

أثر وسائل الإعلام على القيم والسلوكيات لدى طلاب كلية التربية الرياضية للبنين بجامعة حلوان

أ.م.د. أشرف منير صبرى

أستاذ مساعد بقسم المناهج وطرق التدريس بكلية التربية الرياضية للبنين - جامعة حلوان

ملخص البحث

هدفت الدراسة التعرف على أثر وسائل الإعلام على القيم وسلوكيات طلاب كلية التربية الرياضية للبنين - جامعة حلوان، استخدم الباحث المنهج الوصفي (الأسلوب المسحي)، أجريت الدراسة على عينة عشوائية بسيطة قوامها (٥٠٠) طالباً من طلاب الفرقة الثالثة من طلاب كلية التربية الرياضية للبنين بجامعة حلوان للعام الدراسي الجامعي ٢٠١٨ / ٢٠١٩م، وهى تمثل نسبة مقدارها (٦٦%) من المجتمع الأصلي لعينة الدراسة، لجمع البيانات الدراسة استخدم الباحثان الأدوات الآتية: استمارة استخدامات وسائل الإعلام (القنوات الفضائية، الراديو، الصحف والمجلات، الأنترنت)، تصميم/ الباحث. واستمارة استبيان القيم والسلوكيات لدى طلاب كلية التربية الرياضية للبنين - جامعة حلوان، تصميم/ الباحث. ومن أهم نتائج الدراسة أن عينة الدراسة أكثر استخداماً للأنترنت، حيث تستخدم لأكثر من ثلاث ساعات يومياً، يليها مشاهدة القنوات الفضائية حيث يستخدم ساعتين يومياً تقريباً، يليها سماع الراديو وقراءة الصحف والمجلات المطبوعة، كما تبين أن العينة تفضل صفحات التواصل الإجتماعى فى الانترنت، أما بالنسبة للقنوات الفضائية تفضل مشاهدة المحتوى الرياضى (مشاهدة مباريات كرة القدم العالمية)، كما تبين أن لوسائل الإعلام أثر كبير على أغلب قيم وسلوكيات طلاب كلية التربية الرياضية بجامعة حلوان.

المقدمة:

يتأثر سلوك الطلاب بالمؤسسات التعليمية عادةً بالقيم التي يحملونها لأنها تعد الأساس الذي تقام عليه ثقافة المجتمع، فهى الأساس الصلب الذي تقام عليه ثقافات المجتمعات، فهى ليست مفاهيم مجردة وإنما تعكس ترابط عاطفي شديد التعقيد، فالشباب يتحاورون، يتجادلون، يتناقشون علمياً وثقافياً وفنياً ورياضياً في سبيل قيمة معينة حيث تتجسد هذه القيم في البناء والعادات الاجتماعية السائدة. حيث تعمل كضابط وموجه لسلوكهم كما تعمل كدليل أو مرشد للإفراد في تصرفاتهم، وتؤثر في الاحكام التي يطلقونها على المواقف والأحداث والأشياء. فالمؤسسات التعليمية سواء كانت مدارس أو جامعات، والتي لديها منظومة قيم إيجابية وواضحة تكون هي قادرة على مواجهة التحديات والتغيرات في عصرنا المليء بالتحديات إذ أصبحت ثقافة التجديد فيه هي الثقافة السائدة.

يعتبر الإعلام أهم وسيلة من وسائل التأثير الجماهيري ، وقد لعبت دوراً هاماً في حياة المجتمعات الإنسانية ، ففي العصر الجاهلي كانت القبائل لم تحقق شئ قدر إحتفالها بظهور الشعراء فيها، لأن الشاعر كان لسان قبيلته، والمدافع عنها أمام الآخرين، أى أنه كان وسيلتها الإعلامية قنذاك (٥: ١٨).

فالإعلام ظاهرة إجتماعية قديمة نشأت وتطورت مع نشأت وتطور الجماعة البشرية لتلائم في النهاية مع شكل المجتمع واحتياجاته، الأمر الذى تطلب وجود وسائل للاتصال تستجيب لحاجات المجتمع، وتحقيق الوظيفة الأزلية، حيث كان الخبر ينتشر بين الناس من خلال بعض الأفراد المقربين من الحكام، وقد أطلق عليهم أو عرفوا بالناقلين أو المروجين (7: ٧٤).

وعند التطرق للمدلول اللغوي لكلمة إعلام نجد أنها تعنى : " القيام بنشر المعلومات الغاية منها التعرف على معارف أو حقائق أو مواقف" (14: ١٢٠). أما وسائله فهي كثيرة، حيث تُعد من العوامل التى تؤثر على منظومة القيم بالمؤسسات التربوية التعليمية، ليس فقط عوامل داخلية - بل وأيضاً العوامل الخارجية كوسائل الإعلام التقليدية كالوسائل المطبوعة، منها الصحف والمجلات، والوسائل السمعية كالراديو، والوسائل السمعية البصرية كالتلفزيون، فضلاً عن تأثيرات وسائل الإعلام الإلكترونية، ومنها: المواقع الإعلامية على شبكة الإنترنت، الصحافة الإلكترونية كخدمات النشر الصحفي عبر مواقع على الشبكة وحزم النشر الصحفي، الإذاعة الإلكترونية والتلفزيون الإلكتروني كخدمات البث الحي للإذاعات والقنوات التلفزيونية على مواقع خاصة على الشبكة ومن خلال حزم البث الإذاعي والتلفزيوني، والتي تحملها الشبكة على المتلقي مباشرة، وإلى مختلف المواقع، خدمات إعلامية إلكترونية متنوعة كالتواصلية ومعرفية وترفيهية، وخدمات الأرشيف الإلكتروني، وأيضاً الإعلانات الإلكترونية: خدمات النشر الإعلاني عبر مختلف المواقع على الشبكة، والمدونات (Blogs) ، وخدمات البث عبر الهاتف الجوال، وتشمل: البث الحي على الهاتف الجوال، بث الرسائل الاعلامية القصيرة عبر خدمة الـ (SMS) والـ (MMS) وغيرهما، والتي تجمع بين الاتصال والإعلام، ومن ثم سُميت بالإعلام المتعدد (Multimedia) .

لقد جذبت وسائل الإعلام الناشئة الأجيال المختلفة بما تقدمه من مواد متنوعة، واحتلت مركزاً بالغ الأهمية لديهم، ومن هنا فان وسائل الإعلام تعتبر من أخطر المؤسسات التي يتعامل معها الناشئ، حيث أصبحت في كثير من الأحيان بديل الكتاب، وبعض المؤسسات الأخرى التي تهتم بتعليم الناشئ وتنقيفه، هذا وتشكل وسائل الإعلام في عصرنا الحاضر قوة كبيرة وفعالة، حيث تعتبر من وسائل التربية داخل المجتمع، كما وأصبحت وسائل الإعلام تنافس الأسرة والمؤسسات التربوية التعليمية في توجيه الأبناء والتأثير عليهم، لأنها تجذبهم ببرامجها الشيقة

ومغرياتها التي لا تقاوم فتكون جيدة ونافعة، وفي الاتجاه المعاكس للإعلام في البلاد العربية يشكل خطراً كبيراً حيث يمارس دوراً توجيهياً مدمراً بوعي منها أو بدون وعي (10: ٣٦).

ومن خلال هذه المؤسسات السابقة المسؤولة عن غرس القيم وتنميتها، وإكساب السلوكيات الإيجابية المرغوبة، يتبين أن مسؤولية تعليم القيم وتعلمها يجب أن تكون مسئولية مشتركة، فإذا تعاونت جهود المؤسسات جميعاً من أسرة ومؤسسة تعليمية ودار العبادة ومؤسسة إعلامية، وتعاونت فيما بينها نجحت في بناء الإنسان بصدق وإخلاص، بالتالي سيصلح حال المجتمع ككل، وتتبدل أموره لما فيه من خير للوطن (12: ٢٣٥).

ويؤكد علماء الاجتماع والنفس بأن الإعلام بوسائله المتعددة هو أكثر وسائل التأثير على عقول وأفكار الناس، وبذلك فإنه الوسيلة الأولى التي تشكل اتجاهات الناس نحو المواضيع والمواقف الحياتية اليومية التي تعيشها وتواجهها المجتمعات العالمية، وأصبح الإعلام يستخدم في التنظيم والبناء القيمي والاجتماعي المتكامل من أجل مصلحة الفرد والمجتمع ككل في شتى مجالات الحياة المعاصرة سواء في الجوانب التربوية، أو الاجتماعية، أو الاقتصادية أو السياسية (٤: ٣١١).

ومع التطورات الهائلة التي شهدتها العالم منذ أواخر القرن العشرين حتى الآن، وخاصة في مجال الاتصال وتكنولوجيا المعلومات، فمن خلال الإعلام أصبح العالم قرية كونية صغيرة، فقد أصبح العالم يعيش عصر الأقمار الصناعية، وما أحدثته من تقارب ثقافي ومعرفي أتاح اطلاع الفرد على أحداث العالم حين حدوثها، مما عظم تأثير الإعلام ووسائله، وقدرته على الهيمنة على الأفراد والمجتمعات (١٣: ٤).

أصبحت التكنولوجيا تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة سنة من سنين الحياة، فهم يتطلعون، أكثر من غيرهم، إلى كل ما هو جديد، ومن خصائص هذه التكنولوجيا الحديثة ما يروق الشباب، أي السهولة والسرعة، فهم غير صابرين ويمقتون الانتظار لكي يقرر الكبار. ولهذا؛ أصبح الشباب اليوم ينعت بعدة نعوت تعكس علاقاتهم بكل وسيلة اتصالية جديدة، بالأمس كانوا يسمون بجيل التلفزيون، واليوم فيقال عنهم جيل المحمول، إشارة للهواتف المحمولة أو النقالة، ويطلق عليهم أيضاً بالجيل الرقمي، تلمحاً بتكنولوجيا الشبكة المعلومات الدولية (الإنترنت).

مشكلة الدراسة وأهميتها:

يُعد بعض الشباب في بقاع الأرض جزء من العالم من مبتكري تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة وصناعها، في حين نجد أن الشباب المصري والعربي بصفة عامة يبقون من مستهلكين لها وحسب، وقد يرجع ذلك لانعدام فرص اختبار مهاراتهم وقدراتهم الإبداعية، فضلاً

عن الجهود المبذولة من الأطراف المعادية لتفريغهم من المحتوى، والدفع بهم إلى الإنغماس في ثقافة التسطيح من خلال ما يشاهدونه عبر ما يُبث من الفضائيات ونظراً لإقبال الشباب على تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة ولسرعة انتشارها ولسهولة استخدامها جعلها تقوم بدوراً هاماً داخل المجتمع من خلال نقل الأنماط والسلوكيات سواء عن طريق المحتوى الإعلامي المملوكة للكيانات الإعلامية المسيطرة على الإعلام العالمي، أو عن طريق تواصل الأفراد وتفاعلهم داخل الفضاء الافتراضي الذي يوفره الإنترنت، ومواقع التواصل الاجتماعي، مما خلق نوع من القلق والتوجس وانشغال العديد من المؤسسات التربوية سواء المدرسية والجامعية من هذه المضامين وأثرها على السلوكيات والقيم الأصيلة لتلك المجتمعات. وفي هذا السياق تهتم هذه الدراسة بإشكالية أثر وسائل الإعلام على نشر القيم وتعزيزها، وتغيير السلوكيات غير المرغوب فيها لدى شباب المرحلة الجامعة وبصفة خاصة طلاب كليات التربية الرياضية، معلمى التربية الرياضية في المستقبل القريب، الذين يحملون على كاهلهم أعباء نشئ أجيال تتمتع بصحة بدنية وذهنية ونفسية جيدة.

وتجدر الإشارة إن لدراسة القيم والسلوكيات وعلاقتها بدور الإعلام أهمية كبيرة تتعاضد هذه الأهمية في المجتمعات النامية، حيث مثل هذه الإشكالية تلفت نظر المسؤولين حول مكونات الهوية المصرية وشخصيتها الثقافية، ومدى قدرة المؤسسات التربوية التعليمية في إشباع حاجات الشباب المصري سواء الثقافية والتعليمية والترفيهية، بصورة ملائمة، حتى لا يصبح الشباب فريسة لوسائل الإعلام الأجنبي من خلال تلك الاحتياجات. أي يصبح الشباب عرضة لتأثيرات متنوعة وضغوط متعددة، فمن خلالها يتم نشر مضامين بعيدة عن قيم المجتمعات العربي، والمجتمع المصري، وظهور أنماط حياة، وأساليب لها تأثير سلبي، منها: ميل الشباب المصري للهجرة للدول الأوربية، أو استكمال الدراسة والعمل خارج الوطن، أو الزواج من الأجنبيات، تقاعس الشباب عن العمل، والعزوف عن بذل الجهود، ويصبحوا فئة مستهلكه، وليست منتجة.

وفي ظل وجود علاقة افتراضية بين القيم والسلوك ووسائل الإعلام، حيث يرى الباحث أن قد تكون القيم هي ضمن مرجعيات وسائل الإعلام المختلفة، ومن المفترض أن تكون هذه القيم أساس صناعة المضامين الإعلامية، بحيث تكون جاذبة لفئة الشباب، وبصورة تتيح لهم التفاعل بشكل إيجابي، لتعزيز قيمهم ونمذجة سلوكهم، وتسهم في تكيفهم مع بيئتهم فلا يشعروا بالإغتراب في وطنهم.

أهداف الدراسة:

- تهدف هذه الدراسة التعرف على أثر وسائل الإعلام على القيم وسلوكيات طلاب كلية التربية الرياضية للبنين - جامعة حلوان، وذلك من خلال التعرف على الآتي:
١. استخدامات (عادات استعمال) عينة الدراسة لوسائل الإعلام المختلفة (القنوات الفضائية، الإذاعة، الصحف والمجلات المطبوعة، شبكة المعلومات الدولية).
 ٢. المضامين الإعلامية التي تتال اهتمام عينة الدراسة.
 ٣. وسائل الإعلام التي تتال اهتمام عينة الدراسة.
 ٤. العلاقة بين استخدامات وسائل الإعلام المفضلة وقيم وسلوكيات عينة الدراسة.

