

## دور بعض وسائل الإعلام الجديدة في تشكيل اتجاهات المراهقين نحو الثقافة الإسلامية (١٧-١٨) سنة

محمد سيد كامل سيد

أ.د. اعتماد خلف معبد

أستاذ الإعلام بقسم الإعلام وثقافة الأطفال كلية الدراسات العليا للطفولة جامعة عين شمس

أ.د. جمال عبدالحى النجار

أستاذ الصحافة والإعلام بكلية الدراسات الإسلامية والعربية بنات جامعة الأزهر

## المخلص

أتاحت وسائل الإعلام الجديدة آفاقاً جديدة لغزارة ما تميزت به من تدفق إعلامي ومعلوماتي، ومما تساهم به تلك الوسائل من تأثير على الأفكار والتصورات. تعتبر وسائل الإعلام الجديدة أداة للمعرفة والتوجيه في مجال نشر الوعي بالثقافة الإسلامية بين المراهقين، لاسيما في ظل المتغيرات المتسارعة التي تشهدها المجتمعات الإسلامية، ووجود تيارات فكرية متنافضة، وظهور مظاهر هذه التيارات في وسائل الإعلام الدولية المختلفة.

تتلخص مشكلة الدراسة في السؤال التالي ما دور بعض وسائل الإعلام الجديدة في تشكيل اتجاه المراهقين نحو الثقافة الإسلامية؟

تسعى الدراسة إلى تحقيق هدف رئيس وهو التعرف على دور بعض وسائل الإعلام الجديدة في تشكيل اتجاهات المراهقين نحو الثقافة الإسلامية. وعدة أهداف ومنها: التعرف على مدى اهتمام ودرجة اعتماد المراهقين عينة الدراسة على بعض وسائل الإعلام الجديدة كمصدر للثقافة الإسلامية، والتعرف على مستوى التأثيرات المعرفية والسلوكية والوجدانية واتجاهات المراهقين عينة الدراسة نحو الثقافة الإسلامية من خلال استخدامهم لبعض وسائل الإعلام الجديدة. اعتمد الباحث على فروض مستمدة من نظرية الاعتماد.

تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية من حيث النوع وقد استخدم الباحث المنهج المسحي للوصول إلى الأهداف التي يسعى إلى تحقيقها، كما استخدم الباحث منهج العلاقات الارتباطية الذي يسعى من خلالها إلى كشف العلاقة بين متغيرات البحث.

اعتمدت الدراسة في تطبيق أهدافها والإجابة على تساؤلاتها على أداة جمع البيانات من خلال تطبيق استمارة استبيان على عينة عشوائية قوامها ٤٠٠ مفردة من جمهور المراهقين من الذكور والإناث ممن تتراوح أعمارهم بين ١٧ و ١٨ سنة الذين يمثلون مجتمع البحث.

**The role of some new media in shaping the trend of adolescents towards the means of Islamic culture.**

**Introduction:** The new media opened new horizons for the abundance of the media and information flow that characterized them, and the influence that these media contribute to the ideas and perceptions. The new media is considered a tool for knowledge and guidance in the field of spreading awareness of Islamic culture among adolescents, especially in light of the rapid changes. Which Islamic societies are witnessing, and the existence of contradictory intellectual currents, and the appearance of these currents in the various international media.

**Problem:** The study problem can be summed up: With the following question, what is the role of some new media in the direction of forming adolescents towards culture?, Obtaining the study sample on new media as a source of Islamic culture, Identifying the cognitive, behavioral and emotional forms and following an example of some of these models through their use of some new media, and Use the approach to reach the goals it seeks to achieve, which is the study that seeks to achieve the relationships between the research variables.

The study relied: on applying its objectives and answering the data collection tool by applying a questionnaire to a random sample of 400 individuals from the audience of adolescents from males and females from a group of ages between 17 and 18 years who represent the research community.

**Results:** The study concluded with a set of results, the most important of which are The percentage of respondents who use some new media (social media, Facebook and mobile) as a source of their knowledge of Islamic culture increased (always) by 49.3%, while we find 38.5% of them use it (sometimes) and finally we find that 12.3% of them use it (rarely).

**مشكلة الدراسة:**

تشكيل معارف واتجاهات وسلوكيات المراهقين تجاه الثقافة الإسلامية. بعض وسائل الإعلام الجديد New Media: هو "الإعلام الذي يضم مجموعة تكنولوجيا الاتصال التي تولدت من التزاوج بين الكمبيوتر والوسائل التقليدية للإعلام مثل الطباعة والتصوير الفوتوغرافي والصوت والفيديو". وهو إعلام ديناميكي تفاعلي يجمع بين النص والصوت والصورة أنه إعلام متعدد الوسائط حيث يستعين بالصورة والكلمة ومقاطع الفيديو في الوقت نفسه، حيث يتميز بالتفاعل بين المصدر والمتلقي فهو يتيح فرصة التعليق والنقد ليتحول المتلقي إلى ناشر يستطيع أن ينشر ما يريد.

