

رؤية النخبة المصرية لتأثير الإعلام الجديد على منظومة القيم السائدة في المجتمع خلال ثورة 25 يناير

د. محمد جاد المولى حافظ *

مقدمة:

شهدت شبكة الإنترنت نموًا ملحوظًا في أوائل عقد التسعينيات من القرن الماضي، وتطورت شبكة الويب العالمية، وشكل الإعلام الجديد جزءًا من هذا النمو والتطور باعتباره إحدى نواتج تطبيقات الويب Web 2.0 Applications، الأمر الذي أفضى إلى إعادة تشكيل مسار العملية الاتصالية بإشراك الفرد العادي وجعله جزءًا منها، فأصبح منتجًا وناشرًا ومستهلكًا للمحتوى في الوقت نفسه، وقد أعطى ذلك التطور دفعة جديدة لجميع وسائل الإعلام بأشكالها كافة، حيث جعلت خصائص التفاعلية والفورية والمساحة غير المحدودة على هذه الشبكة منها وسيلة مثلى للنشر الإلكتروني وإنتاج المعلومات وتداولها، فضلاً عن الكلفة المنخفضة، وسهولة النفاذ عبر الحدود الجغرافية، وإمكانية توظيف عناصر الوسائط المتعددة كعناصر جاذبة للنشر على الوسيط الشبكي.

وفي هذا السياق، أثرت ثورات الربيع العربي بشكل كبير على رؤية المجتمع عامة والباحثين خاصة لأهمية الوسيط الشبكي في تشكيل وبناء منظومة القيم داخل المجتمعات العربية، فقد أفرز الإعلام الجديد قيمًا جديدة كانت الأساس في التغيير وحدث الثورات، فقيم التجمع والحشد والتعبئة والتطوع على الوسيط الشبكي أسهمت بشكل كبير في تنظيم صفوف المتظاهرين على أرض الواقع. وكان لتفاعل الفرد والأجهزة الحاسوبية، وتوظيفها ضمن منظور تكنو- اجتماعي دورًا مؤثرًا في الثورة على قيم الاستبداد والسلبية والخضوع عند أفراد المجتمع.

وتحظى دراسة القيم باهتمام كبيرة لدى الباحثين في العلوم الاجتماعية والإنسانية، بيد أنها تمثل إطارًا مرجعيًا يحكم تصرفات الفرد في مجتمعه، كما أن فهم الإنسان على حقيقته هو فهم للقيم التي تمسك بزمامه وتوجيهه⁽¹⁾. فهي تتغلغل في

* مدرس الصحافة بقسم الإعلام - كلية الآداب - جامعة بنها.

رؤية النخبة المصرية لتأثير الإعلام الجديد على منظومة القيم السائدة في المجتمع خلال ثورة 25 يناير

حياة الناس أفراداً وجماعات وترتبط عندهم بوجود الإنسان وبمعنى الحياة ذاتها⁽²⁾. وتمثل القيم أدوات الضبط الاجتماعي ومحركات السلوك لأفراد المجتمع، فإذا حققت الاستقرار والتوازن في المجتمعات البشرية انعكس على توازن المجتمع وأفراده، وإذا انتابها الخلل وشعور الأفراد بفقدان التوازن وعدم الثقة فقد النظام الاجتماعي قدرته على البقاء⁽³⁾.

ويمثل إعلاء قيم التجمع والمشاركة والتفاعل على الوسيط الشبكي منظومة القيم الرقمية الناتجة من تفاعل الإنسان والوسيط الإلكتروني، وهي منظومة-قيمة مضادة- رافضة لمنظومة القيم التقليدية السائدة داخل المجتمع المصري، لاسيما وأن حراك الشباب المصري خلال ثورة 25 يناير وما بعدها أظهر قدرة الإعلام الجديد على التأثير في تغيير ملامح المجتمع وقيمه الأساسية، واستحضار قيم غائبة وإضافة قيم جديد في الحياة السياسية والاقتصادية والاجتماعية.

الأطر النظرية المفسرة لتأثير الإعلام الجديد على منظومة القيم المصرية:

1- نظرية الحتمية التكنولوجية Technological Determinism:

تطلق الحتمية التكنولوجية من قناعة بأن قوة التكنولوجيا هي وحدها المالكة لقوة التغيير في الواقع الاجتماعي. والنظرة التفاؤلية للتكنولوجيا تهل لهذا التغيير، وتراه رمزاً لتقدم البشرية، وعاملاً لتجاوز إخفاقاتها في مجال الاتصال الديمقراطي. أما النظرة التشاؤمية فتري التكنولوجيا وسيلة للهيمنة على الشعوب المستضعفة، والسيطرة على الفرد وتغيير قيمه الأصيلة، فتقتحم حياته الشخصية وتفكك علاقاته الاجتماعية⁽⁴⁾.

وتركز نظرية الحتمية التكنولوجية على تكنولوجيا الإعلام باعتباره جزءاً أساسياً من المجتمع البشري وعاملاً يتخطى السيطرة البشرية، ووفق هذه النظرية فإن الاختراعات التكنولوجية الجديدة التي يتم اكتشافها تشكل العلاقة بين السبب والتأثير مع المجتمع، فهي المحرك الرئيس في التغيير الاجتماعي والتاريخي. كما أن التطورات التكنولوجية في مجال الإعلام تؤثر إلى حد كبير في تهيئة الظروف من أجل التقدم والتغيير الاجتماعي، بيد أنها أحد المحددات التي تلعب دوراً بارزاً في تغيير المجتمع على المستويات الاجتماعية والفردية، كما أنها توفر حلولاً للفرد وتخلق احتياجات أخرى⁽⁵⁾.

وتفترض هذه النظرية أن كل تغيير قيمي واجتماعي يعزى إلى قوة الآلة التكنولوجية، وهو ما أكد عليه مؤسس هذه النظرية مارشال ماكلوهان Marshal Macluhan في مقولته الشهيرة "الوسيلة هي الرسالة" في ستينيات القرن الماضي، بيد أن محتوى الوسائل شيء عرضي، وأن الأهم هو الوسيلة في حد ذاتها، والتي تفرض على المجتمع نمطاً خاصاً من القيم وطرق التفكير والاتصال بين الأفراد بهدف تغيير المجتمع.

وسوف يوظف الباحث هذه النظرية بالاعتماد على المتغير الرئيسي لها وهو الوسيلة: "الإعلام الجديد" من خلال اختبار طبيعته الفريدة ووسائله المتعددة التي تتولد منها القيم الجديدة، بالإضافة إلى رصد تأثيره على القيم السائدة في المجتمع خلال ثورة 25 يناير، بيد أن تطور وتغير القيم وطرق التفكير والسلوكيات مرده إلى تطور تكنولوجيا الاتصال والإعلام وحمية التحول لها.

2- نظرية الشبكة Network Theory:

يمكن القول إن كتاب مانويل كاستلز "الاقتصاد والمجتمع والثقافة"، والذي خرج في ثلاثة أجزاء "صعود المجتمع الشبكي"⁽⁶⁾ و"قوة الهوية"⁽⁷⁾ و"نهاية الألفية"⁽⁸⁾ يعتبر من أهم الكتب على المستوى النظري فيما يتعلق بالتفسير السوسيولوجي لعصر المعلومات الإلكترونية من الناحية السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية.

وفي هذا الإطار، يبرز الأساس الذي تقوم عليه عملية تحليل الشبكة في فحص العلاقات بين الأفراد، واللقاء الضوء على الروابط والتفاعلات بين عدد محدد من العناصر أو الممثلين⁽⁹⁾. وعلى الرغم من أنه لا يمكن إنكار صحة القول بأن الثورات تحدث بغض النظر عن وجود شبكة إنترنت، فإن تكنولوجيا الاتصال وارتباطها بالمجتمع تعد عاملاً مؤثراً في حدوثها، فالتكنولوجيا هي المجتمع، ولا يمكن أن يدرك المجتمع أو يمثل بدون أدواته التكنولوجية⁽¹⁰⁾. ويهدف الباحث من خلال تلك النظرية إلى التعرف على أبرز وسائل الإعلام الجديد تأثيراً على منظومة القيم المصرية خلال ثورة 25 يناير، وتحديد أبرز الآليات التي وظفها المصريون في التفاعل والتواصل على المستوى الأفقي والحشد والتعبئة على الوسيط الشبكي، حيث تتبادل المعلومات وتتداول الأفكار وتنتشر الدعوات إلى المشاركة في قضية مركزية تمثلت في ثورة 25 يناير.

3- مدخل الإعلام الجديد:

يرى جون بافلوك Pavlik أن المشهد الخاص بتكنولوجيا الإعلام الجديد يتغير مثل سرعة تطور التكنولوجيا، التي تحدث تغييرًا راديكاليًا في كل ما يتعلق بالطريقة التي نتواصل بها والأشخاص الذين نتواصل معهم، كما أنها تغير جميع أوجه الحياة التي نعيشها من بناء العلاقات الشخصية إلى خلق قيم اجتماعية واستحضار قيم أخرى جديدة⁽¹¹⁾. وفي سياق هذا المدخل يحاول الباحث رصد دور الإعلام الجديد في إحداث التغيير في مصر من خلال رصد القيم الرقمية المؤثرة على منظومة القيم المصرية السائدة خلال ثورة 25 يناير، وتحديد أهم الآليات التي اعتمد عليها الأفراد في تحقيق ذلك.

- الدراسات السابقة:

أولاً: الدراسات التي تناولت تأثير الإعلام التقليدي السائد على منظومة القيم:

سعى كثير من الباحثين لاستكشاف التأثيرات الإيجابية والسلبية لوسائل الإعلام التقليدية على منظومة القيم في المجتمع، ومن هذه الدراسات دراسة غادة اليماني (1995) عن أثر الانفتاح الاقتصادي على النسق القيمي، حيث عمدت الدراسة إلى استخدام تحليل المضمون للحوادث المنشورة بجريدة أخبار الحوادث وثلاثة مسلسلات تليفزيونية للوقوف على مدى التغيير الذي أصاب قيم المجتمع، وخلصت الدراسة إلى اختلال القيم الإيجابية في المجتمع، وظهور قيم سلبية أبرزها قيم الفساد الأخلاقي وغياب الشرف والفضيلة والتفكك الأسري، كما توصلت الدراسة إلى تنوع صور الفساد وألوان التدهور في المجتمع المصري نتيجة لسيطرة المنطق المادي على تفكير الانفتاح، وزيادة معدلات جرائم الرشوة والنصب والسرقه والقتل والمخدرات⁽¹²⁾.

وفي دراسة صباح محمد حسن (1996) حول "القيم التربوية المتضمنة في برامج الأطفال في سن التعليم الابتدائي، توصلت الدراسة إلى عدد من النتائج منها: إخفاق برامج الأطفال في تقديم القيم بشكل متوازن، حيث تتكرر كثير من القيم في العديد من برامج الأطفال، وغياب العديد من القيم اللازمة في تربية الأطفال⁽¹³⁾.

واهتمت دراسة محمد رضا (2003) برصد القيم والسلوكيات التي يعكسها الإنتاج المصري من الرسوم المتحركة الموجهة للأطفال، وقد اعتمد الباحث على

منهج المسح بالعينة، وأشارت نتائج هذه الدراسة إلى أن القيم الاجتماعية جاء في الترتيب الأول بنسبة 38.6% من إجمالي القيم في المسلسلات الكرتونية، ثم القيم الاقتصادية بنسبة 14.6%، تلا ذلك القيم السياسية بنسبة 10%، ثم القيم الجمالية بنسبة 7.6%⁽¹⁴⁾.

وفي دراسة عزة الكحكي (2004) عن القنوات الفضائية وانعكاسها على الهوية وأزمة القيم لدى عينة من الشباب العربي، سعت الدراسة إلى التعرف على دور القنوات الفضائية في التأثير على الهوية وأزمة القيم لدى الشباب العربي، واعتمدت الدراسة على نظرية الامبريالية الثقافية ومدخل الاتصال عبر الثقافي، وطبقت الدراسة مقياسي الهوية وأزمة القيم على عينة عمدية قوامها (200) مفردة من الشباب العربي، وأظهرت نتائج الدراسة ارتفاع معدل تشتت الهوية بين عينة الشباب العربي بنسبة (49.5%) وانخفاض معدل الإنجاز ليصل إلى (11%) من إجمالي عينة البحث، وفيما يتعلق بأزمة القيم فقد خلصت النتائج إلى أن (60%) من العينة يعانون من أزمة القيم⁽¹⁵⁾.

وقدم أشرف جلال (2004) دراسته حول "الهوية العربية كما تعكسها أغاني الفيديو كليب وانعكاساتها على قيم الشباب"، وهدفت الدراسة إلى البحث عن أفضل الوسائل والسبل والتفعيل لدور الأغنية العربية في التعبير عن الهوية العربية من خلال ما تقدمه من أفكار وقيم ومضامين، واعتمدت الدراسة على مدخل التعلم الاجتماعي، ومنهج المسح لعينة من الشباب المصري قوامها "300" مفردة، وأسفرت نتائج الدراسة عن وجود علاقة ارتباطية إيجابية بين معدل إذاعة الأغاني وطبيعة القيم الواردة بها، فقد ازداد معدل عرض الأغاني التي تروج للقيم السلبية⁽¹⁶⁾.

واتجهت دراسة صابر سليمان عسران (2004) إلى تناول القيم التي تعكسها أفلام ومسلسلات الكرتون (الرسوم المتحركة) في قناة Space Toon، وعلاقتها بالهوية العربية الإسلامية، واعتمدت الدراسة على منهج المسح بالعينة وأداة تحليل المضمون لجمع البيانات بالتطبيق على عينة من أفلام ومسلسلات الكرتون بالقناة، وأظهرت نتائج الدراسة زيادة نسبة قيمة التحلي، حيث جاءت قيم التحلي الأخلاقية في الترتيب الأول بنسبة 44.33%، يليها قيم التحلي العلمية بنسبة 15.8%⁽¹⁷⁾.

وفيما يتعلق بتأثيرات العولمة على قيم المجتمع، طرحت دراسة عواطف عبد الرحمن (2009) حول "الإعلام والقيم الأسرية في عصر العولمة"، سؤالاً حول مدى قيام الإعلام العربي بدور إيجابي في الحفاظ على الثوابت الإيجابية في منظومة القيم الأسرية؟، وخلصت إلى أن الإعلام العربي يروج لمنظومة القيم الاستهلاكية لصالح السوق العالمية والأسواق المحلية على حساب التراث القيمي والثقافي للأسرة العربية (18).

وفي هذا الإطار تناولت دراسة أمل أبو الخير (2014) دور مجلات الأطفال في تنمية القدوة لدى الأطفال، واستهدفت الدراسة الكشف عن نماذج القدوة التي تقدم للأطفال من سن (12-15) سنة في مجلة أبطال اليوم، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي لـ (12) عدد من المجلة، وكشفت نتائج الدراسة إلى أن مجلة أبطال اليوم تقدم موضوعات تحتوي على قيم وأنماط سلوكية إيجابية وسلبية، واختلفت القدوة لدى الأطفال باختلاف تعرضهم لقراءة المجلات المختلفة (19).

ثانياً: الدراسات التي تناولت تأثير شبكة الإنترنت والإعلام الجديد على منظومة القيم:

ومن تلك البحوث والدراسات، دراسة محمد عبد الله المنشاوي (2003) عن "جرائم الإنترنت في المجتمع السعودي"، وهدفت الدراسة إلى الكشف عن حجم ونمط أكثر الجرائم الجنسية والممارسات غير الأخلاقية، واستخدمت الدراسة منهج المسح الاجتماعي، كما استخدم الاستبيان كأداة لجمع المعلومات، وتوصلت الدراسة إلى أن أكثر من نصف أفراد العينة يرتادون المواقع الجنسية، ويطلبون مواد إباحية منها، وأن نسبة منهم قامت بالتشهير بالآخرين وانتحال شخصيات الآخرين أثناء التصفح (20).

وكان للنتائج التي كشفت عنها دراسة (Cantijoch, Marta, 2008) حول: "التعرض للمعلومات السياسية في وسائل الإعلام القديمة والجديدة وتأثيرهما على المشاركة السياسية للأفراد" دلالات مهمة أبرزها: تأثير التعرض للمعلومات السياسية في وسائل الإعلام التقليدية والجديدة على الأبعاد المختلفة لقيم المشاركة السياسية للأفراد Political Participation (21).

وفي الإطار نفسه، اتجهت دراسة أشرف جلال حسن (2009) حول "أثر التقنيات الاتصالية الحديثة (المواقع-المدونات-الفضائيات) علي العلاقات

الاجتماعية والاتصالية للأسرة المصرية والقطرية"، وسعت الدراسة إلى التعرف على حدود التأثير الذي أحدثته وسائل الإعلام الحديثة علي طبيعة العلاقات الاجتماعية داخل الأسرة. وتمثلت أهم النتائج: في أنه ثمة إقبالاً كبيراً من جانب الشباب على المواقع الاجتماعية بشبكة الإنترنت، واحتل الفيس بوك ويوتيوب وماي سبيس مواقع الصدارة كشبكات اجتماعية مفضلة لأفراد العينة الذين يعتبرون أن أصدقائهم المرجع الأول لهم في حالة حدوث مشكلة لهم⁽²²⁾.

وعُنت دراسة علي ليلة (2009) برصد دور الإعلام في تكنولوجيا المعلومات في تهتك النسيج الأسري رصدا لتحرك التفاعل من المركز إلى الهامش"، حيث خلصت الدراسة إلى تهتك النسيج الأسري بفعل التأثير السلبي لأداء الإعلام وتكنولوجيا المعلومات في مجتمعاتنا القومية، وتآكل منظومات القيم والمعاني الموجهة للتفاعل الأسري والمعنوي للأسرة⁽²³⁾.