تساؤلات الدراسة:**تسعى الدراسة للتوصل لإجابات التساؤلات التالية:**

١. ما هي عادات الاستعمال (عدد ساعات التعرض، توقيت التعرض، المضامين موضع الاهتمام، لغة المضمون، مكان وحالة التعرض، وسيلة التعرض) عينة الدراسة لوسائل الإعلام المختلفة؟
٢. ما هي المضامين الإعلامية التي يتعرض لها عينة الدراسة وتعال تتال اهتمامهم؟
٣. ما هي وسيلة الإعلام الأكثر شيوعاً واستخداماً وتعال اهتمام عينة الدراسة؟
٤. ما هي العلاقة بين وسائل الإعلام وقيم وسلوك عينة الدراسة؟

مصطلحات الدراسة:

- **الأثر:** يقصد بالأثر في هذه الدراسة هي العلاقة التفاعلية بين أفراد عينة الدراسة (طلاب كلية التربية الرياضية) ووسائل الإعلام حيث تتميز هذه العلاقة من جانب وسائل الإعلام بمحاولة تكييف رسائلها مع خصائص الجمهور، الذي تتوجه إليه بهدف استمالتهم لكي يتعرضوا لمحتوياتها، وليس بالضرورة التأثير عليهم لكي يغيروا شيء ما على المستوى الديني أو السياسي أو المعرفي أو السلوكي أو الوجداني، ومن جانب أفراد الجمهور فهم يستعملون وسائل الإعلام وفقاً للقيمة التي تحملها هذه المحتويات، وما تمثله بالنسبة لهم، ومدى قدرتها على اشباع حاجاتهم المختلفة كالتسلية أو قضاء وقت الفراغ.
- **الإعلام:** "هي العملية التي يترتب عليها نشر الأخبار، والمعلومات الدقيقة التي تركز علي الصدق والصرحة، ومخاطبة عقول الجماهير، وعواطفهم السامية، والارتقاء بهم من خلال تنويرهم، وتنقيفهم لا تخديريهم وخداعهم" (9: 118).
- **وسائل الإعلام:** " هي مجموعة من الأدوات التقليدية والتقنيات التكنولوجية الحديثة، التي

من خلالها يتم نشر المضامين الإعلامية المختلفة الأدبية والثقافية والعلمية، والفنية والرياضية، والترفيهية والدينية وغيرها، والمؤدية إلى الاتصال الجماهير بالناس بشكل مباشر أو غير مباشر، ومن هذه الوسائل الصحافة والإذاعة والتلفزيون ووكالات الأنباء والمعارض والمؤتمرات والزيارات الرسمية وغير الرسمية، ومنها التي تكون بصورة إلكترونية، حيث يتم النشر من خلال شبكة المعلومات الدولية (الانترنت) (8: ١٨).

- **الاستعمال:** يقصد بالاستعمال في هذه الدراسة هو ذلك الفعل الذي يتمثل في اختيار عينة الدراسة لوسيلة إعلامية دون غيرها، وأن هذا الاختيار يختلف باختلاف خصائصهم الديموغرافية، والسوسيو نفسية، الاقتصادية والثقافية، وفي ظل هذا الاختلاف يُحدد نوع الوسيلة الإعلامية المُختارة، والتي تكون بالنسبة لهم هي الوسيلة الأكثر استعمالاً من الوسائل الإعلامية الأخرى، وتتكون لديهم عادات استعمال لتلك الوسائل، مثل: نمط المحتوى أو المدة الزمنية أو التوقيت أو المكان المفضل للمشاهدة/أو الاستماع/ أو الاطلاع.

- **التعرض:** ويقصد به في هذه الدراسة فعل استهلاك محتوى إعلامي معين من قبل الطلاب عينة الدراسة.

- **القيم:** هي أفكار معيارية توجه السلوك وتزوده بمعايير خارجية وداخلية نحو ما يكافح الناس من أجل" (2: ٣٤).

- **السلوك:** "هو كل الأفعال والنشاطات التي تصدر عن الفرد سواءً كانت ظاهرة أم غير ظاهرة". أو "هو أي نشاط يصدر عن الإنسان سواءً كان أفعالاً يمكن ملاحظتها وقياسها كالنشاطات الفسيولوجية والحركية أو نشاطات تتم على نحو غير ملحوظ كال تفكير والتذكر والوساوس وغيرها" (1: ٢٥).

أهمية الدراسة:

١- تتحد أهمية هذه الدراسة بأهمية موضوع وسائل الإعلام المختلفة وأثرها على القيم وسلوكيات، حيث تُعد القيم ضوابط يتقيد بها الأفراد حتى لا يقعوا فريسة للتأثيرات السلبية لوسائل الإعلام ولمغريات الحياة.

إجراءات الدراسة:

- **منهج الدراسة:** استخدم الباحث المنهج الوصفي بالأسلوب المسحي لمناسبته لأهداف وطبيعة الدراسة.

- **مجتمع الدراسة:** تمثل المجتمع الأصلي للدراسة طلاب كلية التربية الرياضية للبنين بجامعة حلوان للعام الدراسي الجامعي ٢٠١٨ / ٢٠١٩م.

- **عينة الدراسة:** أجريت الدراسة على عينة عشوائية بسيطة قوامها (٥٠٠) طالباً من طلاب الفرقة الثالثة من طلاب كلية التربية الرياضية للبنين بجامعة حلوان للعام الدراسي الجامعي ٢٠١٨ / ٢٠١٩م، وهي تمثل نسبة مقدارها (٦٦%) من المجتمع الأصلي لعينة الدراسة.

- **أدوات الدراسة:** لجمع البيانات الدراسة استخدم الباحث الأدوات الآتية:

١- استمارة استخدامات وسائل الإعلام (القنوات الفضائية، الراديو، الصحف والمجلات، الأنترنت) تصميم/ الباحث.

٢- استمارة استبيان أثر التعرض لوسائل الإعلام على القيم والسلوكيات لدى طلاب كلية التربية الرياضية للبنين بجامعة حلوان، تصميم/ الباحث.

أولاً - خطوات بناء استمارة استخدامات وسائل الإعلام:

(أ) **تحديد هدف الاستمارة:** استهدفت الاستمارة التعرف على استخدامات طلاب كلية التربية الرياضية للبنين بجامعة حلوان لوسائل الإعلام - موضوع الدراسة، والتي تضمنت القنوات الفضائية، والراديو، والصحف والمجلات، والأنترنت.

(ب) **تحديد المحاور الرئيسية للاستمارة:** قام الباحث بتحديد المحاور الرئيسية للاستمارة، بعدد (٩) محوراً، وهي على النحو التالي:

١- إمتلاك الأجهزة والتقنيات الإعلامية الشخصية.

٢- استخدام وسائل الإعلام من عدمه.

٣- وسيلة الإعلام الأكثر استخداماً.

٤- عدد ساعات الاستخدام اليومي.

٥- المحتوى الإعلامي الأكثر استخداماً بصفة يومية.

٦- لغة المحتوى الإعلامي.

٧- توقيت الاستخدام اليومي لوسائل الإعلام.

٨- مكان الاستخدام اليومي لوسائل الإعلام.

٩- كفاءة استخدام لوسائل الإعلام.

(ج) **عرض المحاور الرئيسية على الخبراء:** قام الباحث بعرض المحاور الرئيسية لاستمارة استخدامات وسائل الإعلام على عدد (٥) خبيراً من خبراء الإعلام الأكاديميين في كليات الإعلام ببعض الجامعات المصرية - مرفق (١)، للتعرف على صحة وكفاية المحاور الرئيسية للاستمارة، وقد حققت نسبة موافقتهم على هذه المحاور نسبة (٨٠%).

(د) **إعداد الصورة المبدئية للاستمارة:** قام الباحث بصياغة عبارات الاستمارة، وجاءت جميع العبارات بصيغة الأسئلة المغلقة، لتقوم عينة الباحث باختيار الإجابة الموافقة لاستخداماتهم من

الإختيار من الإيجابيات المتعددة، حيث بدأت الأسئلة بالتأكد من إمتلاك عينة الدراسة لأجهزة والتقنيات الإعلامية الشخصية كجهاز الكمبيوتر والتليفون المحمول والإشتراك في باقات الإنترنت سواء المنزلية أو الهاتفية من عدمه، وللتأكد من ذلك تم طرح عدد (٤) أسئلة، وجاءت الاستجابات بميزان تقدير ثنائي (نعم/لا)، ثم جاءت تساؤلات المحور الثاني الخاص باستخدام وسائل الإعلام من عدمه بعدد (٤) أسئلة، وجاءت الاستجابات أيضاً بميزان تقدير ثنائي (نعم/لا)، ثم خصص لكل محور من المحاور الباقية بعدد (٧) محاور تساؤلاً، وبعدد (٧) تساؤلاً لكل وسيلة من وسائل الإعلام بعدد (٤) وسائل، ليصبح العدد الكلي لتساؤلات الاستمارة (٣٦) تساؤلاً.

(هـ) عرض الصورة المبدئية للاستمارة على الخبراء: قام الباحث بعرض استمارة استخدامات وسائل الإعلام على نفس الخبراء بعدد (٥) خبيراً من خبراء الإعلام الأكاديميين، للتعرف على صحة صياغة الاستمارة، وللتأكد من صدقها، وقد حققت نسبة موافقتهم على أسئلة الاستمارة نسبة (٨٠%). مع وضع بعض التعديلات البسيطة على صيغة التساؤلات والاستجابات.

(و) اجراء التجربة الاستطلاعية: قام الباحث بتطبيق الاستمارة على عينة استطلاعية عددها (٣٠) طالباً من نفس المجتمع الأصلي للدراسة، وهم غير العينة الأساسية للدراسة، وقد إجريت هذه التجربة يوم الأحد الموافق ٩ / ١٠ / ٢٠١٨م، للتأكد من وضوح أسئلة الاستمارة لدى العينة الاستطلاعية، وللتعرف على الزمن المستغرق في الإجابة على الاستمارة ككل.

(ز) الصورة النهائية للاستمارة: تضمنت الصورة النهائية للاستمارة عدد (٣٦) تساؤلاً من خلالها يمكن التعرف على مدى امتلاك عينة الدراسة لأجهزة وتقنيات وسائل الإعلام من عدمه، واستخداماتهم لوسائل الإعلام من عدمه، وطبيعة هذه الاستخدامات من حيث: (عدد ساعات الاستخدام اليومي، المحتوى المفضل، لغة المحتوى الإعلامي، توقيت الاستخدام اليومي، مكان الاستخدام، كيفية الاستخدام، طريقة الاستخدام).

ثانياً - خطوات بناء استبيان أثر التعرض لوسائل الإعلام على القيم والسلوكيات لدى طلاب كلية التربية الرياضية للبنين:

في ضوء اطلاع الباحث على العديد من المراجع العلمية المرتبطة بموضوع القيم والسلوكيات تبين اقترن القيم بالسلوك في العديد من الادبيات، ويمكن ذكر تعريف بعض الرواد في هذا الميدان كل من Kluckhon and Murray اللذان يقولان: " القيمة تتضمن قانوناً أو مقياساً له شيء من الثبات على مر الزمن، أو بعبارة أعم تتضمن دستوراً ينظم نسق الأفعال والسلوك"، وأيضاً أن: " القيمة مفهوم تجريدي (ظاهر أو ضمني، يميز الفرد أو الجماعة) للمرغوب فيه الذي يؤثر على اختيار الفرد من عدة بدائل، لطرق و وسائل وأهداف السلوك" (11: 1٥). وفي

ضوء ما سبق يمكن التعرف على قيم الفرد من خلال السلوك ومن نفس المنظور، يشير et, all Sapna إلى أن القيم يمكن استنتاجها من السلوك وحسب (15: ٥٤). وفي ضوء ما سبق قرر الباحث الجمع بين القيم والسلوكيات المؤشرة لتلك القيم في استمارة واحدة تخفيفاً على عينة الدراسة، لوجود استمارة أخرى الخاصة باستخدامات وسائل الإعلام. وقد قام الباحث بتصميم استمارة الاستبيان - قيد الدراسة - بهدف التعرف على أثر وسائل الإعلام على القيم والسلوكيات لدى طلاب كلية التربية الرياضية للبنين، وقد تم مراعاة الخطوات العلمية في تصميم استمارة الاستبيان، وهي على النحو التالي:

(أ) **تحديد المحاور الرئيسية لاستمارة الاستبيان:** في ضوء تحديد هدف الاستمارة - قيد الدراسة، وفي ضوء إطلاع الباحث على العديد من الدراسات والمراجع العلمية المرتبطة بالقيم التربوية والسلوك الإنساني، قام الباحث بتحديد المحاور الرئيسية للاستمارة، حيث اشتملت الدراسة على عدد (٥) محاور رئيسية، وهي على النحو التالي:

- المحور الأول: القيم والسلوكيات الدينية. - المحور الثاني: القيم والسلوكيات المعرفية.
- المحور الثالث: القيم والسلوكيات الاجتماعية. - المحور الرابع: القيم والسلوكيات الأخلاقية.
- المحور الخامس: القيم والسلوكيات الجمالية.

(ب) **استطلاع رأي الخبراء نحو المحاور الرئيسية للاستمارة:** قام الباحث بعرض المحاور الرئيسية الخاصة بالاستمارة - قيد الدراسة على عدد (١٠) خبيراً من خبراء المناهج وطرق التدريس^(١)، وذلك لاستطلاع رأيهم نحو مدى تحقيق تلك المحاور لأهداف الاستمارة، وإجراء ما يرونه من تعديلات بالحذف أو الإضافة، أو تعديل الصياغة، حيث تراوحت نسبة موافقة الخبراء على المحاور الخاصة بالاستمارة ما بين (٩٠% : ١٠٠%). ولذا لم يتم حذف أي محور من المحاور، وقد تم قبول جميع المحاور الرئيسية المقترحة.

(ج) **تحديد المحاور الفرعية للاستمارة - قيد الدراسة:** في ضوء نتائج استطلاع رأي السادة الخبراء اتجه المحاور الرئيسية أصبح عدد المحاور الرئيسية الخاصة بالاستمارة - قيد الدراسة - عدد (٥) محاور، وقد تم تحديد المحاور الفرعية بعدد (٥٠) محوراً فرعياً للقيم والسلوكيات، وقد تم عرض المحاور الفرعية على السادة الخبراء لاستطلاع الرأي نحو انتماء كل محور فرعي لمحوره الرئيسي، وجاءت نسبة الاتفاق (٩٠%)، وبالتالي تم قبول جميع المحاور الفرعية، وجدول (١) يوضح ذلك.

