

أثر الإعلام في القيم الاجتماعية لدى طلبة المرحلة الثانوية في المدارس الحكومية في مدينة عمان

د. ازدهار عبد الفتاح أبو شاور

وزارة التربية والتعليم - مدرسة الأميرة هيا بنت عبد الله
عمان - المملكة الأردنية الهاشمية

الملخص

هدف هذا البحث إلى معرفة أثر الإعلام في القيم الاجتماعية لدى طلبة المرحلة الثانوية في المدارس الحكومية في مدينة عمان. تم اختيار عينة طبقية عشوائية بلغ عدد أفرادها (١١٠٠) طالبا وطالبة وبنسبة (٣٪) من المجتمع الكلي. تم تطوير استبانة مكونة من (٤٠) فقرة توزعت على مجالين. وللتأكد من ثبات الأداة تم حساب معامل الاتساق الداخلي حسب معادلة كرونباخ ألفا (Cronbach Alpha) للمجالات وللأداة ككل وكانت قيمته (٠,٨٥) وللتأكد من صدق الأداة تم عرضها على محكمين.

أظهرت النتائج أن الإعلام يساهم في تنمية القيم الاجتماعية بنسبة (٢,٩٧) مما يشير إلى أن الإعلام يسهم إسهاما ضئيلا في تنمية القيم الاجتماعية، كما أظهرت النتائج أن الوسيلة الإعلامية الأكثر تأثيرا في القيم الاجتماعية لدى طلبة المرحلة الثانوية في المدارس الحكومية هي القنوات الفضائية، وأنه لا يوجد فروق ذات دلالة إحصائية تعزى لأثر الجنس والمستوى الاقتصادي للأسرة، في حين وجدت فروق ذات دلالة إحصائية تعزى لأثر المستوى التعليمي للآب. وخلص البحث إلى ضرورة مواكبة المناهج لمستجدات العصر وتعزيزها بالقيم الاجتماعية النبيلة وإعطاء صورة واقعية من خلال المناهج عن الحضارة المادية المعاصرة والكشف عن جوانبها السلبية والإيجابية. وإجراء بحوث مكملية لهذا البحث حول أثر وسائل الإعلام في سائر القيم الاقتصادية والسياسية والثقافية وتطبيقها على شريحة أوسع من طلبة المدارس والجامعات.

المقدمة

يرتبط الإعلام ارتباطا وثيقا بالمجتمع فهو من الوسائل الناقلة للمعرفة وأنماط التفكير وذو علاقة فاعلة ومتداخلة مع منظومة القيم الاجتماعية،

ويساهم في تعليم أفراد المجتمع المهارات والقيم والمعتقدات التي يقدرها المجتمع. ويعرف الإعلام بأنه "نشر للوقائع والآراء في صيغة مناسبة بواسطة ألفاظ، أو أصوات، يفهما الجمهور" (حواتمة، ٢٠٠٤). ويؤكد على هذا التعريف فرناند تيرو (Fernand Terrow) حيث بين أن "الإعلام يتمثل في نشر عناصر المعرفة أو الأحكام بصيغة مناسبة من خلال الكلمة أو الصوت أو الصور أو بشكل عام من خلال وسائل الاتصال بالجمهور" (الحمامي، ٢٠٠٦). أما عبد الحميد (١٩٩٧) فيعرفه بأنه العملية الاجتماعية التي بمقتضاها يتم تبادل المعلومات والآراء بين الأفراد أو الجماعات داخل المجتمع وبين الثقافات المختلفة لتحقيق أهداف معينة.

ويرتكز الإعلام على أبعاد ثلاثة:

- البعد المادي (Physical): الذي يعبر عن الحيز المكاني أو البيئة المادية التي تحيط بالإنسان.
- البعد النفسي الاجتماعي: (Socio- Psychological) الذي يعبر عن القيم والعادات والأنساق الثقافية المتعارف عليها.
- البعد الزمني (Temporal): الذي يشكل الفعل الاتصالي وفقاً لتوقيتات أو حقبة تاريخية.

وتتعدد وظائف الإعلام حيث تعتبر وظيفة الإعلام والإخبار هي الأساس للوظائف الأخرى، وتتمثل هذه الوظيفة في مراقبة البيئة والأخطار المحيطة بها ومواجهتها حيث يزود الناس بالأخبار والمعلومات التي تساعدهم في تكوين رأي عام، وتنقل هذه المعلومات والأخبار والمعرفة بواسطة شبكات متنوعة ومتعددة (منصور، ٢٠٠٠). أما الدعاية فهي وظيفة أخرى للإعلام وتستهدف استمالة الجماهير إلى الاتجاهات أو الآراء بشكل مقصود ولا تعتمد على الحقائق فحسب بل تحاول التأثير على الميل السلوكي للجماهير. ولا تقتصر وظائف الإعلام على ذلك فحسب بل تحاول تعليم الفرد وإكسابه الكثير من المعارف والعادات والتقاليد الاجتماعية والمهارات المختلفة ورفع مستواه الفردي

والاجتماعي كما تسعى إلى الترويج عن الفرد ومساعدته في التخلص من الضغوطات والتوترات (حواتمة، ٢٠٠٤). ومن هذا المنطلق كان من المهم مناقشة التأثير المتبادل بين قضيتي: الاعلام و القيم الاجتماعية.

القيم الاجتماعية

تسهم القيم في تقدم المجتمع فهي تزيد من تنمية الإحساس بالمسؤولية الاجتماعية، والالتزام والضبط الداخلي. فالقيم الاجتماعية كالمساواة والعدالة ونبذ العنف والتضحية والإيثار تلعب دورا في وحدة المجتمع وتماسكه وتجنبه الفوضى وانتشار الظلم واللامساواة وتضبط سلوك الأفراد وتؤلف بينهم كوحدة اجتماعية. فالمجتمع الذي يمتلك نظاما قيميا يملك معظم مقومات التقدم والارتقاء التي تؤهله لمواجهة تحديات العصر وتساعد على التوقع بسلوك الأفراد في ضوء بنائهم القيمي (عقل، ٢٠٠١).

ويعرف بيومي (٢٠٠٢) القيم بأنها أي شيء مرغوب من الفرد أو الجماعة الاجتماعية وموضوع الرغبة قد يكون ماديا أو علاقة اجتماعية أو أفكار أو أي شيء يتطلبه المجتمع. أما كيلر (Keller, 1992) فقد عرفتها بأنها أفكار عامة يسهم الناس في تحديد كونها جيدة أو رديئة، صحيحة أو خاطئة، مرغوب فيها أو مرغوب عنها.

أما القيم الاجتماعية (Social Values) فقد عرفها التابعي (١٩٨٧) بأنها: عبارة عن تصورات ومفاهيم دينامية صريحة أو ضمنية تميز الفرد أو الجماعة وتحدد ما هو مرغوب فيه اجتماعيا، وتؤثر في اختيار الطرق والأساليب والوسائل والاهداف الخاصة بالفعل، وتتجسد مظاهرها في اتجاهات الأفراد والجماعات وأنماطهم السلوكية ومثلهم ومعتقداتهم ومعاييرهم الاجتماعية وترتبط ببقية مكونات البناء الاجتماعي تؤثر فيها وتتأثر بها. وعرفها قاموس علم الاجتماع "بأنها معتقدات تفاضل بين سلوك وآخر وهي

التي تحدد لنا الغايات المثلى التي نسعى إليها ونحقق بها معنى لوجودنا" (غيث، ١٩٨٨).

وعرفت أبو زيد (٢٠٠٥) بأنها مجموعة القيم التي تتضمن الصفات النبيلة التي يتحلى بها الطالب في علاقاته مع الآخرين في مجتمع ما من خلال التعامل القائم على الاحترام المتبادل مثل: التعاون، الانضباط، السلام.

وتؤدي القيم على المستوى الاجتماعي وظائف عدة تتمثل في المحافظة على تماسك المجتمع، فتحدد له أهداف حياته ومثله العليا، وتساعد في مواجهة التغيرات التي تحدث فيه بتحديد الاختيارات الصحيحة التي تسهل على الناس حياتهم. فضلا عن أنها تربط أجزاء المجتمع ببعضها حتى تبدو متناسقة كما أنها تقي المجتمع من الأنانية المفرطة والنزعات الطائشة فالقيم والمبادئ في أي جماعة هي الهدف الذي يسعى الجميع للوصول إليه (أبو العينين، ١٩٨٨).

