمل فى المجتمع المصرى. كما لاحظت الباحثة أن بعض هذه المواقع وخاصة موقع اليوتيوب تحتوى بداخلها على مضمون لا أخلاقى ومضمون غير لائق من حيث الألفاظ المبتذلة مما استوجب ضرورة عمل دراسة ميدانية حول دور الإعلام الجديد فى التغير القيمى والأخلاقى لدى الشباب الريفى بمحافظة كفر الشيخ.

أهداف الدراسة:

تهدف الدراسة إلى التعرف على دور الإعلام الجديد فى التغير القيمى والأخلاقى لدى

الشباب الريفي بمحافظة كفر الشيخ، وذلك من خلال الأهداف الفرعية التالية:

- 1- التعرف على علاقة تعرض الشباب الريفي بمحافظة كفر الشيخ للإعلام الجديد بالتغير القيمي والأخلاقي لديهم.
- 2- التعرف على مدى انتشار تكنولوجيا الإنترنت فى الريف المصرى، ومعدلات استخدامها بين الشباب الريفي.
- 3- التعرف على دوافع الشباب الريفي بمحافظة كفر الشيخ لاستخدام الإعلام الجديد.
- 4- التعرف على القيم التى تصدرت النسق القيمي للشباب الريفي المستخدم للإعلام الجديد.
- 5- معرفة أكثر أنواع الإعلام الجديد والتى يوجد بها انفلات أخلاقى.
- 6- التعرف على طبيعة القيم الأخلاقية التى قدمها الإعلام الجديد للشباب الريفي بمحافظة كفر الشيخ.
- 7- التعرف على أكثر أنواع الإعلام الجديد إيجابية وحثت الشباب الريفي على الأخلاق والفضيلة.
- 8- التعرف على أهم القيم الأخلاقية الايجابية التى حرص موقع اليوتيوب على تقديمها.
- 9- التعرف على أهم القيم السلبية التى حرص موقع اليوتيوب على تقديمها.
- 10- تحديد عادات استخدام الشباب الريفي بمحافظة كفر الشيخ لموقع اليوتيوب.
- 11- معرفة درجة الثقة فى المعلومات التى ينشرها موقع اليوتيوب.

مصطلحات الدراسة:

- 1- **الأخلاق:** هى البنية التحتية للعمل والسلوك وتشتمل على مجموعه قواعد وقوانين وأسس عامة وتوضح تبعاً لدين أو فكر أو نظام اجتماعى وأن يتم تطبيقها من خلال العمل. (على القائى، 1996، ص 294)
- 2- **الإعلام الجديد:** هو إعلام عصر المعلومات، والذى يعتمد على استخدام الكمبيوتر والاتصالات عن بعد فى إنتاج المعلومات والتسليم وتخزينها وتوزيعها بشكل ميسر وبأسعار منخفضة مع توفير ميزة التفاعل. (سميرة شيخانى، 2010، ص 37)
- 3- **موقع اليوتيوب:** هو أحد أشهر المواقع الإلكترونية على شبكة الإنترنت، وعنوانه: www.youtube.com وتقوم فكرة الموقع على إمكانية إرفاق أى ملفات تتكون من مقاطع الفيديو على شبكة الإنترنت دون أى تكلفة مالية، فبمجرد أن يقوم المستخدم بالتسجيل فى الموقع يتمكن من إرفاق أى عدد من هذه الملفات ليراها

ملايين الأشخاص حول العالم، كما يتمكن المشاهدون من إدارة حوار جماعي حول مقطع الفيديو من خلال إضافة التعليقات المصاحبة. وطبقا لتصنيف أليكسا العالمي فإن موقع يوتيوب يأتي في المركز الثالث من حيث أكثر المواقع العالمية مشاهدة، بعد كل من ياهو، وجوجل.

4- القيم: عبارة عن المعتقدات التي يحملها الفرد عن الأشياء والمعاني، تتصف بالثبات النسبي، نابعة عن شحنة انفعالية طويلة في تغيرها لكنها تتغير، والقيم في الغالب متوارثة كالقيم الدينية، لذا فهي عبارة عن تلك المعتقدات التي نتمسك بها، فهي تشكل مصدرا للمقاييس والمعايير والوسائل والغايات والأهداف وأشكال التصرف المفضلة، وتعنى بتنظيم العلاقات الاجتماعية، وتسوغ الواقع أو تحرص على تغيره، وتتنوع بسبب تعدد مصادرها وتوجهاتها ومراميتها، فقد تتكامل فيما بينها أو تتناقض، وتتغير بتغير الأحوال والعلاقات. (حليم بركات، 2000، ص37)

5- التغير القيمي: يعد مفهوم التغير القيمي من المفاهيم التي يكتنفها الكثير من الغموض والتعقيد، فقد يضيق البعض من استخدام المفهوم ليقصر على بعض العادات والتقاليد أو التغييرات المتتابعة والسريعة في الطرائق الشعبية، والتغير القيمي هو تغيرات طفيفة في العادات الموجودة، تبدأ محدودة الحجم، لكنها تتسع شيئا فشيئا بتراكمها عبر الزمن ثم تبدأ ثمار هذا الاتساع بالظهور من خلال تحول القيمة إلى شكل جديد، والتغير في القيم عملية أساسية تصاحب التغير في بناء المجتمع، ويعنى تغير في تسلسل القيم داخل النسق القيمي. وكذلك تغير مضمون القيمة وتوجهاتها، فنجد أن القيم ترتفع لقيمة وتنخفض وتتبادل المراتب فيما بينها إلا أنها تختلف في سرعة التغير، فبعضها يتغير ببطء مثل: القيم الأخلاقية والدينية، وبعضها يتغير بسرعة كالقيم الاقتصادية المرتبطة بالمال والملبس.. الخ، وقد يسعى البعض من استخدام المفهوم ليحتوى على كل التحولات في القيم الثقافية للمجتمع. (فوزية دياب، 1980، ص 5-28)

تساؤلات الدراسة:

- 1- ما العلاقة بين تعرض الشباب الريفي بمحافظة كفر الشيخ للإعلام الجديد والتغير القيمي والأخلاقي لديهم؟
- 2- ما طبيعة القيم الأخلاقية التي قدمها الإعلام الجديد للشباب الريفي بمحافظة كفر الشيخ؟
- 3- ما أهم الايجابيات والسلبيات التي تراها في موقع اليوتيوب؟
- 4- ما درجة الثقة في المعلومات التي ينشرها موقع اليوتيوب؟
- 5- ما مدى حرص الشباب الريفي على مشاهدة موقع اليوتيوب؟

- 6- ما أهم أنواع ملفات الفيديو التي تشاهدها على موقع اليوتيوب؟
- 7- ما مدى تقييم الشباب الريفي لموقع اليوتيوب؟
- 8- ما مدى مساعدة الإعلام الجديد الشباب الريفي فى الانفلات الأخلاقى؟
- 9- ما أكثر أنواع الإعلام الجديد والتي يوجد بها انفلات أخلاقى؟
- 10- ما أكثر أنواع الإعلام الجديد ايجابية وحثت الشباب الريفي على الأخلاق والفضيلة؟
- 11- ما طبيعة القيم الأخلاقية التي قدمها الإعلام الجديد؟

فروض الدراسة:

- 1- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المستويات الاجتماعية الاقتصادية المختلفة للشباب الريفي بمحافظة كفر الشيخ ودرجة التغير القيمي والأخلاقى لديهم كما يعكسها موقع اليوتيوب.
- 2- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الشباب الريفي بمحافظة كفر الشيخ من الجنسين (ذكور – إناث) ودرجة التغير القيمي والأخلاقى لديهم كما يعكسها موقع اليوتيوب.
- 3- لا توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين كثافة مشاهدة موقع اليوتيوب وبين اعتماد الشباب الريفي بمحافظة كفر الشيخ على ذلك الموقع كمصدر للقيم الأخلاقية.

منهج وعينة الدراسة:

تندرج هذه الدراسة تحت نوع البحوث الوصفية التي تستهدف تصوير وتحليل وتقويم خصائص مجموعة معينة أو موقف معين يغلب عليه صفة التحديد، مستخدمة منهج المسح، حيث تهدف الدراسة إلى معرفة خصائص مستخدمي موقع اليوتيوب على الإنترنت من الشباب الريفي بمحافظة كفر الشيخ، ومعرفة أنماط الاستخدام وأسسه ومدى انتشاره بين هذه الفئة العمرية الهامة، وإسهامه فى التغير القيمي والأخلاقى لدى الشباب، ولقد طبقت الدراسة على عينة عمدية من الشباب الريفي ممن يستخدمون موقع اليوتيوب من 18-35 سنة، قوامها 150 مفردة موزعة كالتالى: 75 مفردة من الشباب الريفي من قرية شباس الملح، 75 مفردة من الشباب الريفي من قرية المنصورة التابعتين لمركز دسوق بمحافظة كفر الشيخ.

خصائص عينة الدراسة

جدول رقم (1) يوضح وصف عينة الدراسة

إجمالي		المتغيرات	
%	ك		
50%	75	ذكور	النوع
50%	75	إناث	
100%	150	جملة	
100%	150	ريف	محل الإقامة
100%	150	جملة	
19.3%	29	منخفض	مستوى اجتماعى اقتصادى
42.7%	64	متوسط	
38%	57	مرتفع	
100%	150	جملة	

- من حيث النوع: نسبة 50% من أفراد العينة ذكور ونسبة 50% منهم إناث.

- من حيث الإقامة: نسبة 100% من أفراد العينة مقيمين بالريف.

- من حيث المستوى الاجتماعى الاقتصادى: نسبة 19.3% من أفراد العينة بالمستوى الاجتماعى الاقتصادى المنخفض، ونسبة 42.7% منهم بالمستوى الاجتماعى الاقتصادى المتوسط، ونسبة 38% منهم بالمستوى الاجتماعى الاقتصادى المرتفع.

أدوات الدراسة:

جمعت بيانات هذا البحث من خلال استمارة استبيان للتعرف على مدى متابعة الشباب الريفى بمحافظة كفر الشيخ لموقع اليوتيوب، وشملت (21) سؤالاً يُغطى أهداف البحث بشكل كامل ومن محاور الاستبيان:-

المحور الأول: مدى استخدام الشباب فى الريف المصرى للإعلام الجديد وموقع اليوتيوب.

المحور الثانى: أهم القيم الأخلاقية الايجابية والسلبية التى حرص الإعلام الجديد وموقع اليوتيوب على تقديمها للشباب فى الريف المصرى.

المحور الثالث: أهم المقترحات للخروج من مأزق الانفلات الأخلاقى لدى الشباب الريفى الذى يعرض من خلال الإعلام الجديد وموقع اليوتيوب ويتم تقديمها للشباب فى الريف المصرى، وكذلك مقياس الانفلات الأخلاقى والذى اشتمل على (62) عبارة وكل من أداتى الاستبيان ومقياس الانفلات الأخلاقى من إعداد الباحثة.

حدود الدراسة:

- 1- **الحدود المكانية:** تُطبق الاستبيان على الشباب الريفي باجمالى 75 مفردة من الشباب الريفي بقرية شباس الملح, 75 مفردة من الشباب الريفي بقرية المنصورة التابعتين لمركز دسوق بمحافظة كفر الشيخ.
- 2- **الحدود الموضوعية:** اختارت الباحثة الإعلام الجديد (كوسيلة) ودوره فى التغيير القيمي والأخلاقى لدى الشباب الريفي بمحافظة كفر الشيخ (كجمهور).
- 3- **الحدود الزمنية:** تُطبق الاستبيان خلال الفترة من 2019/9/29م-2019/10/27م.

ويحتوى البحث على جانبين أساسيين هما:

أولاً: الجانب النظرى ويشمل:

الدراسات السابقة:

الدراسات السابقة التى تناولت الإعلام الجديد والتغير القيمي والأخلاقى

(أ) الدراسات السابقة العربية:

- 1- دراسة إبراهيم عبد الرازق، هانى موسى يونس(2003): هدفت الدراسة إلى التعرف على أبرز وأهم القيم لدى طلاب كلية التربية بينها فى ضوء متغيرين رئيسيين هما الجنس (ذكور – إناث)، ومتغير الفرقة الدراسية (الأولى- الثانية- الثالثة- الرابعة), وأوضحت نتائج الدراسة أن هناك تباين بين الذكور والإناث حول القيم الدينية وقيمة المال وقيمة الثقة وقيمة العمل والتي جاءت متأخرة للجنسين، فأشار الذكور أن قيمة العمل مهمة جداً بنسبة 83.1%, بينما عند الإناث جاءت فى مرتبة متدنية بنسبة 70.4%, كما أظهرت الدراسة أنه توجد فروق حول متغير الفرقة الدراسية ولكنها لم تصل إلى مستوى الدلالة، وأن ترتيب القيم لدى الذكور على التوالي العزيمة ثم التعبير بحرية ثم التسامح ثم الطاعة. بينما جاءت عند الإناث قيمة التسامح ثم العمل الجاد، ثم العزيمة ثم أدب الاستماع، ثم التعبير بحرية وغيرها.(إبراهيم عبد الرازق, هانى موسى, 2003)
- 2- ويرى جمال غيطاس(2004): أن شبكة الإنترنت فتحت عصاراً جديداً فيما يتعلق بحرية التعبير، وقدمت نافذة لممارسة عمل صحفى لا تحده قيود أو رقابة، وأن الشبكة تضعنا أمام واقع جديد يمكن أن يقدم الرأى الآخر بمنتهى اليسر، ويقفز فوق حواجز تكميم الأفواه، وإخفاء الحقائق.(جمال غيطاس, 2004)
- 3- دراسة محمد عليان وعزت عسلىة(2004): هدفت الدراسة إلى التعرف على منظومة القيم لدى الشباب الجامعى المعاصر لانقفاضة الأقصى، وعلى الفروق فى القيم والاتجاهات نحو التحديث لدى أفراد العينة، وتكونت عينة الدراسة من (404) طالب وطالبة، وقد أظهرت النتائج: أن القيمة الدينية تصدرت نظام القيم

لدى عينة الدراسة، كما تبين عدم وجود علاقة دالة إحصائية بين درجات الطلاب على مقياس القيم ودرجاتهم على مقاييس التحديث، وعدم وجود فروق بين الطلاب والطالبات على القيم الاقتصادية والسياسية والجمالية، ووجدت فروق في القيم الدينية والاجتماعية والنظرية، وعدم وجود فروق بين الذكور والإناث على مقاييس الاتجاهات نحو التحديث. (عزت عسليّة ومحمد عليان, 2004)

4- **ورکز عبد الرحمن الشامی (2005):** على أن الإعلام الجديد أدى إلى ظهور ما يمكن تسميته ب(التشتيت) و(الفردية) التي اتسم بها الجمهور المتعرض له، وأدى إلى غياب الوسيلة التي يمكن أن يلتفت حولها الجمهور بالملايين لتبث عليهم مضمونا موحداً، حيث يوفر الإنترنت بدائل كثيرة، ويقدم عددا لا متناه من المعلومات يبحر فيها الإنسان ما شاء، وأشار إلى أن كثيرا من المداخل النظرية لفهم طبيعة الإعلام الجديد لا بد وأن تتواءم مع خصائصه التي تختلف كلياً عن الإعلام التقليدي. (عبد الرحمن الشامی, 2005)

5- **دراسة رجاء زهير العسلي (2006):** هدفت الدراسة إلى تقديم صورة حقيقية عن الواقع القيمي والمعرفي السائد في مجتمع الشباب الجامعي، إضافة إلى توضيح تأثير التغير القيمي والمعرفي على تكوين شخصية الشباب الجامعي الفلسطيني، كما هدفت الدراسة إلى وضع المقترحات المناسبة لمواجهة التحديات المعرفية والقيمية التي تؤثر في تكوين شخصية الشباب الجامعي الفلسطيني. وتوصلت الدراسة إلى أن استجابات أعضاء هيئة التدريس حول الآثار السلبية والإيجابية للتغير القيمي على تكوين شخصية الشباب كانت متوسطة، حيث بلغ متوسط الآثار السلبية 3.77% والإيجابية 3.58%، وأن أبرز الآثار السلبية للتغير القيمي والمعرفي على تكوين شخصية الشباب الجامعي الفلسطيني كانت تفشي البطالة التي تفقد الشباب الشعور بالأمان، هجرة الشباب المتفوق، وأن أبرز الآثار الإيجابية للتغير القيمي والمعرفي على تكوين شخصية الشباب الجامعي الفلسطيني كانت تدريب الشباب على الأسلوب الديمقراطي في ممارسة الأنشطة الطلابية داخل الجامعة، وممارسة الشباب للأنشطة الثقافية لمواجهة القيم المستحدثة. (رجاء زهير العسلي, 2006)