جدول (١) المحاور الفرعية لاستمارة استبيان أثر التعرض لوسائل الإعلام على القيم والسلوكيات لدى طلاب كلية التربية الرياضية للبنين - جامعة حلوان

المحاور الفرعية الخاصة بالمحور الأول (القيم والسلوكيات الدينية)									
١	الإيمان	٢	العبادة	٣	النظافة	٤	الصبر	٥	الامانة
٦	الأخوة	٧	الصدق	٨	التعاون	٩	الطاعة	١٠	اللجوء الى المحسوبة
١١	التدخين	١٢	استقامة السلوك	١٣	اتقان العمل	١٤	صرف المال بحكمة	١٥	احترام الأهل والجيران
١٦	مساعدة الآخرين	١٧	احترام ملكية الآخرين	١٨	عدم ضياع الوقت	١٩	استقامة السلوك	٢٠	التوكل على الله
المحاور الفرعية الخاصة بالمحور الثاني (القيم والسلوكيات المعرفية)									
1	تقدير الذات	٢	تقدير العلم	٣	العقلانية	٤	حب الاستطلاع	5	الإبداع
6	تنمية الخيال	٧	خوض التجارب	٨	التخطيط				
المحاور الفرعية الخاصة بالمحور الثالث (القيم والسلوكيات الاجتماعية)									
1	الانضباط	٢	نبذ العنف	٣	الإحساس المسئولية	4	الانتماء	٥	أدب الاستماع
6	الايثار	7	المساواة						
المحاور الفرعية الخاصة بالمحور الرابع (القيم والسلوكيات الأخلاقية)									
١	احترام الآخرين	٢	الشجاعة	٣	التضحية	٤	الكرم	٥	الإخلاص
٦	التفاؤل	٧	التسامح	٨	التواضع	٩	النظام	١٠	العدل
المحاور الفرعية الخاصة بالمحور الخامس (القيم والسلوكيات الجمالية)									
١	التذوق الجمالي	٢	حق الجسم	٣	الاعتناء بالمظهر	٤	الإحساس بالجمال	٥	اللياقة البدنية
٦	جمال الحركات								

(د) صياغة عبارات الاستبيان في صورتها المبدئية للاستمارة: قام الباحث بتحديد سؤالاً في بداية الاستمارة وهو: " هل توافق على أن استعمالك لوسائل الإعلام والتعرض لمحتوياته تساعدك على التمسك بالقيم والسلوكيات التالية؟"، وفي ضوء هذا السؤال تم صياغة العبارات الخاصة لكل محور من المحاور الرئيسية للاستمارة - قيد الدراسة- وفقاً للمحاور الفرعية، حيث تم صياغة عبارته واحدة لكل محور فرعي، فيما عدا محورا واحداً فقط أشتمل علي عبارتين، وهو المحور الفرعي (استقامة السلوك)، وبالتالي أشتملت الصورة المبدئية للاستمارة على عدد (٥) محاور رئيسية، يقترح منهم عدد (٥٠) محوراً فرعياً، لتضمن الاستمارة عدد (٥١) عبارة، وقد تم استطلاع رأى الخبراء السابق ذكرهم نحو تلك العبارات بهدف التعرف على كفاية ومناسبة العبارات المقترحة في تحقيق هدف المحور المنتمية إليه، وإعادة صياغة أى عبارة، وأيضاً حذف أو إضافة ما يروونه مناسباً من العبارات. وفي ضوء آراء الخبراء قد تم تعديل صياغة بعض العبارات، ولم يتم حذف أو إضافة أى عبارة، بالتالى تتضح الصورة المبدئية للاستمارة - قيد الدراسة تضمن عدد (٥١) عبارة، حيث حصلت جميع عبارات الاستبيان على نسبة اتفاق أكبر من أو تساوى النسبة التى ارتضاها الباحث الـ (٨٠٪)، حيث تراوحت نسبة اتفاق الخبراء عليهم

من (٨٠٪ : ١٠٠٪)، وجدول (٢) يوضح عدد عبارات الصورة المبدئية للاستبيان قيد الدراسة. جدول (٢) عدد عبارات المحاور الرئيسية الخاصة باستبيان أثر التعرض لوسائل الإعلام على القيم والسلوكيات لدى طلاب كلية التربية الرياضية للبنين بجامعة حلوان ن = ١٠

م	المحور	عدد العبارات
١-	القيم والسلوكيات الدينية	٢٠
٢-	القيم والسلوكيات المعرفية	٨
٣-	القيم والسلوكيات الاجتماعية	٧
٤-	القيم والسلوكيات الأخلاقية	١٠
٥-	القيم والسلوكيات الجمالية	٦
الإجمالي		٥١

(هـ) **أجراء الدراسة الإستطلاعية:** قام الباحث بإجراء الدراسة الاستطلاعية من خلال تطبيق الاستمارة - قيد الدراسة في صورتها المبدئية في يوم الثلاثاء الموافق ١٨/١٠/٢٠١٨م على العينة الاستطلاعية للدراسة وقوامها (٣٠) طالباً من نفس المجتمع الأصلي للدراسة - أفراد غير العينة الأساسية بهدف التعرف على مدى وضوح صياغة العبارات بالنسبة للعينة، وأيضاً التعرف على ملاحظات وانطباعات العينة على الاستمارة - قيد الدراسة، وللحصول على بيانات يمكن من خلالها إجراء المعالجة الإحصائية، وتطبيق المعاملات العلمية على الاستمارة.

(و) **المعاملات العلمية لاستمارة الاستبيان:**

- ١- **معاملات صدق استمارة الاستبيان - قيد البحث:** استخدم الباحث نوعين من أنواع الصدق، وهما صدق المحتوى، وصدق الاتساق الداخلي للتأكد من صدق الاستمارة.
- **صدق المحتوى:** قام الباحث بعرض الاستمارة في صورته المبدئية على مجموعة من الخبراء بعدد (٥) خبيراً، وهم نفس الخبراء السابق ذكرهم، حيث وافق جميع المحكمين على جميع العبارات، الأمر الذي أعطى للباحث الاطمئنان على صدق الاستمارة كمحاور وعبارات.
- **صدق الاتساق الداخلي:** قام الباحث بإيجاد معاملات الارتباط بين درجة كل عبارة والمجموع الكلي للمحور الذي تنتمي إليه، وتم إيجاد معاملات الارتباط بين المحور والمجموع الكلي، والجدولين (٣)، (٤)، (٥)، (٦)، (٧)، (٨) يوضحون ذلك.

الجدول (٣) قيم معامل الارتباط بين درجة كل عبارة والدرجة الكلية للمحور الأول (القيم والسلوكيات الدينية) ن = ٣٠

م	العبارات	معامل الارتباط	القيمة الاحتمالية
١	الإيمان بالله تعالى	.668**	0
٢	الحرص على أداء فريضة الصلاة	.414**	0.002
٣	الحرص على نظافة البيئة	.383**	0.005
٤	الرضا بقضاء الله وقدره	.711**	0
٥	الحرص على صفة الأمانة	.345*	0.012
٦	الحرص على تكوين الصداقات الحميمة	.397**	0.004
٧	قول الحقيقة مهما كانت الظروف	.389**	0.004
٨	تفضيل العمل الجماعي	.408**	0.003
٩	طاعة الله ورسوله فيما أنزل.	.528**	0
١٠	حب الوساطة والمحسوبية أو الرشوى	.475**	0
١١	التنخين	.370**	0.007
١٢	البعد عن المحرمات وكل ما يغضب الله	.330*	0.017
١٣	اتقان العمل	.358**	0.009
١٤	الميل للبخل أو الإسراف في المال	.424**	0.002
١٥	احترام أهل والجيران	.404**	0.003
١٦	مساعدة المحتاجين والضعفاء	.359**	0.009
١٧	احترام ملكية الآخرين	.350*	0.011
١٨	استغلال الوقت	.554**	0
١٩	تجنب رفاقاء السوء	.439**	0.001
٢٠	التوكل على الله	.446**	0.001

(**) دلالة إحصائية عند مستوى معنوية = ٠,٠١ (*) دلالة إحصائية عند مستوى معنوية = ٠,٠٥

يتضح من جدول (٣) أن جميع قيم معامل ارتباط الخاصة بارتباط العبارة والمحور الذي تنتمي إليه جاءت بعضها دالة إحصائياً عند مستوى دلالة (٠,٠١)، والبعض الآخر دلالة عند مستوى (٠,٠٥).

الجدول (٤) قيم معامل الارتباط بين درجة كل عبارة والدرجة الكلية للمحور الثاني (القيم والسلوكيات المعرفية) ن = ٣٠

م	العبارات	معامل الارتباط	القيمة الاحتمالية
١	الثقة بالقدرات المعرفية	.428**	0.002
٢	تقدير العلم والعلماء	.305*	0.028
٣	التفكير في الأمور بدقة	.309*	0.026
٤	الرغبة في اكتشاف كل جديد	.424**	0.002
٥	التميز عن الآخرين	.348*	0.012
٦	التفكير في المستقبل	.328*	0.018
٧	المبادأة في خوض التجارب الحياتية	.424**	0.002

م	العبارات	معامل الارتباط	القيمة الاحتمالية
٨	الحرص على تخطيط الأنشطة	.315*	0.023

(**) دلالة إحصائية عند مستوى معنوية = ٠,٠١ (*) دلالة إحصائية عند مستوى معنوية = ٠,٠٥
يتضح من جدول (٤): أن جميع قيم معامل ارتباط الخاصة بارتباط العبارة والمحور الذي تنتمي إليه جاءت بعضها دالة إحصائياً عند مستوى دلالة (٠,٠١)، والبعض الآخر دلالة عند مستوى (٠,٠٥).

الجدول (٥) قيم معامل الارتباط بين درجة كل عبارة والدرجة الكلية للمحور الثالث (القيم والسلوكيات الاجتماعية) ن = ٣٠

م	العبارات	معامل الارتباط	القيمة الاحتمالية
١	احترم تعليمات الغير	.529**	0
٢	تجنب التعامل بعنف أو بث الكراهية بين الناس	.333*	0.016
٣	الاهتمام بالدراسة وتنفيذ كافة المهام الدراسية	.506**	0
٤	حب الوطن	.443**	0.001
٥	الانصات لحديث الآخرين.	.454**	0.001
٦	المشاركة في الأنشطة التطوعية	.409**	0.003
٧	الحرص على المساواة بين الآخرين	.347*	0.012

يتضح من جدول (٥): أن جميع قيم معامل ارتباط الخاصة بارتباط العبارة والمحور الذي تنتمي إليه جاءت بعضها دالة إحصائياً عند مستوى دلالة (٠,٠١)، والبعض الآخر دلالة عند مستوى (٠,٠٥).

الجدول (٦) قيم معامل الارتباط بين درجة كل عبارة والدرجة الكلية للمحور الرابع (القيم والسلوكيات الأخلاقية) ن = ٣٠

م	العبارات	معامل الارتباط	القيمة الاحتمالية
١	احترم الزملاء داخل الكلية وخارجها	.500**	0
٢	الأقدام على الأعمال التي تتطلب الشجاعة	.443**	0.001
٣	البخل بالوقت أو الجهد على الآخرين	.443**	0.001
٤	البخل بالمال على الآخرين	.427**	0.002
٥	الإخلاص في العمل	.304*	0.025
٦	التقاؤل بالخير.	.305*	0.026
٧	الصفح عن الآخرين في حالة الاعتذار.	.500**	0
٨	مصاحبة الآخرين بغض النظر عن غناهم أو فقرهم	.349*	0.011
٩	التحدث أثناء المحاضرة	.328*	0.018
١٠	الحرص على عدم ظلم الآخرين	.500**	0

(**) دلالة إحصائية عند مستوى معنوية = ٠,٠١ (*) دلالة إحصائية عند مستوى معنوية = ٠,٠٥
يتضح من جدول (٦): أن جميع قيم معامل ارتباط الخاصة بارتباط العبارة والمحور الذي تنتمي إليه جاءت بعضها دالة إحصائياً عند مستوى دلالة (٠,٠١)، والبعض الآخر دلالة عند مستوى (٠,٠٥).

إلية جاءت بعضها دالة إحصائياً عند مستوى دلالة (٠,٠١)، والبعض الآخر دلالة عند مستوى (٠,٠٥).

الجدول (٧) قيم معامل الارتباط بين درجة كل عبارة والدرجة الكلية للمحور الخامس (القيم والسلوكيات الجمالية) ن = ٣٠

م	العبارات	معامل الارتباط	القيمة الاحتمالية
١	زيارة الحدائق ومعارض الزهور الطبيعية	.345*	0.012
٢	الحرص على النوم مبكراً	.397**	0.004
٣	الحرص على الظهور بالمظهر اللائق.	.424**	0.002
٤	الشعور بالسعادة بجمال البيئة	.404**	0.003
٥	الحرص على الارتقاء بمستوى اللياقة البدنية	.359**	0.009
٦	حب مشاهدة العروض الرياضية	.397**	0.004

(**) دلالة إحصائية عند مستوى معنوية = ٠,٠١ (*) دلالة إحصائية عند مستوى معنوية = ٠,٠٥

يتضح من جدول (٧): أن جميع قيم معامل ارتباط الخاصة بارتباط العبارة والمحور الذي تنتمي إليه جاءت بعضها دالة إحصائياً عند مستوى دلالة (٠,٠١)، والبعض الآخر دلالة عند مستوى (٠,٠٥).

جدول (٨) قيم معامل الارتباط بين محاور الاستمارة والمجموع الكلي لمحاور الاستبيان ن = ٣٠

المحاور	الأول	الثاني	الثالث	الرابع	الخامس
الأول					
الثاني	0.612**				
الثالث	0.750**	0.660**			
الرابع	0.742**	0.546**	0.666**		
الخامس	0.715**	0.923**	0.852**	0.921**	
كل	0.828**	0.634**	0.730**	0.832**	0.964**
	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000

(**) دلالة إحصائية عند مستوى معنوية = ٠,٠١ (*) دلالة إحصائية عند مستوى معنوية = ٠,٠٥

يتضح من الجدول (٨): وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين محاور الاستمارة، وأيضاً بين كل محور من محاور الاستمارة والمجموع الكلي لمحاور الاستمارة - قيد الدراسة - مما يدل على صدق الاتساق الداخلي للمحاور، وبالتالي صدق الاستمارة - قيد الدراسة.
- ثبات استمارة الاستبيان: بعد التأكد من صدق الاستمارة تم حساب معاملات الثبات باستخدام معامل ثبات (ألفا كرونباخ)، وبطريقة معامل جيثمان للتجزئة النصفية: وجدول (٩) و (١٠) يوضحان ذلك.