المراهقين Adolescents: تتحدد مرحلة المراهقة في هذه الدراسة بالمرحلة العمرية التي تمتد من سن (١٧-١٨) سنة، والتي تمثل مرحلة المراهقة المتأخرة Late Adolescent من الذكور والإناث.

**الدراسات السابقة:**

١. استهدفت دراسة أحمد رفاعي (٢٠١٤) "العلاقة بين استخدام الشباب المصري لمواقع التواصل الاجتماعي واكتسابهم بعض الثقافة السياسية". ومن أهم نتائجها: إن الفيسبوك يأتي في مقدمة مواقع التواصل الاجتماعي بالإنترنت التي يعتمد عليها الشباب المصري في الحصول على المعلومات عن القضايا السياسية. ونسبة ٧٠% من أفراد العينة يثق في المعلومات المنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي بدرجة متوسطة، وأن نسبة ٢٥,٤% منهم يثق بدرجة كبيرة فيها، وأن نسبة ٤,٦% منهم لا يثق فيها. ارتفاع معدل اهتمام أفراد العينة (الشباب المصري).

٢. كما استهدفت دراسة Sadi Plant (2012) تأثير الهاتف المحمول على الحياة الفردية والاجتماعية وقد توصلت الدراسة إلى أن تكنولوجيا الهاتف المحمول قد غيرت الطريقة التي يقوم بها الأفراد من مواصلة أساليب حياتهم اليومية وشملت متضمنات متعددة للمجتمعات وللتقافات وغيرت طبيعة الاتصال وإقامة العلاقات وأثرت على الأنماط الاجتماعية والأنشطة الاقتصادية وأصبحت ذات مغزى وسلوك خاص بالنسبة إلى مفاهيم المستخدمين وعالمهم، وأكدت الدراسة وجود فروق إلى حد ما بين الذكور والإناث في طريقة استخدام الهاتف المحمول.

**الإجراءات المنهجية****نوع الدراسة ومنهجها:**

تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية، وتعتمد على استخدام منهج المسح الإعلامي الميداني.

**مجتمع وعينة الدراسة:**

يتحدد مجتمع الدراسة في جمهور المراهقين الملتحقين بالتعليم الحكومي والتعليم الأزهرى. وتم تطبيق الدراسة اليكترونيا على عينة عشوائية من المراهقين بلغت ٤٠٠ مبحوث وتم تقسيمهم بأسلوب التوزيع المتساوي، ممن تراوح أعمارهم بين (١٧-١٨) عاما، وقسمت كالتالي (٢٠٠ ذكور، ٢٠٠ إناث).

**أدوات الدراسة:**

اعتمدت الدراسة في تطبيق أهدافها والإجابة على تساؤلاتها على أداة جمع البيانات من خلال تطبيق استمارة استبيان على عينة من المبحوثين ٤٠٠ مفردة (ذكور وإناث) من جمهور المراهقين.

**أساليب المعالجة الإحصائية:**

استخدم الباحث بعض الأساليب الإحصائية التالية.

١. المتوسط الحسابي والانحراف المعياري.
٢. اختبار كلاً لجدول الاقتران Contingency- Tables Chi Square Test.
٣. معامل ارتباط بيرسون Pearson Correlation Coefficient.
٤. اختبار (ت) للمجموعات المستقلة Independent- Samples T- Test.

**نتائج الدراسة:**

٢١ مدى استخدام المبحوثين بعض وسائل الاعلام الجديدة (وسائل الاتصال

لقد أتاحت وسائل الإعلام الجديدة أفقا جديدة لغزارة ما تميزت به من تدفق إعلامي ومعلوماتي، وما تساهم به تلك الوسائل من تأثير على الأفكار والتصورات. حيث تعتبر وسائل الإعلام الجديدة أدوات للمعرفة والتوجيه، فيما يتعلق في مجال نشر الوعي بالثقافة الإسلامية في نفوس المراهقين، الذي يسعى لإشباع الحاجات المعرفية الدينية عن ثقافته الإسلامية، وهي من أهم الدوافع التي تجعل المراهقين يستخدمون وسائل الإعلام الجديدة حيث تعد بالنسبة لهم مصدرا هاما لمعلومات.