الإعلام والقيم الاجتماعية

لم تعد الأسرة المؤسسة الوحيدة للتنشئة الاجتماعية فقد بات مؤكدا تراجع دور الأسرة التقليدي في ظل وسائل الإعلام التي احتلت مكانة كبيرة في المجتمعات العربية حيث سعت إلى توجيه الأجيال الصاعدة، وأصبحت عنصرا مهما بالنسبة للمؤسسات المتحكمة في مصير الشباب العربي والتأثير في أذواقه على وجه الخصوص. ويرى علماء النفس والاجتماع أن الشباب يتغذى فكريا، ويكون شخصيته اعتمادا على النماذج التي يقوم ببثها الإعلام (عقيل، ٢٠٠٣).

إن أطفال اليوم يواجهون عدة جبهات وقنوات تنشئية، يصارعون من خلالها مجموعة متفرقة من التحديات الثقافية المعقدة، وتعكس واقع مجتمعاتهم المعاصرة من جراء الكم الهائل من الوسائط الاتصالية والإعلامية التي أصبحت تحل محل الخلايا التقليدية في توجيههم. فقد بدأ الطفل يفقد الكثير الضروري لتكوين رؤية سليمة لكل ما يحيط به من مواقف وقيم واتجاهات ومعايير معقدة وغريبة بل ومتناقضة أحيانا، الأمر الذي جعله يفتقر

إلى إمكانات احتواء عناصر التوافق الاجتماعي المطلوب (الغريب، ٢٠٠١). فالوسائل الإعلامية تعتمد في تنشئتها على الإثارة والمتعة والاستحواذية من خلال الصورة والصوت واللون والحركة، في حين أن الأسرة تعتمد أنماطا تقليدية في التوجيه تستلهم أساسياته من الدين والعرف والتقاليد الموروثة، الأمر الذي أوقف الأسرة عند مفترق الطرق من حيث تنشئتها لأبنائها، بين ماهو تقليدي متأصل يمت إلى الهوية الحضارية العربية وماهو حديث وغريب، حيث تجد نفسها وجها لوجه أمام صراع حاد بين تنشئتين: تقليدية في أحضان الأسرة والمدرسة، وتواصلية من خلال التلفزيون، السينما، الصحافة... الخ (القباچ، ١٩٩٧).

ويلاحظ من تحليل البرامج العربية الموجهة للطفل أنها لا تهتم أو تضع في تخطيطها بناء صورة ذهنية محددة لدى الطفل، سواء عن مجتمعه المحلي أو مجتمعه العربي، ولم تحدد الملامح الاجتماعية للأسرة أو المرأة العربية أو الطفل العربي عموما، بينما ترسم أفلام الكارتون المستوردة بعض الصور السلبية عن المجتمعات العربية، حيث تبدأ عملية الغرس الثقافى بتكوين صورة نمطية ذهنية لدى الأطفال العرب عن مجتمعاتهم العربية مقارنة بالمجتمعات الخارجية مما يؤثر على الطفل العربي بشكل عام ويزعزع انتماءه إلى وطنه العربي (القلينى، ٢٠٠٢)، إضافة إلى أن البرامج الاعلامية قد تحمل العديد من القيم المغايرة في مضمونها لقيمنا، بل إنها قد تتنافى مع قيمنا وعاداتنا. ورغم ذلك فإن الكثير من الشباب الذي يشاهد هذه البرامج يتشرب هذه القيم تحت شعار تقليد الحضارة الغربية كالتقليد في الملبس وقصات الشعر.. الخ، مما يؤدي إلى التناقض بين القيم المستمدة من الأديان وبين القيم المستمدة من الممارسات والتفضيلات اليومية. ونتيجة لتعدد القنوات الفضائية وما تعرضه من ترف زائد ومبالغ فيه وقدرتها على جذب انتباه الأطفال فقد حدث انفصال تدريجي لهؤلاء الأطفال عن الواقع الذين يعيشون فيه حيث تصوروا أن الحياة تجري على أساس النمط أو الأنماط التي يشاهدونها في الأفلام والمسلسلات وأنها دوما ظريفة وهادئة، وهذا في حقيقة الأمر عزل تدريجي للأطفال عن

واقع الحياة بكل مافيه، ويؤثر على تكوينهم النفسي والانفعالي، كما يؤثر في درجة استعدادهم للتعامل مع الحياة الواقعية مما قد يؤدي ببعضهم الى الهروب والانسحاب من واقع الحياة (أحمد، ٢٠٠٨)، فضلا عن تعميق المشاعر الذاتية لديهم أكثر من الالتزام الجماعي وتعميق احساسهم بالاغتراب، وتقويض أركان تماسكهم الاجتماعي وإضعاف روابطهم الأسرية وقيمها مما يؤدي إلى توطين العجز في نفوسهم (أبو لبدة، ٢٠٠٥). ولا بد من الإشارة في هذا السياق إلى صانع القرار فهو محكوم بمرجعياته الثقافية والفكرية في انتقاء مادته الإعلامية التي يتوجه بها للجمهور وعليه الالتزام بحدود القيم الإنسانية والاجتماعية السائدة في المجتمع وعليه أن يحترم عقل الانسان وثقافته فكل مجتمع من المجتمعات ينطلق من فلسفة معينة فالمجتمع الأمريكي مثلا ينطلق من فلسفات براجماتية حيث ينظر إلى المنفعة المادية ولا ينظر إلى سواها حتى لو حطم القيم والمعايير في الحياة، ولكن فلسفتنا تختلف عنها وتتعلق من ثوابت معينة يجب ألا يتم الخروج عنها حيث إن هذه الثوابت في الحقيقة تبقى ثابتة لا تتغير فالصدق هو الصدق، والكذب هو الكذب فالإعلام الهادف هو الذي يسهم في خلق أمة انطلاقا من هذا المعيار القيمي (عقيل، ٢٠٠٣).

الدراسات السابقة

أوضحت دراسة دونيرستين (١٩٩٢) Donnerstin وآخرين أثر تعرض الأطفال لبعض المشاهد التلفزيونية المخلة بالحياء من خلال مسلسل تلفزيوني يتكون من ٢٤ حلقة، وطبقت هذه الدراسة على الأطفال في عمر (١٢-١٦). كان أهم ما توصلت إليه من نتائج أن الأطفال في عمر (١٤-١٦) كان لديهم فهم بالعلاقات الجنسية وتأثروا به أكثر من الأطفال في عمر (١٢-١٤).

كما أشارت دراسة ابراهيم (١٩٩٤) إلى أن (٦٠٪) من أفلام الكرتون المستوردة يمتزج بمشاهد العنف ومشاهد غير مرغوبة. وفي تحليل لمحتوى هذه المشاهد تبين أن بها (٣٥٪) شجار، و(٣٣٪) مقالب، و(١٤٪) معارك وتدمير و(٥٪) تعذيب، والخطر أن الأطفال يقلدون هذه المشاكل بشكل مكثف إلا أن

الخطر الأكبر هو تدني الوزن النسبي للمضامين الدينية في هذه البرامج وهناك أيضا التدني الشديد في ما تقدمه هذه البرامج من مضامين أسرية.

وأجرى عبد الرحمن (١٩٩٤) دراسة حول أثر البرامج التلفزيونية على النشء والشباب في المجتمع القطري؛ منهم (٣٠٢) من الذكور و(٢٩٨) من الإناث. وباستخدام استمارة لاستطلاع رأي الشباب أعدت لهذا الغرض، أشارت الدراسة إلى أن (٩٨,٢٠٪) من الشباب يشاهدون التلفزيون، ويرجعون أسباب ذلك إلى التسلية والترفيه (٤٢,١٠٪)، قضاء وقت الفراغ (٣٧٪)، عرض التلفزيون لبرامج يحبها المشاهد (٣٣,٦٠٪)، القضاء على العزلة (٦,٦٪).

وفي دراسة متثل (Mitchell, 1995) بعنوان " أفلام الكارتون التلفزيونية كمرآة للعقل الأمريكي " وهدفت التعرف على أهم الموضوعات الخيالية التي تقدمها المسلسلات الأمريكية. أظهرت النتائج أن المسلسلات عملت على عدم تشجيع الصفات التي غالبا ما وجدت في المجتمع الأمريكي مثل: السذاجة وإدمان استهلاك السلع واهتمام الفرد بذاته والغرور والأنانية.

كما أوضحت دراسة شنج (١٩٩٦) Cheung أن مشاهدة التلفزيون تترك آثارا واضحة على القيم لدى المراهقين لا سيما في تكوين معنى القيم لديهم. وأن هناك علاقة واضحة بين مشاهدة التلفزيون وزيادة العنف لدى المراهقين.

أما دراسة حسن (١٩٩٦) فهدفت إلى تحديد القيم التربوية المتضمنة في برامج الأطفال وأظهرت النتائج عدم وجود توازن وتكامل بين القيم التي تقدمها برامج الأطفال التلفزيونية، كما أظهرت أن البرامج ركزت على الجانب العلمي أكثر من اهتمامها بالجانب القيمي وانخفضت نسبة القيم انخفاضاً واضحاً بجوار المعلومات العامة.