6- **دراسة نانسی عثمان (2006):** وتوصلت إلى أن الهروب من الواقع من أوائل أهداف اتصال أفراد العينة من الشباب بالإنترنت يليه تقليد الأصدقاء ومسايرتهم، بالإضافة إلى أن الشعور بالاعتراب والسخط عانى منهما أفراد العينة بعد مشاهدتهم العالم المتقدم على الإنترنت. (نانسی حمدي عثمان, 2006)

7- **دراسة فتحية محمد محفوظ (2008):** هدفت الدراسة إلى معرفة دوافع وأسباب خروج المرأة اليمنية للعمل والمشكلات التي تواجهها، ومعرفة وجود حراك مهني للمرأة اليمنية، أسبابه، معوقاته، ومعرفة التغير في بعض القيم التي أثرت على

عمل المرأة وحراكها المهني. وأسفرت نتائج الدراسة على معارضة بعض الأسر على عمل المرأة وقد أرجعوا السبب إلى وجود بعض القيم والعادات والتقاليد، وأن أثر التغيير القيمي ما يزال يحتاج لتدعيم لحدوث حراك مهني للمرأة اليمنية بسبب التقاليد الصارمة لديهم.(فتحية محمد محفوظ, 2008)

8- دراسة أسماء عبد المنعم إبراهيم(2011): هدفت الدراسة إلى إلقاء الضوء على العلاقة المتبادلة بين التغيير الاجتماعي والقيم في المجتمع المصري، كما حاولت الدراسة الكشف عما إذا كان قد حدث تغيير قيمي في المجتمع المصري أم لا، إضافة إلى معرفة القيم السائدة في الوقت الحاضر من خلال إدراك بعض الفئات المهنية والتعليمية، ومدى شيوع هذه القيم في المجتمع، وكذلك دراسة التغيير القيمي والقيم السائدة في المجتمع. وأوضحت نتائج الدراسة أن هناك تغييراً فيما قد حدث وأن التغيير تميز بشيوع كثير من القيم الإيجابية، وظهرت صور التغيير القيمي في قيم العمل حيث ازداد الاهتمام بقيمة العمل الحرفي، وقل الاهتمام بقيمة العمل الحكومي، وتدهورت القيم الاجتماعية والجمالية والأسرية وقيمة العلم والتعليم، وهناك قيم لم يصيبها التغيير مثل القيم الدينية، وأن هناك نسقاً قيمياً خاص بالذكور والإناث، كما يختلف النسق القيمي باختلاف المستوى التعليمي.(أسماء عبد المنعم إبراهيم, 2011)

9- أكدت دراسة بدر الدين أحمد إبراهيم محمد(2012): أكدت الدراسة أن الإعلام الجديد أصبح واقعا تتعايش معه كل شعوب الدنيا، وقد أختلط الحابل بالنابل الفقير بالغنى، والمتعلم بالجاهل، والمحلى بالعالمى. ففي عصر الفضائيات والإنترنت والكمبيوتر والأقمار الصناعية، ما عادت ثورة المعلومات حكراً على الدول الغنية، وكذلك ما عاد تدفق المعلومات في اتجاه واحد من الشمال الغنى للجنوب الفقير، بل أصبح التفاعل والتبادل والواقعية والحرية، صفات لازمة لحرية الإبحار على وسائل الاتصال الحديث. فانفتاح عوالم من المعرفة والمعلومات على مصراعيها، دون اعتبار أو التزام بقواعد أو قوانين حراسة البوابة والتحكم فيما يقدم للعالم هنا أو هناك، الأمر الذى تعالت معه صيحات الحفاظ على الهوية والعادات والتقاليد من جانب، مقابل فرض السيطرة والثقافة بالقوة من جانب آخر وبين هذا وذاك، زادت المطالبة بالرقابة وقيود حرية التعبير وظهرت للعلن مواثيق الشرف المهني، والتشريعات والقوانين المنظمة لمهن الإعلام، ورغم ذلك تظل الأخلاق هي المعيار الوحيد الذى يحكم فيض ما يُقدم من وسائل الاتصال، ومن ثم نبحت في الدور الذى تضطلع به وسائل الإعلام في تعزيز أخلاق المجتمع ومدى تقيد وسائل الاتصال بالمواثيق الأخلاقية ومدى انعكاس ذلك فى مخرجاتها الموجهة للجمهور، ودور تلك المخرجات فى تحصين الجمهور ضد وافد الأخلاق الخارجية عبر الفضائيات والإنترنت وبقية الوسائط الاتصالية وتأثيراتها على المجتمع.(بدر الدين أحمد إبراهيم محمد, 2012)

10- دراسة رباب رأفت الجمال(2013): هدفت الدراسة إلى التعرف على حدود وطبيعة تأثير المواقع الاجتماعية على النسق القيمي الأخلاقي للشباب السعودي سعيًا لتقييم ذلك التأثير وتحديد الطرح المستقبلي لدور أدوات الاتصال الجديدة خلال الفترة القادمة وطُبقت الدراسة على عينة من الشباب السعودي قوامها 600 مفردة، وذلك باستخدام منهج المسح وأداة الاستبيان. وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها: كشفت الدراسة أن معظم أفراد العينة يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي عبر الإنترنت بانتظام حيث بلغت النسبة 86.33%، ولا شك أنها بذلك استطاعت أن تخلق مجالاً عاماً أحدث تأثيراً على النسق القيمي للشباب السعودي، وارتفاع معدل استخدام الشباب لشبكة الإنترنت وأكدت العينة بأكملها بنسبة 100% أنهم يستخدمون الإنترنت وتبين أن معدل الثقة في مواقع التواصل الاجتماعي منخفض للغاية.(رباب رأفت الجمال،2013)

11- دراسة هاشم الشرنوبى(2013): هدفت الدراسة إلى الكشف عن فاعلية توظيف الشبكات الاجتماعية عبر الإنترنت المصاحبة للمواقع التعليمية وأنماط الرسائل الالكترونية فى التحصيل وتنمية مهارات تشغيل واستخدام الأجهزة التعليمية الحديثة والقيم الأخلاقية الالكترونية لدى طلاب تكنولوجيا التعليم بكليات التربية، وطُبقت الدراسة على عينة عشوائية قوامها 120 طالب وطالبة باستخدام المنهج المسحى، ومن نتائج الدراسة: أن استخدام الفيس بوك يساهم فى التوعية الثقافية والاجتماعية لدى أفراد العينة.(هاشم الشرنوبى،2013)

12- دراسة حامد الشطرى(2015): هدفت الدراسة إلى التعرف على الآثار الاجتماعية للتكنولوجيا ومعرفة الأطر الأخلاقية الجديدة التى تحل محل الأطر الأخلاقية القديمة التى حكمت الممارسة الإعلامية الإخبارية بشكل خاص طوال عقود من الزمن، وتأتى أهمية البحث فى كونه يسعى إلى تأصيل أطر أخلاقية جديدة يستعين بها الإعلاميون العرب المحترفون منهم والمواطنون فى ممارسة المهنة خاصة بعد أن طرح عدد كبير من الباحثين الغربيين ما يمكن أن نطلق عليه الإعلام الهجين Layered Journalism الذى يسعى إلى الدمج بين الصحافة المحترفة وصحافة المواطن فى إطار أخلاقى جديد يأخذ بالاعتبار القضايا الأخلاقية التى أثارها الممارسة الإعلامية فى عصر الرقمنة.(حامد الشطرى، 2015، ص ص 310 – 335)

13- دراسة صالح بوبشيش(2015): يأتى هذا البحث لمعالجة إشكالية أهمية الاستفادة من وسائل الإعلام الجديد والتحديات التى تواجه الشباب المسلم، وكيف يمكن مجابهة مخاطر هذه التحديات، وأكدت أن فئة الأطفال والشباب هم الأكثر استخداماً وبنسبة عالية لوسائل الإعلام الجديد، ما يجعلهم يواجهون مجموعة من التحديات الخطيرة التى تهددهم فى حياتهم وتعبث بمستقبلهم؛ فى مقدمتها طمس الهوية الإسلامية بكل مكوناتها العقائدية والثقافية، والقضاء على الأخلاق الحميدة

بنشر الإباحية والدعوة إلى شيوع الرذيلة والتشجيع على ممارستها باسم الحرية الجنسية، بالإضافة إلى بث ثقافة الإجرام والإرهاب واستقطاب فئة الشباب لاستغلالهم في تنفيذ الأعمال الإرهابية وتشويه صورة الإسلام والمسلمين في العالم. فبالنظر إلى كل هذه السلبيات المنفردة من جهة والإيجابيات المبهرة من جهة أخرى، كان لزاماً التفكير جيداً في رسم إستراتيجية واضحة، تكفل للشباب المسلم التوظيف الأمثل والأفيد لهذه الوسائل من جهة، وتجنبيهم مختلف الأضرار والمخاطر من جهة ثانية، وقد خلص البحث إلى مجموعة من النتائج؛ منها: ضرورة الاستفادة واستغلال وسائل الإعلام الجديد في مواجهة تحدياته وحماية الشباب المسلم من أخطارها. (صالح بوبشيش، 2015، ص ص 15-42)

14- دراسة صبرى بديع عبد المطلب (2015): هدفت الدراسة إلى الكشف عن التغيرات المرتبطة بأزمة القيم لدى الشباب الجامعي المصري. واستخدمت الدراسة أسلوب المسح الاجتماعي، وتكونت عينة الدراسة من (400) طالب من طلاب كلية الآداب بكلية العلوم جامعة المنصورة بالفرقة الثالثة والرابعة، وتمثلت أدوات الدراسة من دليل المقابلة لقياس التغيرات الاقتصادية والتغيرات الاجتماعية والسياسية، وثلاث مقاييس، الأول لقياس أزمة القيم الأخلاقية بين الشباب في المجتمع المصري، أما الثاني لقياس درجة المشاركة السياسية بين الشباب، والثالث لقياس مدى استخدام آليات العولمة كتغيرات خارجية. وأسفرت نتائج الدراسة إلى ارتفاع نسبة أفراد عينة الدراسة الكلية الذين يشعرون بوجود أزمة قيم وأخلاق داخل المجتمع المصري في الوقت الحالي حيث بلغت نسبتهم (93.8%) من حجم عينة الدراسة، وهذا ما أكده الواقع من انفلات سلوكي وانتشار للفساد بكل صورته المختلفة والاختلاس والرشوة والتهريب الفاحش بأساليب غير مشروعه وانتشار الأنانية والانتهازية وتهريب الأموال للخارج وال نصب والاحتيال، كما أظهرت الدراسة إلى ارتفاع نسبة أفراد عينة الدراسة الكلية الذين يرون أن الانتهازية والأنانية تُعد أحد مظاهر أزمة القيم لدى الشباب الجامعي حيث احتلت المرتبة الأولى بنسبة (85.7%) من إجمالي حجم العينة. وأوصت الدراسة بضرورة مواجهة التحديات المعاصرة المتنوعة (آليات العولمة) التي تواجهها المجتمعات الإنسانية الحديثة، لتأثيرها تأثيراً مباشراً في تعميق الهوة بين الأجيال وظهور حالة اضطراب القيم، والانفصام والازدواجية والتناقض والتذبذب، بين تبنى قيمهم التقليدية والقيم الجديدة التي تطرحها العولمة. (صبرى بديع عبد المطلب، 2015، ص ص 38-327)

15- دراسة على بن حسن القرني (2015): هدفت الدراسة إلى رصد التغيرات القيمية والمعرفية وانعكاسات تلك التغيرات على قضايا ومشكلات الشباب الجامعي في منطقة تبوك ومحافظاتها، والتعرف على الآليات المقترحة لإدارة هذه التغيرات ومواجهتها وتقويمها. ولتحقيق أهداف الدراسة استخدم الباحث

المنهج الوصفي، كما استخدم استبانة، وقد تم تطبيق الدراسة على عينة مكونة من (242) طالبا وطالبة و(44) من القيادات الأكاديمية في الكليات الجامعية بمحافظات منطقة تبوك (أملج، الوجه، ضبا، تيماء، حقل). وقد توصلت الدراسة لمجموعة من النتائج من أبرزها: ظهور تغيرات قيمية سلبية على سلوك واتجاهات الشباب الجامعي حصلت على درجة موافقة عالية بمتوسط حسابي بلغ (3.7) من وجهة نظر عينة الدراسة، كذلك ظهور تغيرات معرفية سلبية على سلوك واتجاهات الشباب الجامعي حصلت على درجة موافقة عالية بمتوسط حسابي بلغ (3.6) من وجهة نظر عينة الدراسة، كما أن جميع الآليات المقترحة لمواجهة التغير القيمي والمعرفي من وجهة نظر القيادات الأكاديمية حصلت على درجة أهمية عالية وبمتوسطات متقاربة تتراوح بين 3.8 و 3.4 وبمتوسط حسابي عام (3.5). (على بن حسن القرني، 2015 ص ص 232- 258)

16- دراسة أمجد أنور نور(2016): تناولت الدراسة عرض مظاهر أزمة القيم الأخلاقية والسلوكية التي شهدتها المجتمع المصري في النصف الثاني من القرن العشرين والتي جاءت نتيجة مجموعة من التغيرات السياسية والتكنولوجية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية وغيرها، والتي أثرت بشكل مباشر على النسق القيمي لدى أفراد المجتمع بصفة عامة وعلى الشباب بصفة خاصة. وفي تفسير تلك الأزمة الأخلاقية والسلوكية، تناولت الدراسة بالتحليل العوامل الداخلية والعوامل الخارجية التي دفعت بظهورها، العوامل الداخلية المرتبطة بالبنية الداخلية للمجتمع وهي نتاج لعوامل مادية مثل المشكلات الاقتصادية، وعوامل غير مادية لعبت دوراً هاماً في تكوين الظواهر الاجتماعية المرضية تتمثل أهمها في الفوضى الأخلاقية. كما تناول البحث العوامل الخارجية لظهور الأزمة الأخلاقية التي تتمثل في الثورة العلمية والتكنولوجية والقنوات الفضائية التي جعلت العالم أكثر اندماجاً، وأثرت على الشباب فأصيب بعدم القدرة على الاستقرار في القيم الموروثة والمكتسبة، وضعف القدرة على الاختيار بين القيم المتضاربة، وعجزهم عن تطبيق ما يؤمنون به من قيم، مما سبب له أزمة قيمية دفعت بالشباب بالثورة على قيم المجتمع واغترابهم عن القيم التي جاءت بها الثورة العلمية والتكنولوجية. وانطلاقاً من ذلك التفسير تم عرض إستراتيجية مقترحة من أجل الحد من الأزمة الأخلاقية والسلوكية، والتي شملت كافة جوانب الحياة تقريباً، والتي تم تقسيمها إلى مراحل قريبة المدى ومتوسطة المدى وبعيدة المدى.(أمجد أنور نور، 2016)

17- دراسة سر الختم عثمان(2016): أكدت الدراسة أن الإعلام الجديد هو الموجة الثالثة من ثورة الاتصالات الرقمية التي نقلت العالم من تواصله الجماهيري بوسائل الإعلام الذي كان يمثل الموجة الثانية بعد الاتصال الجمعي والمباشر الذي كان النمط الأول للاتصال الإنساني. وهذه الموجة الثالثة انتهت بإلغاء الحاجز بين

المرسل والمتلقى بما جعلهما فى حالة تبادل أدوار. وهذا الموضوع شغل العالم سياسياً واجتماعياً وتربوياً وفكرياً فى جوانب اهتزت لها عروش الدول والحكومات، وانهارت أمامها حصون الثقافات الخاصة واضطربت بها قيم التربية والأخلاق. وارتابت بها القلوب الضعيفة فى العقائد والديانات. واهتمت الدراسة بخصائص الإعلام الجديد، واستخدامات الشباب كفئة إستراتيجية فى الأمة للإعلام الجديد والأشباع المتحققة من هذه الاستخدامات نفسياً واجتماعياً. وقد توصل البحث لنتائج وتوصيات أهمها: إشباع الحاجات المتجددة للشباب وفق الضرورات الخمس وهى حفظ النسل وحفظ المال وحفظ الدين وحفظ النفس وحفظ العقل.(سر الختم عثمان،2016, ص ص 167-212)