جدول (٩) معامل ثبات الاستمارة باستخدام (ألفا كرونباخ) للاستمارة قيد الدراسة ن = 30

م	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	معامل ألفا كرونباخ	المعامل الكلي ألفا كرونباخ
١	1.7308	0.44789	0.862	
٢	1.5385	0.50338	0.867	
٣	1.4808	0.5045	0.868	
٤	1.7692	0.42544	0.861	
٥	1.4615	0.50338	0.869	
٦	1.4231	0.49887	0.868	
٧	1.5192	0.5045	0.868	
٨	1.4423	0.50151	0.867	
٩	1.5962	0.49545	0.865	
١٠	1.5577	0.50151	0.866	
١١	1.4615	0.50338	0.868	
١٢	1.5	0.50488	0.869	
١٣	1.5385	0.50338	0.869	0.87
١٤	1.5577	0.50151	0.867	
١٥	1.5385	0.50338	0.868	
١٦	1.5962	0.49545	0.868	
١٧	1.5	0.50488	0.869	
١٨	1.5962	0.49545	0.864	
١٩	1.5577	0.50151	0.867	
٢٠	1.5	0.50488	0.867	
٢١	1.6154	0.49125	0.867	
٢٢	1.5	0.50488	0.87	
٢٣	1.6731	0.47367	0.869	
٢٤	1.6154	0.49125	0.865	
٢٥	1.5577	0.50151	0.869	
٢٦	1.6538	0.48038	0.869	

تابع جدول (٩) معامل ثبات الاستمارة باستخدام (ألفا كرونباخ) للاستمارة قيد الدراسة ن=30

م	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	معامل ألفا كرونباخ	المعامل الكلي ألفا كرونباخ
٢٧	1.5962	0.49545	0.865	
٢٨	1.5	0.50488	0.869	
٢٩	1.4808	0.5045	0.865	
٣٠	1.5962	0.49545	0.869	
٣١	1.5769	0.49887	0.865	
٣٢	1.4808	0.5045	0.867	
٣٣	1.5577	0.50151	0.866	
٣٤	1.5577	0.50151	0.867	
٣٥	1.4808	0.5045	0.869	
٣٦	1.6346	0.48624	0.867	
٣٧	1.3846	0.49125	0.868	
٣٨	1.6731	0.47367	0.869	
٣٩	1.7692	0.42544	0.861	0.87
٤٠	1.6154	0.49125	0.865	
٤١	1.5962	0.49545	0.869	
٤٢	1.4807	0.5045	0.869	
٤٣	1.6152	0.49125	0.865	
٤٤	1.5577	0.50151	0.869	
٤٥	1.6732	0.47367	0.869	
٤٦	1.5	0.50488	0.87	
٤٧	1.7692	0.42544	0.861	
٤٨	1.5	0.50488	0.87	
٤٩	1.5385	0.50338	0.869	
٥٠	1.6537	0.48038	0.868	
٥١	1.4615	0.50338	0.868	

يتضح من جدول (9) أن قيمة معامل ألفا كرونباخ للاستبيان ككل جاءت بقيمة (٠,٨٧)، وهي قيم عالية للثبات، حيث يتراوح قيمة معامل ألفا كرونباخ من الصفر إلى الواحد الصحيح، ويقبل المعامل الذي يساوي أو يزيد عن (٠,٦٠)، أي بقيمة (٦٠%)، ومن الملاحظ أن جاءت قيمة معامل ألفا كرونباخ للاستبيان ككل بنسبة (٨٧%) مما يشير إلى أن استبيان القيم والسلوكيات يتمتع بقيمة ثبات عالية.

- حساب الثبات بطريقة معامل جيتمان للتجزئة النصفية: قام الباحث بحساب الثبات بطريقة

التجزئة النصية لعبارات الاستبيان، حيث يمكن حساب معامل التجزئة النصية من خلال معادلة ارتباط بيرسون ومعادلة اختبار جيثمان، وجدول (١٠) يوضح ذلك.

جدول (١٠) قيم معامل ألفا كرونباخ لنصفي استبيان أثر التعرض لوسائل الإعلام على القيم والسلوكيات لدى طلاب كلية التربية الرياضية للبنين بجامعة حلوان ن = ٣٠

المتغير	معامل ألفا كرونباخ		التباين		معاملات الارتباط بين النصفين	
	النصف الأول	النصف الثاني	النصف الأول	النصف الثاني	سبيرمان	جيثمان
الاستبيان	٠,٨٠٧	٠,٧٧١	١٩,٧٦٦	١٦,٣٥١	٠,٧٨٥	٠,٧٨٣

يتضح من جدول (١٠) أن معامل ثبات جيثمان للتجزئة النصية (Guttman-Split-half reliability Coefficient) جاء بقيمة عالية من الثبات وهي (0.783)، حيث ان هذا العامل لا يتطلب أن يكون التباين فيها متساوي لنصفي الاختبار، كما لا يتطلب أن يكون معامل ثبات ألفا كرونباخ متساوي للنصفين. مما يشير على ثبات الاستبيان.

(ز) الصورة النهائية للاستمارة - قيد الدراسة:

من خلال نتائج الجداول من (٣) إلى (١٠) قد تحقق الباحث من الصلاحية العلمية لاستخدام الاستمارة القيم والسلوكيات لدى عينة الدراسة، بالتالي تصبح الصورة النهائية تشتمل على عدد (٥١) عبارة.

أسلوب المعالجة الإحصائية:

استخدم الباحثان برنامج التحليل الإحصائي (SPSS_{v22}) لمعالجة البيانات إحصائياً، واستعان الباحث بالأساليب الإحصائية التالية: (النسبة المئوية، المتوسط الحسابي، الانحراف المعياري، معامل ارتباط بيرسون، معامل ألفا كرونباخ، معامل جيثمان، الوزن الترجيحي، اختبار كا^٢).

عرض نتائج الدراسة:-

أولاً - استخدامات وأسئلة عامة:

جدول (١١) نسب امتلاك عينة الدراسة لتقنيات (كمبيوتر / هاتف محمول اندرويد)

استخدام شبكة المعلومات الدولية (الانترنت) ن = ٥٠٠

م	العبارات	نعم		لا	
		ك	%	ك	%
١-	هل تمتلك كمبيوتر أو لاب توب.	٣٢١	٦٤%	١٧٩	٣٦%
٢-	هل لديك اشتراك شهري للإنترنت المنزلي.	٢٦٧	٥٣%	٢٣٣	٤٧%
٣-	هل تمتلك هاتف محمول - اسمارت فون (اندرويد).	٣٠١	٦٠%	١٩٩	٤٠%
٤-	هل لديك باقة انترنت للهاتف المحمول.	١٩٤	٣٩%	٣٠٦	٦١%

يتضح من جدول (١١) جاءت نسبة الممتلكين لأجهزة الكمبيوتر أو اللاب توب (٦٤%) من

إجمالي عدد عينة الدراسة، أما بالنسبة لممتلكي هاتف محمول - اسمارت فون (اندرويد) فقد حققت نسبة مقدارها (٦٠%)، وتبين أن نسبة من لديهم اشتراك شهري للإنترنت من عينة الدراسة (٥٣%)، في حين انخفض نسبة من لديهم اشتراك شهري للهاتف المحمول حيث بلغت تلك النسبة (٣٩%).

جدول (١٢) استخدام وسائل الاعلام من عدمه لدى عينة الدراسة ن = ٥٠٠

م	العبارات	نعم		إلى حد ما		لا		كأ	%
		ك	%	ك	%	ك	%		
٥-	هل تشاهد القنوات الفضائية.	٤٠١	٨٠%	٧١	١٤%	٩١,٥%	٦%	٧٦,١	٩١,٥%
٦-	هل تستمع للقنوات الإذاعية.	243	٤٩%	43	٩%	٧١,٣%	٤٣%	٦٤,٧	٧١,٣%
٧-	هل تطلع على الصحف والمجلات.	124	٢٥%	٥٨	١٢%	٥٣,٧%	٦٤%	٧٠,٢	٥٣,٧%
٨-	هل تستخدم الإنترنت.	٤٩٧	٩٩%	٣	١%	٩٩,٨%	-	٨٨,٥	٩٩,٨%

يتضح من جدول (١٢) أن حققت نسبة استخدام الإنترنت لدى عينة الدراسة (٩٩,٨%)، وهي أعلى نسبة استخدام لوسائل الاعلام، أما مشاهدة القنوات الفضائية فقد حققت نسبة (٩١,٥%)، وهي تلي استخدام الإنترنت، بينما حققت درجات عينة الدراسة في الاستماع للإذاعة نسبة مقدارها (٧١,٣%)، في حين بلغت نسبة الاطلاع على الصحف والمجلات (٥٣,٧%) وهي أقل نسبة استخدام مقارنة بباقي الوسائل الإعلام الأخرى موضوع الدراسة.

جدول (١٣) استخدام وسائل الاعلام المختلفة لدى عينة الدراسة

م	العبارات	وسائل الإعلام							
		الإنترنت		الصحف والمجلات		الإذاعة		القنوات الفضائية	
		ن = ٥٠٠	(ك) الموافق %	ن = ٢٨٦	(ك) الموافق %	ن = ٣٧٦	(ك) الموافق %	ن = ٤٧٢	(ك) الموافق %
١	عدد ساعات الاستخدام اليومي								
-	أقل من (١) ساعة.	٠	-	286	100%	249	٦٦,٢%	0	-
-	أقل من (٢) ساعة.	63	١٢,٦%	-	0	127	٣٣,٨%	347	٧٤%
-	أقل من (3) ساعات.	45	٩%	-	0	-	٠	125	٢٦%
-	أكثر من (3) ساعات.	392	٧٨,٤%	-	0	-	٠	0	-
٢	المحتوى الإعلامي الأكثر استخداماً								
-	المحتوى الرياضي	٩٤	١٨,٨%	٣٨	١٣,٣%	٣٩	١٠,٤%	٢٠٥	٤٣,٤%
-	المحتوى الثقافي	٣١	٦,٢%	١٦	٥,٦%	-	٠	٤	٠,٨٥%
-	المحتوى السياسي	٤٢	٨,٤%	٢٠	٧%	-	٠	٩	١,٩١%
-	المحتوى الديني	٣١	٦,٢%	٣٧	١٣%	٨٩	٢٣,٧%	٢٧	٥,٧٢%
-	المحتوى الإخباري	١٦	٣,٢%	٣١	١١%	-	٠	٥٣	١١,٢%
-	المحتوى العلمي	٢	٠,٤%	٩	٣,١٤%	-	٠	٧	١,٥%
-	المحتوى الإجتماعي	١٣٤	٢٦,٨%	٣٤	١٢%	-	٠	٩	١,٩١%
-	الفنى /الأفلام/	٥٦	١١,٢%	٥٢	١٨,٢%	-	٠	٥٤	١١,٤%

-	المسلسلات	٣٣	%٦,٩٩	-	٠	-	-	١٣	%٢,٦
-	المنوعات الغنائية	٤٢	%٨,٩	٢٤٨	%٦٦	-	-	٤٨	%٩,٦
-	برامج اكتشاف المواهب	٢٩	%٦,١	-	٠	-	-	-	٠
-	التسليية	-	٠	-	٠	-	٣٠	٣١	%٦,٢
-	الحوادث	-	٠	-	٠	-	١٩	٢	%٠,٤
٣	لغة المحتوى التي تنال الاهتمام								
-	اللغة العربية.	229	%٤٨,٥	٣٧٦	%١٠٠	٢٦٩	%٩٤,١	٤٩٩	%٩٩,٨
-	اللغة الهندية.	69	%١٤,٦	-	٠	-	٠	-	٠
-	اللغة الأجنبية.	174	%٣٦,٩	-	٠	٩	%٣,١٥	١	%٠,٢
-	جميع اللغات.	-	٠	-	٠	٨	%٢,٨	-	٠

تابع جدول (١٣) استخدام وسائل الاعلام المختلفة لدى عينة الدراسة

م	العبارات	وسائل الإعلام							
		القنوات الفضائية ن = ٤٧٢		الإذاعة ن = ٣٧٦		الصحف والمجلات ن = ٢٨٦		الإنترنت ن = ٥٠٠	
		ك الموافق	%	ك الموافق	%	ك الموافق	%	ك الموافق	%
٤	توقيت الاستخدام اليومي المفضل								
-	في الصباح	-	٠	174	%٤٦,٣	٢١	%٧,٣٤	-	٠
-	في الظهيرة.	٤٤	%٩,٣	-	0	٣٤	%١١,٩	-	٠
-	في المساء.	١٣٤	%٢٨,٤	-	0	٦٢	%٢١,٧	-	٠
-	في السهرة.	٢٧٨	%٥٨,٩	-	0	-	٠	-	٠
-	في أي وقت.	١٦	%٣,٤	202	%٥٣,٧	١٦٩	%٥٩,١	٥٠٠	%١٠٠
٥	مكان الاستخدام اليومي:								
-	داخل المنزل.	٢٠١	%٤٢,٦	45	%١٢	٢٤٣	%٨٥	-	٠
-	في مكان العمل أو الدراسة.	-	٠	61	%١٦,٢	-	٠	-	٠
-	في المقهى	٢٧١	%٥٧,٤	125	%٣٣,٢	-	٠	-	٠
-	السيارة أو وسيلة المواصلات	-	٠	-	٠	-	٠	-	٠
-	جميع ما سبق.	-	٠	145	%٣٨,٧	٤٣	%١٥	٥٠٠	%١٠٠
٦	كيفية استخدام وسيلة الإعلام:								
-	بمفردك.	١٥٧	%٣٣,٣	٤٨	%١٢,٨	٢٨٦	%١٠٠	٥٠٠	%١٠٠
-	مع بعض أفراد أسرتك.	٣٧	%٧,٨	١٦٨	%٤٤,٧	-	٠	-	٠
-	مع اصدقائك.	٢٥٠	%٥٣	١٩	%٥,٠٥	-	٠	-	٠
-	مع العامة	٢٨	%٥,٩	١٤١	%٣٧,٥	-	٠	-	٠
٧	الطريقة المفضلة لاستخدام وسيلة الإعلام:								
-	الوسيلة.	٣١١	%٦٦	146	%٤١,٨	١٦	%٥,٦	-	-
-	الإنترنت.	١٤٨	%٣١,٤	73	%٣٩,١	١٨٧	%٦٥,٤	-	-
-	كلاهما.	١٣	%٢,٧٥	157	%١٩,٤	٨٣	%٢٩	-	-