وتناولت دراسة محمد سعد الدين (2009) "دور شبكة الإنترنت في إكساب الشباب بعض السلوكيات السلبية التي تتعارض مع القيم الأسرية: دراسة تحليلية وميدانية": وسعت الدراسة لتحليل المواقع التي يتعرض لها الشباب على شبكة الإنترنت، وكشفت النتائج عن دور المواقع الإلكترونية في اكتساب الشباب بعض القيم الاستهلاكية، وإضعاف التفاعل الاجتماعي والعزلة عن بقية أفراد الأسرة والبعد عن القيم الأسرية⁽²⁴⁾.

وقدمت دراسة (Khamis and Vaughn,2011) حول "النشاط الإلكتروني في الثورة المصرية": رؤية علمية لكيفية توظيف وسائل الإعلام الجديدة لتعزيز قيم المشاركة الشعبية من خلال دعم قدرات النشاط عبر المنتديات وفضاءات التعبير الحر، وخلصت نتائج الدراسة إلى دور وسائل التواصل الاجتماعي في تمكين نشاط الإنترنت من تبادل الأفكار مع الآخرين على مستوى العالم، مما أتاح فرصة التعاون بين نشطاء في مصر وتونس، وكذلك بين المتظاهرين في مصر والمغتربين من مواطنيها في الخارج والنشطاء والمدافعين عن حقوق الإنسان في بلدان أخرى⁽²⁵⁾.

كما تناولت دراسة شريف درويش اللبان (2011) "ثورة الفيس بوك وآليات استخدام الشبكات الاجتماعية في ثورة 25 يناير"، ودور موقع التواصل الاجتماعي الفيس بوك في ثورة 25 يناير، وتوصلت النتائج إلى استخدام الشبكات الاجتماعية

رؤية النخبة المصرية لتأثير الإعلام الجديد على منظومة القيم السائدة في المجتمع خلال ثورة 25 يناير

كآلية لحشد الجماهير ودعوتهم إلى المشاركة في ثورة 25 يناير، واستقادت الحركات والجماعات التي دعت إلى ذلك من خبرات سابقة، من أهمها الدعوة الي إضراب السادس من أبريل 2008⁽²⁶⁾.

وفي السياق نفسه، رصدت دراسة (Storck Madeline, 2011) "دور وسائل الإعلام الاجتماعي في التعبئة السياسية خلال ثورة 25 يناير 2011"، وتحديد مدى استخدم النشطاء المصريين لشبكات التواصل الاجتماعي كآلية للتعبئة والتعبئة السياسية خلال ثورة 25 يناير 2011، وخلصت الدراسة إلى أهمية الإعلام الاجتماعي وقدرته على تلبية متطلبات العمل الجماعي Collection Action⁽²⁷⁾.

دراسة ممدوح عبدالواحد محمد (2012) حول: "شبكات التواصل الاجتماعي والتحويلات السياسية في المجتمع المصري: واستهدفت الدراسة دراسة وتحليل دور شبكات التواصل الاجتماعي في التحويلات السياسية التي شهدها المجتمع المصري من خلال القيام بدراسة ميدانية على عينة من الشباب الجامعي لمعرفة رؤيتها لدور شبكات التواصل الاجتماعي في التحويلات السياسية التي شهدها المجتمع المصري في السنوات الأخيرة، واستعانت الدراسة بالأسلوب الوصفي التحليلي لوصف وتحليل رؤية أفراد العينة اتجاه مشكلة الدراسة. وطبقت الدراسة على عينة قوامها 300 مفردة من الشباب بجامعة كفر الشيخ، وخلصت الدراسة إلى عدد من النتائج أهمها: أسهمت شبكات التواصل الاجتماعي بدور رئيس في التحويلات السياسية التي شهدها المجتمع المصري في السنوات الأخيرة، حيث أتاحت فضاءً للتعبير عن الحركات الاجتماعية الجديدة مثل حركة شباب 6 أبريل، وحركة كفاية، وجاء الدور الأبرز لشبكات التواصل الاجتماعي في التحويلات السياسية في مساهمتها في قيام ونجاح ثورة 25 يناير⁽²⁸⁾.

على صعيد آخر اهتمت دراسة محمد جادالمولى (2012) عن "تأثير الإعلام البديل على تداول المعلومات في مصر: دراسة تحليلية ميدانية، برصد دور الإعلام البديل في تداول المعلومات خلال ثورة 25 يناير، والتعرف على رؤية نشطاء الإنترنت والصحفيين لأبعاد تأثير الإعلام البديل على عملية تداول المعلومات خلال ثورة 25 يناير، ومن أبرز نتائجها قيام الإعلام البديل بدور مهم في تمهيد الطريق لثورة 25 يناير ونشر وتداول أحداثها، وعدم قدرة النظام المصري وحكومته على

السيطرة على تدفق المعلومات عبر مواقع التواصل الاجتماعي، واستخدام مواقع التواصل الاجتماعي لخلق اهتمام دولي بالثورة⁽²⁹⁾.

واهتمت دراسة "بشرى جميل الراوي (2012) عن "دور مواقع التواصل الاجتماعي في التغيير/ مدخل نظري": بالتعرف على دور وسائل التواصل الاجتماعي في انتفاضات الشعوب العربية، وتأثيراتها عليها سياسياً واجتماعياً، وخلصت الدراسة إلى دور الشبكات في إفرار قيم جديدة، أهمها قبول الآخر في تنوعه واختلافه وتباينه، وأن شبكات التواصل الاجتماعي لا تمثل العامل الأساسي للتغيير في المجتمع، لكنها أصبحت عاملاً مهماً في تهيئة متطلبات التغيير عن طريق تكوين الوعي، بيد أنها فضاءات مفتوحة للتمرد والثورة بداية من التمرد على الخجل والانطواء وانتهاءً بالثورة على الأنظمة السياسيّة⁽³⁰⁾.

ويتفق الطرح السابق مع ما توصلت إليه دراسة رباب رأفت الجمال (2013) عن "أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على تشكيل النسق القيمي الأخلاقي للشباب السعودي، حيث أظهرت نتائج الدراسة أن 86.3% من أفراد العينة أكدوا إلى أن شبكات التواصل الاجتماعي خلقت مجالاً عاماً أحدث تأثيراً على النسق القيمي الأخلاقي⁽³¹⁾.

وتناولت دراسة فهد الطيار (2014) "شبكات التواصل الاجتماعي وأثرها على القيم لدى طلاب الجامعة (تويتير نموذجاً)": وسعت هذه الدراسة إلى بيان أثر شبكات التواصل الاجتماعي على القيم لدى طلاب الجامعة من خلال التعرف على الآثار السلبية والإيجابية المترتبة على استخدام طلاب الجامعة لشبكات التواصل الاجتماعي، بالإضافة إلى توضيح أثر شبكات التواصل الاجتماعي في تغيير القيم الاجتماعية لدى طلاب الجامعة. واستخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي، وتكونت عينة الدراسة من طلاب جامعة الملك سعود بالرياض وبلغت نسبتهم (2274) طالباً. وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج من أهمها: أن أهم الآثار السلبية لشبكات التواصل تمثلت في: التمكن من إجراء علاقات غير شرعية مع الجنس الآخر، الإهمال في الشعائر الدينية، وأن أهم الآثار الإيجابية تمثلت في: الاطلاع على أخبار البلد الذي نعيش فيه، تعلم أمور جديدة من خلال شبكات التواصل الاجتماعي، التعبير بحرية عن الرأي، التمكين من تخطي حاجز الخجل، وأن أهم

رؤية النخبة المصرية لتأثير الإعلام الجديد على منظومة القيم السائدة في المجتمع خلال ثورة 25 يناير

مظاهر تغيير القيم نتيجة شبكات التواصل ظهر في: تعزيز استخدام الطالب لشبكات التواصل الاجتماعي، القدرة على مخاطبة الجنس الآخر بجرأة⁽³²⁾.

ثالثاً: الدراسات التي اهتمت بعلاقة النخبة بالإعلام الجديد:

اهتمت الدراسات العربية أو الأجنبية بقياس علاقة النخبة واستخدامها للإعلام الجديد، وتناولت الدراسات القليلة في هذا الصدد علاقة النخبة بالإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي، واعتمدت تلك الدراسات كذلك على نظرية الاستخدامات والإشباع والاعتماد على وسائل الإعلام، واتجهت تلك الدراسات إلى الأسلوب الكمي في جمع البيانات، وتفسير النتائج، ومن هذه الدراسات:

دراسة السيد بخيت (2000) التي عُنيت بالتعرف على دوافع استخدام أساتذة الجامعات المصرية للإنترنت، بالتطبيق على عينة مكونة من (60) مبحوثاً من أساتذة الجامعات المصرية، وكشفت نتائج الدراسة عن أن دوافع تعرض المبحوثين لشبكة الإنترنت تتمثل في: استخدام البريد الإلكتروني لإنجاز العمل، استقاء الأخبار الجديدة، والبحث عن مصادر جديدة للمعلومات⁽³³⁾.

ومن تلك البحوث كذلك، الدراسة المسحية لـ Peter G Mwesig (2004)، التي قامت بمسح مستخدمي مقاهي الإنترنت في أوغندا، وقد تم تطبيق الدراسة على 6 مقاهي إنترنت في يوليو 2001، وهم Cyber world, cyber click, Globe net, Prime web city, and web nation. وقد استخدمت الدراسة أداة الاستبيان بالتطبيق على 280 من مستخدمي مقاهي الإنترنت، وخلصت نتائجها إلى أنه من حيث النوع احتل الرجال 60% من إجمالي العينة، كما اقتصر استخدام الإنترنت على النخبة من قراء الصحف من أجل الحصول على المعلومات الجديدة واستخدام البريد الإلكتروني⁽³⁴⁾.

وفي دراسة رضا عبد الواحد أمين (2005)⁽³⁵⁾ حول استخدامات النخبة المصرية للصحافة الإلكترونية، وتأثيرها على علاقتهم بالصحف الورقية، سعت الدراسة لقياس درجة تعرض النخبة المصرية للصحافة الإلكترونية، وكذلك التعرف على مدى تفضيل المبحوثين للصحف المصرية والعربية، ودوافع استخدامهم للصحف الإلكترونية، وأجريت الدراسة على عينة مكونة من (400) مبحوث من النخبة

رؤية النخبة المصرية لتأثير الإعلام الجديد على منظومة القيم السائدة في المجتمع خلال ثورة 25 يناير

المصرية، وتوصلت نتائج الدراسة إلى كثافة تعرض المبحوثين لشبكة الإنترنت بشكل عام، وأن الصحف الإلكترونية أصبحت بديلاً عن الصحف الورقية، وأن الصحف الإلكترونية المصرية جاءت أكثر تفضيلاً لدى النخبة عن الصحف الإلكترونية العربية والإنجليزية، كما أبرزت النتائج أن الدوافع المنفعية جاءت في مقدمة دوافع النخبة من التعرض للصحف الإلكترونية والتي تمثلت في: الاستفادة في مجال العمل، التعرف على الأخبار المحلية والدولية، ثم التسلية والترفيه، وتمثلت الإشباعات المتحققة من التعرض للصحف الإلكترونية في: معرفة الأخبار، التعرف على خلفيات الأحداث، وعن مستقبل الصحافة يرى النخبة أن الصحافة الإلكترونية ستكون عاملاً مساعداً لتطوير الصحف الورقية ذاتها.

وفي الإطار ذاته، رصد محمد خلوف (2006) استخدام الصفوة الفلسطينية للصحف الإلكترونية، والتي سعت للتعرف على دوافع تعرض الصفوة الفلسطينية للصحف الإلكترونية، ومعرفة الإشباعات المتحققة، وأجريت الدراسة على عينة مكونة من (150) مبحوثاً من الصفوة الفلسطينية، وطبقت الدراسة نظرية الاستخدامات والإشباعات، وتوصلت النتائج إلى أن معظم المبحوثين يفضلون استخدام الصحف الإلكترونية لعدة أسباب منها: تميزها بالتحديث المستمر، الفورية في نشر الأخبار والأحداث، وتميزها بالعمق في التحليلات الإخبارية⁽³⁶⁾.

ويتفق مع الطرح السابق، دراسة Chung D. S, et al (2007) والتي عنيت بالتعرف على استخدامات الصحفيين للمدونات الإلكترونية في العمل الصحفي و باعتبارها مصدرًا من مصادر المعلومات والأخبار لهم، وخلص الباحثون إلى جملة من النتائج والدلالات أهمها: تمثل المدونات مصدرًا مهمًا لتقارير وسائل الإعلام الكبرى، حيث يستخدم الصحفيون على شبكة الويب المدونات في عملية إعادة البحث عن المعلومات المتعلقة بالقضايا المهمة، إلى جانب إجراء اتصال فعال مع هذه المدونات، كما يستخدم الصحفيون المدونات بصفة مستمرة كوسيلة إيجابية، حيث تُعد المدونات أداة فعّالة للأفراد الذين يعملون في مواقع قيادية تتطلب منهم المراقبة المستمرة لجميع القضايا والاتجاهات في المجتمع الذي يعيشون فيه⁽³⁷⁾.

وفي هذا السياق، تناولت دراسة Kanakara Navasartian (2008) توظيف وسائل الإعلام الجديدة في الحملات الانتخابية الرئاسية الأمريكية 2008،

رؤية النخبة المصرية لتأثير الإعلام الجديد على منظومة القيم السائدة في المجتمع خلال ثورة 25 يناير

واستهدفت الدراسة تحليل استخدام أربعة من المرشحين للانتخابات الرئاسية لوسائل الإعلام الجديدة في حملاتهم الانتخابية وهم جون ماكين John McCain وهيلاري كلينتون Hillary Clinton وباراك أوباما Barack Obama ورون بول Ron Paul كأدوات للتواصل الإلكتروني مع جمهور الناخبين، وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن الاتصال الإلكتروني مع الناخبين قدم كمًا كبيرًا من المعلومات، والتي تم تداولها بشكل سريع على شبكة الإنترنت، مما أفضى إلى ظهور المرشح أوباما وبرنامجه الانتخابي بشكل أكثر وضوحًا لهم، ويعزى ذلك إلى التخطيط الجيد الذي قام به فريق حملته الانتخابية عبر نشر برنامجه الانتخابي على وسائل الاتصال الإلكتروني بما فيها الشبكات الاجتماعية للتعرف على الجوانب الأخرى من شخصية أوباما⁽³⁸⁾.

وتوصلت دراسة أجراها مجموعة من الباحثين Behçet Oral et al (2008) بالتطبيق على عينة من الأساتذة في كلية Ziya Gokalp Education في جامعة Dicle خلال عامي 2005-2006 بالتطبيق على 440 أستاذًا جامعيًا باستخدام مقياس ليكرت لقياس الاتجاهات نحو استخدام شبكة الإنترنت، وخلصت نتائج الدراسة إلى وجود ارتباط إيجابي بين استخدام شبكة الإنترنت في التعليم وثقة الباحثين في آليات البحث والتعليم التي توفرها الشبكة⁽³⁹⁾.

وفيما يتعلق بقوة المدونات السياسية، تناولت دراسة Drsezner & Farrell (2008) التأثير القوي للمدونات الإلكترونية في البيئة السياسية، وبالأخص لدى الصحفيين والنخب السياسية، وقد توصلت الدراسة إلى قوة المدونات الإلكترونية في تعزيز قيم المشاركة السياسية، وحرية الرأي والتعبير، فضلاً عن مميزاتها ذات الصلة بالإمكانيات التقنية التي تحيل الزائرين لمواقع ومدونات تتفق معها في التوجه الفكري والطرح الإعلامي⁽⁴⁰⁾.

وفي الدراسة التي أجريت بعنوان: مقروئية الصحف الإلكترونية لدى أعضاء الهيئة التدريسية بجامعة اليرموك رصد الباحثان حاتم العلوانة وعلى نجادات (2009) دوافع تعرض النخبة الأكاديمية للصحف الإلكترونية، والإشباع المتحققة، وأجريت الدراسة على عينة مكونة من (168) مبحوثًا من أساتذة جامعة اليرموك بالأردن، وكغيرها من الدراسات السابقة اعتمدت في إطارها النظري على نظرية الاستخدامات والإشباع. وتوصلت نتائج الدراسة إلى ارتفاع نسبة تعرض النخبة

الأكاديمية للصحف الإلكترونية، كما أشارت الدراسة إلى وجود علاقة بين استخدام المبحوثين للصحف الإلكترونية، ومدى ثقتهم فيما تنشره الصحف الإلكترونية من موضوعات وأحداث⁽⁴¹⁾.

وقدم الباحثان Jason & Kaitlin (2010) رصدًا لأسباب استخدام العلماء لموقع التويتر، وأجريت الدراسة على (28) مبحثًا من أساتذة الاجتماع والعلوم الإنسانية، وهي دراسة كيفية اعتمدت على أسلوب المقابلة المتعمقة في جمع البيانات من خلال موقع التويتر ولمدة (40) دقيقة لكل مبحث، فضلاً عن تحليل محتوى (100) رسالة من كل مبحث عبر التويتر، للتعرف على طبيعة المضمون الذي يتم إرساله من خلال التويتر لدى المبحوثين مع بعضهم. وتوصلت نتائج الدراسة إلى تفضيل المبحوثين استخدام التويتر أكثر من وسائل الإعلام التقليدية لعدة أسباب منها: السرعة في الحصول على المعلومات، التواصل مع الأصدقاء، وإمكانية التأكد من مصداقية المعلومات، ولاحتماء التويتر على موضوعات مهمة⁽⁴²⁾.

في الإطار ذاته، تناولت دراسة Feng & Nathan (2010) استخدام المحادثات من خلال التويتر، بالتطبيق على أعضاء اللجنة التشريعية بالكونجرس الأمريكي مجلس النواب، وطرحت الدراسة عدة تساؤلات من أهمها: هل يستخدم النخبة السياسية التويتر؟ وما دوافع استخدامهم للتويتر؟ وهل يستخدم النخبة السياسية التويتر للوصول إلى الناخبين؟ وهل يعتمد السياسيون على التويتر لإجراء مناقشات تتعلق بالموضوعات المثارة داخل الكونجرس الأمريكي؟ وأجريت الدراسة على عينة مكونة من (111) مبحثًا من أعضاء الكونجرس، مجلس النواب، وأبرزت نتائج الدراسة أن المبحوثين يستخدمون التويتر لعدة أسباب منها: الحصول على الدعم السياسي، والوصول لأكبر عدد ممكن من المؤيدين للحزب والناخبين، وعرض البرنامج الانتخابي للحزب الذي ينتمون إليه⁽⁴³⁾.