18- دراسة رقية بوسنان(2017): اهتمت الدراسة بالأبحاث الإعلامية التى تتناول الشباب والقيم، وذلك لأهمية المتغيرين المعالجين، فالشباب فئة اجتماعية تراهن عليها كل المجتمعات فى البناء والتطوير، وهى فئة تمتاز بالقوة والحركة والفاعلية، وأما القيم فهى بمثابة الحصن الذى يؤمن ويحمى الهوية والخصوصية، وعليه فقد جاء هذا البحث لتقييم بعض الأبحاث التى تناولت أثر وسائل الإعلام التقليدية والحديثة على قيم الشباب، وقد خلص إلى ضرورة التركيز والدقة فى معالجة أثر وسائل الإعلام التقليدية والحديثة على قيم الشباب، إذ تعاني بعضها من الضعف المنهجي والنظري، والتطبيقي.(رقية بوسنان، 2017, ص ص 97-118)

19- دراسة سعد الدين بوطبال(2017): هدفت الدراسة إلى التعرف على علاقة استخدام الإنترنت بانحراف سلوكيات الشباب فى ضوء العولمة الإعلامية، حيث شملت الدراسة 188 شاباً من مستخدمي الإنترنت بولاية البليدة، وطبقت عليهم استبانة السلوك المنحرف لدى الشباب، وبعد الحصول على البيانات وتحليلها توصلت الدراسة إلى أن استخدام الإنترنت لدى الشباب ساهم فى اكتسابهم لسلوكيات منحرفة بينتها الدراسة الميدانية الراهنة مثل: استخدام العنف اللفظي، والانحرافات الجنسية، وضعف التواصل الأسرى والعزلة الاجتماعية، وكذا الانفعالات السلبية وانتحال هوية مزيفة. كما كشفت الدراسة أيضاً وجود علاقة بين مدة استخدام الإنترنت وكل من: تجنب الحوار العائلي، والعيش فى واقع خيالى، والرغبة فى تقليد المشاهد العنيفة، والسهر إلى وقت متأخر ليلاً، والدخول إلى المواقع الإباحية. إضافة إلى عدم تأثير المستوى التعليمي لدى الشباب فى استخدام الإنترنت.(سعد الدين بوطبال، 2017, ص ص 105-120)

20- حنان علال(2019): اهتمت الدراسة بطرح التطبيقات الإعلامية الجديدة لشبكة الإنترنت (التدوين والشبكات الاجتماعية) وتناولت العديد من الإشكاليات بسبب التغيرات التى طرأت على بيئة العمل الصحفى، فلقد أتاحت تلك التطبيقات للكثير من الناس على غرار الصحفيين التعبير عن آرائهم وأفكارهم بحرية، فهم يقدمون الأخبار ويعبرون عن آرائهم فى الأحداث وفى قضايا الشأن العام الكبرى

وبصورة قد تتجاوز الحدود أحيانا مما يستدعى ضرورة الاحتكام إلى أخلاقيات الممارسة الإعلامية ومواثيق الشرف الإعلامي، إلا أن الإشكالية الأساسية هي عملية الضبط، ذلك أن تجربة المجتمعات مع وسائل الإعلام تجسد علاقة تكون فيها التشريعات والضوابط المهنية تتماشى وتتوازى مع تطور الوسائل. لكن العلاقة تغيرت فأصبحت التشريعات متأخرة عن حركة الكشف التقني والتطبيقات الإعلامية الجديدة. لذلك حاولت الدراسة التعرف على مختلف التجارب العالمية والعربية في مجال تنظيم استخدام الصحفيين لمواقع الشبكات الاجتماعية ومقارنتها مع التجربة الجزائرية. (حنان علال، 2019، ص ص 829 – 846)

21- دراسة عباس مصطفى صادق: هدفت الدراسة إلى التعرف على المداخل النظرية والخصائص العامة للإعلام الجديد مع وجود مجموعة من الرؤى النظرية لفهم طبيعة الإعلام الجديد، يلتزم بعضها بالجوانب المتعلقة بالتطورات في تكنولوجيا الاتصال، وبعضها يعتمد على المداخل الاجتماعية أو السياسية لدراسة ظاهرة الإعلام الجديد، ومن نتائج الدراسة: أن الإعلام الجديد ليس بثأ أحادياً إجبارياً مثل ما كانت تتسم به نظم الإعلام القديم، ولكنه تفاعل يختار الناس فيه احتياجاتهم، ويشاركون فيه في الوقت ذاته ليس بالرأى فقط ولكن بإعلام شخصى خاص بكل فرد على حدة. (عباس مصطفى صادق
http://www.arabmediastudies.net/index.php?option=com_cont&ent&task=view&id=135&Itemid=101)

(ب) الدراسات السابقة الأجنبية:

1- دراسة (Fox, Dina 2003): هدفت الدراسة إلى التعرف على أخلاقيات الإنترنت وفحص أخلاقيات المعلومات كنظرية لمعالجة المخاوف الأخلاقية للإنترنت، فلقد أدخلت شبكة الإنترنت قضايا ومشكلات تشكل تحديات فيما يتعلق بالتطوير المحتمل لنظرية أخلاقية مناسبة وتطبيق تلك النظرية على الإنترنت فالطبيعة العالمية للإنترنت المصاحبة للتغير التكنولوجي السريع، تغير باستمرار الظروف التي يجب مراعاتها في كل من النظرية الأخلاقية والتطبيق. هذا هو المجال الأخلاقي الخاص بالإنترنت الذي سيتم استكشافه في هذه الدراسة. ضمن هذا المجال، ستدرس نظرية أخلاقية مبتكرة، أخلاقيات المعلومات في فلوريدا، ونجاحها أو فشلها في التعامل مع الاهتمامات الأخلاقية المحددة. (Fox, 2003, Dina)

2- دراسة (Fan, Xiao Guang 2008): كانت الدراسة حول أزمة أخلاقيات الإنترنت في الجامعات والحل التكنولوجي لتعزيز التعليم الأخلاقي عبر الإنترنت، فمع تطور التكنولوجيا، أدخل الإنترنت تغييرات مذهلة وغير مسبوقه. إنه يجلب لنا راحة كبيرة، ويمارس تأثيراً واسعاً على كل جانب من جوانب حياتنا، بما في

ذلك السياسة والاقتصاد والثقافة والتعليم. وتمتلك الجامعات والكليات مزايا فريدة لمواكبة وقت المعلومات، حيث لا يكون الطلاب مجرد مشاركين ومتابعين عبر الإنترنت، ولكن أيضاً مبدعين. ومع الاستخدام الواسع للإنترنت أصبح تأثيره السلبي أكثر وضوحاً، وهو يتعلق بالسلوكيات غير الأخلاقية للإنترنت. لذا فإن الجامعات والكليات تواجه تحديات قاسية، ويفترض أن تقدم حلاً فورياً. استناداً إلى أزمة الإنترنت الأخلاقية الحالية وسلوكيات الطلاب غير الأخلاقية، كما تناقش الورقة البحثية العلاقة بين التكنولوجيا والأخلاق من نطاق الفلسفة. وتستخدم المقالة استبياناً لاكتشاف المشكلات الأخلاقية أثناء استخدام الطلاب للإنترنت. وبعد التحليل، أشارت النتائج إلى أن: التخلف التكنولوجي يجعل الإنترنت يفشل في تقييد السلوكيات غير الأخلاقية، وهذا تحد كبير تواجهه تكنولوجيا أمان الإنترنت. واقترحت الدراسة ضرورة العمل مع التربية الأخلاقية، لتجديد التكنولوجيا المتعلقة بأمان الإنترنت وسرية المعلومات، وتعزيز نظام مراقبة الإنترنت، وفي النهاية استكشاف طريقة فعالة لحل هذه المشكلة. (2008Fan, Xiao Guang).

3- دراسة (2009) Taylor Laura: هدفت الدراسة إلى التعرف على مدى استخدام طلاب الدراسات الأولية لمواقع الشبكات الاجتماعية وطرح أسئلة حول تنظيم الأنشطة عبر الإنترنت والتفاعلات والعلاقات التي نشأت نتيجة الأنشطة عبر الإنترنت، والمخاوف الأخلاقية بشأن استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية، وطُبقت الدراسة على عينة من طلاب الدراسات العليا وعلماء النفس وذلك باستخدام منهج المسح وأداة الاستبيان. وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها: أن نسبة 77% من طلاب الدراسات العليا وعلماء النفس الذين شاركوا في الدراسة كانوا أكثر استفادة من إعدادات الخصوصية لصفحاتهم على مواقع التواصل الاجتماعي، وبينت الدراسة أن السلوكيات الأكثر أخلاقية على الإنترنت تمثلت في نشر صور لأنفسهم أو للآخرين عبر الإنترنت والحفاظ على التواصل والخصوصية أثناء الدخول على مواقع التواصل الاجتماعي والحفاظ على هذه المواقع عند الاستخدام وكانت السلوكيات الأقل أخلاقية هي البحث عن عميل على مواقع التواصل ومناقشة هذه الأنشطة مع العملاء على هذه المواقع عبر الإنترنت. (Taylor Laura, 2009).

4- دراسة (2011) Hameed: هدفت الدراسة إلى التعرف على تأثيرات الإنترنت على القيم الاجتماعية والأخلاقية على العمليات التربوية في المجتمع، وبخاصة مع تزايد مجالات المعرفة واستخدام الكمبيوتر. ويُعد كل من الإنترنت، والوسائط المتعددة من أدوات تكنولوجيا المعلومات المهمة في مجال الصناعة التربوية؛ فالإنترنت له تأثير على الطلاب، والباحثين، وأعضاء هيئة التدريس؛ الأكاديميين وغير الأكاديميين، وعملية التربية. ولذلك فإن الإنترنت له دور في تحسين العملية

التربوية، إلا أن هناك آثارا سلبية وضارة في التأثير على هذا الدور مثل التواصل البطيء مع البيانات، واستقبال حجم ضخم من البيانات، وتوافر المعلومات الضارة وغير الموثوق بها، والتي تؤثر بصورة سلبية على الاهتمامات الاجتماعية والدينية والأخلاقية. وهذه الورقة البحثية هي لمعرفة تأثير الإنترنت على الأخلاقيات، والمجالات الاجتماعية لمستخدمي الإنترنت في الجامعة. ولحل هذه المشكلة قدمت هذه الورقة البحثية أداة لتنقية البيانات الصحيحة؛ وهي عبارة عن تدعيم ووقاية البيانات حيث لديها القدرة على تنقية البيانات الضارة بناء على مجموعة من القواعد والتنظيمات المرتبطة بالاهتمامات الاجتماعية والدينية والأخلاقية، وهذه الأداة سوف تقود إلى تحسين استخدام الإنترنت والأداء في مجال التربية. (Hameed S. A, 2011, pp 372)

5- دراسة (Zahid, Mohammed Wazir Zada Khan (2018) :: تناولت
الدراسة الجوانب الأخلاقية لإنترنت الأشياء من منظور إسلامي فإترنت الأشياء (IoT) هو وجه جديد متطور للتكنولوجيا يوفر أحدث الخدمات باستخدام كائنات ذكية متصلة في كل مكان. هذه الكائنات الذكية قادرة على استشعار الأحداث ومعالجتها والتعاون فيها وإيصالها وتقديم الخدمات. إنترنت الأشياء عبارة عن مجموعة من التقنيات غير المتجانسة مثل المستشعر و RFID والاتصالات وتكنولوجيا النانو، تمكن هذه التقنيات الكائنات الذكية من تحديد الأشياء، وجمع المعلومات حول حالتها، وإيصال المعلومات التي تم جمعها لاتخاذ بعض الإجراءات المطلوبة. أدت التعديلات الواسعة النطاق للأجهزة والخدمات القائمة على إنترنت الأشياء إلى زيادة التحديات الأخلاقية لمستخدميها. ولقد اهتمت الدراسة بالتحديات الأخلاقية التي أثارها إنترنت الأشياء مع مناقشة الحلول والأساليب لتشجيع الناس على استخدام هذه التقنيات بشكل صحيح وفقاً للتعالم الإسلامية. (Zahid, Mohammed Wazir Zada Khan; Zahid, Mohammed (2018),

رؤية تحليلية نقدية للدراسات السابقة العربية والأجنبية ومدى الاستفادة منها:

من خلال مراجعة الباحثة للدراسات السابقة العربية والأجنبية ذات العلاقة بموضوع الدراسة وجدت الباحثة:-

- أن تلك الدراسات ركزت على القيم والتغير القيمي، وأهم المستجدات التي يواجهها الشباب المصري عبر الإنترنت مما يؤدي إلى أزمة القيم، ويمكن القول أن هذه الدراسات تتفق مع الدراسة الحالية في تناولها لموضوع القيم بصفة عامة، واختلفت مع الدراسة الحالية في أنها ركزت على التغير القيمي والسلوكي لدى الشباب المصري بشكل عام من خلال الإنترنت، ولم تتجه أي دراسة سابقة لتناول التغير القيمي والأخلاقي في الريف المصري بمحافظة كفر الشيخ، واتفقت الدراسات السابقة مع الدراسة الحالية في ظهور العديد من القيم السلبية لدى الشباب مثل الحقد

على الآخرين, ارتكاب المعاصي, عدم احترام قواعد النظام, عدم احترام الصغير للكبير, عقوق الوالدين, نكران الجميل وسيطرة القيم المادية على شتى نواحي الحياة, ومن هذه الدراسات دراسة إبراهيم عبد الرازق, دراسة هانى موسى يونس(2003), دراسة(2008) Fan, Xiao Guang, دراسة رجاء زهير العسيلي(2006), دراسة أسماء عبد المنعم إبراهيم(2011), دراسة (2011) Hameed, دراسة صبرى بديع عبد المطلب(2015), ودراسة أمجد أنور نور(2016).

- أن الدراسات السابقة العربية تناولت التغيير القيمي كثيراً, ولكن مع متغيرات أخرى, أما الدراسات السابقة الأجنبية والتي تناولت التغيير القيمي كانت نادرة جدا وكانت أيضاً على عينات ومتغيرات مختلفة, ومعظم الدراسات استخدمت منهج المسح بالعينة كدراسة سعد الدين بوطبال(2017) والتي هدفت إلى التعرف على علاقة استخدام الإنترنت بانحراف سلوكيات الشباب فى ضوء العولمة الإعلامية.

- كما يلاحظ أن معظم الدراسات السابقة العربية والأجنبية أجريت على الإعلام الجديد وعلاقته بالشباب وسلوكياتهم, وبالتالي هم من أكثر الفئات استخداماً للإعلام الجديد كدراسة (2008) Fan, Xiao Guang : وكانت حول أزمة أخلاقيات الإنترنت فى الجامعات والحل التكنولوجى لتعزيز التعليم الأخلاقى عبر الإنترنت, ودراسة أمجد أنور نور(2016) والتي تناولت عرض مظاهر أزمة القيم الأخلاقية والسلوكية التى شهدها المجتمع المصرى فى النصف الثانى من القرن العشرين, ودراسة (2018) Zahid, Mohammed Wazir Zada Khan ; والتي تناولت الجوانب الأخلاقية للإنترنت.

- من حيث العينة: اشتملت الدراسات السابقة العربية والأجنبية على شرائح وفئات مختلفة من الجمهور من مستويات عمرية مختلفة, أما الدراسة الحالية فتناولت الفئة العمرية من 18-35 سنة من الشباب فى الريف المصرى بمحافظة كفر الشيخ.

- وتنوعت الأدوات وكذلك المجال المكانى والزمانى لتطبيق أداة جمع البيانات: والتي تم استخدامها فى هذه الدراسات وكيفية الاستفادة منها فى الدراسة الحالية, فبعضها استخدم استمارة تحليل المضمون, والبعض الآخر استخدم استمارة الاستبيان, وتنوعت حدود تطبيق هذه الدراسات فى دول مختلفة منها ما تم تطبيقه فى مصر وبعض الدول العربية والأوروبية.

- ولقد استفادت الباحثة من الدراسات السابقة فى تحديد إشكالية الدراسة, وبالتالي تم الاستفادة منها فى صياغة المشكلة وتحديد الهدف منها وأهميتها, وكذلك المنهج المستخدم والعينة البحثية التى تم استخدامها, ومناقشة النتائج. ولقد اتفقت معظم الدراسات السابقة العربية والأجنبية مع بعض تساؤلات الدراسة الحالية, وفى وجود مظاهر لأزمة الانفلات الأخلاقى والقيمى لدى الشباب تتمثل فى مجموعة من التغيرات الداخلية والخارجية, والتي ساعدت على حدوث أزمة أخلاقية لدى الشباب المصرى.