**أهداف الدراسة:**

١. التعرف على مدى اعتماد المراهقين عينة الدراسة على بعض وسائل الاعلام الجديدة كمصدر للثقافة الاسلامية.
٢. الكشف عن سليات بعض وسائل الاعلام الجديدة كمصدر للثقافة الاسلامية لدى المراهقين عينة الدراسة.
٣. التعرف على مستوى التأثيرات المعرفية والسلوكية والوجدانية واتجاهات المراهقين عينة الدراسة نحو الثقافة الاسلامية من خلال استخدامهم لبعض وسائل الاعلام الجديد.

**أهمية الدراسة:**

١. ارتباطها الوثيق بعقيدة الإنسان وخاصة المراهق وتتجلى أهميتها من أهمية الوعي بالثقافة الاسلامية عند الافراد والتي تنقلها بعض وسائل الاعلام الجديدة.
٢. تزايد أهمية وسائل الاعلام الجديدة لانتشارها في الآونة الأخيرة بشكل ملحوظ وسهولة استخدامه بكل ما تتميز به من إمكانيات وبالتالي لا يمكن إغفال دورها نظرا لارتفاع دوافع واسباب استخدامها.

**حدود الدراسة:**

- ٢ الحدود الموضوعية: تتمثل الحدود الموضوعية للدراسة في دور وسائل الاعلام الجديدة في تشكيل اتجاهات المراهقين عينة من المراهقين ممن تراوح اعمارهم (١٧-١٨) عاما من الذكور والإناث نحو الثقافة الإسلامية.
- ٢ الحدود الزمانية: يتمثل المجال الزمني لهذه الدراسة في الفترة الزمنية التي استغرقها الباحث في إعداد الأدوات وتطبيقها ميدانيا وتوزيعها وتجميعها.
- ٢ الحدود المكانية: والمقصود بها تطبيق الدراسة إلكترونيا على المراهقين عبر الفضاء الإلكتروني.

**الإطار النظري:**

تعتمد هذه الدراسة في إطارها النظري على نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام Media System Dependency، حيث تفترض النظرية قيام الفرد بالاعتماد على وسيلة الاتصال لإشباع احتياجاته من خلال الوسيلة، وكلما أدت الوسيلة دورا مهما في حياة الشخص زاد تأثيرها وأصبح دورها أكثر أهمية ومركزية وبذلك تنشأ علاقة بين درجة الاعتماد ومستوى تأثير الوسيلة ومركزيتها لدى الأشخاص. وبعد مدخل الاعتماد على وسائل الإعلام أحد المداخل التكميلية التي تربط بين العوامل النفسية والاجتماعية في إطار مرجعي اجتماعي وثقافي يفرض نفسه على طبيعة وسائل الاتصال وطبيعة تأثيرها على الجمهور.

**الإطار المفاهيمي للدراسة:**

ان من أهم أشكال وأدوات التقنيات الحديثة المؤثرة في ثقافة المراهق الإسلامية، وسائل الإعلام الجديدة (وسائل الاتصال الاجتماعي الفيسبوك واليوتيوب والهاتف)، وأصبحت اليوم هي المؤسسة الثقافية الأكثر فعالية من دون منازع، وإن فعالية هذا النظام الجديد لإنتاج الرموز والقيم وتوزيعها يكمن في المادة التي يشغل بها.

**مصطلحات الدراسة:**

٢ دور Role: ويقصد به الوظيفة أو الأداء الذي تقوم به وسيلة من وسائل الاعلام بالنسبة للجمهور في مجال معين (التعليم- الأخبار- الإرشاد والتوجيه وغيرها). ويعنى الدور إجرائيا في الدراسة الحالية هو: ما تساهم به بعض وسائل الاعلام الجديدة وسائل الاتصال الاجتماعي (فيسبوك ويوتيوب وتطبيقات المحمول) في

4<sup>th</sup> editon, (new York: Brown& Benchmark, 1995), p39- 40.

5. Paul Martin Lester, California state University. Retrieved from: <http://commfaculty.fullerton.edu>, p34, 9.30 pm.

الاجتماعى الفيسبوك والمحمول) كمصدر لمعرفتهم بالثقافة الاسلامية:

جدول (١) مدى استخدام المبحوثين بعض وسائل الاعلام الجديدة (وسائل الاتصال الاجتماعى الفيسبوك والمحمول) لمعرفتهم بالثقافة الاسلامية وفقا للنوع

النوع	ذكور		إناث		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
دائما	٥٠	٢٥,٠	١٤٧	٧٣,٥	١٩٧	٤٩,٣
أحيانا	١١٤	٥٧,٠	٤٠	٢٠,٠	١٥٤	٣٨,٥
نادرا	٣٦	١٨,٠	١٣	٦,٥	٤٩	١٢,٣
الإجمالي	٢٠٠	١٠٠,٠	٢٠٠	١٠٠,٠	٤٠٠	١٠٠,٠