ثانياً - نتائج استمارة أثر التعرض لوسائل الإعلام على القيم والسلوكيات الدينية لدى عينة الدراسة:

جدول (١٤) استمارة استبيان أثر التعرض لوسائل الإعلام على القيم والسلوكيات الدينية لدى طلاب كلية التربية الرياضية للبنين - جامعة حلوان ن = ٥٠٠

م	العبرة	موافق		إلى حد ما		غير موافق		الوزن النسبي	الترتيب
		ك	%	ك	%	ك	%		
١	الإيمان بالله تعالى	٥٠٠	١٠٠%	-	-	-	-	١٠٠%	١
٢	الحرص على أداء فريضة الصلاة	١٢٠	٢٤%	٣٦٠	٧٢%	٢٠	٤%	٧٣%	١٣
٣	الحرص على نظافة البيئة	٣١٠	٦٢%	١٩٠	٣٨%	-	-	٨٧%	٧
٤	الرضا بقضاء الله وقدره	٤٠٠	٨٠%	١٠٠	٢٠%	-	-	٩٣%	٤
٥	الحرص على أمانة القول والماديات	٣٤٠	٦٨%	١٥٠	٣٠%	١٠	٢%	٨٩%	٦
٦	الحرص على تكوين الصداقات الحميمة	٤٣٠	٨٦%	٧٠	١٤%	-	-	٩٥%	٣
٧	قول الحقيقة مهما كانت الظروف	١٣٠	٢٦%	٣٥٠	٧٠%	٢٠	٤%	٧٤%	١٢
٨	تفضيل العمل الجماعي	٢٣٠	٤٦%	٢٦٠	٥٢%	١٠	٢%	٨١%	١٠
٩	طاعة الله ورسوله فيما أنزل.	٣٤٠	٦٨%	١٦٠	٣٢%	-	-	٨٩%	٦
١٠	حب الوساطة والمحسوبية أو الرشوى	٩٠	١٨%	٢٦٠	٥٢%	١٥٠	٣٠%	٦٣%	١٤
١١	التدخين	١٢٠	٢٤%	٧٠	١٤%	٣١٠	٦٢%	٥٤%	١٦
١٢	البعد عن المحرمات وكل ما يغضب الله	١١٠	٢٢%	٣٧٠	٧٤%	٢٠	٤%	٦٢%	١٥
١٣	اتقان العمل	١٦٠	٣٢%	١١٠	٢٢%	٢٣٠	٤٦%	٧٣%	١٣
١٤	الميل للبخل أو الإسراف في المال	٢٤٠	٤٨%	٢١٠	٤٢%	٥٠	١٠%	٧٩%	١١
١٥	احترام الأهل والجيران	٣٩٠	٧٨%	١٠٠	٢٠%	١٠	٢%	٩٢%	٥
١٦	مساعدة المحتاجين والضعفاء	١٩٠	٣٨%	٢٣٠	٤٦%	٨٠	١٦%	٧٤%	١٢
١٧	احترام ملكية الآخرين	٣٠٠	٦٠%	١٥٠	٣٠%	٥٠	١٠%	٨٣%	٩
١٨	استغلال الوقت	٤٠٠	٨٠%	١٠	٢%	٩٠	١٨%	٨٧%	٧
١٩	تجنب رفقاء السوء	٣٢٠	٦٤%	١٥٠	٣٠%	٣٠	٦%	٨٦%	٨
٢٠	التوكل على الله	٤٥٠	٩٠%	٥٠	١٠%	-	-	٩٧%	٢

يتضح من جدول (١٤) أن الوزن النسبي لعبارات محور القيم والسلوكيات الدينية قد تراوح ما بين (١٠٠% : ٥٤%).

جدول (١٥) استمارة استبيان أثر التعرض لوسائل الإعلام على القيم والسلوكيات المعرفية لدى طلاب كلية التربية الرياضية للبنين - جامعة حلوان ن = ٥٠٠

م	العبارة	موافق		إلى حد ما		غير موافق		الوزن النسبي	الترتيب
		ك	%	ك	%	ك	%		
١	الثقة بالقدرات المعرفية	٢٨٠	%٥٦	٢١٠	%٤٢	١٠	%٢	٢٣٥,٦	٤
٢	تقدير العلم والعلماء	٣٣٠	%٦٦	٩٠	%١٨	٨٠	%١٦	٢٤٠,٤	٥
٣	التفكير في الأمور بدقة	١٧٠	%٣٤	٣١٠	%٦٢	٢٠	%٤	٢٥٢,٤	٦
٤	الرغبة في اكتشاف كل جديد	٣٩٠	%٧٨	١٠٠	%٢٠	١٠	%٢	٤٧٣,٢	١
٥	التمييز عن الآخرين	٢٢٠	%٤٤	١٧٠	%٣٤	١١٠	%٢٢	٣٦,٤	٧
٦	التفكير في المستقبل	٣٦٠	%٧٢	١٢٠	%٢٤	٢٠	%٤	٣٦٦,٤	٢
٧	المبادرة لخوض التجارب الحياتية	٣٠٠	%٦٠	١٩٠	%٣٨	١٠	%٢	٢٥٧,٢	٣
٨	الحرص على تخطيط الأنشطة	١٠٠	%٢٠	٣٤٠	%٦٨	٦٠	%١٢	٢٧٥,٢	٨

يتضح من جدول (١٥) أن الوزن النسبي لعبارات محور القيم والسلوكيات المعرفية قد تراوحت ما بين (٩٢% : ٦٩%).

جدول (١٦) استمارة استبيان أثر التعرض لوسائل الإعلام على القيم والسلوكيات الاجتماعية لدى طلاب كلية التربية الرياضية للبنين - جامعة حلوان ن = ٥٠٠

م	العبارة	موافق		إلى حد ما		غير موافق		الوزن النسبي	الترتيب
		ك	%	ك	%	ك	%		
١	احترم تعليمات الغير	٨٠	%٣٨	٢٣٠	%٤٦	١٩٠	%٣٨	٧٢,٤	٤
٢	تجنب التعامل بعنف أو بث الكراهية بين الناس	٤٢٠	%٨٤	٧٠	%١٤	١٠	%٢	٥٨٨,٤	١
٣	الاهتمام بالدراسة وتنفيذ كافة المهام الدراسية	١٠٠	%٢٠	١٥٠	%٣٠	٢٥٠	%٥٠	٧٠	٥
٤	حب الوطن	٣٥٠	%٧٠	١١٠	%٢٢	٤٠	%٨	٣١٧,٢	٢
٥	الانصات لأحدث الآخرين.	٢١٠	%٤٢	٢٤٠	%٤٨	٥٠	%١٠	١٢٥,٢	٣
٦	المشاركة في الأنشطة التطوعية	١٢٠	%٢٤	١١٠	%٢٢	٢٧٠	%٥٤	٩٦,٤	٥
٧	الحرص على المساواة بين الآخرين	٣٣٠	%٦٦	١٥٠	%٣٠	٢٠	%٤	٢٩٠,٨	٢

يتضح من جدول (١٦) أن الوزن النسبي لعبارات محور القيم والسلوكيات الاجتماعية قد تراوحت ما بين (٩٤% : ٥٧%).

جدول (١٧) استمارة استبيان أثر التعرض لوسائل الإعلام على القيم والسلوكيات الأخلاقية لدى طلاب كلية التربية الرياضية للبنين - جامعة حلوان ن = ٥٠٠

م	العبارة	موافق		إلى حد ما		غير موافق		ك ^٢	الوزن النسبي	الترتيب
		ك	%	ك	%	ك	%			
١	احترم الزملاء داخل الكلية وخارجها	٢٥٠	%٥٠	٢٤٠	%٤٨	١٠	%٢	٢٢١,٢	%٨٢	٣
٢	الأقدام على الأعمال التي تتطلب الشجاعة	١٢٠	%٢٤	٢٢٠	%٤٤	١٦٠	%٣٢	٣٠,٤٠	%٥١	٨
٣	البخل بوقتي أو جهدي على الآخرين	٨٠	%١٦	٢٢٠	%٤٤	٢٠٠	%٤٠	٦٨,٨٠	%٥٩	٦
٤	البخل بالمال على الآخرين	٦٠	%١٢	١١٠	%٢٢	٣٣٠	%٦٦	٢٤٧,٦	%٤٩	٩
٥	الإخلاص في العمل	٩٠	%١٨	٢٥٠	%٥٠	١٦٠	%٣٢	٧٧,٢	%٥٦	٧
٦	التفاؤل بالخير.	١٠٠	%٢٠	٣٠	%٦	٣٧٠	%٧٤	٣٨٦,٨	%٤٩	٩
٧	الصفح عن الآخرين في حالة الاعتذار.	٢٧٠	%٥٤	١٧٠	%٣٤	٦٠	%١٢	١٣٢,٤	%٨١	٤
٨	مصاحبة الآخرين بغض النظر عن غناهم أو فقرهم	٢٩٠	%٥٨	١٦٠	%٣٢	٥٠	%١٠	١٧٣,٢	%٨٣	٢
٩	التحدث أثناء المحاضرة	٩٠	%١٨	٢٧٠	%٥٤	١٤٠	%٢٨	١٠٣,٦٠	%٦٣	٥
١٠	الحرص على عدم ظلم الآخرين	٣٧٠	%٧٤	١٢٠	%٢٤	١٠	%٢	٤٠٨,٤٠	%٩١	١

يتضح من جدول (١٧) أن الوزن النسبي لعبارات محور القيم والسلوكيات الأخلاقية قد تراوحت ما بين (٩١% : ٤٩%).

جدول (١٨) استمارة استبيان أثر التعرض لوسائل الإعلام على القيم والسلوكيات الجمالية لدى طلاب كلية التربية الرياضية للبنين - جامعة حلوان ن = ٥٠٠

م	العبارة	موافق		إلى حد ما		غير موافق		ك ^٢	الوزن النسبي	الترتيب
		ك	%	ك	%	ك	%			
١	زيارة الحدائق ومعارض الزهور الطبيعية	٣٦٠	%٧٢	٩٠	%١٨	٥٠	%١٠	٣٤١,٢٠	%٨٧	٣
٢	الحرص على النوم مبكراً	٣٠	%٦	٩٠	%١٨	٣٨٠	%٧٦	٤٢٠,٤	%٤٣	٥
٣	الحرص على الظهور بالمظهر اللائق.	٤٥٠	%٩٠	٥٠	%١٠	-	-	٣٢٠	%٩٧	١
٤	الشعور بالسعادة بجمال البيئة	٣٩٠	%٧٨	١١٠	%٢٢	-	-	١٥٦,٨	%٩٣	٢
٥	الحرص على الارتقاء بمستوى اللياقة البدنية	٢٠٠	%٤٠	٢٨٠	%٥٦	٢٠	%٤	٢١٢,٨	%٧٩	٤
٦	حب مشاهدة العروض الرياضية	٢٣٠	%٤٦	٢٢٠	%٤٤	٥٠	%١٠	١٢٢,٨	%٧٩	٤

يتضح من جدول (١٨) أن الوزن النسبي لعبارات محور القيم والسلوكيات الجمالية قد تراوحت ما بين (٩٧% : ٤٣%).

مناقشة نتائج الدراسة:

أولاً - استخدامات عينة الدراسة لوسائل الإعلام:

يتبين من نتائج جدول (١١) أن أغلب عينة الدراسة تمتلك جهازاً كمبيوتر أو جهازاً كمبيوتر محمول (لاب توب)، حيث جاءت نسبة من يمتلكون هذه الأجهزة (٦٤%)، بينما باقي عينة الدراسة لا تمتلكه بنسبة (٣٦%). أما من حيث الاشتراك الشهري للإنترنت المنزلي، اتضح أن أكثر من نصف عينة الدراسة لديهم اشتراك شهري للإنترنت المنزلي، محققاً نسبة (٥٣%)، أما باقي عينة الدراسة فهم غير مشتركين في هذه الخاصة. وبالنسبة لامتلاك الهاتف المحمول ذو تكنولوجيا جيل اسمارت فون (اندرويد)، تبين أن أغلب العينة يمتلكون تليفونات محمولة لهذا الجيل بنسبة (٦٠%)، أما لغير الممتلكين لها حققوا نسبة (٤٠%)، أما بالنسبة لباقات الإنترنت الشهرية الخاصة بالهواتف، تبين أن أغلب عينة الدراسة غير مشتركين في هذه الخاصة بنسبة (٦١%). ومن خلال العرض السابق للكشف عن مدى استخدام عينة البحث للأجهزة الإلكترونية التي يمكن من خلالها استخدام شبكة المعلومات الدولية (الإنترنت) يتبين أن هناك أقبالاً لامتلاك مثل هذا النوع من الأجهزة لدى عينة الدراسة، وأيضاً أن هناك فرصة كبيرة لاستخدام شبكة الإنترنت سواء من خلال أجهزة الكمبيوتر.

أما بالنسبة لاستخدامات وسائل الإعلام المختلفة سواء القنوات الفضائية أو الإذاعة أو الصحف والمجلات أو الإنترنت من عدمه، فقد أظهرت نتائج جدول (١٢) أن شبكة المعلومات الدولية (الإنترنت) لدى عينة الدراسة قد حققت المرتبة الأولى من حيث الاستخدام بنسبة مقدارها (٩٩,٨%)، يليها في الاستخدام من وسائل الإعلام القنوات الفضائية، حيث جاءت في المرتبة الثانية بنسبة مقدارها (٩١,٥%)، أما المرتبة الثالثة فقد حققتها وسيلة الإذاعة بنسبة مقدارها (٧١%)، في حين انخفضت الوسائل المطبوعة (الصحف والمجلات) من حيث استخدام عينة الدراسة، حيث بلغ استخدامها نسبة مقدارها (٥٣%)، وبالتالي قد حققت المرتبة الرابعة والأخيرة. وبالتالي أن استخدام وسائل الإعلام المختلفة لدى عينة البحث جاءت وفقاً للترتيب من أكثر استخداماً إلي الأدنى، وهي علي النحو التالي: (الإنترنت، القنوات الفضائية، الإذاعة، الصحف والمجلات)، مما يشير إلى عدم إقبال عينة البحث على استخدام وسائل الإعلام المطبوعة (الورقية)، والتي كانت تُعد في فترة من الفترات من أهم وسائل الإعلام بجانب التليفزيون والإذاعة - ولكن يبدو أن مع تطور تقنيات تكنولوجيا الإعلام قد أثر على استخدامات وسائله. اللاب توب أو أجهزة هاتف محمول - اسمارت فون (اندرويد)، وهذا ما تأكده نتائج جدول (١٢).