- ويلاحظ اتفاق الدراسة الحالية مع الدراسات السابقة أيضاً فى تناول أهمية الدور الذى يقوم به الإعلام الجديد، كما ركزت الدراسة الحالية على موضوع دور الإعلام الجديد فى التغيير القيمي والأخلاقي لدى الشباب فى الريف المصرى بمحافظة كفر الشيخ، مع عمل دراسة مسحية لمستخدمى موقع اليوتيوب، وعلى حد علم الباحثة لم تتناولهُ أى دراسة أخرى عربية أو أجنبية.

طرق التغيير القيمي

التغيير القيمي هو تغييرات طفيفة فى العادات الموجودة، تبدأ محدودة الحجم، لكنها تتسع شيئاً فشيئاً بتراكمها عبر الزمن ثم تبدأ ثمار هذا الاتساع بالظهور من خلال تحول القيمة إلى شكل جديد، والتغيير فى القيم عملية أساسية تصاحب التغيير فى بناء المجتمع، ويعنى تغيير فى تسلسل القيم داخل النسق القيمي وكذلك تغيير مضمون القيمة وتوجهاتها، فنجد أن القيم ترتفع وتنخفض وتتبادل المراتب فيما بينها إلا أنها تختلف فى سرعة التغيير، فبعضها يتغير ببطء مثل: القيم الأخلاقية، والدينية، وبعضها يتغير بسرعة كالقيم الاقتصادية المرتبطة بالمال والملبس.... إلخ (فوزية دياب، 1980)، كما أنه مجموعة التحولات والتبدلات فى المنظومة القيمية لدى أفراد المجتمع والتي تنعكس على سلوك الناس، حيث يتضح ذلك فى استقراء مواقفهم واتجاهاتهم إزاء أمور أو قضايا معينة.

ويحدث التغيير القيمي بعدد من الطرق من أهمها:

- التغيير فى القيم نتيجة للتغيير فى المعلومات: وهنا يكون التغيير ذا طبيعة معرفية تماماً، ويؤثر التقدم المعرفى والتكنولوجيا والاكتشافات العلمية تأثيراً كبيراً فى هذا التغيير.

- التغيير فى القيم كنتيجة للتغيير الأيديولوجى والسياسى: وهنا يكون التغيير نتيجة للتلقين السياسى للقيم، وهناك احتمالات كثيرة تفسر هذا التغيير، فقد يتم تدريجياً من خلال القهر والقسر.

- تأكل القيم بسبب القلق والملل ونقص الثقة فى النفس والعقيدة.

- تغيير القيم كمحصلة للتغيرات فى البنية الاجتماعية: وهنا يكون التغيير نتيجة للعوامل الاجتماعية والثقافية والسكانية والاقتصادية؛ والتغيير هنا يشمل طريقة حياة المجتمع ذاتها. (سامى محمد نصار، 2005)

المشكلات التى تتعلق بالمضمون المقدم على اليوتيوب

لا توجد رقابة على ما يُبث أو يرفق على اليوتيوب، وبالتالي فإنه يحتوى على مقاطع قد لا تتفق والثقافات والقيم الخاصة بكل الشعوب، فالموقع يحتوى على الغث والسمين، ويمكن التمييز بين أكثر من نوع من المضمون التى قد تتحفظ عليها بعض الثقافات على اليوتيوب:

1- الأفلام التى تحتوى على الجنس: حيث تشكل هذه النوعية من الأفلام حجماً كبيراً على الموقع، سواء تلك التى يقوم أفراد بإعدادها عن أنفسهم أو أصدقائهم، أو

المقاطع الدعائية لمواقع وشركات البورنو، وتعد هذه النوعية من الأفلام التحدى الأكبر أمام متصفحى الموقع، خاصة وأنها لا تتفق مع القيم الإسلامية والعربية، ولمحاولة التغلب على هذا الأمر يقوم الموقع بحجب بعض المواد للذين يبلغون الموقع بأن أعمارهم تقل عن ثلاثة عشر عاماً.

2- الأفلام التى تقوم بنشر مواد سياسية محظورة: كتلك التى تصور رؤساء الدول أو الحكومات أو شخصيات سياسية بارزة فى مواقف غير محببة لهذه الشخصيات وللأنظمة الحاكمة، وهذا النوع بالطبع لا ترغب كثير من الحكومات بنشره، وتسبب فى حجب الموقع فى بعض البلدان.

3- المشكلات المتعلقة بحقوق الملكية الفكرية: حيث أقامت عدة شركات دعاوى قضائية ضد الموقع لنشره مواد فيلمية تمتلك حق ملكيتها الفكرية، وقام المسئولون عن الموقع بإزالتها، ويحاول الموقع تجنب تحميل الأفلام الكاملة والبرامج التلفزيونية عن طريق منع أى مادة تزيد مدتها على 10 دقائق، أما المشكلة التى تظهر مع هذه المحاولة فهى أن العديدين يحملون الأفلام الشهيرة والبرامج التلفزيونية فى أجزاء قصيرة، ثم يجمعوا تلك الأجزاء مع بعضها البعض، ولعدم قدرة الشركة على معالجة المشكلة بفاعلية، ظهر عدد من الشكاوى المتعلقة بحق الملكية الفكرية.

4- المشكلات المتعلقة ببث أفلام تحتوى على العنف: لما لهذه الأفلام من تأثيرات سلبية على سلوكيات المستخدمين، فقد عرض مشاهد لرجل يتعرض للركل بالأقدام حتى فقد وعيه شاهداً كثيراً على موقع اليوتيوب فى خريف عام 2006، وبعدها بدأ العديد ينظرون إليه على أنه يشجع أعمال العنف العشوائي، كما أن بعض الدول كالولايات المتحدة الأمريكية وجهت انتقادات حادة للموقع لنشره أفلام معادية للولايات المتحدة. وعن جهود الموقع فى تلاشى مثل تلك المواد المثيرة للجدل، فقد أقام مركزاً للمساعدة على الإنترنت يوجه المستخدمين إلى قائمة "بالمسموح والمحظور"، وتتضمن منع تحميل وإرسال مواد إباحية، أو مشاهد أعمال خطيرة أو غير قانونية بما فيها سوء معاملة الحيوانات، أو صناعة القنابل وأشكال العنف الأخرى، كما يحظر على المستخدمين استعمال اللغة البذيئة بصورها المختلفة. (رضا عبد الواحد, د.ت, ص522)

مميزات الإعلام الجديد

يتميز الإعلام الجديد بتعدد وسائط المعلومات التى يقوم بعرضها بحيث يكون هناك مزيج من النص والصورة والفيديو مما يجعل المعلومة أكثر قوة وتأثيراً، هذه المعلومات هى معلومات رقمية يتم إعدادها وتخزينها وتعديلها ونقلها بشكل إلكترونى. ويتميز الإعلام الجديد أيضاً بتنوع وسائله وسهولة استخدامه. (سميره شيخانى, 2010, ص448)

كما يقوم الإعلام الجديد على الدمج بين الوسائل القديمة والحديثة فى وقت واحد، على منصة الكمبيوتر وشبكاته، ويؤدى هذا الدمج إلى نوع من التغير الانقلابى للنموذج الاتصالى الموروث ما يجعل الفرد العادى قادراً على إيصال رسالته إلى من يريد فى الوقت الذى يريد بطريقة واسعة الاتجاهات وليس من أعلى إلى أسفل وفق النموذج الاتصالى التقليدى، فضلا عن تبنى هذا الإعلام للتكنولوجيا الرقمية وحالات التفاعلية والتشعبية وتطبيقات الواقع الافتراضى وتعددية الوسائط وتحقيقه لميزات الفردية والتخصيص، وتجاوزه لمفهوم الدولة الوطنية والحدود الدولية.(عباس مصطفى صادق، 2011، ص33).

ومن أهم مميزات الإعلام الجديد

- 1- تكنولوجيا الإعلام الجديد غيرت أيضا بشكل أساسى من أنماط السلوك الخاصة بوسائل الاتصال من حيث تطلبها لدرجة عالية من الانتباه؛ فالمستخدم يجب أن يقوم بعمل فاعل (active) يختار فيه المحتوى الذى يريد الحصول عليه.
- 2- تكنولوجيا الإعلام الجديد أدت أيضا إلى اندماج وسائل الإعلام المختلفة والتى كانت فى الماضى وسائل مستقلة لا علاقة كل منها بالأخرى بشكل ألغيت معه تلك الحدود الفاصلة بين تلك الوسائل.
- 3- جعلت من حرية الإعلام حقيقة لا مفر منها؛ فالشبكة العنكبوتية العالمية مثلا جعلت بإمكان أى شخص لديه ارتباط بالإنترنت أن يصبح ناشراً ، وأن يوصل رسالته إلى جميع أنحاء العالم بتكلفة لا تذكر.
- 4- الإعلام الجديد هو إعلام متعدد الوسائط؛ حيث أنه أحدث ثورة نوعية فى المحتوى الاتصالى الذى يتضمن مزيجاً من النصوص والصور وملفات الصور ولقطات الفيديو. هذا المحتوى متعدد الوسائط انتشر بشكل هائل خلال السنوات الماضية بشكل خاص عبر ما يُعرف بصحافة المواطن، وكان له تأثيرات اجتماعية وسياسية وتجارية كبيرة تستلزم التدبر والدراسة.
- 5- تفتتت الجماهير: ويقصد بذلك زيادة وتعدد الخيارات أمام مستهلكى وسائل الإعلام والذين أصبح وقتهم موزعا بين العديد من الوسائل مثل المواقع الاليكترونية وشبكات التواصل الاجتماعية والهواتف الذكية وألعاب الفيديو الإلكترونية بجانب الوسائل التقليدية من صحف وإذاعة وتليفزيون.
- 6- غياب التزامنية: ويقصد به عدم الحاجة لوجود المرسل والمتلقى فى نفس الوقت؛ فالمتلقى بإمكانه الحصول على المحتوى فى أى وقت يريده.
- 7- الانتشار وعالمية الوصول: ويقصد بالانتشار شيوعه ووصوله إلى جميع شرائح المجتمع تقريبا، إضافة إلى عالميته وقدرته على تجاوز الحدود الجغرافية.

8- قابلية التواصل بصرف النظر عن مواصفات ومقاييس المنشئ للمحتوى.(سعود صالح كاتب, 2011, ص22)

سلبيات الإعلام الجديد

- 1- انتحال الشخصية.
- 2- الذم والتحقير والإهانة عبر الشبكة.
- 3- النصب والاحتيال فى المعلوماتية.
- 4- انتهاك البيانات الشخصية الاليكترونية.
- 5- التحرش والمضايقة عبر برامج أنشطة الاعتداء على الخصوصية، وهى جرائم الاختراق.
- 6- تشكل أحد وسائل غسيل الأموال.
- 7- تتيح تشكيل مواقع اليكترونية إباحية.
- 8- سهولة إخفاء معالم الجريمة الإللكترونية، وصعوبة تتبع مرتكبيها.
- 9- غيرت من أنماط الحياة فى المجتمع الشرقى.(شرين خليفة, 2012, ص35)

خصائص القيم

- 1- إنسانية: لكونها مرتبطة بالإنسان بالأساس وليس بأى كائن آخر غيره ونظرا لكون الظواهر الإنسانية معقدة وغير محددة فإن مسألة قياسها تبدو صعبة المنال، وفى هذا الصدد يرى أحد العلماء الأمريكيين وهو لويس LEWIS أن القيمة هو ما يختبره الإنسان فى اختياره للقيمة، بمعنى أن القيمة هو ما يختبره الإنسان ولا يمكن تعريف القيمة دون اختيار الإنسان لها وتبرز الخاصية الإنسانية للقيم فى كون أن هذه الأخيرة – القيم – دائماً واضحة وجلية فى سلوك الإنسان، حيث تساهم فى تحديد اتجاه السلوك ورسم مقوماته.
- 2- ذاتية: أى أنها خاصة بكل فرد يحس بها بطريقته الخاصة وبشكل متميز عن الآخرين تبعاً للظروف الفردية القائمة بين البشر، والقيم ذاتية مرتبطة بالأشخاص من ذلك أن التفضيلات التى يقوم بها الفرد إزاء الأشياء أو الموضوعات تكون ذات طابع ذاتى أو شخصى وبما يتفق بالإطار الحضارى الذى يعيش فيه.
- 3- نسبية: تمتاز بالثبات النسبى وهى تختلف من فرد لآخر، تبعاً لعوامل المكان والزمان والثقافة والجغرافيا والايولوجيا. فالقيم مسألة نسبية متغلغلة فى الإنسان تتبع منه ومن رغباته، والإنسان هو الذى يضى على الشئ قيمته ومن خلال القيم يمكن فهم فعل معين بأن له "معنى" أى أن القيم تشكل أو تصاغ فى ألفاظ مطلقة ولكنها تطبق فى حدود موقفية خاصة.

- 4- **متغيرة:** أى أنها ليست ثابتة نتيجة التفاعل المستمر بين الفرد وبيئته وتبعاً لعوامل الثقافة والتربية والاجتماع، والحراك الاجتماعى الديناميكي، والحراك الفيزيقي فتغير القيم يحدث عندما يصبح المجتمع ديناميكياً، ويظهر صراع القيم عندما تكون جماعتين أو أكثر مختلفتين وحدث بينهما توافق أو سيطرت أحدهما على الأخرى.
- 5- **متعلمة:** أى أنها مكتسبة من خلال البيئة وليست وراثية، بمعنى آخر يتعلمها الفرد من خلال مؤسسات التنشئة الاجتماعية فالفرد يتعلم فى حياته كيف يقوم الأشياء وكيف يصدر الأحكام على الأعمال، والسلوك، وهو يتأثر بمعايير خاصة تتبناها الجماعة التى ينتمى إليها.
- 6- **معيارية:** بمعنى أن القيم تعتبر بمثابة معيار لإصدار الأحكام تقيس وتقيم وتفسر وتعلل من خلالها السلوك الإنسانى. (محمد سعود السرحان, 1994, ص31)

ثانياً: الجانب التطبيقي للبحث

(أ) إعداد أدوات البحث

ويشتمل على تصميم استمارة الاستبيان للتعرف على الإعلام الجديد ودوره فى التغيير القيمي والأخلاقي لدى الشباب الريفي بمحافظة كفر الشيخ. وقد مر إعداد استمارة الاستبيان بالمراحل الآتية:-

- 1- **تحديد البيانات:** وذلك من خلال تحديد نوعية البيانات والمعلومات المطلوب جمعها من الميدان بعد التحديد الدقيق للمشكلة البحثية وتحديد هذه البيانات والمعلومات التى من خلالها تستطيع الباحثة التعرف على الإعلام الجديد ودوره فى التغيير القيمي والأخلاقي لدى الشباب الريفي بمحافظة كفر الشيخ.
- 2- **تحديد الأسئلة :** ولقد تم تحديد الأسئلة فى استمارة الاستبيان، ثم تم عرضها على بعض الأساتذة المحكمين فى الدراسات الإعلامية(*)، وتم إجراء بعض التعديلات عليها بحيث تغطي أهداف البحث ككل.
- 3- **إعداد صحيفة الاستبيان فى صورتها الأولية:** وذلك من خلال الاختبار القبلي للصحيفة، فلقد تم إعداد بعض صحائف الاستبيان لاستخدامها وتجربتها على عينة مماثلة للعينة الأصلية للتعرف على مدى وضوح الأسئلة قبل التطبيق النهائى للاستبيان، وأفادت الدراسة الأولية فى التعرف على مدى ملائمة الأسئلة.
- 4- **الإعداد النهائى لصحيفة الاستبيان:** بعد ذلك تم الإعداد النهائى لصحيفة الاستبيان فى صورتها النهائى وتم التطبيق على الشباب الريفي بمحافظة كفر الشيخ من 18- 35 سنة، وعينة الدراسة من قرية شباس الملح، وقرية المندورة التابعتين لمركز دسوق بمحافظة كفر الشيخ، وتم إجراء الاستبيان وبعد التطبيق تم مراجعة الصحائف قبل عمل الإحصاء اللازم لها. وبعد ذلك تم استخراج النتائج النهائى وقامت الباحثة بتفسيرها.