- التعليق على الدراسات السابقة:

استفادت الدراسة الحالية من مسح التراث العلمي المتاح حول علاقة وسائل الإعلام التقليدية والجديدة بمنظومة القيم في المجتمع، ويمكن رصد أهم الملاحظات على النحو التالي:

1- دأبت كثير من الدراسات السابقة على دراسة تأثير الفضائيات على هوية وقيم الشباب المصري، ورصد أوجه أزمة القيم لديه، وتتبع أثر العولمة على قيم الأسرة المصرية، ودراسة الآثار السلبية لشبكة الإنترنت على الشباب المصري والعربي، ورصد أهم القيم الإيجابية والسلبية التي أفرزتها هذه الشبكة ووسائلها الإعلامية، وأثرها على العلاقات الاجتماعية والاتصالية للأسرة المصرية والعربية.

2- تناولت الدراسات السابقة علاقة النخبة بالإنترنت بشكل عام، أو استخدام النخبة للصحف الإلكترونية على وجه الخصوص، أو استخدامها لموقع التواصل الاجتماعي التويتر، واعتمدت تلك الدراسات كذلك على نظرية الاستخدامات والإشباع والاعتماد على وسائل الإعلام، ولم تأت نتائج تلك الدراسات بالجديد فيما يتعلق بقياس دوافع واستخدامات النخبة للإنترنت والصحف الإلكترونية، حيث جاءت دوافع واستخدامات النخبة لا تختلف كثيرا عن دوافع واستخدامات الجمهور العام في التعرض لشبكة الإنترنت.

3- لم تهتم الدراسات السابقة العربية بالتعرض لتأثير استخدام الإنترنت على منظومة القيم الأخلاقية في المجتمع، إذ لم يلاحظ اهتمامها بوضع ميثاق شرف ينظم عملية إنتاج ونشر المحتوى الإلكتروني على المواقع الإخبارية، فضلاً عن عملية اقتباسه من المواقع الأخرى، وبالتالي يؤخذ على الدراسات السابقة عدم رصد رؤية النخبة للمخاطر الناجمة عن استخدامات الإنترنت، بل انصب اهتمامها على رصد وتوصيف دوافع الاستخدام دون رصد المخاطر الناجمة عنه.

4- بالإضافة إلى كل ما سبق فقد تمت الاستفادة من الدراسات السابقة في صياغة الأهداف والتساؤلات والفروض وتحديد مناهج وأدوات جمع البيانات والمعالجة الإحصائية والأطر النظرية، بالإضافة إلى الاستفادة من الأطر المعرفية وطرق المعالجة والصياغة والتحليل والتفسير والعمق والتبرير والتوضيح وأساليب وطرق عرض النتائج للدراسة الميدانية، وقياس المتغيرات ومقارنة النتائج السابقة بنتائج الدراسة الحالية.

5- تتمثل الإضافة العلمية التي تقدمها الدراسة الحالية في دراسة تأثير الإعلام الجديد ووسائله المتعددة على منظومة القيم السائدة في المجتمع المصري خلال ثورة 25 يناير وفق رؤية النخبة، فضلاً عن تحديد وتوصيف الآليات التي ركن

إليها الإعلام الجديد في عملية التأثير وأبرز القيم التي أفرزها في تلك الأحداث، بالإضافة إلى التعرف على تأثيره على قيمتي التجمع والأنامالية الحاضرة في الشخصية المصرية خلال الثورة، ورصد تصورات النخبة حول الثقة في الإعلام الجديد وتصوراتهم حول وجود أزمة قيم داخل المجتمع المصري.

مشكلة الدراسة:

اضطلعت مؤسسات التنشئة الاجتماعية التقليدية - الأسرة والمدرسة والجامعة ودور العبادة - بلعب دور كبير في تكوين وعي الإنسان وثقافته وتشكيل منظومة القيم التي يتمسك بها وما يفرزه ذلك من عادات وتقاليد في السلوك، أما اليوم فإن هذا الدور انتقل بشكل كبير إلى الإنترنت ونوافذها الإعلامية الجديدة، لقد انتقل دور الإسهام في بناء معارف واتجاهات وقيم الفرد وثقافته من وسيط بشري ملتزم بقيم محددة إلى وسيط شبكي يجمع بين تناقضات القيم.

ويشير الباحثون إلى أن النظرة السوسيولوجية لتغيير القيم السائدة لا يمكن أن تتم وتتضح معالمها إلا من خلال تزاوجها مع تكنولوجيا الاتصال والمعلومات، مما يدفعنا إلى دراستها وتحليلها وفق الثقافة الرقمية، وبالتالي فإن البحث في تأثير الإعلام الجديد على منظومة القيم السائدة في المجتمع خلال ثورات الربيع العربي ينال أهمية كبيرة خاصة أنها ثورات شعبية بدون قيادة، وهذا ترجمة فعلية للاتصال الأفقي للجماهير، وهي بذلك كادت تفقد أهدافها وتوفر آلية تكفل قيمها، إضافة إلى أن هذه الثورة انتقلت بالمجتمع المصري من حالة السلبية والخضوع إلى حالة الإيجابية والمشاركة في الشأن العام.

وتأسيساً على ما سبق، تُعنى الدراسة الحالية بالبحث في تأثير الإعلام الجديد بما يمتلكه من أدوات وآليات تفاعلية على منظومة القيم السائدة في المجتمع المصري بوصفها الإطار المرجعي الحاكم لتصرفات وسلوكيات الفرد والمجتمع، واختبار العلاقة بين ثقة النخبة في الإعلام الجديد وشعورهم بمدى وجود أزمة قيم داخل المجتمع المصري خلال ثورة 25 يناير.

أهمية الدراسة:

تتبع أهمية هذه الدراسة من أهمية شبكة الإنترنت باعتبارها مصدرًا لا ينضب من المعلومات، ودورها في تدعيم قيم الحرية والعدالة والمساواة في المجتمعات الديمقراطية الناشئة، وتبرز تلك الأهمية مع ازدياد قوة الوسائط الإعلامية الجديدة، وتأثيرتها على سلوكيات الفرد وقناعاته داخل المجتمع، وتتفرع من هذه الأهمية عدة عوامل مرتبطة مهمة كالتالي:

1- تنامي تأثير الإعلام الجديد ودوره في مجالات وقضايا الشأن العام، حيث اضطلعت وسائله بدورٍ مهم في إثراء المجال الإعلامي والمعلوماتي، وتفعيل قيم الحرية والعدالة والمشاركة والتفاعلية الاتصالية بين المترددين عليه متجاوزًا الإطار المكاني والسياقات الثقافية والاجتماعية بين الدول، فضلاً عن دوره المؤثر في التمهيد لثور 25 يناير عبر سنوات من النشاط الإلكتروني لمرتابيه، ومد جسور التواصل بين مختلف فئات المجتمع.

2- تبرز أهمية الدراسة أيضًا من خلال استطلاع رأي النخبة المصرية عن تأثير الإعلام الجديد على منظومة القيم السائدة في المجتمع، بيد أنها الجماعة التي تقود المجتمع، وتعكس طبيعتها وفلسفتها عليه، فهي عقل المجتمع، وهي التي تتولى تشكيله وفق مشروعها الاجتماعي، وتحدد عادة القضايا المحورية التي تستحق تعبئة المجتمع، وطلبة الشرائح الاجتماعية وأكثرها دراية بالمستجدات التكنولوجية والمعلوماتية والاتصالية، وأكثرها تعرضًا لمناقشة ومعالجة القضايا الخلافية التي تثيرها تكنولوجيا الاتصال والمعلومات الجديدة، وبالتالي فهي تُعد أهم الشرائح المجتمعية قدرة على الحكم على مدى تأثير الإعلام الجديد على منظومة القيم السائدة في المجتمع.

3- تسليط الضوء على العلاقة بين ثقة النخبة في الإعلام الجديد والشعور بأزمة القيم في المجتمع المصري، باعتبار القيم مؤشرًا لنوعية الحياة في أي مجتمع، وانعكاسًا للأسلوب الذي يفكر به الفرد، وذلك في ظل التحولات السياسية التي طرأت على المجتمع.

أهداف الدراسة:

رؤية النخبة المصرية لتأثير الإعلام الجديد على منظومة القيم السائدة في المجتمع خلال ثورة 25 يناير

- رمت الدراسة الحالة إلى اختبار العلاقة بين الإعلام الجديد وتأثيره على منظومة القيم السائدة في المجتمع المصري خلال ثورة 25 يناير من وجهة نظر النخبة المصرية، ويتفرع من الهدف الرئيس مجموعة من الأهداف الفرعية كالتالي:
- التعرف على تصورات النخبة المصرية وتقييماتها للقيم الاجتماعية والثقافية السائدة في المجتمع المصري.
- رصد أحكام النخبة المصرية حول أهم القيم الإيجابية والسلبية الحاضرة في الشخصية المصرية ومصادرها الأساسية.
- تحديد رؤية النخبة المصرية لتأثير العولمة الإعلامية على منظومة القيم السائدة في المجتمع المصري.
- اختبار العلاقة بين ثقة النخبة المصرية في الإعلام الجديد وشعورهم بأزمة القيم في المجتمع المصري.
- رصد أكثر وسائل الإعلام الجديد تأثيرًا على منظومة القيم المصرية خلال ثورة 25 يناير من وجهة نظر النخبة المصرية.
- تحديد درجة تأثير الإعلام الجديد على قيمتي التجمع والأناملية لدى أفراد المجتمع المصري خلال ثورة 25 يناير من وجهة نظر النخبة.

فروض البحث:

- ترمي الدراسة إلى اختبار العلاقة بين ثقة النخبة المصرية في الإعلام الجديد وشعورهم بأزمة القيم في المجتمع، ولقياس هذه العلاقة تحاول الدراسة اختبار وقياس صحة الفروض التالية:
1. الفرض الأول: كلما زادت ثقة النخبة في الإعلام الجديد زاد شعورهم بأزمة القيم في المجتمع المصري.
 2. الفرض الثاني: كلما زادت ثقة النخبة في الإعلام الجديد زاد شعورهم بأزمة القيم الأخلاقية في المجتمع المصري.
 3. الفرض الثالث: كلما زادت ثقة النخبة في الإعلام الجديد زاد شعورهم بأزمة القيم السياسية في المجتمع المصري.

رؤية النخبة المصرية لتأثير الإعلام الجديد على منظومة القيم السائدة في المجتمع خلال ثورة 25 يناير

4. الفرض الرابع: لا توجد علاقة بين تصورات النخبة المصرية نحو الثقة في الإعلام الجديد وتأثيره على قيم التجمع والحشد والتنظيم خلال ثورة 25 يناير.
5. الفرض الخامس: توجد علاقة بين تصورات النخبة المصرية نحو الثقة في الإعلام الجديد وتأثيره على قيمة الأناماالية في الشخصية المصرية خلال ثورة 25 يناير.

التعريفات الإجرائية للدراسة.

- **النخبة Elite:** يقصد بالنخبة إجرائيًا في هذه الدراسة طليعة المجتمع وأكثر أفرادها دراية بالمستجدات التكنولوجية والمعلوماتية والاتصالية، وأكثرها تعرضًا لمناقشة ومعالجة القضايا الخلافية التي تثيرها تكنولوجيا الاتصال والإعلام الجديد، وبالتالي فهي تُعد أهم الشرائح المجتمعية قدرة على الحكم على مدى تأثير الإعلام الجديد على منظومة القيم السائدة في المجتمع المصري خلال ثورة 25 يناير، كما يعتمد تعريفها في هذه الدراسة وفق درجة الدور والتأثير للنخبة دون التقيد بشريحة عمرية محددة يترجم عندها مفهوم النخبة.
- **الإعلام الجديد New Media:** ويقصد به إجرائيًا في هذه الدراسة مجموعة الوسائل الإلكترونية الجديدة التي توفر لمرتبديها قدر كبير من التفاعلية والمشاركة والاتصال بحرية وبفعالية مع الآخر.
- **منظومة القيم Values System:** وتعرف بأنها الأطر الثقافية الحاكمة للسلوك والموجهات العامة له، والتي ترتبط بحاجات الأفراد وتتشكل عبر المعاني والآراء والتصورات التي تتبنى عليها رؤية الأفراد للعالم، كما تنعكس في سلوك الأفراد واختياراتهم، وتتحدد في ضوئها⁽⁴⁴⁾. ويعرف الباحث أزمة القيم Value Crisis إجرائيًا: بأنها عدم رضا الفرد عن مجتمعه والثقافة والقيم التي تسيطر عليه، وفقدانه لذاته، الأمر الذي يخلق لدى الفرد شعورًا باليأس والإحباط والخوف وانعدام الثقة، واختلال توازنه الاجتماعي.
- **ثورات الربيع العربي Arab Spring:** وهي الثورات الشعبية الناجمة عن الحركات الاحتجاجية السلمية التي انطلقت في بعض البلدان العربية أواخر عام 2010 ومطلع عام 2011.

- **العولمة Globalization**: عملية غير متكافئة، تميّز البعض، وتحرم آخرين، بها فائزون وخاسرون، وهي فصل في الصراع والتنافس بين الثقافات والأمم توظف فيها وسائل الإعلام المتطورة للتحكم والسيطرة على مقدرات الأمم والشعوب الفقيرة (45). ويعرفها الباحث إجرائيًا في هذه الدراسة بأنها أفكار القوة الإعلامية واستدراج الضعيف في ساحات القوي، في الوقت الذي لا يعرف فيه الضعيف أية قوانين عن المساحة، ولا يمكنه التحكم في قيم وسائله الإعلامية الجديدة وأنماطها الثقافية الوافدة على المجتمع المصري.

الإجراءات المنهجية للدراسة:

منهج الدراسة:

اعتمدت الدراسة على منهج المسح Survey باستخدام أسلوب المسح بالعينة، بيد أنه أكثر المناهج المستخدمة في مجال البحوث الوصفية لكونه جهدًا علميًا منظمًا يهدف إلى الحصول على المعلومات والبيانات والأوصاف الخاصة بظاهرة إعلامية محددة، واستخدم الباحث منهج المسح بالعينة في اختيار عينة الدراسة الميدانية من النخبة المصرية للوقوف على تصوراتها وتقييماتها لتأثير الإعلام الجديد على منظومة القيم السائدة في المجتمع المصري خلال ثورة 25 يناير.

مجتمع الدراسة والعينة:

اعتمدت الدراسة على العينة العمدية Purposive Sample التي تنتمي للعينات غير الاحتمالية (Non Probability Sample)، وقد تم اختيار العينة وفقًا لبعض الشروط والمعايير الموضوعية التي حددها الباحث لتلائم مجتمع وطبيعة الدراسة، وعدم توافر معلومات كافية بشأن خصائص مجتمعها، أو إطار محكم يمكن الاعتماد عليه في سحب عينة ممثلة له، ووفق هذا النوع، اشترط الباحث توافر سمات أساسية لاختيار المبحوثين وهي استخدام النخبة المصرية للإنترنت ووسائل الإعلام الجديد، وتنوع تخصصاتها، وأعمارها، الأمر الذي انعكس بصورة إيجابية على تنوع وتعدد الآليات التي تستخدمها في حكمها على درجة ومستوى تأثير الإعلام الجديد على منظومة القيم في المجتمع المصري، وطبقت الدراسة على عينة عمدية Purposive Sample قوامها (300 مفردة) من النخبة المصرية المستخدمة

للإعلام الجديد تمثل مجتمع الدراسة، وحصل منها الباحث على (270) استمارة صالحة للتحليل الإحصائي.

أدوات جمع البيانات:

اعتمدت الدراسة على تصميم الأدوات التالية:

- مقياس أزمة القيم السائدة: قام الباحث بوضع مقياس لأزمة القيم بعد الاطلاع على مجموعة من المقاييس⁽⁴⁶⁾، تكون المقياس من (30) عبارة موزعة على خمسة أبعاد وهي (أزمة القيم الأخلاقية، أزمة القيم الاقتصادية، أزمة القيم السياسية، أزمة القيم الدينية، أزمة القيم الاتصالية)، وتم وضع ثلاثة بدائل للإجابة على كل بند من بنود المقياس وهم: (نعم - إلى حد ما - لا) حيث يعطي المبحوث درجة واحدة عن الإجابة الصحيحة والتي تعبر عن أزمة القيم لديه، تمثل الدرجة الأعلى في المقياس أزمة في القيم في حين تمثل الدرجة الأقل مستوى أدنى في هذه الأزمة، وقد بلغ متوسط درجات العينة على المقياس (1.81) والانحراف المعياري (0.14).

الصدق والثبات: وللتأكد من صدق المقياس وصلاحيته للتطبيق تم عرض المقياس على مجموعة من أساتذة علم النفس والاجتماع والإعلام^(*)، ولحساب الثبات تم تطبيق المقياس على (20 مفردة) من العينة بعد أسبوعين من التطبيق الأول وكانت نسبة الثبات 0.93 وهي نسبة عالية.

- أداة الإستقصاء: وهو أحد أدوات جمع البيانات التي تستند الدراسة عليها في الحصول على معلومات علمية مقننة من المبحوثين في إطار الموضوع الأساسي للدراسة، وقد تم تطبيقه بمستوييه: الاستقصاء بالمقابلة والاستقصاء الإلكتروني لجمع البيانات المتعلقة برؤية النخبة المصرية لتأثير الإعلام الجديد على منظومة القيم السائدة في المجتمع المصري.