كما أجرى سيمونز وزملاؤه (Simmons & Others, 1999) دراسة كشفت عن وجود علاقة بين السلوك العدواني للطفل والعنف التلفزيوني بالإضافة إلى ربط قلة الحساسية بنتائج العنف وزيادة الخوف عند الأطفال.

أما دراسة ميشل (Meshal, 1999) فقد هدفت إلى التعرف على تأثير وسائل الاتصال المطبوعة والمسموعة والمرئية على السلوك السياسي للطالب المراهق الأمريكي، واستخدم الباحث الأسلوب الوصفي المسحي. وتوصلت الدراسة إلى أن وسائل الاتصال الجماهيري لها تأثير كبير على المراهقين، وأن الراديو والتلفزيون من أكثر الوسائل تعريفا بالأحداث الجارية.

وفي دراسة فائدة فهد الفلج كما وردت في (محمد، ٢٠٠٢) حول أنماط مشاهدة برامج التلفزيون لدى طلبة المرحلة الثانوية وتأثير مشاهدة بعض البرامج على سلوكيات الطلبة. توصلت الدراسة إلى نتائج كان أهمها: الآثار السلبية التي تتمثل في الإصابة بالأحلام المزعجة بسبب مشاهدة العنف والجريمة والتعطيل عن أداء الواجبات المدرسية اليومية. أما الآثار الإيجابية فتمثلت في ترسيخ قيم المجتمع لديهم كالتعاون وروح الانتماء والصدق واحترام الوالدين والأمانة.

أما دراسة باتريشيا جرينفيلد (Greenfield, 2003) فقد هدفت إلى معرفة الدلالات السلبية والإيجابية لطبيعة التلفزيون كوسيلة اتصال على عملية التنشئة الاجتماعية من خلال ما يتعرض له الطفل أمام شاشة التلفزيون، واعتمدت الدراسة على مسح الدراسات التجريبية في مجال العلاقة بين التلفزيون والطفل وبينت النتائج أن طبيعة التلفزيون لا تهئ بيئة نشطة تتفاعل مع الأطفال، ولم تعطهم إحساسا بالقدرة على التأثير في الآخرين، وأوصى الباحث بضرورة تصميم برامج تلفزيونية تتيح للطفل التفاعل مع المحتوى التلفزيوني. كما أجرى عبدالله (٢٠٠٣) دراسة أظهرت أن السلوكيات السلبية في المجال الاجتماعي جاءت بنسبة (٤٧,٤٥٪) توزعت على سبعة مجالات؛ هي: عدم احترام الكبار وعدم المشاركة الاجتماعية، ثم الاتكالية وعدم التعاون وعدم التسامح وعدم التفاضل الحر وأخيرا البخل.

وفي دراسة الشماس (٢٠٠٥) التي هدفت إلى الكشف عن عادات مشاهدة الشباب للفضائيات الأجنبية وجوانب تأثيراتها الثقافية والاجتماعية.

واستخدم البحث المنهج الوصفي التحليلي، وأسفرت النتائج عن ظهور نسبة من الشباب يشاهدون برامج الفضائيات الأجنبية ما بين (٤٢) ساعات في اليوم، وهذا ما يعوق دراستهم ويمنعهم من ممارسة العديد من النشاطات الشبابية الأخرى الثقافية والاجتماعية، كما أظهرت النتائج أن تأثر الذكور أكبر من تأثر الإناث بالقنوات الفضائية الأجنبية.

أما تفاحة وحسين (٢٠٠٥) فقد أجريتا دراسة كشفت عن أن العنف المتلفز له تأثيرات على شخصية الطفل، وأن مشاهدة الطفل لبرامج التلفزيون لفترات غير محددة ودون رقابة وانتقائية تفرز سلوكيات سلبية أبرزها الأنانية وعدم التعاون مع الآخرين، والشعور الدائم بالخوف والقلق، إلى جانب التقليد الأعمى في السلوك الاجتماعي وتطوير نمط حياة استهلاكي، إضافة إلى أن الأطفال الذين يتصفحون الانترنت أكثر من نظرائهم يميلون إلى البدانة وقلة الحركة. وتناولت دراسة العنجري (٢٠٠٥) فئة عمرية أخرى؛ فقد هدفت إلى معرفة مخاطر مقاهي الانترنت وأضرارها على الشباب الكويتي، وأفادت أن (٦٠٪) من مرتادي هذه المقاهي هم من الفئة العمرية أقل من (٣٠) سنة، يقضون أوقاتهم في تصفح مواقع إباحية، وأن (٢٠٪) فقط يرتادون المواقع الثقافية، وأن السبب وراء قضاء الشباب وقت طويل في مقاهي الانترنت هو الفراغ الذي يعانون منه. كما كشفت الدراسة عن تفشي ظواهر سلبية؛ مثل التقليد الأعمى للموضة، وضعف الرقابة الأسرية، وغياب دور الوالدين، وأن بعض الآباء لا يزال يعيش بعقلية الماضي في تربيته وممارساته اليومية بغرض توجيه أوامره دون إقناع مما يخلق فجوة في العلاقة بين الآباء والأبناء.

تعقيب على الدراسات السابقة

يتضح من خلال ما تم استعراضه من الدراسات السابقة أن بعضها قد ركزت على البرامج التلفزيونية وأثرها في سلوك النشء، ومنها ما ربط البرامج التلفزيونية بالعنف، ومنها ما ركزت على الفئة العمرية دون سن (١٦) سنة،

وبعضها الآخر تناول القيم التربوية في برامج الأطفال. ونستخلص من ذلك ما يلي:

- أن هذه الدراسات جعلت القنوات الفضائية محورا لها، ولم تشمل على وسائل الإعلام الأخرى كالصحافة والانترنت.
 - لم تتناول هذه الدراسات أثر الإعلام على القيم الاجتماعية بل ركزت على إظهار أثر الاعلام على السلوك.
 - ركزت على الفئة العمرية أقل من (١٦) سنة، ولم تسلط الضوء على الفئة العمرية من (١٦-١٨) على الرغم من حساسية هذه المرحلة.
- وبناء على ذلك فقد سعت الدراسة الحالية إلى التركيز على الإعلام المرئي والمسموع والمقروء وإبراز أثره على إحدى جوانب النسق القيمي في المجتمع وهي القيم الاجتماعية التي تمثل دورا بارزا في الحفاظ على أمن المجتمع وتماسكه، وتسعى جاهدة في التأكيد على هوية الأمة وحمايتها من الذوبان في ظل التغيرات العالمية المتسارعة التي فرضتها العولمة، إضافة إلى تركيز هذه الدراسة على طلبة المرحلة الثانوية لما لهذه المرحلة من حساسية وتأثيرات واضحة على مستقبل الطلبة.

أهمية البحث

يتزايد الاهتمام بوسائل الاعلام ودورها في خدمة قضايا المجتمع وقدرتها على الإقناع والتوجيه والتأثير في النسق القيمي للمجتمع فهي تساعد الأفراد على تبني القيم التي تسعى إليها وتنفرهم من القيم التي تعتبرها مغايرة لأهدافها. وتبرز أهمية هذا البحث في عرضه للآثار التي يتركها الإعلام في القيم الاجتماعية على شريحة من طلبة المرحلة الثانوية في المدارس الحكومية في مدينة عمان مما يسهم في:

- * تزويد المخططين التربويين والمؤلفين بفهم أفضل لواقع الطلبة وتدفعهم لتعزيز المناهج وإثرائها بالقيم الاجتماعية للتمكن من مواجهة الثورة الإعلامية وما صاحبها من زعزعة للبنية القيمية في نفوس الطلبة.
- * كما أن هذا البحث قد يسهم في توعية المعلمين وأولياء أمور الطلبة بخطورة المشكلة وضرورة التآزر بين البيت والمدرسة للحد من الآثار السلبية التي يخلفها الإعلام على النسق القيمي لدى الطلبة
- * ويعد محاولة لإكساب المعلمين وأولياء أمور الطلبة رؤى للسير نحو التعديل والتحديث في مجال التنشئة الاجتماعية.