إجراءات الصدق والثبات لأدوات الدراسة الميدانية:

1-الصدق: صدق المحكمين وذلك للتأكد من صدق الاستبيان، فلقد قامت الباحثة بعرض الاستبيان على بعض الأساتذة المحكمين في مجال الإعلام وذلك لمراجعة أسئلة الاستبيان، وبعدها تم إجراء التعديلات اللازمة. ولقد أجريت الباحثة تطبيقاً مبدئياً للاستمارة على عينة من المراهقين قوامها 30 مفردة (مناصفة بين الذكور والإناث) وذلك للتعرف على مدى وضوح أسئلة الاستمارة، ولقد أسفرت نتائج الدراسة على وضوح الأسئلة.

2-الثبات: تم قياس الثبات في أداة الدراسة وهي الاستبيان من خلال إعادة تطبيق الاستبيان، حيث تم تطبيقه على عينة من المراهقين قوامها (30 مفردة) من الذكور والإناث، وبعد مرور أسبوع تم إعادة الاستبيان مرة أخرى على نفس العينة، ووجدت الباحثة أن النتيجة واحدة في كلا الاختبارين بنسبة تتجاوز 97% وبذلك أصبحت الأداة صالحة للتطبيق.

المعالجة الإحصائية للبيانات

بعد الانتهاء من جمع بيانات الدراسة الميدانية، تم ترميز البيانات وإدخالها إلى الحاسب الآلي، ثم معالجتها وتحليلها واستخراج النتائج الإحصائية باستخدام برنامج "الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية" SPSS Statistical Package for the Social Science وتم اللجوء إلى المعاملات والاختبارات الإحصائية التالية في تحليل بيانات الدراسة:

- التكرارات البسيطة والنسب المئوية.
- المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية.
- معامل ارتباط بيرسون للعلاقة الخطية بين متغيرين.
- اختبار كا2 (Chi Square Test) لدراسة الدلالة الإحصائية للعلاقة بين متغيرين من المتغيرات الاسمية (Nominal).
- اختبار (T- Test) لدراسة الدلالة الإحصائية للفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعتين من المبحوثين في أحد متغيرات الفئة أو النسبة (Interval Or Ratio).
- تحليل التباين ذي البعد الواحد (One Analysis of Variance) المعروف اختصاراً باسم ANOVA لدراسة الدلالة الإحصائية للفروق بين المتوسطات الحسابية لأكثر من مجموعتين من المبحوثين في احد متغيرات الفئة أو النسبة (Interval Or Ratio).
- الاختبارات البعدية (Post Hoc Tests) اختبار LSD لدلالة الفروق الثنائية

لمعرفة مصدر التباين وإجراء المقارنات الثنائية بين المجموعات التي يثبت ANOVA وجود فروق دالة إحصائياً بينها.

(ب) نتائج البحث

النتائج العامة للدراسة

1- مدى استخدام الشباب الريفي للإعلام الجديد

جدول رقم (2) يوضح مدى استخدام الشباب الريفي للإعلام الجديد

د ح 1	كا 2	الاستجابة ن=150		مدى استخدام الشباب الريفي للإعلام الجديد
		ك	%	
0.001	28.212	98	65.3	نعم
		52	34.7	أحيانا
		150	100%	الجملة

يتضح من الجدول السابق رقم (2) أن نسبة 65.3% من أفراد العينة يستخدمون الإعلام الجديد بصفة منتظمة، ونسبة 34.7% منهم يستخدمونه أحيانا. كذلك يتضح وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين استجابات أفراد العينة في مدى استخدامهم للإعلام الجديد، حيث كانت قيمة كا² = 28.212 وهي دالة عند مستوى دلالة 0.001، مما يعنى ارتفاع نسبة عدد مستخدمي الإعلام الجديد بصفة دائمة عن نسبة عدد المستخدمين له بصفة غير دائمة.

2- أكثر مواقع الإعلام الجديد التي يتابعها الشباب الريفي

جدول رقم (3) يوضح أكثر مواقع الإعلام الجديد التي يتابعها الشباب الريفي

الدلالة د ح 1	كا 2	الاستجابة ن=150		أكثر مواقع الإعلام الجديد التي يتابعها الشباب الريفي
		ك	%	
0.001	41.813	47	31.3	موقع الفيس بوك
0.001	46.413	45	30	موقع تويتر
0.001	284.213	148	98.7	موقع اليوتيوب
0.001	52.920	43	28.7	الواتس أب
0.001	158.413	20	13.3	المدونات
0.001	79.053	36	24	المنتديات
0.001	120.33	27	18	تطبيق انستجرام
0.001	59.853	41	27.3	الفايبر
0.001	161.333	22	14.7	موقع ماي سبيس

يوضح الجدول السابق رقم (3) أن نسبة 98.7% من أفراد العينة يستخدمون موقع اليوتيوب، ونسبة 31.3% منهم يستخدمون موقع الفيس بوك، ونسبة 30% منهم

يستخدمون موقع تويتر, ونسبة 28.7% منهم يستخدمون الواتس أب, ونسبة 27.3% منهم يستخدمون الفايبر. كما يتضح وجود فروق ذات دلالة إحصائية فى أكثر مواقع الإعلام الجديد المستخدمة لدى الشباب الريفي, حيث كانت قيم كا2 دالة عند مستوى دلالة 0.001.

3- مدى حرص الشباب الريفي على مشاهدة موقع اليوتيوب

جدول رقم (4) يوضح مدى حرص الشباب الريفي على مشاهدة موقع اليوتيوب

د ح 1	كا 2	الاستجابة ن=150		مدى حرص الشباب الريفي على مشاهدة موقع اليوتيوب
		ك %	ك	
0.001	28.214	66	99	نعم
		34	51	أحيانا
		%100	150	الجملة

يوضح الجدول السابق رقم(4) أن نسبة 66% من أفراد العينة يستخدمون موقع اليوتيوب بصفة دائمة, ونسبة 34% منهم يستخدمونه أحيانا. كذلك يتضح وجود فروق ذات دلالة إحصائية فى مدى استخدام الشباب الريفي لموقع اليوتيوب, حيث كانت قيمة كا2=28.214 وهى دالة عند مستوى دلالة 0.001.

4- مدة استخدام الشباب الريفي لموقع اليوتيوب

جدول رقم (5) يوضح مدة استخدام الشباب الريفي لموقع اليوتيوب

الدالة د ح 1	كا 2	الترتيب	الاستجابة ن=150		مدة استخدام الشباب الريفي لموقع اليوتيوب
			ك %	ك	
0.001	59.853	3	27.3	41	أقل من ساعة يومياً
0.644 غير دالة	0.213	2	51.3	77	ساعة واحدة يومياً
0.001	272.653	1	97.3	146	ساعتان يومياً
0.001	208.333	4	8	12	لا استخدمه يومياً

يشير الجدول السابق رقم(5) أن نسبة 97.7% من أفراد العينة حرصوا على استخدام موقع اليوتيوب ساعتان يومياً, ونسبة 51.3% منهم حرصوا على استخدام موقع اليوتيوب ساعة واحدة يومياً, ونسبة 27.7% منهم حرصوا استخدامه أقل من ساعة يومياً. ويتضح وجود فروق ذات دلالة إحصائية فى مدى استخدام الشباب الريفي لموقع اليوتيوب, حيث كانت قيم كا2 دالة عند مستوى دلالة 0.001, فيما عدا استخدامه ساعة واحدة يومياً لم يكن هناك فروق فقد كانت قيمة كا2 غير دالة.

5- أكثر الأماكن التي يستخدم فيها الشباب الريفي موقع اليوتيوب

جدول رقم (6) يوضح أكثر الأماكن التي يستخدم فيها الشباب الريفي موقع اليوتيوب

الدلالة د ح 1	كا	الاستجابة ن=150		أكثر الأماكن التي يستخدم فيها الشباب الريفي موقع اليوتيوب
		%	ك	
0.001	34.680	66.7	100	في المنزل
0.05	3.853	44	66	مراكز الشباب
0.01	29.453	65.3	98	في العمل
0.001	144.213	15.3	23	منازل الأصدقاء
0.001	185.653	10.7	16	أماكن أخرى

يتضح من الجدول السابق رقم (6) أن نسبة 66.7% من الشباب الريفي يستخدمون موقع اليوتيوب في المنزل, ونسبة 65.3% منهم يستخدمونه في العمل, ونسبة 44% منهم يستخدمونه بمراكز الشباب, ونسبة 15.3% منهم يستخدمونه بمنازل الأصدقاء, ونسبة 10.7% منهم يستخدمونه بأماكن أخرى مثل المقاهي ووسائل المواصلات. كما يتضح وجود فروق ذات دلالة إحصائية في أكثر الأماكن التي يستخدم فيها الشباب الريفي موقع اليوتيوب, حيث كانت قيم كا دالة عند مستوى دلالة 0.001 فيما عدا مراكز الشباب لم يكن هناك فروق فقد كانت قيمة كا غير دالة عند مستوى 0.05.

6- أوقات استخدام الشباب الريفي لموقع اليوتيوب

جدول رقم (7) يوضح أوقات استخدام الشباب الريفي لموقع اليوتيوب

الدلالة د ح 1	كا	الاستجابة ن=150		أوقات استخدام الشباب الريفي لموقع اليوتيوب
		%	ك	
0.001	20.280	36.7	55	الصباح
0.05	4.813	43.3	65	منتصف النهار
0.001	158.413	86	129	المساء

يوضح الجدول السابق رقم (7) أن نسبة 86% من الشباب الريفي يستخدمون موقع اليوتيوب في المساء, ونسبة 43.3% يستخدمونه في منتصف النهار, ونسبة 36.7% يستخدمونه في الصباح, كما يتضح وجود فروق ذات دلالة إحصائية في أوقات استخدام الشباب الريفي لموقع اليوتيوب, حيث كانت قيم كا دالة عند مستوى دلالة 0.001, فيما عدا وقت منتصف النهار لم يكن هناك فروق فقد كانت قيمة كا غير دالة عند مستوى 0.05.

7- درجة الثقة فى المعلومات التى ينشرها موقع اليوتيوب

جدول رقم (8) يوضح درجة الثقة فى المعلومات التى ينشرها موقع اليوتيوب

الدلالة د ح 1	كا	الاستجابة ن=150		درجة الثقة فى المعلومات التى ينشرها موقع اليوتيوب
		%	ك	
0.05	6.453	57.3	86	يثق بدرجة كبيرة
0.001	167.253	87.3	131	يثق بدرجة متوسطة
0.001	141.453	15.3	23	يثق بدرجة منخفضة
0.001	179.413	11.3	17	لا يثق أبدا

يوضح الجدول السابق رقم (8) أن نسبة 87.3% من الشباب الريفى يثقون بدرجة متوسطة فى المعلومات التى ينشرها موقع اليوتيوب, ونسبة 57.3% منهم يثقون بدرجة كبيرة فى المعلومات التى ينشرها موقع اليوتيوب, ونسبة 15.3% منهم يثقون بدرجة منخفضة, ونسبة 11.3% لا يثقون فى المعلومات التى ينشرها موقع اليوتيوب أبدا, كما يتضح وجود فروق ذات دلالة إحصائية فى درجة الثقة فى المعلومات التى ينشرها موقع اليوتيوب, حيث كانت قيم كا2 دالة عند مستوى دلالة 0.001, فيما عدا الثقة بدرجة كبيرة لم يكن هناك فروق فقد كانت قيمة كا2 غير دالة عند مستوى 0.05.

8- نوع الجهاز المستخدم للدخول إلى موقع اليوتيوب

جدول رقم (9) يوضح نوع الجهاز المستخدم للدخول إلى موقع اليوتيوب

الدلالة د ح 1	كا	الاستجابة ن=150		نوع الجهاز المستخدم للدخول إلى موقع اليوتيوب
		%	ك	
0.001	158.413	86	129	تليفون
0.001	12.000	40	60	كمبيوتر
0.001	130.680	16.7	25	تايلت
0.001	17.280	38	57	تليفون ، وتايلت ، وكمبيوتر

يوضح الجدول السابق رقم (9) أن نسبة 86% من الشباب الريفى يفضلون التليفون للدخول إلى موقع اليوتيوب, ونسبة 40% منهم يفضلون الكمبيوتر للدخول إليه, ونسبة 38% منهم يفضلون التليفون، والتايلت، والكمبيوتر, ونسبة 16.7% منهم يفضلون التايلت. كما يتضح وجود فروق ذات دلالة إحصائية فى نوع الجهاز المستخدم للدخول إلى موقع اليوتيوب, حيث كانت قيم كا2 دالة عند مستوى دلالة 0.001.

9- أسباب متابعة الشباب الريفي لموقع اليوتيوب

جدول رقم (10) يوضح أسباب متابعة الشباب الريفي لموقع اليوتيوب

الدلالة د ح 1	كا 2	الاستجابة ن=150		أسباب متابعة الشباب الريفي لموقع اليوتيوب
		ك %	ك	
0.05	6.453	57.3	86	لتمضية الوقت والشعور بالتسلية
0.001	58.080	28	42	للتعرف على ثقافات جديدة
0.001	17.280	38	57	بحكم العادة والتعود
0.001	12.000	40	60	الفضول للتعرض لنمط اعلامى جديد ومختلف عن ما سواه
0.001	77.013	24.7	37	أهتم بالعلاقات الاجتماعية
0.001	17.280	62	93	الحصول على معلومات ثقافية لزيادة معارفى
0.05	4.813	43.3	65	لعدم وجود بديل آخر
0.001	276.480	98	147	للاستمتاع بمشاهدة الفيديوهات المتنوعة
0.001	122.880	18	27	لأنى أثق فى صحة أخباره
0.001	225.333	93.3	140	للتعرف على الأخبار الهامة المصورة واللقطات الإخبارية النادرة
0.001	112.853	19.3	29	التعبير عن رأى بحرية
0.001	136.013	16	24	تقليد الأصدقاء

يتضح من الجدول السابق رقم(10) أن نسبة 98% من الشباب الريفي يتابعون موقع اليوتيوب للاستمتاع بمشاهدة الفيديوهات المتنوعة, ونسبة 93.3% منهم يتابعونه للتعرف على الأخبار الهامة المصورة واللقطات الإخبارية النادرة, ونسبة 62% منهم يتابعونه للحصول على معلومات ثقافية لزيادة معارفهم, ونسبة 57.3% منهم يتابعونه لتمضية الوقت والشعور بالتسلية, ونسبة 43.3% منهم يتابعونه لعدم وجود بديل آخر, كما يتضح وجود فروق ذات دلالة إحصائية فى أسباب متابعة الشباب الريفي لموقع اليوتيوب, حيث كانت قيم كا2 دالة عند مستوى دلالة 0.001, فيما عدا تمضية الوقت والشعور بالتسلية وعدم وجود بديل آخر لم يكن هناك فروق فقد كانت قيمة كا2 غير دالة عند مستوى 0.05.

10- أهم الايجابيات التى يراها الشباب الريفي على موقع اليوتيوب

جدول رقم (11) يوضح أهم الايجابيات التى يراها الشباب الريفي على موقع اليوتيوب

الدلالة د ح 1	كا 2	الاستجابة ن=150		أهم الايجابيات التى يراها الشباب الريفي على موقع اليوتيوب
		ك %	ك	
0.05	4.320	56	84	تدعم وتزيد من الانفتاح الثقافى
0.001	158.413	86	129	أحب متابعة الفيديوهات المطروحة
0.001	12.000	40	60	أتناقش مع زملائى عن الفيديوهات المطروحة
0.001	27.000	34.7	52	يساعدنى فى كسب معلومات جديدة

0.001	20.280	36.7	55	الإطلاع على كل ما هو جديد حولي
0.001	218.453	31.3	47	التعرف على الثقافات الأخرى
0.001	30.720	34	51	الوصول للمواد التليفزيونية غير المتاحة
0.001	81.120	24	36	إثبات الذات، وزرع الثقة في النفوس
0.001	167.253	87.3	131	التفاعل مع ما حوله من قضايا وأحداث وإشباع الحاجات

أشارت نتائج الجدول السابق رقم(11) أن نسبة 87.3% من الشباب الريفي يرون أن من أهم ايجابيات موقع اليوتيوب التفاعل مع ما حولهم من قضايا وأحداث وإشباع الحاجات, ونسبة 86% منهم يرون أن من أهم ايجابياته متابعة الفيديوهات المطروحة, ونسبة 56% منهم يرون أن من ايجابياته أنه يدعم ويزيد من الانفتاح الثقافي, ونسبة 40% منهم يرون أن من ايجابياته مناقشة ما يتم عرضه عليهم من الفيديوهات المطروحة. كما يتضح وجود فروق ذات دلالة إحصائية في أهم الايجابيات التي يراها الشباب الريفي على موقع اليوتيوب, حيث كانت قيم كا2 دالة عند مستوى دلالة 0.001. فيما عدا أنه يدعم ويزيد من الانفتاح الثقافي لم يكن هناك فروق فقد كانت قيمة كا2 غير دالة عند مستوى 0.05.