ولحساب صدق الاستبيان تم عرضه على مجموعة من المحكمين^(**) ذوي التخصصات العلمية المختلفة في مجال الإعلام ومناهج البحث، وفي ضوء

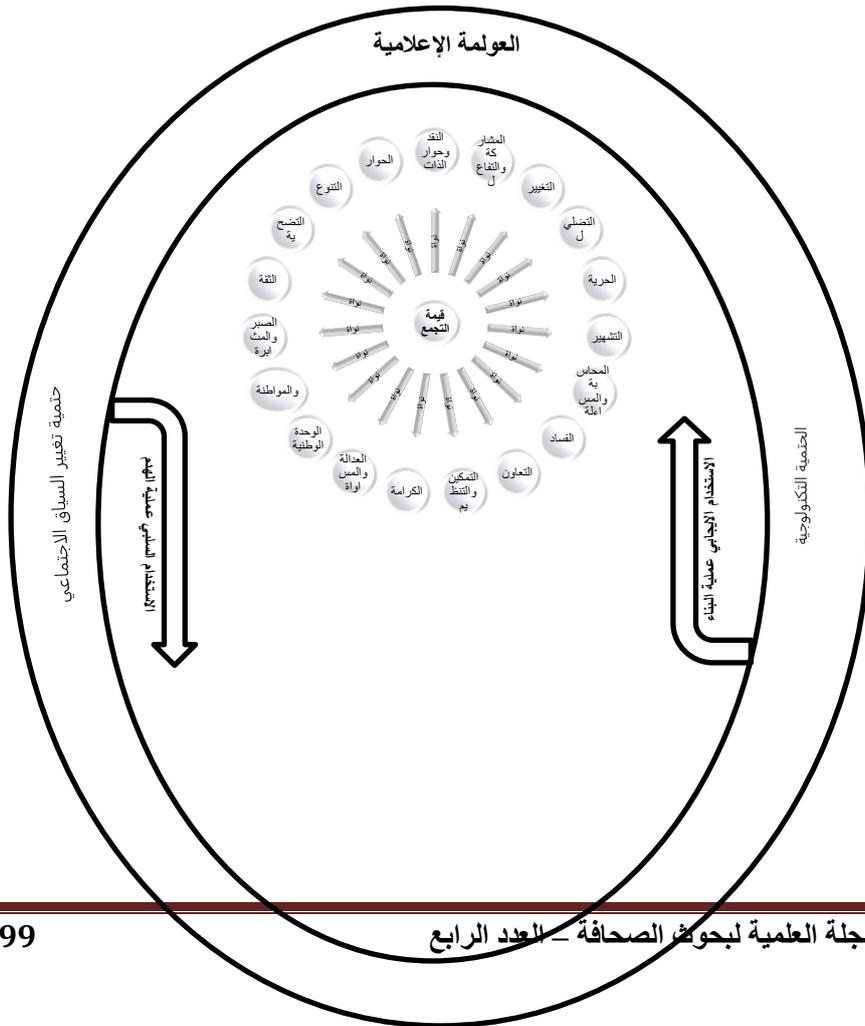
رؤية النخبة المصرية لتأثير الإعلام الجديد على منظومة القيم السائدة في المجتمع خلال ثورة 25 يناير

الملاحظات التي أبدتها المحكمون تم تعديل بعض العبارات وحذف بعضها، والتي لم تحظ على درجة قبول 90%.

ولحساب الثبات تم إعادة التطبيق وملء (20) استمارة من المبحوثين بعد أسبوعين من التطبيق الأول وكانت نسبة الثبات (94%).

- النموذج المقترح للدراسة:

يوضح الشكل التالي نموذج العلاقة بين التأثير الحتمي لتكنولوجيا الإعلام الجديد وتغيير السياق الاجتماعي وعلاقتها بمنظومة القيم خلال ثورة 25 يناير خاصة قيمتي التجمع والأنومي، ويشير النموذج إلى وجود علاقات بينية تتسم بالتبادلية فيما بين العولمة والحتمية التكنولوجية وعوامل تغيير السياق الاجتماعي والثقافي وتأثيرهما على تغيير - الأطر الثقافية الحاكمة للسلوك - منظومة القيم السائدة في المجتمع المصري.





شكل رقم (1)

نموذج مقترح لقياس العلاقة بين حتمية تكنولوجيا الإعلام الجديد وحتمية التغيير الاجتماعي وتأثيرهما على قيمتي التجمع والأناملية خلال ثورة 25 يناير

يوضح الشكل السابق دور العولمة الإعلامية وما تتطوي عليه من حتمية تكنولوجية وتغيير في السياق الاجتماعي وتأثيرهما على العلاقات التبادلية البنينة - الهدم والبناء - لمنظومة القيم الحاكمة لسلوك المصريين خلال ثورة 25 يناير، وذلك وفق طبيعة الاستخدام لهذا الوسيط، خاصة أن ثورة 25 يناير لم تكن مجرد ثورة على النظام السياسي، بل كانت ثورة على نظام القيم السائدة في المجتمع، ويبرز هذا التأثير على قيمتا التجمع والأنومي، على النحو التالي:

أولاً: قيمة التجمع (القيمة الصلدة): تعد قيمة التجمع الأساس البنوي للواقع الاجتماعي والاقتصادي على شبكة الإنترنت، كما أن حرية التجول والتجمع والتنظيم عليها تُسهم في الواقع الفعلي في تعزيز قدر كبير من منظومة القيم الإيجابية في المجتمع، وتمثل نواة صلدة لنويات قيمية أخرى أهمها التغيير والمشاركة والتفاعل والحوار والجماعية والمبادرة والتضامن والثقة في النفس والصمود والتضحية والشفافية والنزاهة والتعددية والحوار والمواطنة والانتماء والوحدة الوطنية، وفي ظل هذا الإبداع القيمي ذابت قيم سلبية كثيرة أُريد لها أن تظهر لزمان طويل سابق وتتعمق في

رؤية النخبة المصرية لتأثير الإعلام الجديد على منظومة القيم السائدة في المجتمع خلال ثورة 25 يناير

المجتمع، توحد المصريون من كل ألوان الطيف السياسي والاجتماعي، وهتفوا معاً: عيش، حرية، عدالة اجتماعية، هتفوا معاً بكلمة الشعب يريد إسقاط النظام⁽⁴⁷⁾.

ثانياً: قيمة الأنومي: وهي قيم الفردية واللاقاعدية، ولهذه القيمة آثار سلبية تتمثل في تبيد أرصدة قوة الفرد والمجتمع، وإنهاء قدرته على المقاومة أو التغيير أو الثورة، وتفتح هذه القيمة الباب أمام انتشار قيم الفساد وتغليب المصلحة الخاصة على المصلحة العامة، وتكريس قيم اللامبالاة وقيم الاستهلاك الترفي والنزعة الفردية، وتعزيز قيم الوساطة والمحسوبية والكذب والنفاق والرشوة والغش، للدرجة التي أصبحت فيها القيم السلبية المحدد الرئيسي لشكل العلاقات الإنسانية داخل المجتمع⁽⁴⁸⁾.

لقد أفرزت وسائل الإعلام الجديد منظومة قيم جديدة وجهت ضربات مؤثرة لمنظومة القيم السلبية السائدة في الواقع الاجتماعي والسياسي الفعلي، وتمكنت من هدم جزء كبير من منظومة التفكير التقليدي القديم التي تقوم في معظمها على الأناملية، ودفع الفرد إلى المشاركة والتفاعل والحوار وغيرها من قيم العمل الجماعي.

والجدول التالي يوضح توزيع العينة وفقاً لمتغيرات الدراسة:

جدول رقم (1)

يوضح خصائص العينة وتوزيعها وفقاً لمتغيرات البحث

المتغير	المستويات	التكرار	%
النوع	ذكر	174	64.4
	أنثى	96	35.6
العمر	من 20 إلى 29 عاماً	27	10
	من 30 إلى 39 عاماً	56	20.7
	من 40 إلى 49 عاماً	97	35.9
	من 50 إلى 59 عاماً	65	24.1
	60 فأكثر	25	9.3
المؤهل التعليمي	مؤهل جامعي	129	47.8
	ماجستير	83	30.7
	دكتوراه	58	21.5

- المعالجات الإحصائية المستخدمة:

تم إجراء المقاييس الإحصائية التالية باستخدام برنامج "الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية (Statistical Package for the Social Science (Spss). نسخة

رؤية النخبة المصرية لتأثير الإعلام الجديد على منظومة القيم السائدة في المجتمع خلال ثورة 25 يناير

(19)، وقد تم اللجوء إلى المعاملات والاختبارات الإحصائية المناسبة في تحليل بيانات الدراسة كالاتي:

- التكرارات البسيطة والنسب المئوية، الجداول ثنائية المتغير، والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية *Averages and Standard Deviations*، الوزن المرجح والوزن المئوي، مقياس ليكرت Likert الثلاثي والخماسي، ومعامل ارتباط سبيرمان لاختبار العلاقة بين المتغيرات.
- اختبار كاي² (Chi Square Test) لدراسة الدلالة الإحصائية للعلاقة بين متغيرين من المتغيرات الاسمية (Nominal).
- معامل التوافق (Contingency Coefficient) الذي يقيس شدة العلاقة بين متغيرين اسميين في جدول أكثر من 2×2 واعتبرت العلاقة ضعيفة إذا كانت قيمة المعامل أقل من 0.30 ومتوسطة إذا تراوحت بين 0.30 - 0.70 وقوية إذا زادت عن 0.70.

نتائج البحث: يعرض الباحث أهم النتائج التي خرج بها من الدراسة في محورين هما:

- المحور الأول: نتائج عامة للدراسة:

1- النتائج المتعلقة بتقييم النخبة المصرية لمنظومة القيم الثقافية والاجتماعية السائدة في مصر:

جدول رقم (2)

يوضح تقييم النخبة المصرية لمنظومة القيم الثقافية والاجتماعية السائدة في

مصر

التقييم	ك	%
قوية ومتماسكة	65	24.1
متوازنة إلى حد ما	111	41.1
أصابها الاختلال وعدم التوازن	94	34.8

أسفرت النتائج بالجدول السابق عن أن منظومة القيم الثقافية والاجتماعية السائدة في مصر متوازنة إلى حد ما من وجهة نظر النخبة المصرية وذلك بنسبة (41.1%) من جانب العينة، وفي المرتبة الثانية جاءت إصابة منظومة القيم

رؤية النخبة المصرية لتأثير الإعلام الجديد على منظومة القيم السائدة في المجتمع خلال ثورة 25 يناير

المصرية بالخلل وعدم التوازن بنسبة (34.8%)، بينما أشار (24.1%) من النخبة المصرية إلى قوة وتماسك منظومة القيم المصرية.

2- أهم القيم الإيجابية والسلبية الحاضرة في الشخصية المصرية كما تراها النخبة المصرية:

جدول رقم (3)

يوضح القيم الإيجابية والسلبية الحاضرة في الشخصية المصرية (اختيار أكثر من بديل)

%	ك	أهم القيم الإيجابية والسلبية
17.8	117	سيطرت قيم الإنجاز والعمل والتعاون والطموح والأمل في التغيير للأفضل
29	190	ظهور قيم الانتكالية والكسل وانعدام المسؤولية والاعتماد على الغير
11.4	75	انتشار قيم الفساد والرشوة والمحسوبية
6.1	40	سيادة قيم المحاسبة والمساءلة والشفافية
11.7	77	انتشار قيم الحرية والحوار واحترام الآخر
17.4	114	وجود قيم المواطنة والوحدة والتسامح والاعتدال والوسطية
6.6	43	سيطرة قيم التطرف والإرهاب

تدل بيانات الجدول السابق إلى أن أهم القيم الحاضرة في الشخصية المصرية ظهور قيم الانتكالية والكسل وانعدام المسؤولية والاعتماد على الغير، حيث جاءت في الترتيب الأول من القيم بنسبة (29%)، تلتها بعد ذلك قيم الإنجاز والعمل والتعاون والطموح والأمل في التغيير للأفضل بنسبة (17.8%). ثم جاءت قيم المواطنة والوحدة والتسامح والاعتدال والوسطية في المركز الثالث بنسبة (17.4%)، تلتها قيم الحرية والحوار واحترام الآخر بنسبة (11.7%)، بينما جاءت قيم الفساد والرشوة والمحسوبية في المركز الخامس بنسبة (11.4%)، تلتها قيم التطرف والإرهاب بنسبة (6.6%)، وجاءت قيم المحاسبة والمساءلة والشفافية في المركز الأخير بنسبة (6.6%). وتتفق نتائج هذه الدراسة في بعض أجزائها مع ما حذرت إليه دراسة علي ليلة من أن تتحول هذه القيم السلبية إلى تقاليد وأعراف ومعايير وقواعد تتولى الضبط المباشر للتفاعلات والسلوكيات الواقعية، فنحن نحتكم عادة إلى التقاليد والأعراف والمعايير في شؤون حياتنا اليومية⁽⁴⁹⁾.

3- ترتيب المصادر التي يكتسب من خلالها المجتمع والناس منظومة القيم تنازليًا:

جدول رقم (4)

رؤية النخبة المصرية لتأثير الإعلام الجديد على منظومة القيم السائدة في المجتمع خلال ثورة 25 يناير

الأوزان المرجحة لمجموعة من المصادر لمنظومة القيم في المجتمع

المصادر منظومة القيم	الأول		الثاني		الثالث		الرابع		الخامس		السادس		السابع		إجمالي الوزن المرجح	
	ك	الوزن (7×)	ك	الوزن (6×)	ك	الوزن (5×)	ك	الوزن (4×)	ك	الوزن (3×)	ك	الوزن (2×)	ك	الوزن (1×)	النسبة	الوزن
وسائل الإعلام التقليدية	136	952	99	594	22	110	11	44	2	6	0	0	0	0	22.6	1706
الإنترنت والإعلام الإلكتروني	74	518	117	702	38	190	39	156	0	0	1	2	1	1	20.8	1569
المؤسسات التعليمية والثقافية	39	273	2	12	48	240	95	380	65	195	0	0	21	21	14.8	1121
الأسرة	0	0	12	72	116	580	44	176	21	63	20	40	57	57	13.1	988
المؤسسات الدينية ودور العبادة	0	0	19	114	45	225	42	168	125	375	39	78	0	0	12.7	960
الأصدقاء والزملاء	21	147	1	6	0	0	38	152	19	57	115	230	76	76	8.8	668
الشارع	0	0	20	120	1	5	1	4	38	114	95	190	115	115	7.2	548
															100	7560

وللتعرف على رؤية المبحوثين حول أهم المصادر التي يكتسب من خلالها المجتمع منظومة القيم، طلب الباحث منهم ترتيب مجموعة من المصادر من حيث جدواها في اكتساب أفراد المجتمع منظومة القيم، وتم استخدام أسلوب الأوزان المرجحة للحصول على تقييم إجمالي لترتيب هذه المصادر من وجهة نظر العينة، بحيث يحصل الترتيب رقم (1) على أعلى وزن (7)، فيما يحصل الترتيب رقم (7) على أقل وزن (1)، وبالنظر إلي الجدول رقم (4) الذي يوضح الأوزان التي حصل عليها كل خيار، نجد أن:

- وسائل الإعلام التقليدية حصلت على أعلى مرتبة في قائمة المصادر التي يكتسب من خلالها المجتمع منظومة القيم بنسبة (22.6%).
- جاءت شبكة الإنترنت ووسائل الإعلام الجديد في المرتبة الثانية بنسبة (20.8%) من إجمالي المصادر.
- بينما جاءت المؤسسات التعليمية والثقافية بنسبة (14.8%) في المرتبة الثالثة، تلتها الأسرة بنسبة (13.1%).

رؤية النخبة المصرية لتأثير الإعلام الجديد على منظومة القيم السائدة في المجتمع خلال ثورة 25 يناير

- وفي المرتبة الخامسة جاءت المؤسسات الدينية ودور العبادة (12.7%)، تلا ذلك الأصدقاء والزملاء بنسبة (8.8%)، وفي المرتبة الأخيرة جاء الشارع بنسبة (7.2%).

وتختلف هذه النتيجة المتعلقة بظهور المؤسسات الدينية ودور العبادة في مرتبة متأخرة في قائمة المصادر التي تعتمد عليها النخبة لاكتساب القيم مع ما تؤكد عليه دراسة(علي ليلة، 2011) من أن الدين يشكل في أي مجتمع من المجتمعات قاعدة الثقافة ومنظومات القيم، فالحلال والحرام الديني هو في الغالب الصواب والخطأ الثقافي، ومن ثم فكما كانت المعاني الدينية متجددة كانت الثقافة أقل محافظة وأكثر ميلا لاستيعاب ما هو جديد⁽⁵⁰⁾.

4- دور منظومة القيم المصرية السائدة في المجتمع قبل 25 يناير في اندلاع الثورة:

جدول رقم (5)

دور منظومة القيم المصرية السائدة في المجتمع قبل 25 يناير في اندلاع الثورة

مدى موافقة النخبة المصرية على دور منظومة القيم المصرية السائدة في اندلاع ثورة 25 يناير								
الاتجاه	الانحراف	المتوسط	لا أوافق		أوافق إلى		أوافق بشدة	
			%	ك	%	ك	%	ك
الموافقة بشدة	0.409	1.21	0	0	21.1	57	78.9	213

تكشف نتائج الجدول السابق عن موافقة النخبة المصرية بشدة على دور منظومة القيم المصرية السائدة في المجتمع قبل 25 يناير في اندلاع الثورة، حيث وقعت قيمة المتوسط المرجح بين القيمة (1- 1.21) الأمر الذي يفسر تأثير منظومة القيم التي سادت المجتمع قبل 25 يناير بدرجة كبيرة على قيام الثورة، فالقيم

رؤية النخبة المصرية لتأثير الإعلام الجديد على منظومة القيم السائدة في المجتمع خلال ثورة 25 يناير

والثورة متربطين لا ينفصلان عن بعضهما، ففي حالة إذا أصاب القيم الخلل بدأت بؤادر الثورة تظهر، وإذا اندلعت الثورة جاءت بقيمها الخاصة بها.