مشكلة البحث وأسئلته

تتحدد مشكلة البحث في معرفة " أثر الإعلام في القيم الاجتماعية لدى طلبة المرحلة الثانوية في المدارس الحكومية في مدينة عمان " وذلك من خلال الإجابة عن الأسئلة التالية:

- ما درجة تأثير الإعلام في القيم الاجتماعية لدى طلبة المرحلة الثانوية في المدارس الحكومية في مدينة عمان؟
- أي الوسائل الإعلامية التالية (القنوات الفضائية، الانترنت، التلفاز، الصحافة) تعتبر ذات تأثير سلبي أكبر في القيم الاجتماعية لدى طلبة المرحلة الثانوية في المدارس الحكومية في مدينة عمان؟
- هل هناك فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha = 0.05$) لأثر الإعلام في القيم الاجتماعية لدى طلبة المرحلة الثانوية في المدارس الحكومية في مدينة عمان تعزى لمتغير: الجنس، المستوى التعليمي للأب، مستوى الدخل الاقتصادي؟

حدود البحث

- * محددات مكانية: اقتصرَت الدراسة الحالية على طلبة المرحلة الثانوية ذكورا وإناثا الملحقين بالمدارس الحكومية في مدينة عمان في المملكة الأردنية الهاشمية.
- * محددات زمانية: تطبق الدراسة في شهر آذار من عام ٢٠٠٩.
- * محددات بشرية: سيتم تطبيق هذه الدراسة على طلبة المرحلة الثانوية الذين تتراوح أعمارهم من (١٦ - ١٩ سنة).

مصطلحات البحث

الإعلام: هو بث للأحداث والأفكار والآراء من خلال مسلسلات وأفلام وبرامج الأطفال التي تعرض في وسائل الإعلام المختلفة والمتنوعة بالتلفاز أو الراديو أو الانترنت أو الصحافة.

القيم الاجتماعية: هي ركن أساسي من أركان النسق القيمي للمجتمع وتتمثل في الصفات الحسنة التي يتفق عليها المجتمع ويتبنّاها كمعايير للحكم على الأشياء أو الأشخاص.

المرحلة الثانوية: هي إحدى مراحل النظام التعليمي في الأردن التي تتلو المرحلة الأساسية وتسبق المرحلة الجامعية، حيث تمتد لمدة عامين وتشتمل على الصفين: الأول ثانوي والثاني ثانوي.

المعالجة الإحصائية

تمت المعالجة الإحصائية اللازمة للبيانات باستخراج الأعداد والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والأهمية النسبية وكذلك معامل الثبات كرونباخ ألفا (Cronbach Alpha) وكذلك تم فحص أسئلة البحث عند مستوى ($\alpha = 0,05$) عن طريق الاختبارات الإحصائية التالية: اختبار تحليل التباين الثلاثي وبيان الفروق الزوجية بين المتوسطات الحسابية تم استخدام المقارنات البعدية بطريقة شففيه. كما تم استخدام التحليل العاملي لاستخراج المحاور التي دار حولها الجزء الأول من الاستبانة.

الطريقة والاجراءات

مجتمع البحث وعينته:

تكون مجتمع البحث من جميع طلبة المدارس الثانوية ذكورا وإناثا في المدارس الحكومية في مدينة عمان إذ بلغ عددهم (٤٢,٣٠٤) طالبا وطالبة، حيث بلغ عدد الذكور (١٩٠٣٩) وبلغ عدد الاناث (٢٣٢٦٥) وفقا لإحصاءات وزارة التربية والتعليم للعام الدراسي ٢٠٠٨/٢٠٠٩م. وتم اختيار عينة طبقية عشوائية بلغ عدد أفرادها (١٢٧٠) طالبا وطالبة وبنسبة (٣٪) من حجم المجتمع الأصلي، وعند تصحيح استجاباتهم استبعدت الاستبانات غير المستوفية للمعلومات الأساسية ليصبح عدد أفراد العينة (١١٠٠).

جدول رقم (١)

توزيع أفراد عينة الدراسة حسب المتغيرات المستقلة

المتغير	الفئات	التكرار	النسبة
الجنس	ذكر	٥١٧	٤٧
	أنثى	٥٨٣	٥٣,٠
المستوى التعليمي للأب	أمي	٣٥	٣,٢
	تعليم أساسي	٨٠	٧,٣
	تعليم ثانوي	٤٧٧	٤٣,٤
	دبلوم متوسط	٢١٣	١٩,٤
	بكالوريوس	٢٣٨	٢١,٦
	ماجستير فما فوق	٥٧	٥,٢
	أقل من ٢٠٠ دينار	١٢٩	١١,٧
المستوى الاقتصادي للأسرة	٢٠٠-٣٠٠ دينار	٤٢٤	٣٨,٥
	٣٠١-٤٠٠ دينار	٢١٣	١٩,٤
	٤٠١ فما فوق	٣٣٤	٣٠,٤
	المجموع	١١٠٠	١٠٠,٠

أداة الدراسة:

تم تطوير استبانة من (٤٠) فقرة توزعت على مجالين هما: المجال الأول يهدف إلى معرفة درجة مساهمة الإعلام في تنمية القيم الاجتماعية ويشمل (٢٣) فقرة بحيث تم تقسيمها إلى خمسة محاور، أما المجال الثاني ويشمل (١٧) فقرة فيهدف إلى معرفة أي الوسائل الاعلامية التالية: (القنوات الفضائية، الانترنت، التلفاز، الصحافة) التي تعتبر الأكثر تأثيرا سلبيا في القيم الاجتماعية لدى طلبة المرحلة الثانوية في المدارس الحكومية في مدينة عمان. (وتم الرجوع إلى الأدب التربوي والدراسات ذات الصلة في تصميم الاستبانة) واعتماد مقياس (Likert) الخماسي لاستجابات أفراد عينة البحث على فقراتها.

صدق أداة البحث: تم التحقق من صدق أداة البحث وذلك بعرضها على عدد من المحكمين من ذوي الخبرة والتخصصات في مجال التربية من أعضاء هيئة التدريس في الجامعة الأردنية، إذ طلب منهم أن يبدوا رأيهم في دقة ووضوح الفقرات وملاءمتها للمجال الذي أعدت لقياسه وبعد استعادة الأداة من المحكمين تم الأخذ بملاحظاتهم، وأسفرت هذه الملاحظات عن إعادة الصياغة اللغوية لبعض الفقرات وحذف وإضافة فقرات أخرى.

ثبات أداة البحث: للتحقق من ثبات أداة البحث تم القيام بتطبيق الاستبانة على عينة استطلاعية من خارج عينة الدراسة مكونة من (٤٠) طالبا وطالبة، وتم حساب معامل الاتساق الداخلي حسب معادلة كرونباخ ألفا (Cronbach Alpha) للمجالات وللأداة ككل وكانت قيمته (٠,٨٥) وهذا المعامل يعتبر مقبولا لأغراض الدراسة.

نتائج البحث وتفسيرها

السؤال الأول: " ما مدى تأثير الإعلام في القيم الاجتماعية لدى طلبة المرحلة الثانوية في المدارس الحكومية في مدينة عمان؟" للإجابة عن هذا السؤال تم إجراء التحليل العاملي من نوع تحليل المكونات الأساسية Principal

Component Analysis لفقرات المجال الأول من الاستبانة مع تدوير المحاور حسب طريقة كايزر Varimax with Kaiser Normalization، أظهرت نتائج التحليل خمسة عوامل استوعبت فقرات المجال الأول بشكل غير متساو، حيث استوعب العامل الأول (٦) فقرات، والعامل الثاني (٧) فقرات، والعامل الثالث (٥) فقرات، والعامل الرابع (٣) فقرات، والعامل الخامس (٢) فقرات. وبعد ذلك تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمدى تأثير الإعلام في القيم الاجتماعية لدى طلبة المرحلة الثانوية في المدارس الحكومية في مدينة عمان، والجدول أدناه يبين ذلك:

جدول رقم (٢)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمدى تأثير الإعلام في القيم الاجتماعية لدى طلبة المرحلة الثانوية في المدارس الحكومية في مدينة عمان

الرقم	مساهمة الاعلام في تنمية القيم الاجتماعية	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
المحور الأول: مساهمة الاعلام في تنمية قيم التسامح			
٤	ينشر الإعلام قيم المساواة بين الأفراد.	٣,٤٢	١,٠٨
٥	ينشر الإعلام قيم العدالة بين الأفراد.	٣,٣٨	١,١٠
٣	ينمي الإعلام قدرة الفرد على مواجهة ظروف الحياة.	٤,٠٩	٠,٨٩
٦	يساهم الإعلام في بث المسامحة بين الأفراد.	٣,٤٣	٠,٩٨
١	يسعى الإعلام إلى تنمية احترام الفرد لذاته	٣,٨٢	٠,٩١
٢	يحث الإعلام الفرد على مؤازرة الآخرين والتعاون معهم.	٣,٨٤	٠,٨٧
المحور الثاني: مساهمة الاعلام في تنمية قيم التماسك الأسري			
٢٠	يمتحن الإعلام كرامة المرأة ويحولها إلى سلعة.	٢,٤٩	١,٣٧
٢١	يدعم الإعلام فكرة تقسيم المجتمع إلى طبقتين: غنية وفقيرة.	٢,١٣	١,١٩
١٩	يساهم الإعلام في تخلي المرأة عن القيم الاجتماعية الحسنة.	٢,٣٠	١,٣٧