وقد استغلت العديد من المؤسسات التربوية أقبال التلاميذ والطلاب ذلك في عملية التعليم، حيث أشار إبراهيم عبد الوكيل الفار (٢٠٠٠) أن قد أدى استخدام شبكة الانترنت في التعليم إلى تطور سريع في التعليم حيث، وأصبحت شبكة الانترنت أداة للبحث والاكتشاف من قبل المدرسين والمتعلمين، كما أصبحت توفر إمكانية الاتصال مع الجامعات ومراكز البحوث والمكتبات وتساعد في الاستفادة من المعلومات المتوفرة بالإضافة إلى إمكانية المشاركة في نشر المعلومات والإبداعات (١٢: ١١٨). كما أشارت جودة أحمد سعادة وعادل فايز السرطاوي (٢٠٠٧) بأن أثرت الانترنت في أداء المدرسين والمتعلمين وإنجازاتهم داخل الصفوف وأدى استخدام للوسائط المتعددة سواء بالصوت أو الصورة أو الخرائط أو رسوم أو نماذج أو لوحات أو فيديو إلى دافعية أكبر للإقبال للاستفادة من المعلومات التي يتم عرضها، كما أدت الانترنت إلى التحول من التعليم التقليدي إلى التعليم الفردي مع مراعاة الفروق الفردية بين المتعلمين (١٣: ١١١).

ويتضح من جدول (١٣) أن جاءت أعلى نسبة لاستخدام (مشاهدة) القنوات الفضائية، حيث جاءت عبارة لمدة أقل (٢) ساعة بنسبة (٧٤%) من المجموع الكلي لمشاهدي القنوات الفضائية من عينة الدراسة، وعددهم (٤٧٢) فرداً، ثم يليها لمدة أقل (٣) ساعة بنسبة (٢٦%)، في حين انخفضت نسبة استخدام وسيلة الإذاعة إذ حققت أعلى نسبة استماع كانت لمدة أقل (١) ساعة بنسبة (٦٦,٢) من المجموع الكلي لمستمعي الإذاعة من عينة الدراسة، وعددهم (٣٧٦) فرداً، يليها لمدة ساعة بنسبة (٣٣,٨%)، أما بالنسبة لاستخدام (قراءة) الصحف والمجلات جاءت جميع استجابات عينة الدراسة مؤكده على أن عدد أقل من (١) ساعة، بنسبة (١٠٠%) من المجموع الكلي لقراء الصحف والمجلات من عينة الدراسة، وعددهم (٢٨٦) فرداً، في حين حقق استخدام عينة الدراسة للإنترنت اعلى نسبة استخدام لمدة تستغرق أكثر من (٣) ساعات يومياً، بنسبة (٧٨,٤%) من المجموع الكلي لمستخدمي الانترنت (جميع عينة الدراسة)، وفي المرتبة الثانية نسبة الاستخدام التي تقل عن (٢) ساعة يومياً، بنسبة (١٢,٦%)، أما المرتبة الأخيرة وهي لمدة أقل من (٢) ساعة يومياً بنسبة (٩%).

وفي ضوء نتائج جدول (١٣) يتضح أن جاء استخدام الأنترنترنت اليومي أعلى استخداماً، حيث ان نسبة كبيرة من عينة البحث تستخدم الأنترنترنت أكثر من (٣) ساعات يومياً، يليها استخدام القنوات الفضائية حيث يتم استخدامها لمدة أقل من ساعتين يومياً، ثم يليها استخدام الإذاعة والصحف والمجلات أقل من ساعة يومياً، ويعزى الباحث استخدام الانترنت لفترات زمنية طويلة لعدة أسباب، منها لتوافر شبكات الانترنت سواء من خلال الباقات المنزلية أو باقات المحمول، فضلاً عن الميزة التنافسية للخدمات التي تقدمها المؤسسات والهيئات والمراكز

والمقاهي، ووسائل المواصلات أيضاً، فكل هذا يتيح فرصة سهولة استخدام شبكات الإنترنت، فضلاً عن أن تكنولوجيا العصر قد اتاحت استخدام الوسائل الإعلامية الأخرى كالقنوات الفضائية والإذاعة والصحف والمجلات من خلال تلك الأجهزة ومن خلال شبكة الإنترنت، مستغنياً في ذلك عن الوسيلة الأصلية كالصحيفة أو التلفزيون أو الراديو، فمن السهل على الفرد أن يتنقل بتليفون محمول يمكن من خلاله تحقيق إشباعاته من المحتوى الإعلامي المتنوع من خلال جهاز يسهل حمله باليد أو بملابسه. كما يعزى الباحث أن جاء استخدام القنوات الفضائية في المرتبة الثانية ولمدة أقل من ساعتين ربما لإقبال عينة البحث لمشاهدة مباريات كرة القدم التي تُذاع علي القنوات الفضائية، حيث تُذاع مباريات الدوري الإنجليزي والإسباني وأيضاً الدوري المصري، وكذلك الفعاليات الكروية العالمية كبطولة كأس العالم لكرة القدم، والتي توفرها المقاهي والكافيهات، وغيرها من الأماكن الترويجية.

يتضح من جدول (١٣) وفيما يختص بالمحتوى الإعلامي الأكثر استخداماً بصفة يومية، تبين أن احتل المحتوى الرياضي المرتبة الأولى في مشاهدة القنوات الفضائية حيث بلغت نسبة المشاهدة (٤٣%) يليها المحتوى الفني كالأفلام حيث جاءت في المرتبة الثانية بنسبة مقدارها (١١,٤%)، وانخفضت نسب مشاهدة المحتويات الأخرى عن نسبة (١٢%)، أما بالنسبة للمحتوى الإذاعي جاءت المنوعات الغنائية في المرتبة الأولى والأكثر استماعاً بصفه يومية بنسبة (٦٦%) وفي المرتبة الثانية جاء المحتوى الديني بنسبة (٢٣,٧%)، وانخفضت نسب الاستماع للمحتويات الأخرى عن نسبة (١٢%)، أما بالنسبة للوسائل الاعلامية المطبوعة (الصحف والمجلات)، حقق المحتوى الفني أعلى نسبة قراءة أن كادت تكون منخفضة لحد ما، وهي نسبة (١٨,٢%) يليها المحتوى الرياضي بنسبة (١٣,٣%)، وتزايد انخفاض نسب قراءة المحتويات الأخرى عن نسبة أقل من أو تساوي (١٢%)، أما بالنسبة للمحتوى الإعلام للإنترنت ارتفعت نسبة استخدام المحتوى الاجتماعي محققاً نسبة (٢٦,٨%) يليها المحتوى الرياضي بنسبة (١٨,٨%)، في حين انخفضت نسب استخدام المحتويات الأخرى عن نسبة (١٢%).

وفي ضوء نتائج جدول (١٣) يتبين أن المحتوى الإعلامي الأكثر استخداماً في وسيلة القنوات الفضائية هو المحتوى الرياضي، وقد يرجع ذلك لإقبال مشاهدة مباريات دوري كرة القدم للدول المختلفة سواء الأوروبية أو العربية أو المحلية، فضلاً عن الفعاليات الرياضية الدولية، أما بالنسبة لوسيلة الإذاعة تصدر محتوى المنوعات الغنائية، يليه المحتوى الديني، أما بالنسبة لوسيلة الصحف والمجلات تصدر المحتوى الفني، يليه المحتوى الرياضي، وقد يرجع ذلك لاهتمام الوسائل الإعلامية المطبوعة (الصحف والمجلات) بأخبار الفنانين ونجوم أهل الفن، وأيضاً أخبار نجوم الكرة والرياضات المختلفة. أما بالنسبة لوسيلة الإنترنت كوسيلة إعلامية جاء

المحتوى الأكثر استخداماً لدى عينة البحث المحتوى الاجتماعي يليه المحتوى الرياضي، وقد يرجع ذلك للاهتمام عينة الدراسة بصفحات التواصل الاجتماعي كالفيس بوك وتويت وغيرها، والتي تجذب كافة شرائح وفئات المجتمع بصفة عامة وليس فقط عينة الدراسة، ومن الملاحظ أيضاً اهتمام عينة الدراسة بالمحتوى الرياضي في أغلب وسائل الإعلام موضوع الدراسة، وقد يرجع ذلك بطبيعة دراسة عينة الدراسة، فهم طلاب كلية التربية الرياضية، من المنطقي أن ترتبط استخدامات وسائل الإعلام المختلفة بأشباع الميول نحو الاتجاه المحتوى الرياضي.

أما بالنسبة للغة المحتوى الأكثر استخداماً تصدرت اللغة العربية في كافة وسائل الإعلام المستخدمة، تبين من نتائج جدول (١٣) أن جاءت استجابات عينة الدراسة في استخدام اللغة العربية لمشاهدة المحتوى العربي للقنوات الفضائية بنسبة (٤٨%)، يليها المحتوى اللغة الأجنبية بنسبة (٣٦,٩%)، وانخفض نسبة مشاهدة المحتوى باللغة الهندية بنسبة (١٤,٦%). أما بالنسبة للإذاعة، تصدرت اللغة العربية بنسبة (١٠٠%)، وأيضاً تصدرت اللغة العربية في قراءة الصحف والمجلات بنسبة (٩٤,١%)، في حين انخفض استخدام اللغة الأجنبية حيث بلغ نسبة استخدامها (٣,١٥%)، وارتفعت أيضاً نسبة استخدام اللغة العربية لاستخدام الانترنت حيث بلغ نسبة مقدارها (٩٩,٨%). وفي ضوء ما سبق يتبين أن اللغة الشائعة الاستخدام لكافة وسائل الإعلام هي اللغة العربية، لأنها اللغة الناطقة بها عينة الدراسة، ولكن من الملاحظ عدم اهتمام أو قلة ثقافة عينة الدراسة للغات الأجنبية، على الرغم من أهميتها في هذه العصر، حيث أصبحت اللغة الإنجليزية هي اللغة العالمية الأولى المستخدمة على المستوى العالمي خاصة في حال السفر للدول الأجنبية الأخرى الغير ناطقة باللغة الإنجليزية أو العربية، فضلاً أن بعض الدول العربية كدولة الإمارات العربية المتحدة أصبحت اللغة الإنجليزية من أكثر اللغات المستخدمة في أغلب مناشط الحياة اليومية، ليس فقط على المستوى التعليمي - بل وأيضاً على مستوى تقديم الخدمات الحكومية المختلفة وغير الحكومية. فمن خلال تثقف الشباب للغة الإنجليزية الأخرى يستطيع تحقيق العديد من الطموحات سواء في مجال الدراسة أو مجال العمل خارج الدولة أو مجال الأسفار بهدف السياحة.

ومن حيث توقيت الاستخدام اليومي المفضل وفيما يخص وسيلة القنوات الفضائية، تبين من نتائج جدول (١٣) أن جاءت فترة السهرة في المرتبة الأولى بنسبة (٥٨,٩%)، وفي المرتبة الثانية جاءت فترة المساء بنسبة (٢٨,٤%)، وانخفض نسب استخدام القنوات الفضائية بدرجة كبيرة في فترة الظهر وانعدمت في فترة الصباح، في حين تزايد الاستماع للإذاعة في فترة الصباح حيث بلغ نسبتها (٤٦,٣%) وتزايد نسبتها أيضاً في استجابة أي وقت حيث بلغ نسبتها (٥٣,٧%). أما بالنسبة للتوقيت المفضل لقراءة الصحف والمجلات تصدرت استجابة أي وقت

المرتبة الأولى حيث بلغ نسبتها (٥٩,١%)، يليها في فترة المساء حيث جاءت بنسبة (٢١,٧%)، أما بالنسبة للتوقيت المفضل لاستخدام عينة الدراسة للأنترنت جاءت استجابة في أي وقت بنسبة (١٠٠%)، أي جميع عينة الدراسة.

وفي ضوء ما سبق يتبين ان التوقيت الأكثر استخداماً لمشاهدة عينة الدراسة للقنوات الفضائية كانت فترة السهرة، ثم المساء ثم الظهر، وقد يرجع ذلك لك توقيتات المحتوى الإعلامي الذي يهتم به عينة الدراسة، فضلاً عن قد يرجع ذلك لعدم حرص اغلب عينة الدراسة على النوم مبكراً، وبالتالي أصبحت هذه الوسيلة جاذبة لعينة الدراسة لساعات متأخرة من الليل.

ومن حيث مكان الاستخدام اليومي فيما يخص مشاهدة القنوات الفضائية، تبين من نتائج جدول (١٣) أن جاء مكان المقهى في المرتبة الأولى بنسبة (٥٧,٤%)، وفي المرتبة الثانية كان المكان داخل المنزل بنسبة (٤٢,٦%)، أما بالنسبة لاستماع الإذاعة جاءت عبارة جميع ما سبق في المرتبة الأولى بنسبة (٣٨,٧%)، يليها عبارة في المقهى بنسبة (٣٣,٢%)، وفي المرتبة الثالثة جاءت عبارة في مكان العمل بنسبة (١٦,٢%)، أما المرتبة الرابعة والأخيرة جاءت عبارة داخل المنزل بنسبة (١٢%). وتصدرت عبارة جميع ما سبق لاستخدام الانترنت حيث بلغ نسبتها (١٠٠%).

وفي ضوء ما سبق يتبين أن بالنسبة للأماكن المفضلة لاستخدام وسيلة القنوات الفضائية كانت مكان المقهى الأكثر استخداماً، وقد يرجع ذلك لحرص المقاهي على توفير اتاحة خدمة مشاهدة مباريات كرة القدم الخاصة ببطولات الدوري للدول الأوربية المختلفة والفعاليات الرياضية العربية والأولمبية المتعددة. ويلي ذلك مشاهدة القنوات الفضائية بالمنزل، حيث تتوفر خدمة بث القنوات الفضائية مقابل دفع قيمة اشتراك لفترات زمنية محددة. أما بالنسبة للأماكن المفضلة لاستماع للإذاعة جاءت العبارة كل الأماكن (داخل أو خارج المنزل أو وسيلة المواصلات أو المقهى) في المرتبة الأولى حيث نجد أن يفضل أهل المنزل بالذات كبار السن بالتشغيل الدام لبعض الإذاعات كإذاعة القرآن الكريم أو الشرق الأوسط داخل المنزل، وبالتالي يتم استماع عينة الدراسة سواء بقصد او بدون قصد، أما بالنسبة للأماكن المفضلة لاستخدام الصحف والمجلات لدى عينة الدراسة كان داخل المنزل، أما بالنسبة لوسيلة الانترنت جاء الاستخدام في جميع الأماكن سواء داخل او خارج المنزل أو في المقهى وغيرها من الأماكن وذلك لسهولة استخدام الانترنت في كافة الأماكن، حيث تتوفر هذه الخدمة من خلال الهواتف المحمولة.