5- منظومة القيم المصرية التي أسهمت في قيام ثورة 25 يناير:

جدول رقم (6)

منظومة القيم المصرية التي أسهمت في قيام ثورة 25 يناير (اختيار أكثر من بديل)

%	ك	منظومة القيم التي أسهمت في قيام ثورة 25 يناير
20.5	207	انتشار منظومة الفساد في مختلف مؤسسات الدولة
14.6	147	الكساد والانهيار الاقتصادي
16.2	164	ضعف الأحزاب والتنظيمات والجماعات السياسية
6.5	66	انهيار المجتمع المدني في مصر
21.2	214	ضعف هامش الحرية المتاح للفرد
21	212	انعدام العدالة الاجتماعية والمساواة

كشفت نتائج الجدول أعلاه حول منظومة القيم المصرية التي أسهمت في قيام ثورة 25 يناير عن استحواد قيمة ضعف هامش الحرية المتاح للفرد على المرتبة الأولى بنسبة (21.2%) من إجمالي القيم، ثم قيمة انعدام العدالة الاجتماعية والمساواة بنسبة (21%) في المرتبة الثانية، تلا ذلك انتشار منظومة الفساد في مختلف مؤسسات الدولة بنسبة (20.5%) في المرتبة الثالثة، بينما جاءت قيمة ضعف الأحزاب والتنظيمات والجماعات السياسية في المرتبة الرابعة بنسبة (16.2%). وبالنسبة لقيمة الانهيار الاقتصادي، فقد جاءت في مرتبة متأخرة بنسبة (14.6%)، وفي المرتبة الأخيرة جاء انهيار المجتمع المدني في مصر بنسبة (6.5%). ويتسق ذلك مع شعار الثورة الرئيس (عيش - حرية - عدالة اجتماعية).

6- درجة موافقة النخبة المصرية على تأثير العولمة الإعلامية على الواقع

الاجتماعي والتحول إلى الإعلام الإلكتروني خلال ثورة 25 يناير:

جدول رقم (7)

العولمة الإعلامية والواقع الاجتماعي وحتمية التحول إلى الإعلام الإلكتروني

مدى موافقة النخبة المصرية على تأثير العولمة على التحول للإعلام الجديد

رؤية النخبة المصرية لتأثير الإعلام الجديد على منظومة القيم السائدة في المجتمع خلال ثورة 25 يناير

الاتجاه	الانحراف المعياري	المتوسط المرجح	لا أوافق		أوافق إلى حد ما		أوافق بشدة	
			ك	%	ك	%	ك	%
الموافقة بشدة	0.500	1.35	3	1.1	88	32.6	179	66.3

تكشف نتائج الجدول أعلاه عن موافقة النخبة المصرية بشدة على تأثير العولمة على التحول للإعلام الجديد خلال ثورة 25 يناير، حيث وقعت قيمة المتوسط المرجح بين القيمة (1- 1.35)، الأمر الذي يفسر تأثير العولمة بدرجة كبيرة على التحول لاستخدام الإعلام الجديد وما يتضمنه من قيم، حيث تنتقل الثقافات والقيم دون حواجز، ومن الطبيعي أن تخترق بعض القيم الوافدة من الخارج ثقافة المجتمع.

7- أكثر وسائل الإعلام الجديد تأثيرًا على منظومة القيم المصرية خلال ثورة 25 يناير:

جدول رقم (8)

أنماط وسائل الإعلام الجديد الأكثر تأثيرًا على منظومة القيم المصرية (اختيار أكثر من بديل)

أنماط وسائل الإعلام الجديد	ك	%
المدونات الإلكترونية	68	9.3
مواقع التواصل الاجتماعي	243	33.1
منتديات النقاش الإلكترونية	46	6.3
الموسوعة المعرفية العالمية Wikipedia	22	3
المواقع الإخبارية	143	19.5
البريد الإلكتروني	75	10.2
التليفون المحمول	137	18.7

رؤية النخبة المصرية لتأثير الإعلام الجديد على منظومة القيم السائدة في المجتمع خلال ثورة 25 يناير

كشفت نتائج الدراسة الميدانية حول تقييم النخبة المصرية عينة الدراسة لأنماط وسائل الإعلام الجديد الأكثر تأثيراً على منظومة القيم في المجتمع عن استحواد مواقع التواصل الاجتماعي على المرتبة الأولى بنسبة (33.1%) من إجمالي الوسائل، تلا ذلك المواقع الإخبارية في المرتبة الثانية بنسبة (19.5%)، بينما جاء التليفون المحمول بنسبة (18.7%)، وجاء البريد الإلكتروني بنسبة (10.2%)، تلا ذلك المدونات الإلكترونية بنسبة (9.3%)، ثم جاءت منتديات النقاش الإلكترونية بنسبة (6.3%)، بينما حلت في المرتبة الأخيرة الموسوعة المعرفية العالمية Wikipedia بنسبة (3%). ويمكن تفسير هذه النتيجة وفق ما تتسم به هذه الوسائل من يسر الاستخدام واحتوائها على جملة من الأدوات والآليات التفاعلية التي تعزز من مصداقيتها، بالإضافة إلى كونها وسيلة تكنولوجياً مقنعة استطاعت أن تستقطب أعداد كبيرة من مختلف الشرائح العمرية لها. وتتفق هذه النتيجة مع نتائج دراسة (مروة شبل، 2012) والتي خلصت إلى أن النسبة الأكبر من النخبة المصرية يعتمدون على الوسائل الإلكترونية كمصدر للمعلومات، وفي مقدمة هذه الوسائل: الفيس بوك، والمواقع الإخبارية، الصحف الإلكترونية، اليوتيوب، التويتر، المدونات، مواقع القنوات التليفزيونية، كما يرى 50% من المبحوثين أن هذه الوسائل الإلكترونية لديها القدرة على التعبئة السياسية للرأي العام بشكل كبير (51).

8- آليات الإعلام الجديد المؤثرة على منظومة القيم المصرية:

جدول رقم (9)

آليات الإعلام الجديد المؤثرة على منظومة القيم المصرية (اختيار أكثر من بديل)

%	ك	آليات الإعلام الجديد المؤثرة على منظومة القيم المصرية
18.2	219	يسر الاستخدام وسهولة النفاذ إلى المعلومات وتنوع مصادرها.
16	193	يتيح حرية الرأي والتعبير لأفراد المجتمع وإمكانية الوصول إلى الجماهير.
17.4	209	سرعة نشر الأخبار أول بأول وانخفاض الكلفة المادية وتوفير الوقت والجهد.
16.7	201	التفاعلية ودعمه بالوسائط (الصور، الفيديو، الرسوم التوضيحية).
8.7	105	قاعدة الهواية وثقافة العمل الجماعي والنضالي التطوعي.
9.3	112	المشاركة في إنتاج الوسيلة والمحتوى والتجديد والإبداع والابتكار المستمر في أساليب الإنتاج وتوصيل الرسائل.
7.9	95	الجمع بين الآراء والأفكار والمعتقدات المتناقضة.
5.8	70	عدم وجود شروط قانونية وإدارية واقتصادية في إنشاء المواقع الحسابات والنشر عليها.

رؤية النخبة المصرية لتأثير الإعلام الجديد على منظومة القيم السائدة في المجتمع خلال ثورة 25 يناير

نستخلص من نتائج الجدول أعلاه حول آليات الإعلام الجديد المؤثرة على منظومة القيم المصرية، تصدر آلية يسر الاستخدام وسهولة النفاذ إلى المعلومات وتنوع مصادرها مقدمة تلك الآليات بنسبة (18.2%) من إجمالي الآليات، ثم جاءت آلية سرعة نشر الأخبار أول بأول وانخفاض الكلفة المادية وتوفير الوقت والجهد بنسبة (17.4%)، تلا ذلك التفاعلية ودعمه بالوسائط (الصور، الفيديو، الرسوم التوضيحية) بنسبة (16.7%).

كما أظهرت النتائج أن آلية إتاحة حرية الرأي والتعبير لأفراد المجتمع وإمكانية الوصول إلي الجماهير استحوذت على المرتبة الرابعة بنسبة (16%)، ثم جاءت المشاركة في إنتاج الوسيلة والمحتوى والتجديد والإبداع والابتكار المستمر في أساليب الإنتاج وتوصيل الرسائل بنسبة (9.3%)، وفي المرتبة السادسة جاءت قاعدة الهوية وثقافة العمل الجماعي والنضالي التطوعي بنسبة (8.7%)، وفي المرتبتين الأخيرتين حلت آلية الجمع بين الآراء والأفكار والمعتقدات المتناقضة وآلية عدم وجود شروط قانونية وإدارية واقتصادية في إنشاء المواقع الحسابات والنشر عليها بنسب (7.9%) و (5.8%) على التوالي.

9- مدى ثقة النخبة المصرية في الإعلام الجديد:

جدول رقم (10) ثقة النخبة في الإعلام الجديد

مدى ثقة النخبة في الإعلام الجديد								
الاتجاه	الانحراف المعياري	المتوسط المرجح	لا أثق		أثق إلى حد ما		أثق بشكل كبير	
			ك	%	ك	%	ك	%
أثق بشكل كبير	0.456	1.29	0	0	29.3	79	70.7	191

تكشف نتائج الجدول السابق عن ثقة أفراد العينة بشكل كبير في وسائل الإعلام الجديد، حيث وقعت قيمة المتوسط المرجح بين القيمة (1- 1.29) الأمر الذي يفسر تزايد أعداد مستخدمي الإنترنت وشبكات التواصل الاجتماعي في العالم العربي، فوفق آخر الإحصائيات وصل عدد مستخدمي الإنترنت في مصر 48.34 في نهاية أكتوبر - ديسمبر 2014⁽⁵²⁾، ووصل عدد من يستخدم موقع فيس بوك 71 مليون في العالم العربي، و17.6 مليون مستخدم في مصر بنهاية عام 2013⁽⁵³⁾.

10- ملامح تأثير الإعلام الجديد على منظومة القيم خلال ثورة 25 يناير:

جدول رقم (11)

ملاح تأثير الإعلام الجديد على منظومة القيم خلال ثورة 25 يناير (اختيار أكثر من بديل)

ك	%	ملاح تأثير الإعلام الجديد على منظومة القيم خلال ثورة 25 يناير
166	12.8	استحضار القيم الأصيلة الغائبة عن المجتمع المصري.
172	13.3	رغبة المصريين في اقتلاع قيم الفساد والاستبداد.
227	17.5	انتفاء قيمة الخوف وظهور قيم الإصرار والصبر والصمود والتضحية من أجل التغيير.
183	14.1	إدراك المصريين لأهمية الإعلام ووسائله المتعددة في التغيير.
203	15.7	انتشار الشائعات والأخبار الكاذبة.
174	13.4	سيادة قيم التخوين والتشكيك في الانتماء والولاء للوطن.
172	13.3	تطبيق القيم الافتراضية على أرض الواقع في المجتمع المصري.

بالنظر إلى الجدول السابق، يتضح حصول الاختيارات كافة على ترتيب متقارب جداً، حتى إن الفارق بين الترتيبين الأول والأخير بلغ 4.8%، وهو الأمر المنطقي بالنظر إلى ملاح تأثير الإعلام الجديد على منظومة القيم خلال ثورة 25 يناير بشكل متكامل ومتعمق، بيد أن النظر إلى الترتيب الذي حصل عليه كل تأثير، يكشف عن جملة من المؤشرات، منها:

- تكشف نتائج الجدول السابق المتعلقة بملاح تأثير الإعلام الجديد على منظومة القيم خلال ثورة 25 يناير عن انتفاء قيمة الخوف وظهور قيم الإصرار والصبر والصمود والتضحية من أجل التغيير بنسبة (17.5%)، ثم جاء انتشار الشائعات والأخبار الكاذبة بنسبة (15%)، تلا ذلك إدراك المصريين لأهمية الإعلام ووسائله المتعددة في التغيير بنسبة (14.1%).
- كما أظهرت النتائج أن سيادة قيم التخوين والتشكيك في الانتماء والولاء للوطن جاءت بنسبة (13.4%)، تلا ذلك رغبة المصريين في اقتلاع قيم الفساد والاستبداد، وكذلك انتقال القيم الافتراضية على الإعلام الجديد إلى أرض الواقع الفعلي في المجتمع بنسبة (13.3%) بدرجة متساوية في المرتبة الخامسة، ثم

رؤية النخبة المصرية لتأثير الإعلام الجديد على منظومة القيم السائدة في المجتمع خلال ثورة 25 يناير

جاء استحضار القيم الأصلية الغائبة عن المجتمع المصري في المرتبة الأخيرة بنسبة (12.8%).

وتتفق نتائج هذه الدراسة مع نتائج دراسة (سحر إبراهيم، 2012) والتي توصلت إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات الطلاب في استبانة النسق القيمي قبل وبعد ثورة 25 يناير، وأن تلك الثورة أعادت تشكيل الكثير من معارف الإنسان المصري وقيمه بشكل إيجابي بعد ثلاثين عامًا من الفساد والظلم والاستبداد، وزادت من ثقته في ذاته وثقته في الآخرين، وزادت من قدرته على اختيار وتبني قيم الحرية والعدالة والمواطنة وحب الوطن وغيرها من القيم المرتبطة بحقوق الإنسان⁽⁵⁴⁾. كما تتفق هذه النتيجة مع دراسة (رمضان قرني، 2011) والتي خلصت إلى أن ثورة 25 يناير ترجمة القيم الحضارية لمصر على مر العصور من عدالة وحرية وتنمية، وأعلنت من القيم الإيجابية الأخرى التي افتقدتها المجتمع المصري، فقد أخرجت مصر أعظم ما لديها من قيم وثقافة أبهرت شعوب العالم بها، ولم يشوهها قيم عنصرية أو استعلائية أو إقصائية كما يحدث في العديد من ثورات الشعوب⁽⁵⁵⁾.

11- درجة تأثير الإعلام الجديد على قيم التجمع والحشد والتنظيم لأفراد المجتمع المصري خلال ثورة 25 يناير:

جدول رقم (12)

درجة تأثر الإعلام الجديد على قيم التجمع والحشد والتنظيم خلال ثورة 25 يناير

درجة تأثر الإعلام الجديد على قيم التجمع والحشد خلال ثورة 25 يناير												
اتجا	الانحرا	المتوس	ضعيفة		متوسطة		كبيرة		كبيرة جدا			
			%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
كبيرة	1.08	1.91	4.	1	6.	1	11.	3	33.	9	44.	12
جدا												

أظهرت نتائج الجدول السابق تأثر الإعلام الجديد على قيم التجمع والحشد والتنظيم خلال ثورة 25 يناير بدرجة كبيرة جدا بنسبة (44.8%) من جانب النخبة المصرية، حيث وقعت قيمة المتوسط المرجح بين القيمة (1- 1.29) الأمر الذي يفسر تأثير الإعلام الإلكتروني الجديد على قيم التجمع والحشد والتنظيم خلال ثورة 25 يناير، ويرجع ذلك إلى طبيعة الوسيط الشبكي كوسيلة كاريزمية تجمع بين

رؤية النخبة المصرية لتأثير الإعلام الجديد على منظومة القيم السائدة في المجتمع خلال ثورة 25 يناير

متناقضات القيم، ولكن خلال ثورة 25 يناير فرض الإعلام الجديد منظومة قيمية قوية انتقلت من الواقع الافتراضي إلى الواقع الفعلي كانت أبرزها: قيم الحرية، وقبول الآخر وتجاهل الهوية الفردية، وبرز ذلك في تشكيل الأقباط دروع بشرية حول المصلين المسلمين أثناء إقامة الصلوات، وتخطي الأيديولوجيات الضيقة، وفتحت القيادة، وسيادة قيم المواطنة والمساواة في الحقوق والواجبات في مجتمع ميدان التحرير⁽⁵⁶⁾.

12- ملامح التأثير على قيمة التجمع خلال ثورة 25 يناير:

جدول رقم (13)

ملاح هذا التأثير على قيمة التجمع (اختيار أكثر من بديل)

%	ك	ملاح التأثير
21.1	213	وسيلة لبناء تجمعات شبابية افتراضية تشترك في تنظيم الفعاليات من أجل التغيير.
12.6	127	وسيلة للبناء وتبادل الخبرات والرؤى والأفكار التنظيمية والاحتجاجية وتوحيدها.
11.2	113	اطلاع العالم على ما يجري في مصر.
19.2	194	إسقاط نظام مبارك وصياغة دستور جديد وتحديد مدة حكم رئيس الجمهورية.
19.2	194	الدعوة إلى التظاهر وتنظيم صفوف المتظاهرين وتحديد أماكن ومواعيد التجمع.
16.8	170	التحرر من التبعية للإعلام التقليدي، وإنتاج ونشر محتوى الشعارات الهتافات السياسية.

انتهت نتائج الجدول السابق المتعلقة بملاح تأثير الإعلام الجديد على قيمة التجمع والحشد خلال ثورة 25 يناير، إلى أن أهم ملاح هذه التأثير أنه وسيلة لبناء تجمعات شبابية افتراضية تشترك في تنظيم الفعاليات من أجل التغيير بنسبة (21.1%) من إجمالي التأثيرات، ثم جاء تأثير إسقاط نظام مبارك وصياغة دستور جديد وتحديد مدة حكم رئيس الجمهورية، والدعوة إلى التظاهر وتنظيم صفوف المتظاهرين وتحديد أماكن ومواعيد التجمع في المرتبة الثانية بدرجة متساوية بلغت نسبتها (19.2%)، تلا ذلك التحرر من التبعية للإعلام التقليدي، وإنتاج ونشر محتوى الشعارات والهتافات السياسية بنسبة (16.8%). كما خلصت نتائج الدراسة إلى أنه وسيلة للبناء وتبادل الخبرات والرؤى والأفكار التنظيمية والاحتجاجية وتوحيدها بنسبة (12.6%)، تلا ذلك اطلاع العالم على ما يجري في مصر بنسبة (11.2%).