تابع/ جدول رقم (٢)
المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمدى تأثير الإعلام في القيم
الاجتماعية لدى طلبة المرحلة الثانوية في المدارس الحكومية
في مدينة عمان

الرقم	مساهمة الاعلام في تنمية القيم الاجتماعية	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
١٦	يدعو الإعلام الفرد إلى التحلل من قيم الطهر.	٢,٤١	١,١٥
٢٣	يساهم الإعلام بما يعرضه من مسلسلات في تمرد الأبناء على آبائهم	١,٩٦	١,١١
٢٢	يساهم الإعلام في تفشي ظاهرة التدخين عند الطلبة.	٢,٠٩	١,١٧
١٣	الإعلام هو أحد أسباب التفكك الأسري.	٢,٦٢	١,٢٢
المحور الثالث: مساهمة الاعلام في تنمية قيم التكافل الاجتماعي			
١١	يدعو الإعلام الأفراد إلى احترام الكبار.	٣,٦٢	١,١٤
١٢	يدعو الإعلام الأفراد إلى رعاية المسنين.	٣,٧٥	١,١٢
١٠	يحث الإعلام الأفراد على المحافظة على حقوق الآخرين.	٣,٥٢	١,٠٥
٩	ينمي الإعلام بما يعرضه من مسلسلات الصدق عند الأفراد.	٣,١٤	١,٢٩
١٤	الإعلام هو أحد أسباب التماسك الأسري.	٢,٩٥	١,٠٦
المحور الرابع: مساهمة الاعلام في تنمية القيم الغربية			
١٧	الإعلام هو أحد أسباب انتشار الموضة غير المألوفة في المجتمع.	١,٦٣	١,٠٢
١٨	يشجع الإعلام الأفراد على الزواج عن طريق الانترنت بدلا من الزواج التقليدي.	٢,٤٨	١,٣٥
١٥	يوجه الإعلام فكر الفرد إلى تفضيل القيم المادية.	٢,٣١	١,٠٧
المحور الخامس: مساهمة الاعلام في تنمية القيم الفردية			
٧	يحث الإعلام الفرد على العنف.	٣,٤٨	١,٢٢
٨	يعزز الإعلام المصلحة الفردية على المصلحة الجماعية.	٣,٤٩	١,٠٥
	المجموع الكلي	٢,٩٧	٠,٥٢٠

بلغ المتوسط الحسابي لمساهمة الإعلام في تنمية القيم الاجتماعية ككل (٢,٩٧) وبانحراف معياري (٠,٥٢) مما يشير إلى وجود أثر سلبي للإعلام في تنمية القيم الاجتماعية وقد يعود ذلك إلى الإعلام نفسه فهو يفتح على ثقافات متعددة ومتنوعة ومنها ما هو خليط ومزيج من ثقافات مهجنة وطائرة على المجتمع لا تحمل في طياتها هدفا واضحا تسعى إليه وإنما تحمل منظومة قيمية جديدة مناهضة لمنظومة القيم الاجتماعية الموروثة مما قد يدفع بالطلبة إلى التمرد على عاداتهم وتقاليدهم والانزلاق في تيارات إعلامية دخيلة لا تمت إلى القيم الاجتماعية بصلة، فأحدث هوة بين الإعلام وقدرته على تنمية القيم الاجتماعية التي يعيشها المجتمع ويدعو إلى التمسك بها وتتفق هذه النتيجة مع دراسة حسن (١٩٩٦) التي أظهرت عدم وجود توازن وتكامل بين القيم التي تقدمها برامج الأطفال التلفزيونية، حيث إن البرامج قد ركزت على الجانب العلمي أكثر من اهتمامها بالجانب القيمي الاجتماعي.

ومن الجدير بالذكر أن تكنولوجيا الإعلام وثورة الاتصالات وما فرضته سعة المعلومات وتشابكها أدى إلى إحداث هزة في قيمنا الاجتماعية، وزعزع ثقة النشء بموروثهم القيمي لاسيما وأنهم يرون بأن أصحاب تلك الثقافات قد تفوقوا في ميادين العلم والتكنولوجيا مما أدى بالنشء إلى الإعجاب والتعلق بالأقوى في جميع الميادين. وبالرجوع إلى المحاور التي تدرج تحت هذا المجال نلاحظ:

المحور الأول: مساهمة الاعلام في تنمية قيم التسامح

إن الفقرات أرقام (٤,٥)، (٣، ٦، ١، ٢) حصلت على متوسط حسابي تراوح بين (٣,٨٤-٣,٤٢) حيث وقعت ضمن الدرجة المرتفعة؛ أي أن الإعلام يسهم إسهاما إيجابيا في تنمية قيم التسامح. وتوافقت هذه النتيجة مع دراسة فائدة الفلج (٢٠٠٢) حيث توصلت دراستها إلى أن البرامج التلفزيونية تسهم في ترسيخ بعض قيم المجتمع كالتعاون وروح الانتماء والصدق واحترام الوالدين والأمانة.

كما تعارضت هذه النتيجة مع دراسة عبدالله (٢٠٠٣) التي توصلت إلى أن البرامج في القنوات الفضائية تعكس السلوكيات السلبية في المجال الاجتماعي مثل: عدم احترام الكبار، وعدم التعاون، وعدم التسامح

ويلاحظ أن الفقرة رقم (٥) توافقت نتيجتها مع دراسة متشل (Mitchell, 1995) في احترام الفرد لذاته والبعد عن الغرور والأنانية. أما الفقرة رقم (٦) فقد تعارضت مع دراسة تفاحة وحسين (٢٠٠٥) التي أوضحت أن مشاهدة التلفزيون دون رقابة وانتقائية تفرز سلوكيات سلبية أبرزها الأنانية وعدم التعاون مع الآخرين.

المحور الثاني: مساهمة الاعلام في تنمية قيم التماسك الأسري

تراوح المتوسط الحسابي لفقرات هذا المحور بين (٢,٦٢ - ٢,٤٩) حيث كانت الفقرات عكسية، ويشير هذا إلى أن الاعلام يسهم في تنمية قيم التماسك الأسري بدرجة متوسطة. وبالرجوع إلى الفقرات يلاحظ أن الفقرة رقم (١٣) توافقت مع دراسة ابراهيم (١٩٩٤) التي أظهرت التدني الشديد في ما تقدمه البرامج التلفزيونية من مضامين أسرية إيجابية، بينما تعارضت مع دراسة فائدة فهد الفلج (٢٠٠٢) التي كشفت عن الآثار الإيجابية لمشاهدة التلفاز وتمثلت في ترسيخ بعض قيم المجتمع لديهم كروح الانتماء واحترام الوالدين. أما الفقرة رقم (١٦) فقد توافقت نتيجتها مع دراسة دونيرستين (Donnerstin, 1992) من حيث مساهمة الإعلام في تحليل الفرد من قيم الطهر بما يعرضه من مشاهد مخلة بالحياء وتؤدي إلى ترك آثار نفسية تنعكس على سلوك الطفل. أما الفقرة رقم (٢٣) فقد تعارضت نتيجتها مع دراسة عبدالله (٢٠٠٣) التي أظهرت أن السلوكيات السلبية في المجال الاجتماعي جاءت بنسبة (٤٧,٤٥٪) وتوزعت على سبعة مجالات وهي: عدم احترام الكبار وعدم المشاركة الاجتماعية، ثم الاتكالية وعدم التعاون وعدم التسامح وعدم التنافس الحر وأخيرا البخل.

المحور الثالث: مساهمة الاعلام في تنمية قيم التكافل الاجتماعي

وقعت فقرات هذا المحور ضمن الدرجة المرتفعة حيث بلغت أعلى درجة متوسط حسابي (٣,٦٢)، مما يشير إلى أن الإعلام يسهم إيجابياً في تنمية قيم التكافل الاجتماعي مقارنة بدرجة إسهامه في محور التماسك الأسري. وعلى الرغم من أن الأسرة هي اللبنة الأساسية في المجتمع ولا بد من الاهتمام بها أكثر من ناحية إعلامية إلا أن التركيز كان منصبا على المجتمع ككل، وقد يكون السبب في ذلك هو الترويج لفكرة معينة وتعميمها على المجتمع ككل، والتغاضي عن دور الأسرة في قدرتها في الحفاظ على التكافل الاجتماعي. ويلاحظ أن الفقرة رقم (١١) توافقت نتائجها مع دراسة عبدالله (٢٠٠٣) التي أوضحت أن من السلوكيات السلبية في المجال الاجتماعي عدم احترام الكبار وعدم المشاركة الاجتماعية. وتعارضت مع دراسة فائدة الفلج (٢٠٠٢) حيث أظهرت أن الاحترام من الآثار الإيجابية التي تتميزها مشاهدة التلفاز. أما الفقرة رقم (١٤) فقد حصلت على أدنى متوسط حسابي ضمن هذا المحور واتفقت مع فقرات المحور السابق في مساهمة الإعلام في تنمية قيم التماسك الأسري بدرجة متوسطة، في حين توافقت مع دراسة إبراهيم (١٩٩٤) التي أظهرت التدني الشديد في ما تقدمه البرامج التلفزيونية من مضامين أسرية.

