

## دور الإعلام الجديد في إعادة إنتاج التنشئة الاجتماعية لليافعين من طلاب المرحلة الثانوية

لارا أحمد الحديب \*

### ملخص

أجريت هذه الدراسة بهدف الكشف عن دور الإعلام الجديد في إعادة إنتاج التنشئة الاجتماعية لليافعين من طلبة المرحلة الثانوية في مدارس القطاع العام في محافظة اربد خلال العام 2014، ولتحقيق هذا الهدف، تم الاعتماد على أداة الدراسة من خلال استمارة تم إعدادها خصيصاً لهذه الغاية موجهة إلى (201) طالب وطالبة يستخدمون الإعلام الجديد تم اختيارهم عشوائياً، كما تم استخدام أساليب التحليل الإحصائي الوصفي، وأسلوب تحليل التباين واختبار " T " لتحقيق أهداف الدراسة. اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي بشقيه الكمي والكيفي كونه المنهج المناسب لتحقيق أهداف الدراسة. توصلت نتائج الدراسة إلى جملة من النتائج أهمها: أن الإعلام الجديد له دور كبير في إعادة إنتاج التنشئة الاجتماعية لليافعين بشكل عام وله دور كبير في إكساب الأفراد قيم إيجابية ومساعدتهم في إدراك وصياغة تفضيلاتهم الشخصية، كما تبين وجود تأثير في إدارة الوقت لديهم كما دلت على ذلك نتائج التحليل الإحصائي في الدراسة. كما توصلت الدراسة إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $\alpha=0.05$ ) بين دور الإعلام الجديد وإعادة إنتاج التنشئة الاجتماعية تعزى لمتغيرات الدراسة (العمر، الجنس، طبيعة مكان السكن) وبناءً على نتائج الدراسة، أوصت الدراسة بضرورة إجراء مزيد من الدراسات حول الإعلام الجديد ودوره في إعادة إنتاج التنشئة الاجتماعية لليافعين، وضرورة تحذير الشباب من مغبة استخدام الإعلام الجديد بصورة غير واعية تعمل على تعزيز القيم والاتجاهات السلبية التي قد تؤثر في التنشئة الاجتماعية لليافعين داخل الأسرة وبالتالي المجتمع.

الكلمات الدالة: الإعلام الجديد، التنشئة الاجتماعية، اليافعون، طلبة المرحلة الثانوية.

استطاعت شبكات التواصل الاجتماعي الرقمية إبراز الأحداث الجارية في العالم بصورة أكثر شمولية وفاعلية من الإذاعة والتلفزيون وغيرها من الوسائل الإعلامية (مشري، 2012).

وتعد مواقع التواصل الاجتماعي\* من أكثر وسائل الإعلام الجديد تأثيراً في جميع أفراد المجتمع صغاراً وكباراً، وأصبحت تحدد أسلوب حياة اليافعين بكل تفصيلاتها سواء على صعيد اللغة أو العادات وحتى طريقة تفكيرهم ومعالجتهم للقضايا الحياتية المختلفة، هذا بالإضافة إلى إكسابهم العديد من الأنماط السلوكية والتي قد تكون إيجابية أو سلبية على حسب ما يسمع أو يشاهد الشخص اليافع من برامج ويتأثر فيها. ومما لا يخفى على أحد فإن المجتمع الأردني يعيش الآن مرحلة انفتاح إعلامي واسع، بحيث أصبح كل منزل لا يخلو من وجود

### المقدمة

تتكون بيئة أي مجتمع من المجتمعات من عدة مؤسسات اجتماعية تبدأ من الأسرة والمدرسة والأقران ووسائل الإعلام وهذه جميعاً تترك أثراً واضحاً في شخصية اليافع فتشكلها وتنتجها بالشكل الذي يلائم البيئة الاجتماعية المحيطة التي يعيش بها وأسرته، وتشهد مجتمعات العالم اليوم أنماطاً ووسائل جديدة للاتصال الجماهيري تشمل اللغة والمحتوى، في إطار ما يسمى بالإعلام الجديد الذي يتميز بعدد من الخصائص متعددة الشكل والمضمون والأدوات، مقارنة بالإعلام التقليدي الذي اعتمد على الصحافة المطبوعة والإعلام المرئي والمسموع وهي وسائل طالما كانت حكرًا على نخب إعلامية مسيطرة، فقد

\* هناك تداخل بين مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي والإعلام الجديد، والإعلام البديل، والإعلام الاجتماعي، ومن الممكن إن يحل المفهوم الأول محل الثاني والثاني محل الأول، وهكذا.

\* كلية الآداب، الجامعة الأردنية. تاريخ استلام البحث 2015/2/20، وتاريخ قبوله 2015/4/14.

اجتماعية سليمة وواعية لجميع المتغيرات المعاصرة.