13- تأثير الإعلام الجديد على قيمة الأناملية الحاضرة في الشخصية المصرية خلال ثورة 25 يناير

جدول رقم (14)

رؤية النخبة المصرية لتأثير الإعلام الجديد على منظومة القيم السائدة في المجتمع خلال ثورة 25 يناير

أثر الإعلام الجديد على قيمة الأنامالية الحاضرة في الشخصية المصرية خلال ثورة 25 يناير

تأثير الإعلام الجديد على قيمة الأنامالية خلال ثورة 25 يناير								
اتجاه الموافقة	الانحراف المعياري	المتوسط المرجح	ضعيفة		متوسطة		كبيرة جدا	
			%	ك	%	ك	%	ك
كبيرة جدا	0.616	1.57	6.7	18	44.1	119	49.3	133

أظهرت نتائج الدراسة الميدانية تأثير الإعلام الجديد على قيمة الأنامالية خلال ثورة 25 يناير بدرجة كبيرة جدا بنسبة (49.3%) من وجهة نظر عينة الدراسة من النخبة المصرية، حيث وقعت قيمة المتوسط المرجح بين القيمة (1- 1.57)، ويفسر ذلك تعاضم كثير من القيم الإيجابية الأصلية على حساب قيمة الأنامالية خلال فترة ثورة 25 يناير، فقد فجرت الثورة ثلاثة ثورات هي: ثورة سياسية من أجل تغيير النظام السياسي القديم، ثورة اجتماعية من أجل تغيير نظام القيم السائدة، وثورة ثقافية من أجل تغيير نظام التفكير السائد، وهو ما يوضحه الجدول التالي. وتتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة (أحمد خطاب، 2012) والتي كشفت أن تلك الثورة كان لها تأثير واضح على تغيير الاتجاهات السلبية نحو المشاركة السياسية لدى طلبة الجامعة⁽⁵⁷⁾.

14- ملامح تأثير الإعلام الجديد على قيمة الأنامالية الحاضرة في الشخصية المصرية خلال ثورة 25 يناير:

جدول رقم (15)

ملامح تأثير الإعلام الجديد على قيمة الأنامالية (اختيار أكثر من بديل)

%	ك	ملامح التأثير
17.5	189	التحرر من الإنكفاء على الذات والتضحية بالنفس من أجل التغيير .
18.2	196	المشاركة في تنظيم التظاهرات وتقديم مختلف أشكال الدعم.
16.8	181	الاهتمام بالمشاركة في الانتخابات التي أعقبت الثورة.
14.1	152	كشف ومحاربة أوجه الفساد.
20.9	225	التعبير عن الرأي والحوار مع الأصدقاء حول مستقبل الوطن.
12.4	134	حب الوطن والاعتزاز بالانتماء له.

خلصت نتائج الجدول السابق المعنية بملامح تأثير الإعلام الجديد على قيمة الأنامالية خلال ثورة 25 يناير، إلى أن التعبير عن الرأي والحوار مع الأصدقاء حول مستقبل الوطن جاءت في المرتبة الأولى بنسبة (20.9%)، ثم المشاركة في تنظيم التظاهرات وتقديم مختلف أشكال الدعم بنسبة (18.2%)، تلا ذلك التحرر من الانكفاء على الذات والتضحية بالنفس من أجل التغيير بنسبة (17.5%). وجاء الاهتمام بالمشاركة في الانتخابات التي أعقبت الثورة في المرتبة الرابعة بنسبة (16.8%)، تلا ذلك كشف ومحاربة أوجه الفساد، ثم حب الوطن والاعتزاز بالانتماء له بنسبة (14.1%) و(12.4%) على التوالي.

وتتفق هذه النتيجة مع نتائج دراسة (أحمد خطاب، 2012) التي خلصت إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات الطلاب في استبانة النسق القيمي قبل وبعد ثورة 25 يناير، وأن تلك الثورة أعادت تشكيل الكثير من معارف الإنسان المصري ومفاهيمه وقيمه بشكل إيجابي بعد ثلاثين عامًا من الفساد والظلم والاستبداد، وزادت من ثقته في ذاته وثقته في الآخرين، وزادت من قدرته على اختيار وتبنى قيم الحرية والعدالة والمواطنة وحب الوطن وغيرها من القيم المرتبطة بحقوق الإنسان⁽⁵⁸⁾.

- مقياس أزمة القيم السائدة في المجتمع:

قام الباحث بتصميم مقياس أزمة القيم المجتمع المصري - اعتمادًا على ما طرحته الدراسات السابقة في هذا الشأن - يتضمن ثلاثون عبارة، تُعنى كل ست عبارات منها بقياس بعد من أبعاد أزمة منظومة القيم المتمثلة في: القيم الأخلاقية، الاقتصادية، السياسية، الدينية، والاتصالية، بحيث يحقق اختيار (نعم) أعلى قيمة لأزمة القيم، و (لا) أقل قيمة لتحقيقها.

وقد عمد الباحث إلى استخدام أسلوب إحصائي يعتمد على حساب الوسط الحسابي المرجح والوزن النسبي للوصول إلى دلالات أكثر عمقًا لكل عبارة من هذه العبارات، وبالتالي لكل ست عبارات متجمعة، ما يمكننا في النهاية من الحكم بمدى تحقق أبعاد الأزمة الخمسة سالفة الذكر والوزن النسبي لتحقيق كل منها، كما يتبين من الجدول رقم (16).

رؤية النخبة المصرية لتأثير الإعلام الجديد على منظومة القيم السائدة في المجتمع خلال ثورة 25 يناير

وقد تم حساب الوسط الحسابي المرجح باستخدام المعادلة التالية:

$$\text{المرجح الحسابي الوسط} = \frac{\text{مج ك (نعم)} \times 2 + \text{مج ك (إلى حد ما)} \times 1 + \text{مج ك (لا)} \times 0}{\text{مج ك (نعم)} + \text{مج ك (إلى حد ما)} + \text{مج ك (لا)}}$$

فيما تم حساب الوزن المئوي باستخدام المعادلة التالية:

$$\text{الوزن المئوي} = \frac{\text{الوسط الحسابي المرجح} \times 100}{\text{أعلى قيمة بالمقياس (2)}}$$

كذلك قام الباحث باعتماد القيمة (1) باعتبارها الوسط الحسابي المفترض، ووزنه المئوي (50%)، وذلك بجمع درجات المقياس وقسمتها على عددها، $1 = 3 / (2 + 1 + 0)$ ، فيما تم حساب الوزن المئوي المفترض، بقسمة الوسط المفترض على أعلى درجة في المقياس وضرب الناتج في 100، $100 \times (2/1) = 50\%$ ، وهو ما يمثل الحد الفاصل الذي يمكن من خلاله اتخاذ القرار بشأن تحقق أزمة القيم من عدمها بل ودرجتها، قياساً على ابتعاد أو اقتراب الوسط المرجح ووزنه المئوي لكل بُعد أو ابتعاده عن الوسط المفترض (1) ووزنه المئوي (50%).

جدول رقم (16)

الوسط المرجح والوزن المئوي لأبعاد أزمة القيم

الوزن المئوي	الوسط المرجح	لا	إلى حد ما	نعم	الجملة	رقم العبارة	بعد القيم السائدة
66.5%	1.33	53	75	142	أرى أن الفساد والرشوة أصبحت ظاهرة داخل المجتمع المصري	1	أزمة القيم الأخلاقية
55%	1.1	24	193	53	أرى انتشار الوساطة والمحسوبية وعدم المساواة بين أفراد المجتمع	2	
68%	1.36	33	106	131	أرى أن العمال لا يحصلون على حقوقهم كاملة	3	
67%	1.34	32	115	123	ينظر البعض للبهلوة كوسيلة لتحقيق المكاسب	4	
17%	0.34	195	59	16	أرى أن العنف والبطجة وسيلة للتعامل مع الآخرين	5	
67.5%	1.35	34	108	128	لا أشارك في الجمعيات والمنظمات الأهلية	6	
57%	1.14	371	656	593	الوسط المرجح والوزن النسبي لبعد أزمة القيم الأخلاقية		
75.5%	1.51	12	109	149	ألاحظ انتشار القيم الاستهلاكية لدى الفرد	7	أزمة القيم الأخلاقية
97%	1.94	6	34	230	قلة فرص العمل المطروحة للشباب	8	

رؤية النخبة المصرية لتأثير الإعلام الجديد على منظومة القيم السائدة في المجتمع خلال ثورة 25 يناير

9	ضعف الأجر الوظيفي ومحدودية الدخل الشهري.	162	64	44	1.44	72%
10	يحصل البعض على امتيازات اقتصادية دون مقابل	147	68	55	1.34	67%
11	ضعف الرقابة الحكومية على ارتفاع الأسعار	87	126	57	1.11	55.5%
12	عدم وجود عدالة في توزيع الموارد الاقتصادية	222	24	24	1.73	86.5%
الوسط المرجح والوزن النسبي لبعده القيم الاقتصادية						
13	أنا غير منضم لحزب أو حركة سياسية.	170	20	80	1.33	66.5%
14	أفقد الثقة في الحكومة والأحزاب والنخب السياسية.	83	37	150	0.75	37.5%
15	أرى أن المشاركة بصوتى فى الانتخابات غير مجدية.	93	32	145	0.81	40.5%
16	أتردد فى مخاطبة المسؤولين عندما تواجهنى مشكلة ما.	234	6	30	1.75	87.5%
17	المشاركة فى مظاهرة للمطالبة بحقوقى تعرضنى للخطر	231	17	22	1.77	88.5%
18	أخشى الحوار مع زملائى حول القضايا السياسية.	247	15	8	1.89	94.5%
الوسط المرجح والوزن النسبي لبعده القيم السياسية						
19	أرى عدم وجود وعى دينى بالكثير من القضايا الحياتية	206	27	37	1.63	81.5%
20	أرى انتشار فتاوى تنافى صحيح الدين الإسلامى	165	70	35	1.48	74%
21	أرى انتشار قيم التطرف والإرهاب الدينى الأعمى.	71	92	107	0.86	43%
22	انتشرت الإساءة للاديان والرموز الدينية	99	143	28	1.26	63%
23	أجد اختفاء قيم الاعتدال والوسطية التسامح.	153	69	48	1.39	69.5%
24	أرى انتشار قيم تخالف تعاليم الإسلام بين الشباب	98	42	130	0.88	44%
الوسط المرجح والوزن النسبي لبعده القيم الدينية						
25	أرى أن الإعلام الجديد سبب رئيسى لفساد المجتمع.	22	56	192	0.37	18.5%
26	أجد صعوبة فى إبداء الراى حول مقالات الكتاب على الإنترنت	20	56	194	0.35	17.5%
27	ألاحظ اهتمام وسائل الإعلام التقليدية والجديدة بقضايا سطحية	33	51	186	0.43	21.5%
28	كثيرا ما أبحث عن مواقع الجنس والإباحية على الإنترنت.	95	43	132	0.86	43%
29	أساعد على نشر الشائعات على المواقع الإلكترونية	55	38	177	0.55	27.5%
30	لا أحرص على استخدام التكنولوجيا فى عملى وتخصصى	30	26	214	0.32	16%
الوسط المرجح والوزن النسبي لبعده القيم الاتصالية						
24		255	270	1095	0.48	24%

ويحساب الوسط المرجح لإجمالي عبارات المقياس الثلاثين، كما في الجدول رقم (17)، يتضح أن أزمة القيم في المجتمع المصري تحققت لدى مفردات العينة بوسط (1.15) ووزن مؤوي 57.5%، بيد أن تحقق أبعادها يتفاوت من بعد لآخر، سواء من حيث مدى تحققها أو درجتها. وتتفق نتائج هذه الدراسة مع ما توصلت إليه

رؤية النخبة المصرية لتأثير الإعلام الجديد على منظومة القيم السائدة في المجتمع خلال ثورة 25 يناير

دراسة (عزة الكحكي، 2004) فيما يتعلق بأزمة القيم فقد خلصت نتائجها إلى أن (50%) من العينة يعانون من أزمة القيم⁽⁵⁹⁾.

وفي هذا السياق، من الأهمية الإشارة إلى أنه لا يمكن التعليل بأن الإعلام الجديد هو المتغير الوحيد المؤثر في تغيير منظومة القيم المصرية خلال ثورة 25 يناير، بانعزال عن السياق الاجتماعي والثقافي الذي ساد في هذه الفترة، ويتسق ذلك مع ما خلصت إليه دراسة (علي ليلة، 2011) إلى أن ضعف الثقافة والقيم في القيام بدورها في ضبط التفاعل الاجتماعي، وفي توجيه سلوكيات الفرد في مختلف مجالات الواقع الاجتماعي، يرجع إلى موقف النظام السياسي من عملية تحديث المجتمع والثقافة، وطبيعة التحولات الاجتماعية والقوى الفاعلة في إطاره، وأوضاع القوى الاجتماعية وحالة الضعف والانهيال الذي أصاب الطبقة المتوسطة وأخلاقها، يضاف إلى ذلك الضعف الذي أصاب مؤسسات التنشئة الاجتماعية والتآكل الذي أصاب فاعليتها⁽⁶⁰⁾.

جدول رقم (17)

الوسط المرجح والوزن المئوي لأبعاد أزمة القيم في المجتمع المصري لدى مفردات العينة

الوزن	الوسط	لا	إلى حد	نعم	بعد الأزمة
57%	1.14	371	656	593	أزمة القيم الاجتماعية
75.5%	1.51	997	425	198	أزمة القيم الاقتصادية
69%	1.38	435	127	1058	أزمة القيم السياسية
62.5%	1.25	792	443	358	أزمة القيم الدينية
24%	0.48	1095	270	255	أزمة القيم الاتصالية
57.5%	1.15	3960	1921	2462	الإجمالي (أزمة القيم في المجتمع)

ومن خلال الجدول السابق، نجد أن:

- أزمة القيم الاقتصادية كانت أعلى قيمة في منظومة القيم المصرية تحقيقاً بوسط حسابي (1.51) ووزن مئوي 75.5%، وهو ما يؤشر بقوة إلى الخلل في المنظومة القيمية الحاكمة للعلاقة بين الحكومة والمواطن لدى مفردات العينة، وعدم الاتساق بين ما يعتقد الفرد بأنه صحيح من قيم العدالة والصدق والمساواة في توزيع الموارد الاقتصادية، ما يشعر به بأنه تحقق ويسود بالفعل، وهو ما يتفق مع نتائج الدراسة التي أصدرها مركز الدراسات المستقبلية عام 2009 حول تحولات منظومة القيم في المجتمع المصري خلال الخمسين عامًا الماضية، وتوصلت نتائجها إلى وجود تحولات عنيفة في تلك المنظومة وشعور المواطن المصري بالظلم واليأس والاحباط وغياب العدالة وانعدام الثقة بين الشعب والحكومة، كما حذرت الدراسة مما سمته "انقلابًا صادمًا" في منظومة القيم النبيلة التي حفظت قوام الشخصية المصرية، وتسلب قيم سلبية غريبة تفرض ضغوطاً على تحقيق أي خطط حالية أو رؤى مستقبلية لمصر، وانتهت إلى وضع اقتراحات بعيدة المدى تقوم على تعاون مؤسسات المجتمع المدني والدولة للقيام بحركة قومية للنهوض بالقيم الأخلاقية وتمييزها بين جميع طوائف المجتمع، إلى جانب الإصلاح المؤسسي الداعم لقيم العدالة والمشاركة⁽⁶¹⁾.
- أزمة القيم السياسية جاءت في المرتبة الثانية بوسط حسابي (1.38) ووزن مئوي 69%، وهو ما يشير إلى ضيق هامش الحرية وضبابية المشهد السياسي وفقدانه للوضوح لدى المبحوثين، وحالة عدم الاستقرار في الأطر التشريعية التي تحدد أسلوب المشاركة السياسية للأحزاب السياسية والأفراد في إطار يضمن الحقوق ويحدد المسؤوليات للجميع.
- تأتي أزمة القيم الدينية في المرتبة الثالثة بوسط حسابي (1.25) ووزن مئوي 62.5%، ما يكشف عن وجود اتجاه بين مفردات العينة يرى أن انخفاض نسبة الوعي الديني وانتشار فوضى الفتاوى وتجنيد الجماعات المتطرف للأفراد على الإنترنت، والإساءة للأديان، تشكل أزمة قيمية دينية، الأمر الذي يستدعي أن تضطلع المؤسسات الدينية وفي مقدمتها الأزهر الشريف بدور قوي في مواجهة هذه التحديات التي تهدد ثوابت المجتمع وقيمه الدينية.
- أزمة القيم الأخلاقية تتراجع إلى المرتبة الرابعة بوسط حسابي (1.14) ووزن مئوي 57%، وعلى الرغم من أن هذا الوزن يعني تحقق أزمة القيم الأخلاقية إلا

رؤية النخبة المصرية لتأثير الإعلام الجديد على منظومة القيم السائدة في المجتمع خلال ثورة 25 يناير

أنه يتحقق بفارق 7% عن الوزن المفروض، وهي أقل نسبة مقارنة بالقيم الثلاثة السابقة، أي إن المبحوث يرى الخل بصورة أكبر في البيئة التي لا توفر مناخًا ملائمًا لنشر القيم الأخلاقية السليمة.

- بخلاف تحقق القيم الأربع السابقة، لم تتحقق أزمة القيم الاتصالية، إذ بلغ وسطها الحسابي (0.48%) ووزن مئوي 24%، ما يعني أن شعور العينة بالخلل القيمي الاقتصادي والسياسي والديني والاجتماعي وضعف القدرة على التأثير وعزوفهم عن المشاركة لم يمنعها من الاهتمام بالتفاعل الافتراضي والمشاركة والحوار ومتابعة مجريات الأحداث، وهو ما يعني أن منظومة القيم الافتراضية على الوسيط الشبكي لا يعني بالضرورة تطبيقها أو انتقالها إلى الواقع الفعلي.