المحور الرابع: مساهمة الإعلام في تنمية القيم الغربية

جاءت فقرات هذا المحور بين الدرجة المتوسطة والمتدنية، وتعتبر هذه النتيجة معاكسة للتوقعات والتصورات حول قدرة الإعلام في تنمية القيم الغربية في نفوس الشباب، فالمألوف لدى الكثيرين أن الإعلام يروج للقيم الغربية الدخيلة وتسعى إلى تزييب القيم المجتمعية السائدة، إلا أنه ووفقاً لنتائج هذه الدراسة فقد كانت مساهمته متوسطة. ويلاحظ من الفقرة رقم (١٧) أن مساهمة الإعلام في انتشار الموضة قد حصل على متوسط حسابي (١,٦٣) ويعتبر هذا المتوسط متدني، مما يشير إلى أن النتيجة جاءت إيجابية ولصالح المجتمع، وتعارضت مع دراسة العنجري (٢٠٠٥) ودراسة تفاحة وحسين (٢٠٠٥) التي أظهرت أن البرامج

الإعلامية تؤدي إلى التقليد الأعمى في السلوك الاجتماعي. أما الفقرة (١٥) فقد كانت نتيجتها غير متوقعة حيث حصلت على متوسط حسابي متدني، وتعارضت مع نتائج دراسة ميتشل (Mitchell, 1995)، وعبدالله (٢٠٠٣)، وتفاحة وحسين (٢٠٠٥)، التي أظهرت أن المسلسلات ساهمت في زيادة إدمان استهلاك السلع وتطوير نمط حياة استهلاكي لدى الفرد.

المحور الخامس: مساهمة الاعلام في تنمية القيم الفردية

حصلت فقرات هذا المحور على متوسط حسابي مرتفع، مما يشير إلى أن الإعلام يسهم في زيادة وتنمية القيم الفردية التي يفرضها الواقع بما يحمله من تطورات متسارعة، وتغيرات متتابة عملت على تقويض أركان السلم القيمي لدى أفراد المجتمع، وتعتبر هذه النتيجة متوافقة مع متطلبات النظام العالمي الرأسمالي الذي يعزز المصلحة الفردية على المصلحة الجماعية، ويفرض نظاما كونيا أحاديا من خلال العولمة التي عملت على تزويد الهوية الثقافية والاجتماعية للمجتمعات، وساهمت في بث أفكارها المسمومة في قيم المجتمع وثقافته. ويلاحظ من الفقرة رقم (٧) " يعزز الإعلام المصلحة الفردية على الجماعية " أنها تعارضت مع دراسة ميتشل (Mitchell, 1995) التي أظهرت أن المسلسلات التلفزيونية تدعو الأفراد إلى التخلص والابتعاد عن الغرور والأنانية واهتمام الفرد بذاته. أما الفقرة رقم (٨) "بحث الاعلام الفرد على العنف" فقد اتفقت مع دراسة ابراهيم (١٩٩٤) التي أظهرت أن (٦٠٪) من أفلام الكرتون المستورد يمتزج بمشاهد العنف. كما اتفقت مع دراسة شنج (Cheung, 1996) التي أوضحت أن مشاهدة التلفزيون تترك آثارا واضحة على القيم لدى المراهقين، وأن هناك علاقة واضحة بين مشاهدة التلفزيون وزيادة العنف لدى المراهقين. واتفقت أيضا مع دراسة سيمونز وزملائه (١٩٩٩) (Simmons & Others, 1999) و دراسة تفاحة وحسين (٢٠٠٥) حيث كشفت عن وجود علاقة بين السلوك العدواني للطفل والعنف التلفزيوني بالإضافة إلى ربط قلة الحساسية بنتائج العنف وزيادة الخوف عند الأطفال.

السؤال الثاني: "أي الوسائل الإعلامية التالية (القنوات الفضائية، الانترنت، التلفاز، الصحافة) تعتبر الأكثر تأثيراً في القيم الاجتماعية لدى طلبة المرحلة الثانوية في المدارس الحكومية في مدينة عمان؟"

للإجابة عن هذا السؤال تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للوسائل الإعلامية التي تعتبر الأكثر تأثيراً في القيم الاجتماعية لدى طلبة المرحلة الثانوية في المدارس الحكومية في مدينة عمان، والجدول أدناه يبين ذلك:

جدول رقم (٣)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للوسائل الإعلامية التي تعتبر الأكثر تأثيراً في القيم الاجتماعية لدى طلبة المرحلة الثانوية في المدارس الحكومية في مدينة عمان

الرتبة	المحور	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
١	القنوات الفضائية	٣,٤٩	٠,٥٨٩
٢	الانترنت	٢,٩٠	٠,٤٣٣
٣	التلفاز المحلي	٢,٦٣	٠,٦٨٤
٤	الصحافة	٢,٦٠	٠,٧٩٦

يبين الجدول رقم (٣) أن الفضائيات حصلت على متوسط حسابي بلغ (٣,٤٩) وجاء في المرتبة الثانية الانترنت بمتوسط حسابي (٢,٩٠)، تلاها في المرتبة الثالثة التلفاز المحلي بمتوسط حسابي (٢,٦٣) وجاءت في المرتبة الأخيرة وسيلة الصحافة بمتوسط حسابي (٢,٦٠). وهذا يعني أن الوسيلة الإعلامية الأكثر تأثيراً سلبياً في القيم الاجتماعية لدى طلبة المرحلة الثانوية في المدارس الحكومية في مدينة عمان هي القنوات الفضائية وهذا مايتفق مع دراسة عبدالله (٢٠٠٣)، ودراسة الشماس (٢٠٠٥)، ودراسة تفاحة وحسين (٢٠٠٥). قد تعود هذه

النتيجة إلى الانتشار الواسع للقنوات الفضائية وما تعرضه من برامج ومسلسلات هابطة وموجهة بما لا يتناسب مع قيمنا الاجتماعية، حيث تتلاعب بمشاعر النشء وتغرقه بتغيرات سريعة متلاحقة تجعله يلهث وراء انحطاطها ضاربا بقيمه الاجتماعية عرض الحائط، لاسيما وأن هذا الجيل من الشباب قد نشأ في عصر تتنازع تيارات فكرية مختلطة ودخيلة مما أدى إلى تضعف بنيته القيمية وتهافتها أمام تلك التغيرات. ومن جهة أخرى فإن ضعف الرقابة والسيطرة على تلك القنوات الفضائية جعلها تتماهى في ترويج وتسويق البضاعة الفثة التي تهدم بمعولها ما تبقى من قيم اجتماعية لدى الشباب وأنها قنوات ربحية مادية قائمة على تغريب النشء وزجه في متاهات لا يمكنه الخروج منها.

إضافة لما سبق يمكن القول بأن الوصول إلى تلك القنوات الفضائية يتسم بالسهولة واليسر حيث إنها لا تحتاج إلى جهد كبير أو إلى مهارات فنية عالية مثل القراءة والكتابة في الوسائل المقروءة، كما أنها تجمع بين الصوت والصورة والحركة فتجذب قطاعا كبيرا من الجمهور دون عناء، فضلا عن أنها لا تحتاج إلى اشتراكات مالية ترهق جيوب النشء كما هو الحال في الانترنت.

أما الانترنت فقد جاء في المرتبة الثانية بعد الفضائيات وقد كانت هذه النتيجة مفاجئة إلى حد ما بسبب شعورنا باستحواذه على عقول تلاميذنا أكثر من الفضائيات، إلا أننا يمكن أن نعزي ذلك إلى أسباب عدة منها الناحية الاقتصادية، فالاشتراك في الانترنت يحتاج إلى مبلغ مالي قد لا يتناسب مع ميزانية طلبة هذه المرحلة، وقد تكون صعوبة استخدامه مقارنة مع سهولة التنقل بين الفضائيات هي إحدى الأسباب. وتوافقت هذه النتيجة مع دراسة العنجري (٢٠٠٥) التي أفادت أن (٦٠٪) من مرتادي هذه المقاهي هم من الفئة العمرية أقل من (٣٠) سنة. مما يشير إلى أن تأثر الجيل بالانترنت يبدو تأثرا ملحوظا وواضحا.