وبالنسبة لكيفية استخدام وسيلة الإعلام أظهرت نتائج جدول (١٣) وفيما يختص بمشاهدة القنوات الفضائية أن جاءت العبارة مع الأصدقاء في المرتبة الأولى بنسبة (٥٣%)، يليها في المرتبة الثانية عبارة بمفردك بنسبة (٣٣,٣%)، وانخفضت نسبة مشاهدة مع الأسرة

والعامة بنسبة تقل عن (٨%). وفيما يختص بكيفية الاستماع للإذاعة، جاءت العبارة مع بعض أفراد الأسرة في المرتبة الأولى بنسبة (٤٤,٧%)، تليها العبارة مع العامة في المرتبة الثانية بنسبة مقدارها (٤٤,٧%)، ونخفض الاستماع بالفردية أو مع الاصدقاء بنسبة تقل عن (١٣%). في حين أن تصدرت استخدام الصحف والمجلات واستخدام الانترنت بالفردية بنسبة (١٠٠%) من عينة الدراسة. وفي ضوء ما سبق ومن حيث كيفية استخدام عينة الدراسة لوسائل الإعلام يتبين ان ساد استخدام القنوات الفضائية مع الأصدقاء أما لاستخدام الإذاعة جاءت مع بعض أفراد الأسرة أما بالنسبة لكل من الصحف والمجلات والانترنت تبين الاستخدام بصفة مفرديه وقد يرجع ذلك لطبيعة استخدام وسائل الاعلام - موضوع الدراسة - بعضها يسمح بالاستخدام الجماعي والمفرد كمشاهدة القنوات الفضائية، وبعضها يسمح بالاستخدام المفرد كوسيلة الانترنت حيث يتسم بنوع من الخصوصية.

أما بالنسبة استخدام وسيلة الإعلام سواء القنوات الفضائية أو الإذاعة أو الصحف والمجلات من خلال نفس الوسيلة أو من خلال الانترنت أو كليهما، تبين من جدول (١٣) أن العينة تفضل مشاهدة القنوات الفضائية من خلال التلفزيون أكثر من مشاهدتها من خلال الانترنت، وقد يرجع ذلك كبر مساحة شاشة المشاهدة، كما تبين ان عينة الدراسة تفضل سماع الإذاعة من خلال الراديو أكثر من خلال الانترنت، وقد يرجع ذلك لأنها أقل تكلفة من الانترنت، وكذلك يفضلون قراءة الصحف والمجلات من خلال الانترنت وقد يرجع ذلك سهولة الحصول عليها بالنسبة لتسويقها ومن الأماكن المخصصة لبيعها. ومن خلال نتائج الاستمارة - موضوع الدراسة - تبين أن تفضل مشاهدة قنوات "أون تيفي" (ON TV) الرياضية، وتفضل سماع إذاعة (٩٠,٩٠)، وإذاعة "القرآن الكريم"، أما بالنسبة للصحف والمجلات تفضل قراءة صحيفة "اليوم السابع" الإلكترونية.

ثانياً - مناقشة نتائج أثر التعرض لوسائل الإعلام على القيم والسلوكيات لدى عينة الدراسة: أظهرت نتائج جدول (١٤) أن الوزن النسبي لأثر التعرض لوسائل الإعلام على القيم والسلوكيات الدينية قد تراوح ما بين (١٠٠% : ٥٤%). حيث جاءت قيمة الإيمان بالله في المرتبة الأولى محققة نسبة مقدارها (١٠٠%)، وفي المرتبة الثانية جاء السلوك التوكل على الله بنسبة (٩٧%). أما المرتبة الثالثة فقد حقق سلوك مساعدة الآخرين بنسبة (٩٥%)، وفي المرتبة الرابعة جاءت قيمة الصبر بنسبة (٩٣%)، تلاها سلوك احترام الأهل والجيران في المرتبة الخامسة بنسبة (٩٢%). ومن هنا بدأت قيم وسلوك عينة تتقل بالانخفاض لمستوى أقل مقارنة بالوزن النسبي للقيم والسلوكيات السابق ذكرها، حيث حققت قيمة الطاعة المرتبة السادسة بنسبة مقدارها (٨٩%)، تلاها قيمة النظافة في المرتبة السابعة بنسبة مقدارها (٨٧%)، وفي

المرتبة الثامنة جاءت استقامة السلوك محققاً نسبة مقدارها (٨٦%)، أما المرتبة التاسعة فقد حققها سلوك احترام ملكية الآخرين بنسبة مقدارها (٨٣%)، وجاءت قيمة التعاون في المرتبة العاشرة بنسبة (٨١%). ثم انتقلت القيم والسلوكيات لمستوى أقل مما سبق، حيث جاء سلوك صرف المال بحكمة في المرتبة الحادية عشر بنسبة مقدارها (٧٩%)، وفي المرتبة الثانية عشر جاءت قيمة الصدق وسلوك مساعدة الآخرين في مرتبة واحدة بنسبة (٧٤%)، كذلك قيمة العبادة واتباع العمل في المرتبة الثالثة عشر بنسبة (٧٣%). في حين انخفض أثر التعرض لوسائل الإعلام على القيم والسلوكيات التالية بشكل ملحوظ وهي: (اللجوء إلى المحسوبة، استقامة السلوك، التدخين) على التالي من المرتبة الرابعة عشر حتى السادسة عشر (الأخيرة) بنسب: (٦٣%، ٦٢%، ٥٤%). ويعزى الباحث انخفاض أثر وسائل الإعلام على سلوك اللجوء إلى المحسوبة لنفسها هذه الظاهرة بصورة موحشة، وقد يرجع ذلك لانتشار الفساد الإداري بالمجتمع وتردى الحالة الاقتصادية وانخفاض دخل العديد من الأفراد، حيث تتعدد وسائل المحسوبة كالهديّة والرشوة وغيرها، كما أنتشرت ظاهرة التدخين بين الشباب بل وأيضاً بين تلاميذ مرحلة الطفولة المتأخرة باعتبارها مظهراً من مظاهر الرجولة من منطلق تفكيرهم، فمثل تلك الظواهر تحتاج تضافر الجهود ليس فقط وسائل الإعلام بل وأيضاً من المؤسسات التعليمية، والأسرة، حيث من الصعب إقناع الأبن بخطورة التدخين وفي نفس الوقت يكون الأب مدخناً.

أظهرت نتائج جدول (١٥) وفيما يختص لأثر التعرض لوسائل الإعلام على القيم والسلوكيات المعرفية، أن الوزن النسبي لأثر التعرض لوسائل الإعلام على القيم والسلوكيات المعرفية قد تراوحت ما بين (٩٢% : ٦٩%)، حيث جاءت قيمة حب الاستطلاع في المرتبة الأولى بنسبة (٩٢%)، ثم أنخفض الوزن النسبي للقيم والسلوكيات لينتقل للمستوى الأدنى من المستوى السابق، حيث حققت قيمة تنمية الخيال المرتبة الثانية بنسبة مقدارها (٨٩%)، أما المرتبة الثالثة فقد حققتها قيمة خوض التجارب بنسبة مقدارها (٨٦%)، ثم جاءت قيمة تقدير الذات في المرتبة الرابعة بنسبة مقدارها (٨٥%)، يليها في المرتبة الخامسة قيمة تقدير العلم بنسبة مقدارها (٨٣%)، وانخفض مستوى القيم والسلوكيات عما سبق، حيث حققت العقلانية المرتبة السادسة بنسبة مقدارها (٧٧%)، ثم جاءت قيمة الإبداع بنسبة (٧٤%) في المرتبة السابعة، أما المرتبة الثامنة والأخيرة فقد حققتها قيمة التخطيط بنسبة مقدارها (٦٩%). ويعزى الباحث انخفاض تأثير وسائل الإعلام على قيمة التخطيط، لأن مثل هذه القيمة تُغري منذ الصغر وتكتسب من خلال العملية التعليمية، فقليلاً ما نجد شاباً لديه مهارة تخطيط الوقت أو التخطيط للمستقبل، فأغلب الأمور تسير بعشوائية، وقد يرجع ذلك لثقافة الأفراد ومفهومة للوقت ولأنشطة الحياة، في ظل التكنولوجيا السريعة والعالم المفتوح، فنجد الطفل لديه العديد من القنوات

الفضائية المتاحة لمدة أربعة وعشرين ساعة، وكذلك نجد الفرد يحمل ريموت كونترول لجهاز استقبال القنوات الفضائية وائماً في حالة انتقال من قناة لأخرى دون اختيار محدد ويخذ الكثير من الوقت لتثبيت ومشاهدة قناة من تلك القنوات.

أظهرت نتائج جدول (١٦) فيما يختص لأثر التعرض لوسائل الإعلام على القيم والسلوكيات الاجتماعية أن الوزن النسبي لعبارات محور القيم والسلوكيات الاجتماعية قد تراوحت ما بين (٩٤% : ٥٧%)، حيث جاءت قيمة نبذ العنف في المرتبة الأولى بنسبة مقدارها (٩٤%)، ثم انخفض الوزن النسبي حيث جاءت قيمة الانتماء في الانتماء في المرتبة الثانية بنسبة (٨٧%)، وتزايد انخفاض الوزن النسبي حيث جاءت قيمة أدب الاستماع في المرتبة الثالثة بنسبة مقدارها (٧٧%)، ثم انخفض الوزن النسبي انخفاضاً ملحوظاً، حيث جاء الوزن النسبي لقيمة الانضباط بمقدار (٥٩%) في المرتبة الرابعة، وفي المرتبة الخامسة والأخيرة جاءت قيمة الإحساس بالمسؤولية والإيثار بنسبة مقدارها (٥٧%). ويرجع الباحث انخفاض تحمل المسؤولية لأسباب عديده منها اعتمادية الشباب على الوالدين في كافة أمور حياتهم بدأ من استذكار الدروس منذ الصغر، والتكفل بكافة مصاريف جميع مراحل التعليم، حتى ألباً تكفل أغلب مصاريف الزواج، وربما ما بعد الزواج، والاعتماد على الوالدين في تربية الأحفاد، مما يولد لدى الأبناء ظاهرة الاعتمادية وعدم تحمل المسؤولية، ولمثل هذه السلوكيات والقيم يصعب على وسائل الإعلام تقويمها بالدرجة المرغوبة.

أظهرت نتائج جدول (١٧) وفيما يختص لأثر التعرض لوسائل الإعلام على القيم والسلوكيات الأخلاقية أن الوزن النسبي لعبارات محور القيم والسلوكيات الأخلاقية قد تراوحت ما بين (٩١% : ٤٩%)، حيث حققت قيمة العدل المرتبة الأولى بنسبة مقدارها (٩١%)، ثم انخفض مستوى القيم والسلوكيات الأخلاقية عن ما سبق، حيث جاءت قيمة التواضع في المرتبة الثانية بنسبة (٨٣%)، ثم تلاها قيمة احترام الآخرين في المرتبة الثالثة بنسبة (٨٢%)، ثم جاءت قيمة التسامح في المرتبة الرابعة بنسبة (٨١%). وبدأ انخفاض القيم والسلوكيات الأخلاقية انخفاضاً ملحوظاً، حيث حققت قيمة النظام المرتبة الخامسة بنسبة مقدارها (٦٣%)، تلاها قيمة التضحية بنسبة (٥٩%) في المرتبة السادسة، أما المرتبة السابعة فقد حققتها القيمة الإخلاص بنسبة مقدارها (٥٦%)، ثم تلاها قيمة الشجاعة في المرتبة الثامنة بنسبة مقدارها (٥١%)، وفي المرتبة التاسعة والأخيرة جاءت قيمتي الكرم والتفاؤل بنسبة مقدارها (٤٩%). ويرجع الباحث انخفاض تأثير وسائل الإعلام على قيمة الشجاعة لدى عينة الدراسة وايضاً الكرم والتفاؤل لمرور هذا الجيل بعدة ظروف أمنية مثل الإرهاب والثورات والتظاهرات مما أدى إلى حالة من القلق والتوتر وعدم الرغبة في الإقدام وتقبل المخاطر سواء الجسدية أو المالية، فضلاً عن أن عملية

الإصلاح الإقتصادي والإداري وغيرها لا تأتي في يوماً وليلة بل تتطلب العديد من السنوات مما يقلل من مستوى التفاؤل لدى الشباب، لأن الغد المطلوب ليس قريباً - بل هو بعيداً نوعاً ما فلا ظل العيش في عصر يتصف بالسرعة.

أظهرت نتائج جدول (١٨) وفيما يختص لأثر التعرض لوسائل الإعلام على القيم والسلوكيات الجمالية أن قد تراوح الوزن النسبي لعبارات هذا المحور ما بين (٩٧% : ٤٣%)، حيث حققت قيمة الاعتناء بالمظهر المرتبة الأولى بنسبة مقدارها (٩٧%) تليها قيمة الإحساس بالجمال في المرتبة الثانية بنسبة (٩٣%)، أما المرتبة الثالثة فقد حققتها قيمة التذوق الجمالي بنسبة مقدارها (٨٧%)، بينما انخفضت نسبي قيمة اللياقة البدنية وقيمة جمال الحركات إلى حد ما وجاءت في المرتبة الرابعة بنسبة (٧٩%)، في حين انخفض نسبة قيمة حق الجسم انخفاضاً ملحوظاً حيث جاءت في المرتبة الخامسة والأخير بنسبة (٤٣%). ويرى من الأمر البديهي انخفاض تأثير وسائل الإعلام على قيمة حق الجسم، حيث تسعى وسائل الإعلام أن يكون الفرد أكثر استهلاكاً لمنتجاتها من مضامين إعلامية تُبث وتنتشر خلال الأربعة والعشرون ساعة، ليلاً نهاراً، وقد أكد ذلك استخدام عينة البحث للأنترنيت أكثر من ثلاث ساعات يومياً ومشاهدة القنوات الفضائية لمدة ساعتين يومياً مما يسبب عبأ يؤثر تأثيراً سلبياً على صحة الفرد، بالتالي يضيع حق الجسم في ظل زخم المحتوى الإعلامي، وفي ظل الوفاء بمتطلبات الحياة اليومية.