- المحور الثاني : اختبار فروض الدراسة:

ترمي الدراسة إلى اختبار العلاقة بين رؤية النخبة المصرية لتأثير الإعلام الجديد على منظومة القيم المصرية السائدة وشعورهم بأزمة القيم في المجتمع، ولقياس هذه العلاقة تحاول الدراسة اختبار وقياس صحة الفروض التالية:

- الفرض الأول: كلما زادت ثقة النخبة في الإعلام الجديد كلما زاد شعورهم بأزمة القيم في المجتمع المصري.

ولاختبار وجود علاقة بين درجة الثقة لدى النخبة المصرية في الإعلام الجديد ومدى شعورهم بأزمة القيم في المجتمع، وكذلك شدة واتجاه هذه العلاقة تم حساب معامل الارتباط سبيرمان، كما سيتضح من الجدول رقم (18).

جدول رقم (18)

الارتباط بين ثقة النخبة في الإعلام الجديد ومدى شعورهم بأزمة القيم في المجتمع المصري

أزمة القيم	الثقة في الإعلام الجديد	معامل ارتباط سبيرمان Spearman's rho	
0.189		معامل الارتباط Coefficient	الثقة في الإعلام الجديد
0.047		الدلالة الإحصائية Sig.(2-tailed)	
270	270	إجمالي العينة	
	0.189	معامل الارتباط Correlation	

رؤية النخبة المصرية لتأثير الإعلام الجديد على منظومة القيم السائدة في المجتمع خلال ثورة 25 يناير

		Coefficient	أزمة القيم في المجتمع
	0.047	Sig.(2-tailed)	الدلالة الإحصائية
270	270		إجمالي العينة
الارتباط دال إحصائياً عند مستوى معنوية 0.01			

ويوضح الجدول السابق ثبوت وجود علاقة طردية بين الثقة في الإعلام الجديد والشعور بأزمة القيم، حيث بلغت قيمة معامل الارتباط 0.189، أي إنها علاقة طردية ولكنها ضعيفة، عند مستوى معنوية 0.01.

وبالتالي، تقبل الدراسة الفرض الأول القائل بـ كلما "زادت ثقة النخبة في الإعلام الجديد كلما زاد شعورهم بأزمة القيم في المجتمع المصري".

- الفرض الثاني: كلما زادت ثقة النخبة في الإعلام الجديد كلما زاد شعورهم بأزمة القيم الأخلاقية في المجتمع المصري.

ولاختبار وجود علاقة بين درجة الثقة لدى النخبة المصرية في الإعلام الجديد ومدى شعورهم بأزمة القيم الأخلاقية في المجتمع، وكذلك شدة واتجاه هذه العلاقة تم حساب معامل الارتباط سبيرمان، كما سيتضح من الجدول رقم (19).

جدول رقم (19)

الارتباط بين ثقة النخبة في الإعلام الجديد ومدى شعورهم بأزمة القيم الأخلاقية

أزمة القيم الأخلاقية	الثقة في الإعلام	معامل ارتباط سبيرمان	
0.169		معامل الارتباط	الثقة في الإعلام الجديد
0.029		Sig.(2-	
270	270	الدلالة الإحصائية إجمالي العينة	
	0.169	معامل الارتباط	أزمة القيم الأخلاقية
	0.029	Sig.(2-	
270	270	الدلالة الإحصائية إجمالي العينة	
الارتباط دال إحصائياً عند مستوى معنوية 0.01			

ويوضح الجدول السابق ثبوت وجود علاقة طردية بين الثقة في الإعلام الجديد والشعور بأزمة القيم الأخلاقية، حيث بلغت قيمة معامل الارتباط 0.169، أي إنها علاقة طردية ولكنها ضعيفة، عند مستوى معنوية 0.01.

رؤية النخبة المصرية لتأثير الإعلام الجديد على منظومة القيم السائدة في المجتمع خلال ثورة 25 يناير

وبالتالي، تقبل الدراسة الفرض الثاني القائل بـ "كلما زادت ثقة النخبة في الإعلام الجديد كلما زاد شعورهم بأزمة القيم الأخلاقية في المجتمع المصري".
- الفرض الثالث: كلما زادت ثقة النخبة في الإعلام الجديد كلما زاد شعورهم بأزمة القيم السياسية في المجتمع المصري.

ولاختبار وجود علاقة بين درجة الثقة لدى النخبة المصرية في الإعلام الجديد ومدى شعورهم بأزمة القيم السياسية في المجتمع، وكذلك شدة واتجاه هذه العلاقة تم حساب معامل الارتباط سبيرمان، كما سيتضح من الجدول رقم (20).

جدول رقم (20)

الارتباط بين ثقة النخبة في الإعلام الجديد ومدى شعورهم بأزمة القيم السياسية

أزمة القيم السياسية	الثقة في الإعلام الجديد	معامل ارتباط سبيرمان Spearman's rho	
0.17		معامل الارتباط Correlation Coefficient	الثقة في الإعلام الجديد
0.00		الدلالة الإحصائية Sig.(2-tailed)	
270	270	إجمالي العينة	
	0.170	معامل الارتباط Correlation Coefficient	أزمة القيم السياسية
	0.00	الدلالة الإحصائية Sig.(2-tailed)	
270	270	إجمالي العينة	

الارتباط دال إحصائياً عند مستوى معنوية 0.05

ويوضح الجدول السابق وجود علاقة طردية بين الثقة في الإعلام الجديد والشعور بأزمة القيم السياسية، حيث بلغت قيمة معامل الارتباط 0.170، أي إنها علاقة طردية ولكنها ضعيفة، عند مستوى معنوية 0.05.

وبالتالي.. تقبل الدراسة الفرض الثالث القائل بـ "كلما زادت ثقة النخبة في الإعلام الجديد زاد شعورهم بأزمة القيم السياسية في المجتمع المصري".

- الفرض الرابع: لا توجد علاقة بين تصورات النخبة المصرية نحو الثقة في الإعلام الجديد وتأثيره على قيم التجمع والحشد والتنظيم خلال ثورة 25 يناير.

لاختبار وجود علاقة بين تصورات النخبة المصرية نحو الثقة في الإعلام الجديد وتأثيره على قيم التجمع والحشد والتنظيم خلال ثورة 25 يناير، تم اختبار ارتباط فاي Phi correlation Coefficient، كإحدى الحالات الخاصة لاختبارات الاستقلال، حيث أن لكل متغير وجهين فقط، وقد جاءت النتائج كما في الجدول التالي:-

جدول رقم (21)

توزيع مفردات العنية وفق ثقتهم في الإعلام الجديد ورؤيتهم لتأثيره على قيم

التجمع والحشد

معامل التوافق Contingency Coefficient	مستوى الدلالة الإحصائية sigma	درجة الحرية	قيمة كا ²	الإجمالي	لا	أثق إلى حد ما كبيرة	نعم أثق بدرجة كبيرة	هل تثق في الإعلام الجديد؟	إلى أي درجة أثر الإعلام الجديد على قيم التجمع والحشد والتنظيم لأفراد المجتمع ع المصري خلال ثورة 25 يناير؟
0.213	0.012	4	12.87	121	0	4	74	كبيرة جدا	ع المصري خلال ثورة 25 يناير؟
				91	0	2	68	كبيرة	
				30	0	5	25	متوسط	
				17	0	1	16	ضعيفة	
				11	0	3	8	ضعيفة جدا	
0				7	191	الإجمالي			

حسب مستوى الدلالة الإحصائية عند $\alpha = 0.05$

وبتطبيق المعامل بلغت قيمة "كا²" المحسوبة 12.87 عند درجة حرية 4 ومستوى معنوية 0.05، وهي قيمة تزيد عن قيمة "كا²" الجدولية والبالغة 9.49، ما يعني رفض الفرض العدمي وقبول الفرض البديل، أي أنه توجد علاقة بين المتغيرين. ولحساب قوة هذه العلاقة تم حساب معامل الاقتران، وقد بلغت قيمته 0.213، إلى أن العلاقة بين المتغيرين تميل لأن تكون ضعيفة.

وبالتالي.. ترفض الدراسة الفرض العدمي القائل بـ " لا توجد علاقة بين تصورات النخبة المصرية نحو الثقة في الإعلام الجديد وتأثيره على قيم التجمع والحشد والتنظيم خلال ثورة 25 يناير" وتقبل الفرض البديل القائل " توجد علاقة بين

رؤية النخبة المصرية لتأثير الإعلام الجديد على منظومة القيم السائدة في المجتمع خلال ثورة 25 يناير

تصورات النخبة المصرية نحو الثقة في الإعلام الجديد وتأثيره على قيم التجمع والحشد والتنظيم خلال ثورة 25 يناير".

- الفرض الخامس: توجد علاقة بين تصورات النخبة المصرية نحو الثقة في الإعلام الجديد وتأثيره على قيمة الأنامالية في الشخصية المصرية خلال ثورة 25 يناير.

لاختبار وجود علاقة بين تصورات النخبة المصرية نحو الثقة في الإعلام الجديد وتأثيره على قيمة الأنامالية خلال ثورة 25 يناير، تم اختبار ارتباط فاي Phi correlation Coefficient، وقد جاءت النتائج كما في الجدول التالي:-

جدول رقم (22)

توزيع مفردات العنية وفق ثقتهم في الإعلام الجديد وتأثيره على زيادة قيمة الأنامالية

هل تثق في الإعلام الجديد؟	نعم أتق بدرجة كبيرة	أتق إلى حد ما	لا أتق	الإجمالي	قيمة كا ²	درجة الحرية	مستوى الدلالة الإحصائية sig	معامل التوافق Contingency Coefficient
كبيرة	102	31	0	133	6.51	2	0.005	0.128
متوسطة	77	42	0	119				
ضعيفة	12	6	0	18				
الإجمالي	191	79	0	270				

حسب مستوى الدلالة الإحصائية عند $\alpha = 0.05$

وبتطبيق المعامل بلغت قيمة "كا²" المحسوبة 6.51 عند درجة حرية 2 ومستوى معنوية 0.005، وهي قيمة أكبر عن قيمة "كا²" الجدولية والبالغة 5.99، ما يعني صحة الفرض، أي أنه توجد علاقة بين المتغيرين. ولحساب قوة هذه العلاقة تم حساب معامل الاقتران، وقد بلغت قيمته 0.128، إلى أن العلاقة بين المتغيرين تميل لأن تكون ضعيفة.

رؤية النخبة المصرية لتأثير الإعلام الجديد على منظومة القيم السائدة في المجتمع خلال ثورة 25 يناير

وبالتالي..تقبل الدراسة الفرض الخامس القائل بـ " توجد علاقة بين تصورات النخبة المصرية نحو الثقة في الإعلام الجديد وتأثيره على قيمة الأناماالية في الشخصية المصرية خلال ثورة 25 يناير " .

خلاصة البحث:

اضطلعت وسائل الإعلام الجديد بدور بارز في بناء وتشكل منظومات القيم، وتشكل الأطر الثقافية الحاكمة لسلوكيات الأفراد وتصرفاتهم في حركة التفاعل الاجتماعي، ولكن من الأهمية الإشارة إلى أن عوامل التغير القيمي السائد لا يمكن تحليلها بعامل وحيد -الإعلام الجديد- فقط، بل يوضح الواقع الفعلي تساند وتفاعل عوامل عدة: "سياسية، اقتصادية، تعليمية، تكنولوجية، وإيديولوجية موجهة" لإحداثه، لذلك يصعب تحديد المتغير الفاصل في التغير القيمي للمجتمع المصري خلال ثورة 25 يناير.

ولكن المنتبغ لحالة الثقافة المصرية وقيمها الحاكمة لسلوكيات المصريين، يلاحظ أنها فقدت السيطرة والمناعة على مقاومة الثقافات والقيم الوافدة في ظل العولمة الإعلامية لشركات الإعلام الاجتماعي، والتحول الحتمي لاستخدامها في الاتصال والتواصل والتعبير عن الرأي في المجتمعات العربية. ولذلك سعى هذا البحث لقياس تأثير الإعلام الجديد على منظومة القيم السائدة في المجتمع خلال ثورة 25 يناير لدى عينة من النخبة المصرية (270 مفردة)، وتوصل الباحث إلى مجموعة من النتائج والدلالات أهمها:

- تعاني منظومة القيم الثقافية والاجتماعية السائدة في مصر من الخلل وعدم التوازن بنسبة (34.8%) من وجهة نظر النخبة المصرية، بينما أشارت (24.1%) من النخبة المصرية إلى قوة وتماسك منظومة القيم المصرية، وذكر (41.1%) من النخبة بأنها متوازنة إلى حد ما، وهو ما يتفق مع شعور (57.5%) من النخبة المصرية بأزمة القيم في المجتمع.
- تمثلت أهم القيم الإيجابية والسلبية الحاضرة في الشخصية المصرية في القيم التالية: قيم الاتكالية والكسل وانعدام المسؤولية والاعتماد على الغير بنسبة (29%)، تلتها بعد ذلك قيم الإنجاز والعمل والتعاون والطموح والأمل في التغيير

- للأفضل بنسبة (17.8%)، ثم جاءت قيم المواطنة والوحدة والتسامح والاعتدال والوسطية بنسبة (17.4%).
- تمثلت أهم المصادر التي يكتسب من خلالها المجتمع منظومة القيم، وسائل الإعلام التقليدية بنسبة (22.6%)، وجاءت شبكة الإنترنت ووسائل الإعلام الجديد في المرتبة الثانية بنسبة (20.8%)، ثم المؤسسات التعليمية والثقافية بنسبة (14.8%)، تلتها الأسرة بنسبة (13.1%)، وفي المرتبة الخامسة جاءت المؤسسات الدينية ودور العبادة (12.7%).
- وافقت النخبة المصرية بشدة على دور منظومة القيم المصرية السائدة في المجتمع قبل 25 يناير في اندلاع الثورة، استحوذت قيم ضعف هامش الحرية المتاح للفرد، انعدام العدالة الاجتماعية والمساواة، انتشار منظومة الفساد في مختلف مؤسسات الدولة، وضعف الأحزاب والتنظيمات والجماعات والمشاركة السياسية أبرز هذه القيم.
- تصدرت مواقع التواصل الاجتماعي أكثر وسائل الإعلام الجديد تأثيرًا على منظومة القيم في المجتمع، تلتها المواقع الإخبارية، وأوضحت النتائج أن آلية يسر الاستخدام وسهولة النفاذ إلى المعلومات وتنوع مصادرها من أهم آليات ومقومات هذه الوسائل بنسبة (18.2%)، وآلية سرعة نشر الأخبار أول بأول وانخفاض الكلفة المادية وتوفير الوقت والجهد بنسبة (17.4%).
- كشف نتائج الدراسة ثقة النخبة المصرية بالإعلام الجديد بدرجة كبيرة، حيث وقعت قيمة المتوسط المرجح بين القيمة (1- 1.29) الأمر الذي يفسر تزايد أعداد مستخدمي الإنترنت وشبكات التواصل الاجتماعي في مصر والعالم العربي.
- خلصت النتائج إلى أن أهم ملامح تأثير الإعلام الجديد على منظومة القيم خلال ثورة 25 يناير هي: انتفاء قيمة الخوف وظهور قيم الإصرار والصبر والصمود والتضحية من أجل التغيير بنسبة (17.5%)، ثم انتشار الشائعات والأخبار الكاذبة بنسبة (15%)، تلا ذلك إدراك المصريين لأهمية الإعلام ووسائله المتعددة في التغيير بنسبة (14.1%).
- أظهرت النتائج تأثير الإعلام الجديد على قيم التجمع والحشد والتنظيم خلال ثورة 25 يناير بدرجة كبيرة جدا بنسبة (44.8%) من جانب النخبة المصرية، حيث

- وقعت قيمة المتوسط المرجح بين القيمة (1- 1.29) الأمر الذي يفسر تأثير الإعلام الإلكتروني الجديد على قيم التجمع والحشد والتنظيم خلال ثورة 25 يناير.
- كشفت نتائج تأثر الإعلام الجديد على قيمة الأنامالية خلال ثورة 25 يناير بدرجة كبيرة جدا بنسبة (49.3%) من وجهة نظر عينة الدراسة من النخبة المصرية، حيث وقعت قيمة المتوسط المرجح بين القيمة (1- 1.57) الأمر الذي يفسر تأثير الإعلام الإلكتروني الجديد على انتفاء قيمة الأنامالية لدى كثير من أفراد المجتمع.
- تحققت أزمة القيم في المجتمع المصري لدى مفردات العينة بوسط (1.15) ووزن مئوي 57.5%، بيد أن تحقق أبعادها يتفاوت من بعد لآخر، سواء من حيث مدى تحققها أو درجتها.

وفيما يتعلق بنتائج اختبار الفروض خلصت الدراسة إلى ما يلي:

- ثبتت صحة الفرض الأول القائل بـ "كلما زادت ثقة النخبة في الإعلام الجديد كلما زاد شعورهم بأزمة القيم في المجتمع المصري".
- ثبتت صحة الفرض الثاني القائل بـ "كلما زادت ثقة النخبة في الإعلام الجديد كلما زاد شعورهم بأزمة القيم الأخلاقية في المجتمع المصري".
- ثبتت صحة الفرض الثالث القائل بـ "كلما زادت ثقة النخبة في الإعلام الجديد زاد شعورهم بأزمة القيم السياسية في المجتمع المصري".
- لم تتحقق صحة الفرض الرابع بعدم وجود علاقة بين تصورات النخبة المصرية نحو الثقة في الإعلام الجديد وتأثيره على قيم التجمع والحشد والتنظيم خلال ثورة 25 يناير " وتم قبول الفرض البديل القائل " توجد علاقة بين تصورات النخبة المصرية نحو الثقة في الإعلام الجديد وتأثيره على قيم التجمع والحشد والتنظيم خلال ثورة 25 يناير".
- ثبتت صحة الفرض الخامس القائل بـ "توجد علاقة بين تصورات النخبة المصرية نحو الثقة في الإعلام الجديد وتأثيره على قيمة الأنامالية في الشخصية المصرية خلال ثورة 25 يناير".