قيمة كآ = ٩٤,١١٦ درجة الحرية = ٢ مستوى المعنوية = ٠,٠٠٠ الدلالة = ٠,٠٠١ معامل التوافق = ٠,٤٣٦

يتضح من الجدول السابق أن ٤٩,٣% من المبحوثين يستخدمون بعض وسائل الاعلام الجديدة (وسائل الاتصال الاجتماعى الفيسبوك والمحمول) كمصدر لمعرفتهم بالثقافة الاسلامية (دائما).

٢١ مدى اهتمام المبحوثين بالثقافة الاسلامية التى تقدمها وسائل الاعلام الجديدة:

جدول (٢) مدى اهتمام المبحوثين بالثقافة الاسلامية التى تقدمها وسائل الاعلام الجديدة وفقا للنوع

النوع	ذكور		إناث		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
مهتم بدرجة مرتفعة	٥٦	٢٨,٠	١٣٧	٦٨,٥	١٩٣	٤٨,٣
مهتم إلى حد ما	١١٥	٥٧,٥	٤٥	٢٢,٥	١٦٠	٤٠,٠
مهتم بدرجة منخفضة	٢٩	١٤,٥	١٨	٩,٠	٤٧	١١,٨
الإجمالي	٢٠٠	١٠٠,٠	٢٠٠	١٠٠,٠	٤٠٠	١٠٠,٠

قيمة كآ = ٦٧,١٩٤ درجة الحرية = ٢ مستوى المعنوية = ٠,٠٠٠ الدلالة = ٠,٠٠١ معامل التوافق = ٠,٣٧٩

يتضح من الجدول السابق: جاء (مهتم بدرجة مرتفعة) فى مقدمة مدى اهتمام المبحوثين بالثقافة الاسلامية التى تقدمها وسائل الاعلام الجديدة بنسبة بلغت ٤٨,٣%، ثم (مهتم إلى حد ما) فى المرتبة الثانية بنسبة بلغت ٤٠%، وأخيرا (مهتم بدرجة منخفضة) بنسبة ١١,٨%.

وبحساب قيمة كآ بلغت ٦٧,١٩٤ عند درجة حرية = ٢، وهى قيمة دالة إحصائيا. ويعنى ذلك وجود علاقة دالة إحصائيا بين نوع المبحوثين (ذكور، إناث) ومدى اهتمام المبحوثين بالثقافة الاسلامية التى تقدمها وسائل الاعلام الجديدة عند مستوى ثقة ٩٩,٩%.

#### الخلاصة:

- ارتفعت نسبة المبحوثين من الذكور والاناث عينة الدراسة الذين يستخدمون بعض وسائل الاعلام الجديدة (وسائل الاتصال الاجتماعى الفيسبوك والمحمول) كمصدر لمعرفتهم بالثقافة الاسلامية حيث جاءت (دائما) بنسبة ٤٩,٣% بينما نجد ٣٨,٥% منهم يستخدمونها (أحيانا) وأخيرا نجد أن ١٢,٣% منهم يستخدمها (نادرا).
- جاء (مهتم بدرجة مرتفعة) فى مقدمة مدى اهتمام المبحوثين بالثقافة الاسلامية التى تقدمها وسائل الاعلام الجديدة بنسبة بلغت ٤٨,٣%، ثم (مهتم إلى حد ما) فى المرتبة الثانية بنسبة بلغت ٤٠%، وأخيرا (مهتم بدرجة منخفضة) بنسبة ١١,٨%.

#### المراجع:

- أحمد محمد رفاعي. "العلاقة بين استخدام الشباب المصرى لمواقع التواصل الاجتماعى واكتسابهم بعض القيم السياسية" رسالة دكتوراه، جامعة عين شمس، معهد الدراسات العليا للطفولة قسم الإعلام وثقافة الأطفال (٢٠١٤).
- بلقزيز، عبدالله، النظام الإعلامى السمعى- البصرى الغربى والاختراق الثقافى فى إشكالية العلاقة الثقافية مع الغرب، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، ١٩٩٧، ص ٢٣٠.
- سامى عبدالرؤوف طابع "استخدام الإنترنت فى العالم العربى: دراسة ميدانية على عينة من الشباب العربى"، المجلة العلمية لبحوث رأى العام (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، العدد الرابع، أكتوبر- ديسمبر ٢٠٠٠).
- Black, Jay, Bryant, Jennings, "Introduction to mass communication",