استنتاجات الدراسة:

أولاً - بالنسبة لتعرض عينة الدراسة وعادات استخدامات لوسائل الإعلام:

١. أن أغلب عينة الدراسة تمتلك جهاز كمبيوتر أو جهاز كمبيوتر محمول (لاب توب)، هذا بالإضافة إلى أن أكثر من نصف عينة الدراسة لديهم اشتراك شهري للأنترنيت المنزلي، أما باقي عينة الدراسة فهم غير مشتركين في هذه الخاصة، وأن أغلب عينة الدراسة يمتلكون تليفونات محمولة (اسمارت فون) من التليفونات الذكية، حيث لدى العديد منهم باقات الانترنت الشهرية الخاصة بالهواتف، ومن خلال امتلاك تلك الأجهزة الإلكترونية التي يمكن من خلالها يُتاح لهم استخدام شبكة المعلومات الدولية (الانترنت).
٢. أن الوسيلة الإعلامية الأكثر استخداماً لدى عينة الدراسة وتعرضاً لها هي (الانترنت، القنوات الفضائية، الإذاعة، الصحف والمجلات)، حيث يستخدم الانترنت لمدة تستغرق أكثر من (٣) ساعات يومياً، يليها القنوات الفضائية حيث تتم المشاهدة لمدة أقل (٣) ساعة، أما الاستماع للإذاعة يتم لمدة أقل من ساعة، كذلك قراءة الصحف والمجلات.
٣. أن المحتوى الإعلامي الأكثر استخداماً في وسيلة القنوات الفضائية هو المحتوى

الرياضي، أما بالنسبة لوسيلة الإذاعة تصدر محتوى المنوعات الغنائية، يليه المحتوى الديني، أما بالنسبة لوسيلة الصحف والمجلات تصدر المحتوى الفني، يليه المحتوى الرياضي، أما بالنسبة لوسيلة الانترنت كوسيلة إعلامية جاء المحتوى الأكثر استخداماً لدى عينة البحث المحتوى الاجتماعي يليه المحتوى الرياضي.

٤. أن اللغة المحتوى الأكثر استخداماً تصدرت اللغة العربية في كافة وسائل الإعلام المستخدمة، حيث جاءت استجابات عينة الدراسة في استخدام اللغة العربية لمشاهدة المحتوى العربي للقنوات الفضائية يليها المحتوى باللغة الأجنبية نسبة مشاهدة المحتوى باللغة الهندية اما بالنسبة للإذاعة تصدرت اللغة العربية بنسبة (١٠٠%)، وأيضاً في قراءة الصحف والمجلات، وأيضاً انخفض استخدام اللغة الأجنبية وفي وسيلة الانترنت.

٥. أن توقيت الاستخدام اليومي المفضل لاستخدام وسائل الإعلام وفيما يخص وسيلة القنوات الفضائية، جاءت فترة السهرة في المرتبة الأولى في حين تزايد الاستماع للإذاعة في فترة الصباح. أما بالنسبة للتوقيت المفضل لقراءة الصحف والمجلات تصدرت استجابة أي وقت من اليوم، أما بالنسبة للتوقيت المفضل لاستخدام عينة الدراسة للانترنت جاءت استجابة في أي وقت من اليوم.

٦. ان التوقيت الأكثر استخداماً لمشاهدة عينة الدراسة للقنوات الفضائية كانت فترة السهرة، ثم المساء ثم الظهر، وقد يرجع ذلك لك توقيتات المحتوى الإعلامي الذي يهتم به عينة الدراسة، فضلاً عن قد يرجع ذلك لعدم حرص اغلب عينة الدراسة على النوم مبكراً، وبالتالي أصبحت هذه الوسيلة جاذبة لعينة الدراسة لساعات متأخرة من الليل.

٧. أن بالنسبة للأماكن المفضلة لاستخدام وسيلة القنوات الفضائية كانت مكان المقهى الأكثر استخداماً، أن للأماكن المفضلة لاستماع للإذاعة جاءت العبارة كل الأماكن (داخل أو خارج المنزل أو وسيلة المواصلات أو المقهى) في المرتبة الأولى، أما بالنسبة للأماكن المفضلة لاستخدام الصحف والمجلات لدى عينة الدراسة كان داخل المنزل، وبالنسبة لوسيلة الانترنت جاء الاستخدام في جميع الأماكن سواء داخل او خارج المنزل أو في المقهى وغيرها من الأماكن وذلك لسهولة استخدام الانترنت في كافة الأماكن، حيث تتوفر هذه الخدمة من خلال الهواتف المحمولة.

٨. أن بالنسبة لكيفية استخدام وسيلة الإعلام وفيما يختص بمشاهدة القنوات الفضائية تفضل عينة الدراسة المشاهدة مع الأصدقاء، وانخفضت نسبة المشاهدة مع الأسرة والعمامة، وفيما يختص بكيفية الاستماع للإذاعة، يفضل الاستماع مع بعض أفراد الأسرة، في حين أن تصدرت استخدام الصحف والمجلات واستخدام الانترنت تفضل عينة البحث

باستخدام المفرد.

٩. أن بالنسبة استخدام وسيلة الإعلام سواء القنوات الفضائية أو الإذاعة أو الصحف والمجلات من خلال نفس الوسيلة أو من خلال الأنترنت أو كليهما، أن العينة تفضل مشاهدة القنوات الفضائية من خلال التلفزيون أكثر من مشاهدتها من خلال الأنترنت، وقد يرجع ذلك كبر مساحة شاشة المشاهدة، كما تبين ان عينة الدراسة تفضل سماع الإذاعة من خلال الراديو أكثر من خلال الأنترنت، وقد يرجع ذلك لأنها أقل تكلفة من الأنترنت، وكذلك يفضلون قراءة الصحف والمجلات من خلال الأنترنت وقد يرجع ذلك سهولة الحصول عليها بالنسبة لتسوقها ومن الأماكن المخصصة لبيعها.
١٠. أن عينة الدراسة تفضل مشاهدة قنوات "أون تيفي" (ON TV) الرياضية، وتفضل سماع إذاعة (٩٠,٩٠)، وإذاعة "القرآن الكريم"، أما بالنسبة للصحف والمجلات تفضل قراءة صحيفة "اليوم السابع" الإلكترونية.

ثانياً - أثر التعرض لوسائل الإعلام على القيم والسلوكيات لدى عينة الدراسة:

١. أن القيم والسلوكيات الدينية لدى عينة الدراسة الأكثر تأثراً بالتعرض لوسائل الإعلام المختلفة جاءت بالتوالي: (قيمة الإيمان بالله، سلوك التوكل على الله، سلوك مساعدة الآخرين، قيمة الصبر، سلوك احترام الأهل والجيران، قيمة الطاعة، قيمة النظافة، استقامة السلوك، سلوك احترام ملكية الآخرين، قيمة التعاون، سلوك صرف المال بحكمة، قيمة الصدق وسلوك مساعدة الآخرين، قيمة العبادة واتقان العمل). في حين انخفض أثر التعرض لوسائل الإعلام على القيم والسلوكيات التالية بشكل ملحوظ وهي: (اللجوء إلى المحسوبة، استقامة السلوك، التدخين).
٢. أن القيم والسلوكيات المعرفية لدى عينة الدراسة الأكثر تأثراً بالتعرض لوسائل الإعلام المختلفة جاءت بالتوالي: (حب الاستطلاع، قيمة تنمية الخيال، خوض التجارب، قيمة تقدير الذات، قيمة تقدير العلم، قيمة العقلانية، قيمة الابداع) وتبين أن القيم والسلوكيات الأقل تأثراً بالتعرض لوسائل الإعلام هي قيمة التخطيط.
٣. أن القيم والسلوكيات الاجتماعية لدى عينة الدراسة الأكثر تأثراً بالتعرض لوسائل الإعلام المختلفة جاءت بالتوالي: (قيمة نبذ العنف، قيمة الانتماء، قيمة أدب الاستماع)، في حين انخفض تأثير وسائل الإعلام على القيم والسلوكيات التالية: (قيمة الانضباط، قيمة الإحساس بالمسؤولية، الإيثار).
٤. أن القيم والسلوكيات الأخلاقية لدى عينة الدراسة الأكثر تأثراً بالتعرض لوسائل الإعلام المختلفة جاءت بالتوالي: (قيمة العدل، قيمة التواضع، قيمة احترام الآخرين، قيمة

التسامح). في حين انخفاض القيم والسلوكيات الأخلاقية انخفاضاً ملحوظاً، التي تتأثر بوسائل الإعلام، وهي: (قيمة النظام، قيمة التضحية، القيمة الإخلاص، قيمة الشجاعة قيمة الكرم، وقيمة التفاؤل).

٥. أن القيم والسلوكيات الجمالية لدى عينة الدراسة الأكثر تأثراً بالتعرض لوسائل الإعلام المختلفة جاءت بالتوالي: (قيمة الاعتناء بالمظهر، قيمة الإحساس بالجمال، قيمة التدوق الجمالي، قيمة اللياقة البدنية)، في حين انخفض نسبة قيمة حق الجسم انخفاضاً ملحوظاً في تأثرها بوسائل الإعلام.

ثانياً - التوصيات:-

١- استغلال أقبال الطلاب على استخدام الأنترنت في التعليم الجامعي، حيث إمكانية رفع المقررات الإلكترونية على مواقع الأنترنت وتواصل مدرسين وأساتذة هذه المقررات مع الطلاب من خلال مواقع التواصل والإميلات الشخصية، ومثل هذا الدرب استغلته العديد من الجامعات بل وأيضاً المدارس في مصر والبلدان العربية الشقيقة تقليداً للدول الأوربية.

٢- استغلال أقبال الطلاب على استخدام الأنترنت في تدعيم القيم الدينية والأخلاقية والعلمية والجمالية لدى الطلاب وتقييم سلوكياتهم من خلال إنشاء مواقع وصفحات التواصل لتحقيق هذا الغرض.

٣- لفت نظر السادة المسؤولين بالجامعة وبالكلية أهمية تحويل المقررات الدراسية إلى مقررات الإلكترونية، وعلى أهمية إجراء التكاليف الخاصة بالطلاب من أوراق دراسية وبحوث وتقديمها عن طريق البريد الإلكتروني، ورفع المشاريع كحصص التربية العملية والعروض الرياضية ونشرها على مواقع الأنترنت وصفحات التواصل والقنوات الخاصة على اليوتيوب.

٤- لفت نظر المسؤولين بضرورة البحث عن الوسائل البديلة لوسائل الإعلام لتعزيز القيم (عدم اللجوء إلى المحسوبة، استقامة السلوك، التدخين، قيمة التخطيط، قيمة الانضباط، قيمة الإحساس بالمسؤولية، الإيثار، قيمة النظام، قيمة التضحية، القيمة الإخلاص، قيمة الشجاعة قيمة الكرم، وقيمة التفاؤل، قيمة حق الجسم) لدى الشباب، حيث ينخفض تأثير وسائل الإعلام في تعزيز تلك القيم.

المراجع

- ١- إبراهيم الدر: الأسس البيولوجية لسلوك الإنسان، بيروت، الدار العربية للنشر، ١٩٩٤.
- ٢- إبراهيم السيد أحمد: البناء القيمي وعلاقته بالتنشئة الاجتماعية والدافعية للإنجاز، دراسة ميدانية مقارنة على عينة من الطلاب الإندونيسيين والماليزيين الدارسين بالجامعات المصرية، رسالة دكتوراه غير منشورة، قسم العلوم الاجتماعية، معهد البحوث والدراسات الآسيوية، جامعة الزقازيق، ٢٠٠٥.
- ٣- إبراهيم عبد الوكيل الفار: تربيوات الحاسوب وتحديات مطلع القرن الحادي والعشرين، دار الفكر العربي، القاهرة، ٢٠٠٠.
- ٤- بسيوني إبراهيم حمادة: الاتجاهات العالمية الحديثة في بحوث التأثيرات الاجتماعية لوسائل الإتصال الجماهيري، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، يوليو - سبتمبر ٢٠٠٢.
- ٥- جاسم خليل ميرزا: الإعلام الأمني بين النظرية والتطبيق، الطبعة الأولى، مركز الكتاب للنشر، القاهرة، ٢٠٠٦.
- ٦- جودة أحمد سعادة وعادل فايز السرطاني: استخدام الحاسوب والانترنت في ميادين التربية والتعليم، دار الشروق للنشر والتوزيع الأردن، ٢٠٠٧.
- ٧- حمدي محمد شعبان: العلاقات العامة وفن التعامل مع الجماهير، الطبعة الثالثة، المطبعة الحديثة، القاهرة، ٢٠١٣.
- ٨- صالح دياب هندي: أثر وسائل الإعلام على الطفل، الطبعة الرابعة، دار الفكر، عمان، الأردن، ٢٠١٠.
- ٩- عاطف مطر: دور التلفزيون في تشكيل الوعي الاجتماعي، لطلاب الجامعات، رسالة ماجستير غير منشورة، غير منشورة، معهد البحوث والدراسات العربية، جامعة القاهرة، القاهرة، ٢٠٠٣.
- ١٠- علوان عبد الله ناصح: تربية الأولاد في الإسلام، الطبعة الأولى، دار السالم، بيروت، ٢٠٠٠.
- ١١- فوزية دياب: القيم والعادات الاجتماعية، مع بحث ميداني لبعض العادات الاجتماعية، دار النهضة العربية، بيروت، ١٩٩٠.
- ١٢- مكرم عبد الودود: الأحكام القيمية الإسلامية لدى الشباب، الطبعة الثالثة، مكتب احياء التراث الإسلامي، المدينة المنورة، المملكة العربية السعودية، ٢٠٠٤.
- ١٣- وجدى حلمى عيد عبد الظاهر: دور وسائل الإعلام الحديثة في التوعية ومواجهة

الأزمات الأمنية، بحث منشور، بكلية العلوم الإجتماعية، قسم الإعلام، جامعة أم القرى، مايو ٢٠١٨.

14- Michael, P. & Sulltivan(2001): International Relation, Theories and evidence, Arizon & University, Arizona, p. 120

15- Sapna PRASHAR, Santos DHAR and Upinder DHAR (2004): Perception of Values: A Study of Future Professionals, Journal of Human Values, 10: 2, pp.52 – 143