- مقترحات البحث وما يثيره من دراسات مستقبلية:

- بناءً على ما تقدم من نتائج البحث وما اقترحه الباحثون وأيضاً أفراد العينة من النخبة، يتقدم الباحث بجملة من الاقتراحات تتمثل في الآتي:
- تطوير آليات التعامل مع نواخذ الإعلام الجديد من خلال وضع ميثاق شرف Code of Ethics للإعلام الجديد ينظم العمل والممارسات الإعلامية الإلكترونية ترعاه الدولة وتكفل لمرتابه حقوقهم وتلزمهم بواجباتهم نحو المجتمع، وبما يضمن الحفاظ على ثوابت المجتمع وقيمه، فضلاً عن الالتزام بالمعايير الأخلاقية والمهنية والتشريعية خلال ممارسة العمل الإعلامي الإلكتروني.
- يتفق الباحث مع ما اقترحه أفراد العينة من ضرورة وضع دليل إرشادي لكيفية استخدام الإعلام الجديد وشبكة الإنترنت، وضرورة الإلمام بثقافة الإنترنت Internet Culture وأدواتها وآلياتها المختلفة، وتعظيم دور المسؤولية الاجتماعية للأسرة في المراقبة على استخدام أبنائها لوسائل الإعلام الجديد، وإدراك المخاطر الناجمة عن استخدامها وطرق تفاديها.
- تقوية قيم الانتماء والعمل والإنجاز والحفاظ على الهوية المصرية في منازلنا ومدارسنا وجامعاتنا في ظل التطور التكنولوجي المضطرد وتأثيراته المتعددة.
- ضرورة مشاركة نقابة الصحفيين والمجلس الأعلى للصحافة والحكومة بالإسراع في سن قانون يحمي ويراقب بيئة العمل الإعلامي الإلكتروني بشكل يحفظ ثوابت المهنة وأخلاقياتها.
- ضرورة أن يولي الباحثون في الوطن العربي المزيد من الاهتمام بدراسات تأثير الإعلام الجديد على الهوية العربية، وتعظيم الاستفادة البحثية من كيفية تسخير الإعلام الجديد في نشر القيم الإيجابية النابعة من تراث المجتمع، ووضع الأطر والضوابط التي تضمن تطبيق ذلك، بالإضافة إلى استحداث مناهج جديدة لدراسة الضوابط الحاكمة لاستخدامه.

- (1) ذكي نجيب محمود، مجتمع جديد، ط5، (القاهرة، دار الشروق، 2000)، ص121.
- (2) عادل العوا، القيم الأخلاقية، سوريا، ط1، (دمشق: جامعة دمشق، 1986)، ص36.
- (3) أحمد مجدى حجازى، أزمة القيم، مجلة الديمقراطية، القاهرة، الأهرام، العدد (9)، 2003، ص53.
- (4) مي العبد الله، الاتصال والديمقراطية، (بيروت، دار النهضة العربية، 2005)، ص 21.
- (5) Sriram Arulchelvan, New Media Communication Strategies for Election Campaigns: Experiences of Indian Political Parties, **Online Journal of Communication and Media Technologies**, Vol.4, Issue.3, July 2014, P.125.
- (6) Castells, Manual, **The Rise of the Network Society, The Information Age: Economy, Society and Culture**, Vol.I, 2th ed,(Cambridge, MA; Oxford, UK: Blackwell, 1996).
- (7) Castells, Manual, **The Power of Identity, The Information Age: Economy, Society and Culture**, Vol.II, 2th ed, (Cambridge, MA; Oxford, UK: Blackwell, 1997).
- (8) Castells, Manual, **The End of Millennium, The Information Age: Economy, Society and Culture**, Vol.III, 2th ed, (Cambridge, MA; Oxford, UK: Blackwell, 1998).
- (9) هولجر بينزل وآخرون، فن الشبكات: استخدام الشبكات الأوروبية في مجال التعليم، ديايليتير، 2007، ص 12.
- (10) Manuel Castells, **Op.Cit**, 1996, P.5.
- (11) Pavlik, John V., "**New Media Technology: Cultural and Commercial Perspectives**", 2th Ed, (Needham Heights, MA: Allyn & Bacon, 1998), P.56.
- (12) غادة عبد التواب عبد العزيز اليماني، أثر الانفتاح الاقتصادى على النسق القيمي: دراسة تحليلية لمضمون رسائل بعض وسائل الإعلام في المجتمع المصري، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم الاجتماع، كلية الآداب، جامعة طنطا، 1995.
- (13) صباح محمد حسن، القيم التربوية المتضمنة في برامج الأطفال في التلفزيون في سن التعليم الابتدائي، رسالة دكتوراه غير منشورة، معهد الدراسات والبحوث التربوية، جامعة القاهرة، 1996.
- (14) محمد رضا أحمد، القيم والسلوكيات التي يعكسها الإنتاج المصري من الرسوم المتحركة الموجهة للأطفال، المؤتمر العلمي السنوي التاسع "أخلاقيات الإعلام بين النظرية والتطبيق، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، مايو 2003.
- (15) عزة مصطفى الكحكي، القنوات الفضائية الأجنبية وانعكاساتها على الهوية وأزمة القيم لدى عينة من الشباب العربى في مرحلة المراهقة، المؤتمر العلمي السنوي العاشر "الإعلام المعاصر والهوية العربية، المجلد الأول، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2004.

- (16) أشرف جلال، الهوية العربية كما تعكسها أغاني الفيديو كليب وانعكاساتها على قيم الشباب"، المؤتمر العلمي السنوي العاشر "الإعلام المعاصر والهوية العربية"، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، المجلد الثاني، 4-6 مايو 2004.
- (17) صابر سليمان عسران، القيم التي تعكسها أفلام ومسلسلات الكارتون (الرسوم المتحركة) في قناة Space Toon، وعلاقتها بالهوية العربية الإسلامية، المؤتمر العلمي السنوي العاشر "الإعلام المعاصر والهوية العربية"، المجلد الأول، كلية الإعلام، جامعة القاهرة. 4-6 مايو 2004.
- (18) عواطف عبد الرحمن، الإعلام والقيم الأسرية في عصر العولمة، المؤتمر العلمي الدولي "الأسرة والإعلام وتحديات العصر"، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، 15-17 فبراير 2009.
- (19) أمل العدل محمد أبو الخير، دور مجالات الأطفال في تنمية القدوة لدى الأطفال، رسالة دكتوراه غير منشورة، معهد الدراسات العليا للطفولة، قسم الدراسات النفسية، جامعة عين شمس، 2014.
- (20) محمد عبد الله المنشاوي، جرائم الإنترنت في المجتمع السعودي، رسالة ماجستير، كلية الدراسات العليا، قسم العلوم الشرطية، مكة المكرمة، السعودية، 2003.

Available At: <http://www.minshawi-com/other/thbaity.pdf>.

- (21) Cantijoch, Marta. Jorba Laia and San Martin, Josep., "Exposure to Political Information in New and Old Media: Which Impact on Political Participation?", **Paper Presented at the Annual Meeting of the APSA 2008 Annual Meeting, Hynes Convention Center, Boston, Massachusetts, Aug 28, 2008.**
- (22) أشرف جلال حسن حول "أثر التقنيات الاتصالية الحديثة (المواقع-المدونات-الفضائيات) على العلاقات الاجتماعية والاتصالية للأسرة المصرية والقطرية"، المؤتمر العلمي الدولي "الأسرة والإعلام وتحديات العصر"، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، 15-17 فبراير 2009.
- (23) علي ليلة، دور الإعلام في تكنولوجيا المعلومات في تحتك النسيج الأسرى رصد لتحرك التفاعل من المركز إلى الهامش"، المؤتمر العلمي الدولي "الأسرة والإعلام وتحديات العصر"، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، 15-17 فبراير 2009.
- (24) محمد سعد الدين محمد، دور شبكة الانترنت في إكساب الشباب بعض السلوكيات السلبية التي تتعارض مع القيم الأسرية (دراسة تحليلية وميدانية): المؤتمر العلمي الدولي "الأسرة والإعلام وتحديات العصر"، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، 15-17 فبراير 2009.
- (25) Khamis Sahar and Vaughn Katherine, **Cyberactivism in the Egyptian Revolution: How Civic Engagement and Citizen Journalism Tilted the Balance, Arab Media and Society, Issue 13, 2011.**
- (26) شريف درويش اللبان، ثورة الفيس بوك: آليات استخدام الشبكات الاجتماعية في ثورة 25 يناير"، القاهرة: المجلس الأعلى للثقافة، ندوة لجنة الكتاب والنشر، الأربعاء من 23 مارس 2011.
- (27) Storck Madeline, **The Role Of Social Media in Political Mobilization: A case study of the January 2011 Egyptian Uprising, M A Thesis, USA, University of St Andrews, 2011.**

- (28) ممدوح عبدالواحد محمد، شبكات التواصل الاجتماعي والتحولات السياسية في المجتمع المصري،: دراسة ميدانية على عينة من الشباب الجامعي، ورقة بحثية مقدمة للمؤتمر العلمي الثامن عشر "الإعلام وبناء الدولة الحديثة"، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، من 1-2 يوليو 2012.
- (29) محمد جادالمولى، تأثير الإعلام البديل على تداول المعلومات في مصر: دراسة تحليلية ميدانية"، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2012.
- (30) بشرى جميل الراوي، دور مواقع التواصل الاجتماعي في التغيير/ مدخل نظري، مجلة الباحث الإعلامي، العدد 18، 2012.
- (31) رباب رأفت الجمال، "أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي علي تشكيل النسق القيمي الأخلاقي للشباب السعودي: دراسة ميدانية، المملكة العربية السعودية، جامعة الملك عبد العزيز، كرسى الأمير نايف بن عبد العزيز للقيم الأخلاقية، 2013.
- (32) فهد الطيار ، شبكات التواصل الاجتماعي وأثرها على القيم لدى طلاب الجامعة (تويتر نموذجاً) دراسة تطبيقية على طلاب جامعة الملك سعود، المجلة العربية للدراسات الأمنية و التدريب، المجلد 30، العدد 61، ديسمبر 2014.
- (33) السيد بخيت، استخدام الإنترنت كوسيلة تعليمية في مجال الصحافة، دراسة تجريبية على طلبة الصحافة بجامعة الإمارات، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، جامعة القاهرة، العدد الثامن، أغسطس، أكتوبر 2000.
- (34) Mwesige, P. G., Cyber Elites: A survey of Internet Café Users in Uganda, **Telematics and Informatics**, Vol. 21, No. 1, 2004.
- (35) رضا عبدالواحد امين، استخدامات النخبة المصرية للصحافة الإلكترونية وتأثيرها على علاقتهم بالصحف الورقية، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية اللغة العربية، جامعة الأزهر، 2005.
- (36) محمد خلوف، استخدامات الصفوة الفلسطينية للصحف الإلكترونية لمتابعة الأحداث الجارية والإشباع المتحققة منها، رسالة ماجستير غير منشورة، معهد البحوث والدراسات الإعلامية، قسم الدراسات الإعلامية، 2006.
- (37) Chung D. S, Kim, E, tramell.k.D& porter, L.v, "Uses and Preceptions of Blogs :A report on Professional Journalists and Journalism Educators", **Journalism & Mass Communication Educator**, Vol.62, No.3, 2007.
- (38) Navasartian, K., " Digging for Votes:An Analysis of 2008 Prsidental Candidates Use of New Media", **MA Thesis**, U.S.A, University of Southearn California, May 2008.
- (39) Behçet Oral et al, The Evaluation of the Student Teachers' Attitudes Toward Internet and Democracy, **Computers & Education**, Vol. 50, 2008.
- (40) Drezner, D. W. & Farrell Henry, "Introducaion: Blogs, Politics Power: Special Issue of Public Choice", **Public Choice**, Vol. 134, 2008.

- (41) حاتم العلوانة، وعلى نجادات، مقروئية الصحف الإلكترونية لدى أعضاء الهيئة التدريسية بجامعة اليرموك، مجلة أبحاث اليرموك، جامعة اليرموك، مجلد 25، العدد 4، 2009.
- (42) Jason, P. & Kaitlin, L. C., How and Why Scholars Cite on Twitter, **ASIST**, October 22–27, 2010.
- (43) Feng, C. & Nathan, Y., Twitter Adosption in Congress, **Review of Network Economics**, Vol. 10, No. 1, 2010.
- (44) أحمد زايد وآخرون، الأطر الثقافية الحاكمة لسلوك المصريين واختياراتهم: دراسة لقيم النزاهة والشفافية والفساد، وزارة الدولة للتنمية الإدارية، لجنة الشفافية والنزاهة، أكتوبر 2009، ص 25.
- (45) جون توملينسون، العوملة والثقافة: تجربتنا الاجتماعية عبر الزمان والمكان، ترجمة "إيهاب عبدالرحيم محمد"، مجلة عالم المعرفة، العدد 354، أغسطس 2008، ص 2.
- (46) استفاد الباحث بكل المقاييس التالية:
- سيد عبدالعظيم ومحمد عبدالنواب، مقياس أزمة القيم، (القاهرة: مكتبة النهضة المصرية، 1999).
 - أحمد فاروق، تحليل سيكولوجي لأزمة القيم الأخلاقية بين الشباب المصري: دراسة ميدانية، المجلة العلمية لكلية الآداب، جامعة جنوب الوادي، العدد (26)، يناير، 2009.
- Hermans, H. & Oles P.K, Value Crisis: Affective Organization of Persanal Meaninges, **Journal of Research in Personality**, Vol.30, 1996, PP.53-62.

(* السادة المحكمون هم:

- أ.د/ محمد حافظ دياب : أستاذ علم الاجتماع والنشروبولوجيا المنفرغ بكلية الآداب جامعة بنها.
- أ.د. عادل كمال خضر : أستاذ علم النفس وعميد كلية الآداب جامعة بنها.
- أ.د. محمد نجيب : أستاذ علم الاجتماع بكلية الآداب جامعة بنها.
- أ.د/ حسين أمين : أستاذ الإعلام بالجامعة الأمريكية بالقاهرة.

(**) السادة المحكمون هم:

- أ.د/ حسني نصر : أستاذ بقسم الصحافة بكلية الإعلام جامعة القاهرة.
 - د/ محرز حسين غالي : أستاذ الصحافة المساعد بكلية الإعلام- جامعة القاهرة.
 - د/ محمد حسام الدين : أستاذ الصحافة المساعد بكلية الإعلام- جامعة القاهرة.
- (47) محمد فرج، الثورة وتغيير منظومة القيم، الاهرام الرقمي، مجلة الديمقراطية، 1 أبريل 2011.

Available At:

<http://digital.ahram.org.eg/articles.aspx?Serial=478665&eid=6773>

- (48) إبراهيم منشاوي، الأسباب والآثار: الجذور الاجتماعية للفساد ومدركاته في مصر، المركز العربي للبحوث والدراسات، مقالات وتقارير،

Available At: <http://www.acrseg.org/3739>

رؤية النخبة المصرية لتأثير الإعلام الجديد على منظومة القيم السائدة في المجتمع خلال ثورة 25 يناير

- (49) على ليلة، الثقافة ومنظومات القيم في مصر خلال ثلاثين عاما، في، ثلاثون عاما من حكم مبارك لمصر..
تبيد أرصدة القوة، مركز الجزيرة للدراسات، قسم البحوث والدراسات، 2011، ص 94.
- (50) المرجع السابق نفسه، ص 95.
- (51) مروة شبل عجيزة، تقييم النخبة لدور وسائل الاتصال الإلكترونية الحديثة في تشكيل اتجاهات الرأي العام نحو الثورة المصرية، دورية إعلام الشرق الأوسط، مجلد (8)، 2012، ص 23.
- (52) جمهورية مصر العربية، وزارة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات، نشرة مؤشرات الاتصالات وتكنولوجيا الاتصال، ديسمبر 2014، ص 3.
- (53) كلية محمد بن راشد للإدارة الحكومية، نظرة على الإعلام الاجتماعي في العالم العربي 2014، منتدى الإعلام العربي، 2014، ص 11.
- (54) سحر إبراهيم بكر، سعاد أحمد عبد الغفار، التغيرات في النسق والقيمي لدى طلاب الجامعة بعد ثورة 25 يناير، مجلة كلية التربية، جامعة المنصورة، المجلد 87، الجزء 3، يناير 2012.
- (55) رمضان قربي محمد، ثورة 25 يناير في الإعلام الدولي، الهيئة العامة للاستعلامات، 2011، ص 8.
- (56) وليد رشاد زكي، من التعبئة الافتراضية إلى الثورة، الديمقراطية، العدد (42)، أبريل 2011، ص ص 74-76.
- (57) أحمد أحمد محمود خطاب، أثر ثورة 25 يناير على تغيير الاتجاهات السلبية نحو المشاركة السياسية لدى طلبة الجامعة - بحوث المؤتمر السنوي السادس عشر لمركز الإرشاد النفسي بجامعة عين شمس الذي عقد في 26-27 بعنوان "الإرشاد النفسي وإدارة التغيير"، مصر بعد 25 يناير"، المجلد الأول، كلية التربية، جامعة عين شمس، 2012، ص 76.
- (58) سحر إبراهيم بكر، سعاد أحمد عبد الغفار، التغيرات في النسق والقيمي لدى طلاب الجامعة بعد ثورة 25 يناير، مجلة كلية التربية، جامعة المنصورة، المجلد 87، الجزء 3، يناير 2012.
- (59) عزة مصطفى الكحكي، مرجع سابق، ص 367.
- (60) على ليلة، الثقافة ومنظومات القيم في مصر خلال ثلاثين عاما، في، ثلاثون عاما من حكم مبارك لمصر..
تبيد أرصدة القوة، مرجع سابق، 2011، ص 95.
- (61) محمد إبراهيم منصور وآخرون، أجنحة الرؤية: نحو نسق إيجابي للقيم الاجتماعية يخلق بالمصريين إلى أفق الرؤية المستقبلية لمصر 2030، مركز الدراسات المستقبلية التابع لمركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار بمجلس الوزراء، سلسلة قضايا مستقبلية، سبتمبر 2009، ص 35.