11- أهم السلبيات التي يراها الشباب الريفي على موقع اليوتيوب

جدول رقم (12) يوضح أهم السلبيات التي يراها الشباب الريفي على موقع اليوتيوب

الدالة د ح 1	كا2	الاستجابة ن=150		أهم السلبيات التي يراها الشباب الريفي على موقع اليوتيوب
		ك	%	
0.001	29.453	51	34	إحلال اللغة الأجنبية محل اللغة العربية
0.001	192.00	135	90	خدش الحياء العام
0.001	243.000	139	92.7	ساعد على التفكك الأسري وضعف العلاقات الاجتماعية
0.001	173.280	132	88	مضيعة للوقت
0.001	195.213	135	90	بعض الفيديوهات غير متطابقة مع العادات والتقاليد السائدة
0.001	138.720	126	84	تضر بالقيم الأخلاقية
0.001	9.720	61	40.7	تؤثر على الاعتزاز بالنفس مقارنة بالآخر(الغرب)
0.729 غير دالة	0.120	76	50.7	ترويج الإشاعات
0.001	16.333	57	38	خلق عالم افتراضي أي: لا انتماء له ولا هوية

يتضح من الجدول السابق رقم(12) أن نسبة 92.7% من الشباب الريفي يروا أن من أهم سلبيات موقع اليوتيوب أنه ساعد على التفكك الأسري وضعف العلاقات الاجتماعية, ونسبة 90% منهم يروا أن من أهم سلبياته خدش الحياء العام وإذاعة بعض الفيديوهات غير المتطابقة مع العادات والتقاليد السائدة, ونسبة 88% منهم يروا أنه مضيعة للوقت, ونسبة 84% منهم يروا أنه يضر بالقيم الأخلاقية, ونسبة 50.7%

منهم يروا أنه يساعد على ترويج الإشاعات. كما يتضح وجود فروق ذات دلالة إحصائية في أهم السليبات التي يراها الشباب الريفي في موقع اليوتيوب, حيث كانت قيم كا2 دالة عند مستوى دلالة 0.001. فيما عدا ترويج الإشاعات لم يكن هناك فروق فقد كانت قيمة كا2 غير دالة.

12- ما أهم أنواع ملفات الفيديو التي يشاهدها الشباب الريفي على موقع اليوتيوب
جدول رقم (13) يوضح أهم أنواع ملفات الفيديو التي يشاهدها الشباب الريفي على موقع اليوتيوب

الدلالة د ح 1	كا2	الاستجابة ن=150		أهم أنواع ملفات الفيديو التي يشاهدها الشباب الريفي على موقع اليوتيوب
		%	ك	
0.001	130.680	16.7	25	المقاطع السياسية الإخبارية الهامة والنادرة
0.001	63.480	26.7	40	المقاطع المأخوذة من البرامج التلفزيونية
0.001	44.853	30.7	46	المقاطع الفنية المأخوذة من الأفلام والمسرحيات والأغاني
0.001	141.453	15.3	23	الفيديوهات الشخصية
0.001	149.813	14.7	22	الفيديوهات الدينية
0.065 دالة غير	3.413	55.3	83	المقاطع الجنسية
0.001	179.413	11.3	17	أخرى تذكر

يتضح من الجدول السابق رقم(13) أن نسبة 55.3% من الشباب الريفي يروا أن أهم أنواع ملفات الفيديو التي يشاهدونها على موقع اليوتيوب المقاطع الجنسية, ونسبة 30.7% منهم يشاهدون المقاطع الفنية المأخوذة من الأفلام والمسرحيات والأغاني, ونسبة 26.7% منهم يشاهدون المقاطع المأخوذة من البرامج التلفزيونية, كما يتضح وجود فروق ذات دلالة إحصائية في أهم أنواع ملفات الفيديو التي يشاهدها الشباب الريفي على موقع اليوتيوب, حيث كانت قيم كا2 دالة عند مستوى دلالة 0.001. فيما عدا المقاطع الجنسية لم يكن هناك فروق فقد كانت قيمة كا2 غير دالة.

13- ما أهم مصادر معرفة الشباب الريفي لموقع اليوتيوب
جدول رقم (14) يوضح أهم مصادر معرفة الشباب الريفي لموقع اليوتيوب

الدلالة د ح 1	كا2	الاستجابة ن=150		أهم مصادر معرفة الشباب الريفي لموقع اليوتيوب
		%	ك	
0.001	141.453	15.3	23	المواقع الالكترونية
0.001	56.333	71.3	107	الأصدقاء
0.001	149.813	14.7	22	القنوات الفضائية
0.001	253.920	4	6	أخرى تذكر

يوضح الجدول السابق رقم(14) أن نسبة 71.3% من أفراد العينة عرفوا موقع اليوتيوب عن طريق الأصدقاء, ونسبة 15.3% منهم عرفوه من خلال المواقع الالكترونية, ونسبة 14.7% منهم عرفوه من خلال القنوات الفضائية,

كما يتضح وجود فروق ذات دلالة إحصائية في أهم مصادر معرفة الشباب الريفي لموقع اليوتيوب، حيث كانت قيم كا2 دالة عند مستوى دلالة 0.001.

14- تقييم الشباب الريفي لموقع اليوتيوب

جدول رقم (15) يوضح تقييم الشباب الريفي لموقع اليوتيوب

الدلالة د ح 1	كا2	الاستجابة ن=150		تقييم الشباب الريفي لموقع اليوتيوب
		%	ك	
0.001	67.213	26	39	تطور كبير في وسائل الإعلام الإلكترونية
0.001	56.333	71.3	107	تضر بالقيم الأخلاقية
0.001	32.013	33.3	50	بعض الفيديوهات غير متطابقة مع العادات والتقاليد السائدة
0.001	144.213	15.3	23	تكتسب سمة الاتزامنية والتلفزيون التفاعلي الذي يسمح للجمهور بالتحكم في البيئة الإعلامية
0.01	9.013	41.3	62	تكتسب خصائص التلفزيون كوسيلة إعلامية تعتمد على الصوت والصورة
0.01	9.720	40.7	61	ضرورة وجود رقابة على المحتوى المقدم من خلال الموقع
0.001	211.680	8	12	أخرى تذكر

أشارت نتائج الجدول السابق رقم (15) أن نسبة 71.3% من أفراد العينة يروا أن موقع اليوتيوب يضر بالقيم الأخلاقية، ونسبة 41.3% منهم يروا أنه لا يضر وأن يكتسب خصائص التلفزيون كوسيلة إعلامية تعتمد على الصوت والصورة، ونسبة 40.7% منهم يروا أنه لا يضر من ضرورة وجود رقابة على المحتوى المقدم من خلال الموقع، ونسبة 33.3% منهم يروا أن الفيديوهات لا يضر أن تكون متطابقة مع العادات والتقاليد السائدة، كما يتضح وجود فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم الشباب الريفي لموقع اليوتيوب، حيث كانت قيم كا2 دالة عند مستوى دلالة 0.001.

15- دور الإعلام الجديد في الانفلات الأخلاقي للشباب الريفي

جدول رقم (16) يوضح دور الإعلام الجديد في الانفلات الأخلاقي للشباب الريفي

د ح 2	كا2	الاستجابة		دور الإعلام الجديد في الانفلات الأخلاقي للشباب الريفي
		%	ك	
0.001	158.480	32.7	49	ساعدت إلى حد كبير
		63.3	95	إلى حد ما
		4	6	لا
		100	150	الجملة

يوضح الجدول السابق رقم (16) أن نسبة 32.7% من أفراد العينة يروا أن الإعلام الجديد كان له دور في الانفلات الأخلاقي لديهم بشكل كبير، ونسبة 63.3% منهم

يروا أنه ساعدهم فى الانفلات الأخلاقى إلى حد ما, ونسبة 4% منهم لم يساعدهم الإعلام الجديد فى الانفلات الأخلاقى. كذلك يتضح وجود فروق ذات دلالة إحصائية فى دور الإعلام الجديد فى الانفلات الأخلاقى لدى الشباب الريفى, حيث كانت قيمة $t = 158.480$ وهى دالة عند مستوى دلالة 0.001.

16- أكثر أنواع الإعلام الجديد والتي يوجد بها انفلات أخلاقى

جدول رقم (17) يوضح أكثر أنواع الإعلام الجديد والتي يوجد بها انفلات أخلاقى

الدلالة د ح 1	كا 2	الاستجابة ن=150		أكثر أنواع الإعلام الجديد والتي يوجد بها انفلات أخلاقى
		ك %	ك	
0.001	108.00	20	30	موقع الفيس بوك
0.001	155.520	14	21	موقع تويتر
0.001	33.333	33.3	50	موقع اليوتيوب
0.001	211.680	8	12	الواتس أب
0.001	201.720	9.3	14	المدونات
0.001	179.413	11.3	17	المنتديات
0.001	152.653	14	21	تطبيق انستجرام
0.001	173.280	12	18	الفايبر
0.001	195.213	9.3	14	موقع ماى سبيس

أشارت نتائج الجدول السابق رقم(17) أن نسبة 33.3% من أفراد العينة يروا أن أكثر أنواع الإعلام الجديد والتي يوجد بها انفلات أخلاقى موقع اليوتيوب, ونسبة 20% منهم يروا أنه موقع الفيس بوك, ونسبة 14% منهم يروا أن موقع تويتر وتطبيق انستجرام يوجد بهما انفلات أخلاقى, كما يتضح وجود فروق ذات دلالة إحصائية فى أكثر أنواع الإعلام الجديد والتي يوجد بها انفلات أخلاقى, حيث كانت قيم كا دالة عند مستوى دلالة 0.001.

17- أكثر أنواع الإعلام الجديد ايجابية والتي تحت الشباب الريفى على الأخلاق والفضيلة

جدول رقم (18) يوضح أكثر أنواع الإعلام الجديد ايجابية والتي تحت الشباب

الريفى على الأخلاق والفضيلة

الدلالة د ح 1	كا 2	الاستجابة ن=150		أكثر أنواع الإعلام الجديد ايجابية والتي تحت الشباب الريفى على الأخلاق والفضيلة
		ك %	ك	
0.001	250.230	5.3	8	موقع الفيس بوك
0.001	235.853	6	9	موقع تويتر
0.001	268.853	2.7	4	موقع اليوتيوب
0.001	215.053	7.3	11	الواتس أب
0.001	228.813	6.7	10	المدونات
0.001	225.333	6.7	10	المنتديات
0.001	173.280	4.7	7	تطبيق انستجرام
0.001	211.680	8	12	الفايبر
0.001	232.320	6	9	موقع ماى سبيس

أوضحت نتائج الجدول السابق رقم(18) أن نسبة 8% من الشباب الريفى يروا أن

أكثر أنواع الإعلام الجديد ايجابية وحثت الشباب الريفى على الأخلاق والفضيلة الفايبر, ونسبة 7.3% منهم يروا أنها الواتس أب, ونسبة 6.7% منهم يروا أنها المنتديات والمدونات, ونسبة 6% منهم يروا أن موقع تويتر وماى سبيس من أكثر أنواع الإعلام الجديد ايجابية والتي حثتهم على الأخلاق والفضيلة, كما يتضح وجود فروق ذات دلالة إحصائية فى أكثر أنواع الإعلام الجديد ايجابية وحثت الشباب الريفى على الأخلاق والفضيلة, حيث كانت قيم كا2 دالة عند مستوى دلالة 0.001.

18- طبيعة القيم الأخلاقية التى قدمها الإعلام الجديد

جدول رقم (19) يوضح طبيعة القيم الأخلاقية التى قدمها الإعلام الجديد

د ح 2	كا 2	الاستجابة ن=150		طبيعة القيم الأخلاقية التى قدمها الإعلام الجديد
		%	ك	
0.001	169.520	3.3	5	ايجابية
		32	48	تتراوح ما بين سلبية وايجابية
		64.7	97	سلبية
		100	150	الجملة

يتضح من الجدول السابق رقم(19) أن نسبة 3.3% من أفراد العينة يروا أن القيم الأخلاقية التى قدمها الإعلام الجديد ايجابية, ونسبة 64.7% منهم يروا أنها سلبية, ونسبة 32% منهم يروا أنها تتراوح ما بين سلبية وايجابية. كذلك يتضح وجود فروق ذات دلالة إحصائية فى طبيعة القيم الأخلاقية التى قدمها الإعلام الجديد حيث كانت قيمة كا2=169.520 وهى دالة عند مستوى دلالة 0.001.

19- القيم الأخلاقية الايجابية التى حرص الإعلام الجديد على تقديمها

جدول رقم (20) يوضح القيم الأخلاقية الايجابية التى حرص الإعلام الجديد على تقديمها

الدلالة د ح 1	كا 2	الترتيب	الاستجابة ن=150		القيم الأخلاقية الايجابية التى حرص الإعلام الجديد على تقديمها
			%	ك	
0.001	265.080	7	2.7	4	التسامح
0.001	280.333	11	2	3	التواضع
0.001	284.213	12	1.3	2	الصدق
0.001	221.880	8	6.7	10	الوفاء
0.001	243.00	17	4.7	7	العفة
0.001	205.013	5	8.7	13	الشجاعة
0.001	265.080	7	2.7	4	الرحمة
0.001	276.480	10	2	3	القناعة
0.001	208.333	12	8	12	الصبر
0.001	265.080	7	2.7	4	احترام الكبير
0.001	268.853	8	2.7	4	حب الخير للآخرين
0.001	215.053	14	7.3	11	العطف على الفقراء والضعفاء
0.001	276.480	10	2	3	الأمانة
0.001	272.653	9	2.7	4	المحافظة على النظام
0.001	21.333	4	16.7	25	ولا قيمة

يتضح من الجدول السابق رقم(20) أن نسبة 16.7% من الشباب الريفى يروا أنه لا توجد ولا قيمة أخلاقية ايجابية حرص الإعلام الجديد على تقديمها لهم, ونسبة 8.7% منهم يروا أن أهم القيم الأخلاقية الايجابية التى قدمها الإعلام الجديد هى قيمة الشجاعة, ونسبة 8% منهم يروا أنها قيمة الصبر, ونسبة 7.3% منهم يروا أنها قيمة العطف على الفقراء والضعفاء, ونسبة 6.7% منهم يروا أنها قيمة الوفاء, كما يتضح وجود فروق ذات دلالة إحصائية فى القيم الأخلاقية الايجابية التى حرص الإعلام الجديد على تقديمها للشباب الريفى, حيث كانت قيم كا2 دالة عند مستوى دلالة 0.001 .

20- القيم السلبية التى حرص الإعلام الجديد على تقديمها

جدول رقم (21) يوضح القيم السلبية التى حرص الإعلام الجديد على تقديمها

الدلالة د ح 1	كا2	الترتيب	الاستجابة ن=150		القيم السلبية التى حرص الإعلام الجديد على تقديمها
			ك	%	
0.001	265.080	7	4	2.7	الشرك بالله
0.001	250.253	13	7	4.7	الكراهية
0.001	284.213	14	2	1.3	الخيانة
0.001	185.653	10	8	5.3	البخل
0.001	276.480	6	3	2	الأثانية
0.001	276.480	10	3	2	الذلة والضعف
0.001	208.333	11	6	4	الحقد على الآخرين
0.001	221.880	15	5	3.3	نكران الجميل
0.001	73.013	9	19	12.7	عدم احترام الصغير للكبير
0.001	265.080	7	5	3.3	عقوق الوالدين
0.001	32.013	5	25	16.7	ارتكاب المعاصى
0.001	235.853	12	8	5.3	الغدر
0.001	61.653	7	20	13.3	عدم احترام قواعد النظام
0.001	161.333	8	10	6.7	الغرور
0.001	9.013	2	31	20.7	كل القيم

يتضح من الجدول السابق رقم(21) أن نسبة 20.7% من أفراد العينة يروا أن القيم السلبية التى قدمها الإعلام الجديد هى كل ما سبق بالجدول, ونسبة 16.7% منهم يروا أنها ارتكاب المعاصى, ونسبة 13.3% منهم يروا أنها عدم احترام قواعد النظام, ونسبة 12.7% منهم يروا أنها قيمة عدم احترام الصغير للكبير, ونسبة 6.7% منهم يروا أنها الغرور. كما يتضح وجود فروق ذات دلالة إحصائية فى القيم السلبية التى قدمها الإعلام الجديد, حيث كانت قيم كا2 دالة عند مستوى دلالة أقل من 0.001 .