أما التلفاز المحلي فقد جاء في المرتبة الثالثة بعد الانترنت وقد تكون هذه النتيجة أقرب إلى الواقع فالتلفاز المحلي رغم أنه يخضع لرقابة ومتابعة من

الدولة، إلا أنه يقدم البرامج التي تفرس القيم السلبية كالمساجلة وإدمان استهلاك السلع واهتمام الفرد بذاته والغرور والأنانية، وهذا ما يتفق مع دراسة Mitchell, 1995). إضافة إلى بثه البرامج تترك آثارا واضحة على القيم لدى المراهقين من خلال مشاهدة مظاهر العنف والجريمة والسلوك العدواني، وتعطيل الواجبات المدرسية مما يتفق مع دراسة سيمونز وزملائه (Simmons & Others, 1999)، ودراسة شنج (Cheung, 1996) ودراسة فائدة فهد الفلج كما وردت في محمد (٢٠٠٢)، إلا أن هذه النتيجة قد تعارضت مع دراسة جرينفيلد (Greenfield, 2003) التي بينت أن طبيعة التلفزيون لا تهيئ بيئة نشطة للأطفال، ولا تعطيهم إحساسا بالقدرة على التأثير في الآخرين وهذا يعني أن تأثير التلفاز في قيم الطفل تأثيرا بسيطا يمكن تجاوزه.

أما الصحافة فقد حصلت على أدنى متوسط حسابي قيمته (٢,٦٠) وانحراف معياري (٠,٧٩) مما يشير إلى انحسار دور الصحافة في التأثير السلبي في القيم الاجتماعية وقد يعود ذلك إلى الالتزام الخلفي للصحافة فهي ذات رسالة سامية تنضوي على كثير من المضامين القيمية الاجتماعية. فضلا عن خضوعها إلى الرقابة الصحفية التي تقتضيها مهنة الصحافة وتفرضها نقابة الصحفيين، وإضافة إلى ذلك يمكن القول أن جيل الشباب من النشء هو أقل اطلاعا ومتابعة للصحافة مقارنة بمتابعته للقنوات الفضائية أو الانترنت.

السؤال الثالث: هل هناك فروق ذات دلالة إحصائية ($\alpha = 0,05$) لأثر الإعلام في القيم الاجتماعية لدى طلبة المرحلة الثانوية في المدارس الحكومية في مدينة عمان تعزى لمتغير (الجنس، المستوى التعليمي للأب، المستوى الاقتصادي للأسرة)

للإجابة عن هذا السؤال تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لأثر الإعلام في القيم الاجتماعية لدى طلبة المرحلة الثانوية في المدارس الحكومية في مدينة عمان حسب متغيرات الجنس، والمستوى التعليمي للأب، ومستوى الاقتصادي للأسرة، والجدول أدناه يبين ذلك.

جدول رقم (٤)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لأثر الإعلام في القيم الاجتماعية لدى طلبة المرحلة الثانوية في المدارس الحكومية في مدينة عمان حسب متغيرات الجنس، والمستوى التعليمي للأب، والمستوى الاقتصادي للأسرة

المتغيرات المستقلة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	العدد
الجنس	ذكر	٢,٩٣	٥١٧
	انثى	٣,٠٠	٥٨٣
المستوى التعليمي للأب	أمي	٣,٤١	٣٥
	تعليم أساسي	٢,٩٨	٨٠
	تعليم ثانوي	٣,٠٠	٤٧٧
	دبلوم متوسط	٢,٩١	٢١٣
	بكالوريوس	٢,٩١	٢٣٨
	ماجستير فما فوق	٢,٨٨	٥٧
	أقل من ٢٠٠ دينار	٢,٩٥	١٢٩
المستوى الاقتصادي للأسرة	٢٠٠-٣٠٠ دينار	٢,٩٨	٤٢٤
	٣٠١-٤٠٠ دينار	٢,٩٥	٢١٣
	٤٠١ فما فوق	٢,٩٨	٣٣٤

يبين الجدول رقم (٤) تبايناً ظاهرياً في المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لأثر الإعلام في القيم الاجتماعية لدى طلبة المرحلة الثانوية في المدارس الحكومية في مدينة عمان باختلاف فئات متغيرات الجنس، والمستوى التعليمي للأب، والمستوى الاقتصادي للأسرة، ولبيان دلالة الفروق الإحصائية بين المتوسطات الحسابية تم استخدام تحليل التباين الثلاثي.

جدول رقم (٥)

تحليل التباين الثلاثي لأثر الإعلام في القيم الاجتماعية لدى طلبة المرحلة الثانوية في المدارس الحكومية في مدينة عمان وفقا لمتغير الجنس، والمستوى التعليمي للأب، والمستوى الاقتصادي للأسرة

الدالة الإحصائية	قيمة ف	متوسط المربعات	درجات الحرية	مجموع المربعات	مصدر التباين
٠,٦٥	٣,٤٠٢	٠,٨٧٤	١	٠,٨٧٤	الجنس
٠,٠٠	٧,٧١٦	١,٩٨٣	٥	٩,٩١٥	المستوى التعليمي للأب
٠,١٩٣	١,٥٧٧	٠,٤٠٥	٣	١,٢١٦	المستوى الاقتصادي للأسرة
		٠,٢٥٧	١٠٩٠	٢٨٠,١٠٥	الخطأ
			١٠٩٩	٢٩١,٧٠٢	الكل

يتبين من الجدول رقم (٥):

- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية ($\alpha = 0,05$) تعزى لأثر الجنس، حيث بلغت قيمة ف ٣,٤٠٢ وبدلالة إحصائية بلغت ٠,٠٦٥.
- وجود فروق ذات دلالة إحصائية ($\alpha = 0,05$) تعزى لأثر المستوى التعليمي للأب، حيث بلغت قيمة ف ٧,٧١٦ وبدون دلالة إحصائية، ولبيان الفروق الزوجية بين المتوسطات الحسابية تم استخدام المقارنات البعدية بطريقة شففيه كما هو مبين في الجدول رقم (٦).
- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية ($\alpha = 0,05$) تعزى لأثر المستوى الاقتصادي للأسرة، حيث بلغت قيمة ف ١,٥٧٧ وبدلالة إحصائية بلغت ٠,١٩٣.

جدول رقم (٦)

المقارنات البعدية بطريقة شففيه لأثر الإعلام في القيم الاجتماعية

لعينة البحث وفقا للمستوى التعليمي للأب

الفئات	المتوسط الحسابي	أمي	تعليم اساسي	تعليم ثانوي	دبلوم متوسط	بكالوريوس	ماجستير فما فوق
أمي	٣,٤١	-					
تعليم أساسي	٢,٩٨	٠.٤٣ (*)	-				
تعليم ثانوي	٣,٠٠	٠.٤١ (*)	-٠.٠٣	-			
دبلوم متوسط	٢,٩١	٠.٥٠ (*)	٠.٠٧	٠.١٠	-		
بكالوريوس	٢,٩١	٠.٥٠ (*)	٠.٠٧	٠.٠٩	٠.٠٠	-	
ماجستير فما فوق	٢,٨٨	٠.٥٣ (*)	٠.١٠	٠.١٣	٠.٠٣	٠.٠٣	-

* دالة عند مستوى الدلالة ($\alpha = 0,05$).

يتبين من الجدول رقم (٦) وجود فروق ذات دلالة إحصائية ($\alpha = 0,05$) بين مستوى أمي من جهة وكل من تعليم اساسي وتعليم ثانوي ودبلوم متوسط وبكالوريوس وماجستير فما فوق وجاءت الفروق لصالح مستوى أمي. ويشير ذلك إلى أن فئة الآباء الأميين هي الفئة الأكثر تأثراً سلبياً بالإعلام.

أشارت نتائج السؤال الثالث إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية تعزى لمتغيري الجنس والمستوى الاقتصادي للأب. وتتفق هذه النتيجة مع دراسة عبد الرحمن (١٩٩٤) ودراسة الشماس (٢٠٠٥)

ويمكن تفسير هذه النتيجة المنبثقة من الواقع بالقول أن طلبة المدارس الثانوية يخضعون لوطأة الإعلام وهيمنته، وفي ظل تقنيات الإعلام الحديثة وسعة المعلومات المتشابكة التي يقدمها فإنه يسيطر عليهم ويؤثر في قيمهم الاجتماعية بدرجات متقاربة سواءً أكانوا ذكورا أم اناثا، فقراء أم أغنياء، فهو يتسلل إلى بيوتهم والى قيمهم الاجتماعية بما زجته العولمة من تكنولوجيا وتقنيات ومعارف مستوردة، وفرضته على المجتمع بسائر طبقاته ذكوراً وإناثاً.

بينما أظهرت النتائج وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha = 0,05$) تعزى لمتغير المستوى التعليمي للأب، وهذا ما يتفق مع دراسة العنجري (٢٠٠٥) مما يشير إلى أن العلم يسهم في توجيه النشء وإرشاده نحو القيم الاجتماعية السليمة التي ينادي بها المجتمع. ويلاحظ من الجدول رقم (٦) أن هناك فروقاً ذات دلالة إحصائية بين المستوى التعليمي من فئة أُمِّي وبين المستويات التعليمية الأعلى، وهذا يعني أن فئة الآباء الأميين هي الفئة التي أثر الإعلام في قيمها الاجتماعية سلبياً، فانعكس ذلك على القيم الاجتماعية للأبناء. وهنا تجدر الإشارة إلى أن هذه النتيجة كانت منطقية إلى حد ما فالمستوى التعليمي للأب يُمثل دوراً بارزاً في توجيه الأبناء وتنميتهم قيمياً.

التوصيات

- في ضوء النتائج التي توصلت إليها الدراسة توصي الباحثة بما يلي:
- ضرورة مواكبة مستجدات العصر وتعزيزها بالقيم الاجتماعية النبيلة وغرسها في نفوس الطلبة
- إعطاء صورة واقعية للطلبة عن الحضارة المادية المعاصرة والكشف عن جوانبها السلبية والإيجابية
- إجراء بحوث مكملية لهذا البحث حول وسائل الإعلام وأثرها في سائر القيم الاقتصادية والسياسية والثقافية وتطبيقها على شريحة أوسع من طلبة المدارس والجامعات.

The Effect of the Media on Social Values among Secondary School Students in Government Schools in Amman

Dr. Ezdhar A. Abu-Shawer

MOE

Amman - H.K.J

Abstract

The objective of this study is to find out the effect of media on social values among secondary school students in government schools in Amman. A random sample of 1100 males and females was chosen.

A 40-item questionnaire was distributed on two areas. Internal consistency was calculated according to Cronbach alpha in general and the result was (0.85).

Results showed that the media contributes to the development of social values by (2.97) and shows that the media is of little effect to the development of social values, which means that the most influential social values among students in secondary education in government schools is the satellite channels.

There is no statistically significant differences due to sex and economic level of family. While there are significant differences due to the impact of the educational level of father.

The research confirms that the curriculum must take care of the new developments and promote good social values and give a realistic vision through the curriculum for the contemporary culture as of disclosure of negative and positive aspects.

المراجع

- ١ - ابراهيم، معوض (١٩٩٤). الثقافة والإعلام في دول مجلس التعاون العربي
الملتقى الفكري الثاني لدول الخليج العربي.
- ٢ - أبو زيد، مريم (٢٠٠٥). القيم التربوية لدى طلبة المرحلة الثانوية في
محافظة عمان كما يراها الطلبة أنفسهم. رسالة ماجستير غير منشورة،
الجامعة الأردنية. عمان.
- ٣ - أبو العينين علي (١٩٩٨). القيم الإسلامية والتربية. المدينة المنورة: مكتبة
ابراهيم الحلبي.
- ٤ - أبو لبده، وفاء (٢٠٠٥). أثر العولمة على الاستقرار الاجتماعي والاقتصادي
في الوطن العربي. رسالة ماجستير غير منشورة، الجامعة الأردنية، عمان.
- ٥ - أحمد، محمد جاد (٢٠٠٨). الإعلام الفضائي وآثاره التربوية. الإسكندرية:
الإيمان للنشر والتوزيع.
- ٦ - بيومي، محمد (٢٠٠٢). علم اجتماع القيم. الإسكندرية: دار المعرفة
الجامعية.
- ٧ - التابعي، كمال (١٩٨٧). القيم الاجتماعية والتنمية الريفية. القاهرة:
مكتبة نهضة الشرق.
- ٨ - تفاحة، أماني وحسين، لارا (٢٠٠٥). مواد وبرامج الأطفال في القنوات
الفضائية العربية. المجلس العربي للطفولة والتنمية، مؤتمر الطفل العربي
في مهب التأثيرات الثقافية، الإسكندرية.
- ٩ - الحمامي، محمد ورجب، أحمد سعيد (٢٠٠٦). الإعلام التربوي. القاهرة:
مركز الكتاب للنشر.
- ١٠ - حسن، صباح (١٩٩٦). القيم التربوية المتضمنة في برامج التلفزيون. رسالة
دكتوراه غير منشورة، القاهرة: جامعة القاهرة.

- ١١ - حواتمه، عادل (٢٠٠٤). دور الإعلام في التنشئة السياسية مع دراسة لحالة الإعلام الأردني كنموذج. رسالة ماجستير في العلوم السياسية. عمان: الجامعة الأردنية.
- ١٢ - الشماس، عيسى (٢٠٠٥). تأثير الفضائيات الأجنبية في الشباب. مجلة جامعة دمشق، مجلد (٢١)، عدد (٢)، دمشق.
- ١٣ - العبد، عاطف (٢٠٠٦). الاعلام والمجتمع. القاهرة: دار الفكر العربي.
- ١٤ - عبد الحميد، محمد (١٩٩٧). نظريات الاعلام واتجاهات التأثير. القاهرة: عالم الكتب.
- ١٥ - عبد الرحمن، عبد العزيز (١٩٩٤). أثر البرامج التلفزيونية على النشء والشباب، دراسة استطلاعية لآراء عينة من المشاهدين بالمجتمع القطري. جامعة قطر. مركز البحث التربوي.
- ١٦ - عبد الله، أحمد (٢٠٠٣). القيم التي تعكسها برامج الاطفال في القنوات الفضائية العربية. رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة عين شمس، القاهرة، مصر.
- ١٧ - عقل، محمود عطا (٢٠٠١). القيم السلوكية. الرياض: المكتبة العربية لدول الخليج.
- ١٨ - عقيل، أديب (٢٠٠٣). التلفزيون وتحديات التنشئة الاجتماعية. مجلة الطفولة والتنمية، عدد (٩).
- ١٩ - العنجري، منال (٢٠٠٥). مخاطر وأضرار مقاهي الانترنت على الشباب الكويتي. الكويت: مجلة العالمية، مجلد (١٧)، عدد (١٧٩).
- ٢٠ - الغريب، أبو غريب (٢٠٠١). إشكالية الهوية بين الإعلام التلفزي والتنشئة الأسرية للطفل العربي. مجلة الطفولة والتنمية، مجلد (١)، عدد (٢).
- ٢١ - غيث، محمد عاطف (١٩٨٨). قاموس علم الاجتماع. القاهرة: دار المعرفة الجامعية.

- ٢٢ - القباج، مصطفى (١٩٩٧). الطفل المغربي وأساليب التنشئة الاجتماعية بين الحداثة والتقليد. مجلة دفاتر في التربية، عدد (٣)، الرباط.
- ٢٣ - القليني، سوزان (٢٠٠٢). وسائل الإعلام وثقافة الطفل العربي. مجلة الطفولة والتنمية، مجلد (٢)، عدد (٦).
- ٢٤ - محمد، زكريا عبد العزيز (٢٠٠٢). التلفزيون والقيم الاجتماعية للشباب والمراهقين. الاسكندرية: مركز الاسكندرية للكتاب.
- ٢٥ - منصور، هالة (٢٠٠٠). الاتصال الفعال، مفاهيمه وأساليبه ومهاراته. الاسكندرية: المكتبة الجامعية.
- 26 - Cheung, C. (1996). T.V viewing and mean world value in Hong Kongs: adolescents. **Social Behavior and Personality**, 24(4).
- 27 - Donnerstein, Edward; Wilson, Barbara; and Linz, Daniel (1992). On the Regulation of Broadcast Indecency to Protect Children, **Journal of Broadcasting Electronic Media**, 36(1), 111-117.
- 28 - Greenfield, Patricia (2003). Television and social raising process'' **Journal of communication**, No.41(Autumn).
- 29 - Keller, S. (1992). **Reading and Review for Sociology**. New York: Donald.
- 30 - Mechal, Javis (1999). The Effects of Mass Communication of Political Behaviour to adolescence, **Journalism Quarterly**, 45 (5-6), 23-24.
- 31 - Mitchell, T.L. (1995). "Kids' stuff": Television Cartoons as Mirror of the American Mind. Distributed by ERIC Clearinghouse.
- 32 - Simmons, B. J.; Stalsworth, K. & Wentzl, H. (1999). Television Violence and Its Effect on Young Children. **Early Childhood Education Journal**, 26(3), 149-153.