21- مقترحات الخروج من مأزق الانفلات الأخلاقي لدى الشباب الريفي والذي يعرض من خلال الإعلام الجديد

جدول رقم (22) يوضح مقترحات الخروج من مأزق الانفلات الأخلاقي لدى الشباب الريفي والذي يعرض من خلال الإعلام الجديد

الدلالة د ح 1	كا 2	الترتيب	الاستجابة ن=150		مقترحات الخروج من مأزق الانفلات الأخلاقي لدى الشباب الريفي والذي يعرض من خلال الإعلام الجديد
			ك	%	
0.001	51.253	2	106	70.7	التدقيق في مضمون ما يتم عرضه في الإعلام الجديد
0.001	188.813	4	16	10.7	مراعاة اللغة في مضمون ما يتم عرضه في الإعلام الجديد
0.001	176.333	3	17	11.3	الحرص على اختيار الملابس المناسبة مع مجتمعنا الإسلامي
0.001	253.920	1	144	96	نحتاج إلى إعلام جديد يحث على القيم الإيجابية ونبذ القيم السلبية

يتضح من الجدول السابق رقم (22) أن نسبة 96% من الشباب الريفي يقترحوا الخروج من مأزق الانفلات الأخلاقي والذي يعرض من خلال الإعلام الجديد من خلال تقديم إعلام يحث على القيم الإيجابية ونبذ القيم السلبية، ونسبة 70.7% منهم يقترحوا التدقيق في مضمون ما يتم عرضه في الإعلام الجديد، ونسبة 11.3% منهم يقترحوا الحرص على اختيار الملابس المناسبة مع مجتمعنا الإسلامي، ونسبة 10.7% منهم يقترحوا مراعاة اللغة في مضمون ما يتم عرضه في الإعلام الجديد، كما يتضح وجود فروق ذات دلالة إحصائية في مقترحات الخروج من مأزق الانفلات الأخلاقي لدى الشباب الريفي والذي يعرض من خلال الإعلام الجديد، حيث كانت قيم كا2 دالة عند مستوى دلالة 0.001.

22- نتائج مقياس التغير القيمي والانفلات الأخلاقي لدى الشباب الريفي كما يعكسها موقع اليوتيوب

جدول رقم (23) (أ) يوضح نتائج مقياس التغير القيمي والانفلات الأخلاقي لدى الشباب الريفي كما يعكسها موقع

اليوتيوب ن=150

الاتجاه	الوزن النسبي	متوسط مرجح	الاستجابة						العبارات
			معارض		محايد		موافق		
			%	ك	%	ك	%	ك	
موافق	2.95	886	0	0	4.7	7	95.3	143	1
موافق	2.19	656	34.7	52	11.3	17	53.3	80	2
موافق	2.67	801	16	24	0.7	1	83.3	125	3
موافق	2.85	856	0.7	1	13.3	20	86	129	4

موافق	2.79	837	0.7	1	19.3	29	79.3	119	5
موافق	2.79	836	0	0	21.3	32	78.7	118	6
موافق	2.79	838	0.7	1	19.3	29	80	120	7
موافق	2.17	651	0.7	1	80.7	121	18	27	8
موافق	2.79	836	0	0	21.3	32	78.7	118	9
موافق	2.79	838	0.7	1	19.3	29	80	120	10
موافق	2.83	849	0	0	16.7	25	82.7	124	11
موافق	2.74	821	0	0	26	39	73.3	110	12
موافق	2.87	863	0	0	12	18	87.3	131	13
موافق	2.93	880	0.7	1	5.3	8	94	141	14
موافق	2.86	857	0.7	1	12.7	19	86	129	15
موافق	2.79	937	1.3	2	18.7	28	80	120	16
موافق	2.93	878	0	0	7.3	11	92.7	139	17
موافق	2.91	873	0	0	8.7	13	90.7	136	18
موافق	2.87	862	0	0	12.7	19	87.3	131	19
موافق	2.87	861	0	0	12.7	19	86.7	130	20
موافق	2.82	847	0.7	1	16.7	25	82.7	124	21
موافق	2.86	857	0.7	1	12	18	86.7	130	22
موافق	2.98	894	1.3	2	0	0	98.7	148	23
موافق	2.99	896	0	0	1.3	2	98.7	148	24
موافق	2.83	849	6.7	10	2.7	4	90	135	25
موافق	2.95	885	0.7	1	4	6	95.3	143	26
محايد	2.82	846	8	12	2	3	90	135	27
موافق	2.93	878	0.7	1	6	9	93.3	140	28
موافق	2.39	719	0.7	1	60	90	39.3	59	29
موافق	2.92	876	0	0	8	12	92	138	30
موافق	2.85	855	1.3	2	12.7	19	86	129	31
موافق	2.96	887	0	0	4	6	95.3	143	32

تابع جدول رقم (23) (ب) يوضح نتائج مقياس التغيير القيمي والانفلات الأخلاقي لدى الشباب الريفي كما يعكسها موقع اليوتيوب ن=150

الاتجاه	الوزن النسبي	متوسط مرجح	الاستجابة						العبارات
			معارض		محايد		موافق		
			%	ك	%	ك	%	ك	
موافق	2.69	808	13.3	20	4	6	82.7	124	33
موافق	2.13	640	34	51	18.7	28	47.3	71	34
موافق	2.90	871	1.3	2	7.3	11	91.3	137	35
موافق	2.87	862	3.3	5	5.3	8	90.7	136	36
موافق	300	900	0	0	0	0	100	150	37
موافق	2.78	834	6.7	10	8	12	84.7	127	38
موافق	2.89	867	0.7	1	9.3	14	89.3	134	39
موافق	2.95	884	0.7	1	4	6	95.3	143	40
موافق	2.83	849	0.7	1	15.3	23	83.3	125	41

موافق	2.86	858	0.7	1	13.3	20	86	129	42
موافق	2.85	856	0.7	1	14	21	85.3	128	43
موافق	2.86	857	1.3	2	12	18	86.7	130	44
موافق	2.65	794	7.3	11	20	30	72	108	45
موافق	2.79	838	1.3	2	18.7	28	80	120	46
موافق	2.95	884	0.7	1	4.7	7	94.7	142	47
موافق	2.35	706	27.3	41	9.3	14	62.7	94	48
معارض	1.16	347	90.7	136	2	3	6.7	10	49
موافق	2.90	870	0.7	1	8.7	13	90.7	136	50
موافق	2.98	893	0.7	1	1.3	2	98	147	51
موافق	2.97	890	0	0	3.3	5	96.7	145	52
معارض	1.21	364	86	129	6	9	7.3	11	53
معارض	1.08	323	93.3	140	4.7	7	1.3	2	54
موافق	1.98	594	26.7	40	48.7	73	24.7	37	55
موافق	2.77	832	8	12	6	9	85.3	128	56
موافق	2.71	814	7.3	11	13.3	20	78.7	118	57
موافق	2.93	879	1.3	2	4.7	7	94	141	58
موافق	2.79	839	0.7	1	18.7	28	80	120	59
موافق	2.91	872	0.7	1	8	12	91.3	137	60
موافق	2.95	884	0.7	1	4.7	7	94.7	142	61
محايد	2.22	665	22.7	34	32	48	44.7	67	62

يتضح من الجداول السابقة رقمي (23 أ ، 23 ب) أن أفراد العينة موافقين على حدوث تغير قيمي وانفلات أخلاقي لديهم كما يعكسها موقع اليوتيوب، بينما كانوا معارضين على كل من:-

- ساعدت مقاطع الفيديو على اليوتيوب على وجود بعض المشكلات في محيط الأسرة المصرية بمتوسط 1.16.

- أن بعضها يساعد في محو الأمية الإسلامية بمتوسط 1.21.

- مقاطع الفيديو على اليوتيوب جعلت بعض أبناء المجتمع مادي يكرس كل حياته للمال فقط بمتوسط 1.08.

كما يتضح أن أفراد العينة محايدين على كلاً من:

- لا مانع أن تكون لى علاقات مع الجنس الآخر قبل الزواج بمتوسط 2.82.

- مشاهدتى لمقاطع الفيديو على اليوتيوب أثرت على مفهوم الزواج وقيمة الأسرة بالنسبة لى بمتوسط 2.22.

الفروض

1- الفرض الأول: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المستويات الاجتماعية الاقتصادية المختلفة للشباب الريفي بمحافظة كفرالشيخ ودرجة التغير القيمي والأخلاقي لديهم كما يعكسها موقع اليوتيوب

جدول رقم (24) يوضح تحليل التباين لدلالة الفروق بين المستويات الاجتماعية الاقتصادية المختلفة للشباب الريفي بمحافظة كفرالشيخ ودرجة التغير القيمي والأخلاقي لديهم كما يعكسها موقع اليوتيوب

الدلالة	ف	متوسط	د . ح	مجموع الدرجات	البيان	الفروق تبعاً إلى
0.001	7.266	161.511	2	323.022	بين مجموعات	التغير القيمي والأخلاقي لدى الشباب الريفي كما يعكسها موقع اليوتيوب
		22.229	148	6601.978	داخل	
			149	6925.00	مجموع	

يتضح من الجدول السابق رقم (24) وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المستويات الاجتماعية والاقتصادية المختلفة للشباب الريفي بمحافظة كفرالشيخ ودرجة التغير القيمي والأخلاقي لديهم كما يعكسها موقع اليوتيوب، حيث كانت قيمة (ف) دالة عند مستوى 0.001.

جدول رقم (25) يوضح اختبار LSD المتوسطات والانحرافات المعيارية والمستويات الاجتماعية الاقتصادية والمتوسطات المختلفة للشباب الريفي بمحافظة كفرالشيخ ودرجة التغير القيمي والأخلاقي لديهم كما يعكسها موقع اليوتيوب

مستوى مرتفع	مستوى متوسط	مستوى منخفض	الانحراف المعياري	المتوسط	ن	المجموعات
1.2611			3.86	170.2	29	مستوى منخفض
			5.54	168.9	64	مستوى متوسط
*2.3050	1.0439		4.05	171.3	57	مستوى مرتفع
			4.81	170.1	150	جملة

يوضح الجدول السابق رقم (25) وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات أفراد العينة ذوى المستوى الاجتماعى الاقتصادى المنخفض وذوى المستوى المرتفع فى التغير القيمي والأخلاقي لديهم كما يعكسها موقع اليوتيوب لصالح ذوى المستوى المنخفض عند مستوى 0.05. مما سبق يتضح تحقق الفرض الأول.

2- الفرض الثانى: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الشباب الريفى بمحافظة كفر الشيخ من الجنسين (ذكور- إناث) ودرجة التغير القيمى والأخلاقى لديهم كما يعكسها موقع اليوتيوب

جدول رقم (26) يوضح قيمة (ت) لدلالة الفروق بين متوسطى درجات الذكور والإناث فى التغير القيمى والأخلاقى لديهم كما يعكسها موقع اليوتيوب

الدلالة د.ح.298	ت	إناث(ن=75)		ذكور(ن=75)		الجنس المتغير
		ع	م	ع	م	
0.667 غير دالة	0.431	5.21	169.9	4.39	170.2	التغير القيمى والأخلاقى لدى الشباب الريفى كما يعكسها موقع اليوتيوب

يتضح من الجدول السابق رقم (26) عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطى درجات الذكور والإناث فى التغير القيمى والأخلاقى لدى الشباب الريفى كما يعكسها موقع اليوتيوب, حيث كانت قيم (ت) غير دالة عند مستوى 0.05. مما سبق يتضح عدم تحقق الفرض الثانى.

3- الفرض الثالث: لا توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين كثافة مشاهدة موقع اليوتيوب وبين اعتماد الشباب الريفى بمحافظة كفر الشيخ على ذلك الموقع كمصدر للقيم الأخلاقية

جدول رقم (27) يوضح العلاقة بين كثافة مشاهدة موقع اليوتيوب وبين اعتماد الشباب الريفى بمحافظة كفر الشيخ على ذلك الموقع كمصدر للقيم الأخلاقية

المتغير	المتوسط	الانحراف المعيارى	معامل الارتباط	الاتجاه	القوة	مستوى الدلالة
كثافة مشاهدة الشباب الريفى لموقع اليوتيوب	2.6	0.48				
التغير القيمى والأخلاقى لدى الشباب الريفى كما يعكسها موقع اليوتيوب	170.1	4.81	-0.327**	عكسى	متوسط	0.01

يوضح الجدول السابق رقم (27) أنه توجد علاقة ارتباطية عكسية متوسطة بين كثافة مشاهدة الشباب الريفى لموقع اليوتيوب فى التغير القيمى والأخلاقى لديهم كما يعكسها موقع اليوتيوب حيث كانت قيمة ($0.3 < r < 0.6$) دالة عند مستوى دلالة 0.01, أى أنه كلما ارتفعت كثافة مشاهدة موقع اليوتيوب زاد الانفلات الأخلاقى لدى الشباب الريفى كما يعكسها موقع اليوتيوب, حيث لا يتعرف المراهق من خلال كثافة المشاهدة على المضمون الحقيقى وراء المشاهد التى تدعوا إلى الانفلات الأخلاقى وعواقب ذلك فى النهاية ومن ثم يقعوا فى هذا الانفلات, فيرى المشهد ويحاول تقليده أو يؤثر فيه. مما سبق يتضح تحقق الفرض الثالث.

خاتمة الدراسة:

تناولت الدراسة الحالية دور الإعلام الجديد فى التغيير القيمي والأخلاقى لدى الشباب فى الريف المصرى مع عمل دراسة مسحية لمستخدمى موقع اليوتيوب بمحافظة كفر الشيخ, وقد استعانت الباحثة بمنهج المسح لإجراء الدراسة الميدانية, وتوصلت الباحثة إلى عدة نتائج من أهمها:-

1- أن نسبة 33.3% من أفراد العينة يروا أن أكثر أنواع الإعلام الجديد والتي يوجد بها انفلات أخلاقى موقع اليوتيوب, ونسبة 20% منهم يروا أنه موقع الفيس بوك, ونسبة 14% منهم يروا أن موقع تويتر وتطبيق انستجرام يوجد بهما انفلات أخلاقى, كما يتضح وجود فروق ذات دلالة إحصائية فى أكثر أنواع الإعلام الجديد والتي يوجد بها انفلات أخلاقى, حيث كانت قيم كا2 دالة عند مستوى دلالة 0.001.

2- أن نسبة 8% من الشباب الريفى يروا أن أكثر أنواع الإعلام الجديد ايجابية وحثت الشباب الريفى على الأخلاق والفضيلة الفايبر, ونسبة 7.3% منهم يروا أنها الواتس أب, ونسبة 6.7% منهم يروا أنها المنتديات والمدونات, ونسبة 6% منهم يروا أن موقع تويتر وماى سبيس من أكثر أنواع الإعلام الجديد ايجابية والتي حثتهم على الأخلاق والفضيلة, كما يتضح وجود فروق ذات دلالة إحصائية فى أكثر أنواع الإعلام الجديد ايجابية وحثت الشباب الريفى على الأخلاق والفضيلة, حيث كانت قيم كا2 دالة عند مستوى دلالة 0.001 .

3- أن نسبة 55.3% من الشباب الريفى يروا أن أهم أنواع ملفات الفيديو التي يشاهدونها على موقع اليوتيوب المقاطع الجنسية, ونسبة 30.7% منهم يروا أنهم يشاهدون المقاطع الفنية المأخوذة من الأفلام والمسرحيات والأغاني, ونسبة 26.7% منهم يشاهدون المقاطع المأخوذة من البرامج التلفزيونية, كما يتضح وجود فروق ذات دلالة إحصائية فى أهم أنواع ملفات الفيديو التي يشاهدها الشباب الريفى على موقع اليوتيوب, حيث كانت قيم كا2 دالة عند مستوى دلالة 0.001, . فيما عدا المقاطع الجنسية لم يكن هناك فروق فقد كانت قيمة كا2 غير دالة.

4- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المستويات الاجتماعية والاقتصادية المختلفة للشباب الريفى بمحافظة كفرالشيخ ودرجة التغيير القيمي والأخلاقى لديهم كما يعكسها موقع اليوتيوب, حيث كانت قيمة (ف) دالة عند مستوى 0.001.

5- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات أفراد العينة ذوى المستوى الاجتماعى الاقتصادى المنخفض وذوى المستوى المرتفع فى التغيير القيمي والأخلاقى لديهم كما يعكسها موقع اليوتيوب لصالح ذوى المستوى المنخفض عند مستوى 0.05.

6- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطى درجات الذكور والإناث فى التغير القيمي والأخلاقى لدى الشباب الريفى كما يعكسها موقع اليوتيوب, حيث كانت قيم (ت) غير دالة عند مستوى 0.05.

توصيات الدراسة:

فى ضوء ما أسفرت عنه الدراسة من نتائج فإن الباحثة تقترح ما يلى:-

- 1- تعزيز ودعم البحث فى الإعلام الجديد والاهتمام بمضامينه.
- 2- إرشاد الشباب الريفى نحو الاستخدام الواعى لأدوار الإعلام الجديد بإقامة دورات فى مهارات التلقى الاعلامى بشكل يرقى بالمتلقى من متلق سلبي إلى متلق ايجابى .
- 3- التركيز على تنمية الوازع الدينى لدى الشباب الريفى باعتباره من أهم وسائل الحد من أخطار استخدام الإنترنت لديهم.
- 4- ضرورة وضع نظم وقوانين يرتضيها المجتمع فى تقنين استخدام الإنترنت وموقع اليوتيوب وبخاصة لدى الشباب الريفى.
- 5- تفعيل دور الأسرة فى متابعة الأبناء ورقابتهم عند استخدام الإعلام الجديد وموقع اليوتيوب.
- 6- تفعيل دور المسجد فى توجيه الشباب لمخاطر الإنترنت, مع بث الرقابة الذاتية لديهم.
- 7- تشجيع الشباب الريفى للمشاركة فى الأنشطة الطلابية.
- 8- استثمار أوقات الفراغ لدى الشباب الريفى فى أعمال مثمرة ومفيدة تعود بالنفع على المجتمع.
- 9- تقديم برامج تربوية توعوية بمخاطر استخدام الإنترنت فى تكوين صداقات تؤدي إلى الانفلات الأخلاقى، بالإضافة لبرامج تربوية لمنع العنف والبعد عن الأفكار المتطرفة، وتجنب الدخول فى عالم الجريمة.
- 10- استغلال الأنشطة للشباب استغلالاً حسناً فى تعليم القيم مثل الرحلات والفنون المسرحية وغيرها.
- 11- ضرورة تضافر الجهود بين الأسر ومؤسسات المجتمع لتوارث القيم الأصيلة ونقلها للأجيال.
- 12- ضرورة وجود إعلام هادف يستهدف تنمية القيم الايجابية لدى الشباب، وتوعيتهم بالقيم السلبية ومخاطرها.

13- توعية الوالدين والمربين بالقيم وأثرها على شخصية الشباب وعلى تحقيق توافقهم النفسى.

14- ضرورة التجانس بين القيم التى يتلقاها الطالب من الجامعة والأسرة حتى لا يحدث صدام قيمي يؤثر سلباً عليهم.

15- أن يهتم الإعلام الجديد بتقديم القدوة الحقيقية من الرموز الذين يتعلم منهم الشباب القيم الأخلاقية، كالعلماء والمفكرين والدخول فى مناقشات عبر الانترنت لتوعيتهم وإرشادهم إلى الصواب، مع الابتعاد عن المواد الإعلامية المثيرة للغرائز.

بحوث مقترحة:

1- إجراء دراسة لمعرفة المفارقة القيمية لدى عينات مختلفة باختلاف البيئات لمعرفة أثر البيئة والعادات فى تعليم القيم.

2- إجراء دراسة عن القيم المهنية لأعضاء هيئة التدريس بالجامعات.

3- القيام بإجراء دراسات ميدانية حول مخاطر الإنترنت وأثره على المجتمع بصفة عامة والطلاب بصفة خاصة، وذلك للتوصل لمجموعة من النتائج التى يمكن أن تُفيد القائمين على الإعلام الجديد فى التركيز على القيم الأخلاقية الايجابية ولغة الحوار الجيد والتى تساهم فى التزام الشباب الرفيى بالأخلاقيات والألفاظ المتعارف عليها من خلال ديننا الإسلامى الحنيف.

4- ضرورة الاستفادة من النظريات الحديثة فى دراسة الإعلام وتطبيقها فى البحوث التطبيقية حول الإنترنت وآثاره الإيجابية والسلبية.

المراجع

أولاً: المراجع العربية

- 1- أسماء عبد المنعم إبراهيم. "التغير الاجتماعي والقيم لدى فئات من الشعب المصري"، مركز النظم العالمية لخدمات البحث العلمي، 2011م.
- 2- أمجد أنور نور. "نحو إستراتيجية مقترحة للحد من أزمة القيم الأخلاقية والسلوكية بين الشباب"، القاهرة: جامعة عين شمس، كلية الآداب، مجلة كلية الآداب، المجلد 44، يوليو- سبتمبر، 2016.
<https://0711vcqo6-1105-y-https-repository-ekb-eg.mplbci.ekb.eg/handle/ekb/51817>
- 3- بدر الدين أحمد إبراهيم محمد. "الإعلام والأخلاق: من يحكم الآخر: قراءة حول دور وسائل الإعلام في تعزيز أخلاق المجتمع"، مجلة الصراط، جامعة الجزائر، كلية العلوم الإسلامية، الجزء 14، العدد 25، الجزائر، يوليو، 2012.
- 4- بركات حليم. "المجتمع العربي في القرن العشرين، بحث في تغير الأحوال والعلاقات"، بيروت، لبنان: مركز دراسات الوحدة العربية، 2000.
- 5- جمال غيطاس. "مدخل إلى الصحافة الإلكترونية"، بحث مقدم إلى المؤتمر الرابع للصحفيين المصريين، القاهرة في الفترة من 23- 25 فبراير، نحو إصلاح أوضاع الصحافة والصحفيين، 2004.
- 6- حامد الشطري. "أخلاقيات الإعلام في عصر الرقمنة"، مجلة كلية التربية للعلوم الإنسانية، جامعة ذي قار، كلية التربية، العدد 4، العراق، 2015.
- 7- حنان جنيد. "تكنولوجيا الاتصال التفاعلي والإنترنت وعلاقته بدرجة الوعي السياسي لدى طلاب الجامعات المصرية"، دراسة ميدانية على طلاب الجامعات المصرية، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد الثامن عشر يناير - مارس، 2003.
- 8- حنان علال. "الأخلاقيات المهنية في زمن الإعلام الجديد"، جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية، كلية أصول الدين، مجلة المعيار، الجزء 23، العدد 45، الجزائر، 2019.
- 9- رباب رأفت الجمال. "أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على تشكيل النسق القيمي الأخلاقي للشباب السعودي"، رسالة دكتوراه غير منشورة، (جامعة الملك عبد العزيز، كلية الاتصال والإعلام، قسم الصحافة، 2013).
- 10- رجاء زهير العسيلي. "التغير القيمي والمعرفي وتأثيره على تكوين شخصية الشباب الجامعي الفلسطيني"، مجلة اتحاد الجامعات العربية، عمان، الأردن، العدد 46، 2006.
- 11- رضا عبد الواحد أمين. "استخدامات الشباب الجامعي لموقع يوتيوب على شبكة الإنترنت"، جامعة المملكة مملكة البحرين.
- 12- رقية بوسنان. "وسائل الإعلام والتغير القيمي لدى الشباب: دراسة وصفية لعينة من الأبحاث التخصصية العربية والجزائرية"، جامعة الجزائر، العدد 31، الجزائر، ديسمبر، 2017.
- 13- سامي محمد نصار. "قضايا تربوية في عصر العولمة وما بعد الحداثة"، (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، 2005).

- 14- سر الختم عثمان. "استخدامات الإعلام الجديد وتأثير إشباعاته على الشباب": دراسة تحليلية وفق مقاصد الدعوة الإسلامية الأمين، جامعة أم درمان الإسلامية، كلية الإعلام، مجلة علوم الاتصال العدد 1، السودان، يونيو، 2016.
- 15- سعد الدين بوطبال. "استخدام الانترنت وعلاقته بالانحراف السلوكي لدى الشباب في ضوء العولمة الثقافية والإعلامية"، المركز الجامعي أحمد زبانة غليزان، مجلة الدراسات الاجتماعية والنفسية والأنثروبولوجية العدد 8، الجزائر، نوفمبر، 2017.
- 16- سعود صالح كاتب. "الإعلام الجديد وقضايا المجتمع"، المؤتمر العالمي الثاني للإعلام الإسلامي، جامعة الملك عبد العزيز، جدة، 2011.
- 17- سميرة شيخاني. "الإعلام الجديد في عصر المعلومات"، مجلة جامعة دمشق، العدد الأول، المجلد 26، 2010.
- 18- شرين خليفة. "الإعلام الجديد"، ورقة بحثية في مساق الصحافة الإلكترونية، الجامعة الإسلامية، 2012.
- 19- صالح بوبشيش. "تحديات الإعلام الجديد وسبل حماية الشباب المسلم من أخطارها"، مجلة الأحياء، العدد 18، الجزائر، جامعة باتنة، كلية العلوم الإسلامية، 2015.
- 20- صبرى بديع عبد المطلب. "التغيرات المرتبطة بأزمة القيم لدى الشباب الجامعي المصري": دراسة ميدانية، دراسات في التعليم الجامعي، جامعة عين شمس، كلية التربية، مركز تطوير التعليم الجامعي، سبتمبر، 2015.
- 21- صونية براهيمية. "التغير القيمي قراءة في أبعاد المفهوم"، المجلة الإلكترونية، العدد 8، مجلة الآداب والعلوم الاجتماعية، 2009.
- 22- عباس مصطفى صادق. "الإعلام الجديد"، دراسة في مداخله النظرية وخصائصه العامة"، دراسة منشورة في موقع البوابة العربية لعلوم الإعلام والاتصال، 2011 م.
- [http://www.arabmediastudies.net/index.php?option=com_content&task=view &id=135&Itemid=101](http://www.arabmediastudies.net/index.php?option=com_content&task=view&id=135&Itemid=101)
- 23- عبد الجواد سعيد محمد. "التعرض للإنترنت وعلاقته ببعض الآثار النفسية والاجتماعية لدى شباب الريف"، أبحاث المؤتمر الدولي جامعة البحرين. أبحاث المؤتمر الدولي الإعلام الجديد : تكنولوجيا جديدة - لعالم جديد جامعة البحرين 7-9 ابريل، جامعة البحرين، قسم الإعلام والسياحة والفنون، 2009.
- 24- عبد الرحمن الشامي. "الإعلام الجديد بين التثتيت والتجميع"، مجلة جلوبال ميديا جورنال، (القاهرة: الجامعة الأمريكية، العدد الأول، 2005).
- 25- عسلىة عزت ومحمد عليان. "الاتجاهات نحو التحديث وعلاقتها بمنظومة القيم لدى الشاب الجامعي المعاصر لانتفاضة الأقصى"، غزة، فلسطين: المؤتمر التربوي الأول، كلية التربية، الجامعة الإسلامية، 2004.
- 26- على القاسمي. "تربية الشباب بين المعرفة والتوجيه"، الطبعة الأولى، (البحرين: دار النبلاء، 1996).
- 27- على بن حسن القرني. "إدارة التغير القيمي والمعرفي في سلوك واتجاهات الشباب الجامعي بمنطقة

تبوك: مجلة التربوية الدولية المتخصصة, دار سمات للدراسات والأبحاث, آليات مقترحة", الأردن, المجلد الرابع, العدد 11, 2015.

- 28- فتحية محمد محفوظ. "التغير القيمي وعلاقته بالحراك المهني للمرأة العاملة اليمنية", 2008.
- 29- فوزية دياب. "القيم والعادات الاجتماعية", بحث ميداني لبعض العادات الاجتماعية, الطبعة الأولى, بيروت: دار النهضة العربية, 1980.
- 30- ليلي بلعينة. "التغير القيمي السوسيو - ثقافي في المدينة الجزائرية", (الجزائر: جامعة فرحات عباس سطيف, 2006).
- 31- لين العلمي. "العضوية في مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها في تحسين الوعي السياسي لدى طلبة جامعة النجاح الوطنية", (جامعة النجاح الوطنية, كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية, نابلس, فلسطين, 2011).

Website, <http://www.eco-najah.ed/ar/gradproj/1734>.

- 32- محمد سعود السرحان. "الصراع القيمي لدى الشباب العربي", منشورات وزارة الثقافة, عمان, 1994.
- 33- محمد عبد الرازق إبراهيم, هاني محمد يونس. "القيم لدى شباب الجامعة في مصر ومتغيرات القرن الحادي والعشرين", مجلة التربية المعاصرة, السنة العشرون, العدد 64, 2003.
- 34- محمود علم الدين. "إمكانات الاستفادة من تكنولوجيا الاتصال الحديثة في تطوير الصحافة الإقليمية في مصر", (جامعة القاهرة, كلية الإعلام, مجلة بحوث الاتصال, العدد العاشر, ديسمبر, 1996).
- 35- نانسي حمدي عثمان. "دور قادة الرأي في توعية الشباب بمخاطر الإنترنت", دراسة ميدانية رسالة ماجستير غير منشورة, كلية الآداب, جامعة المنوفية, 2006.
- 36- هاشم الشرنوبى. "فاعلية توظيف الشبكات الاجتماعية عبر الإنترنت المصاحبة للمواقع التعليمية وأنماط الرسائل الالكترونية في التحصيل وتنمية مهارات تشغيل واستخدام الأجهزة التعليمية الحديثة والقيم الأخلاقية الالكترونية لدى طلاب تكنولوجيا التعليم بكليات التربية", دراسات عربية في التربية وعلم النفس, العدد 34, 2013.
- 37- هيفاء بنت عثمان عباس. "أثر الإعلام الجديد في النمو الثقافي عند الشباب", وزارة التعليم العالي جامعة أم القرى, كلية اللغة العربية, قسم البلاغة.
- 38- يعقوب الكندري. "علاقة استخدام شبكة الإنترنت بالعزلة الاجتماعية لدى طلاب جامعة الكويت", مجلة العلوم الاجتماعية, العدد الأول, المجلد 17, الكويت, 2001.

ثانياً: المراجع الأجنبية

39-Fan, Xiao Guang. "Studies on internet ethic crisis in universities and the technology solution on strengthening internet moral education", United States, Ann Arbor, DAI-C 75/02, Dissertation Abstracts International, . Northeastern University (People's Republic of China), ProQuest Dissertations Publishing, 2008.

40-Fox, Dina. "Internet ethics: An examination of information ethics as a

theory to address Internet ethical concerns", MAI 42/05M, Masters Abstracts International, United States, Carleton University (Canada), Ann Arbor, M.A., 2003.

41-Hameed, S. A. "**Effect of Internet Drawbacks on Moral and Social Values of users In Education**", Australian Journal of Basic and Applied Sciences, Vol. 5, No. 6, 2011,pp372- 380.

<http://www.behavior.net/JOB/Vln2/paradox.html>

42-Taylor Laura. "**Psychologists attitudes and ethical concerns regarding the use of social networking web sites** ", psy.D , united statsgeorge fox university,2009.

43-Wazir Zada Khan; Zahid, Mohammed."**Ethical Aspects of Internet of Things from Islamic Perspective**", United States, Ithaca, Cornell University Library, arXiv.org, Working Paper , Jun, 29, 2018.

(*)- أسماء السادة الأساتذة المحكمين لاستمارة الاستبيان وهم:-

- 1- أ.د/ محمود علم الدين أستاذ الصحافة بكلية الإعلام - جامعة القاهرة
- 2- أ.د/ محمد معوض إبراهيم أستاذ الإعلام بكلية الدراسات العليا للطفولة -جامعة عين شمس
- 3- أ.د/ جمال عبد الحى النجار أستاذ الإعلام بكلية الدراسات الإسلامية والعربية - جامعة الأزهر
- 4- أ.د/ عادل البنا أستاذ المناهج وطرق التدريس – كلية التربية جامعة كفر الشيخ
- 5- أ.د/ محمد المنوفى أستاذ أصول التربية – كلية التربية جامعة كفر الشيخ
- 6- د/ يوسف عبد الجيد مدرس المناهج وطرق التدريس – كلية التربية جامعة كفر الشيخ
- 7- د/ محمد الحفناوى مدرس الإعلام بكلية الآداب - جامعة كفر الشيخ
- 8- د/ محمد أبو العلا مدرس الإعلام بكلية الآداب - جامعة كفر الشيخ
- 9- د/ إيناس منصور شرف مدرس الصحافة بكلية التربية النوعية - جامعة كفر الشيخ