### تساؤلات الدراسة

تحاول الدراسة الكشف عن دور الإعلام الجديد في إعادة إنتاج التنشئة الاجتماعية لليافعين وذلك من خلال تساؤل عام مؤداه : ما دور الإعلام الجديد في إعادة إنتاج التنشئة الاجتماعية لليافعين من طلبة المرحلة الثانوية ؟ ويتفرع عن هذا التساؤل العام الأسئلة المحددة الآتية:

1. هل تسهم وسائل الإعلام الجديد في خلق قيم (سلبية/إيجابية) لدى اليافعين من طلبة المرحلة الثانوية في محافظة اربد؟
2. هل يتمكن اليافعون من إدارة الوقت بفعالية عند متابعة وسائل الإعلام الجديد؟
3. هل الاهتمام بمتابعة وسائل الإعلام الجديد تعيد صياغة التفضيلات الشخصية لليافعين؟
4. هل توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $\alpha=0,05$ ) في دور وسائل الإعلام وإعادة إنتاج التنشئة الاجتماعية لليافعين؟
5. هل هناك فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $\alpha=0,05$ ) في دور وسائل الإعلام وإعادة إنتاج التنشئة الاجتماعية لليافعين تعزى للمتغيرات (العمر، الجنس، طبيعة مكان السكن)؟

### أهمية الدراسة

تكمن أهمية الدراسة الحالية من جانبين: نظري وعملي، وذلك على النحو الآتي:

### الأهمية النظرية:

1. بما توفره هذه الدراسة من أدب تربوي ودراسات سابقة حول متغيرات الدراسة (الإعلام الجديد، وإعادة إنتاج التنشئة الاجتماعية)، وبالتالي تمهد الطريق أمام الباحثين والمهتمين بهذا المجال لإجراء المزيد من الدراسات المرتبطة في هذا المجال على البيئة العربية بشكل عام، والأردنية بشكل خاص.
2. محاولة تكوين قاعدة للمعلومات تكون الأساس في تشكيل القاعدة المعرفية للعلاقة ووسائل الإعلام الجديد، وإعادة إنتاج التنشئة الاجتماعية الأمر الذي سيسهم في تخطيط البرامج الهادفة إلى زيادة الوعي بأهمية الإعلام الجديد ودوره في التنشئة الأسرية الحديثة لدى النخب الإعلامية في الأردن، وبالتالي إمكانية الاستفادة من هذه البيانات المجمعّة في البحوث النظرية والتطبيقية ذات الصلة بموضوع الإعلام الجديد

وسيلة أو أكثر من وسائل الإعلام الجديد، فضلاً عن انتشار مواقع اجتماعية متعددة ذات خلفيات ثقافية واجتماعية متنوعة، بحيث أصبحت تتنافس وبشكل كبير في الاستحواذ على اهتمام جمهور الأطفال واليافعين والشباب (ومن ضمنهم اليافعين من طلبة المرحلة الثانوية في محافظة اربد)؛ لذا فقد أصبح دور وسائل الإعلام الجديد حقيقة لا يمكن تجاهلها لما لها من تأثير واضح في اليافعين من مختلف المراحل العمرية، فقد أصبح بمقدور اليافعين الاهتمام في الموضوعات المختلفة التي تتناسب وميولهم في أي وقت يشاعون، وفي حقيقة الأمر لم تعد الأسرة المؤسسة الوحيدة تعتمد عليها عملية التنشئة الاجتماعية، بل أن دورها الذي يفترض أن يكون تكاملياً مع المدرسة في الأساليب والأهداف، أصبح يشهد تناقضاً وتعارضاً في نماذج التنشئة الاجتماعية المرجعية، فقد بات مؤكداً تراجع دور الأسرة التقليدي وازمحلل التنشئة الاجتماعية المبنية وفق أسس التربية التقليدية، نظراً لدخول مؤثر جديد وقوي متمثلاً بوسائل الإعلام الجديد. من أجل ذلك كله جاءت فكرة هذه الدراسة لمعرفة دور وسائل الإعلام الجديد في إعادة إنتاج التنشئة الاجتماعية لليافعين من طلبة المرحلة الثانوية في محافظة اربد.

### مشكلة الدراسة

تناولت هذه الدراسة بالتحديد "دور الإعلام الجديد في إعادة إنتاج التنشئة الاجتماعية لليافعين للطلبة في المراحل الثانوية"، فقد أسهم التقدم الهائل في الأدوات والبرامج التكنولوجية في إنتاج وسائل إعلامية إلكترونية حديثة، عملت على إحداث تغيير في بنية العلاقات الاجتماعية وأشكال التفاعل الاجتماعي وفي أساليب التنشئة الاجتماعية الأسرية، وقد لوحظ أن اليافعين والأسر في البيئة الأردنية يقعون تحت تأثير رسائل إعلامية متباينة منها ما هو سلبي ومنها ما هو إيجابي داخلياً وخارجياً، خاصة الأثر المتعلق بالإعلام الجديد مثل (شبكات التواصل الاجتماعي)، الأمر الذي يجعل الأسر في أغلب الأحيان غير قادرة على الانتقاء الواعي أو انتقاء المادة الإعلامية الإيجابية ورفض السلبية في ظل زخامة هذا التدفق الإعلامي، وهنا تتأثر عملية التنشئة الاجتماعية لليافعين بشكل مباشر نظراً لما يتسمون به من سرعة وعمق التأثير بما يحيط بهم من خبرات وتجارب حياتية، وبالتالي نجد أن وسائل الاعلام الجديد تعمل على إعادة إنتاج هذه العملية مرة أخرى، الأمر الذي يحتم علينا مسؤولية مجتمعية تاريخية وأخلاقية نلزمنا بضرورة تهيئة عوامل تضمن إنتاج أجيال واعية يُمكن الاعتماد عليها في بناء المجتمع من خلال تهيئة تنشئة

ودوره في التنشئة الاجتماعية.

3. تكمن الأهمية كذلك بحداثة الدراسة الحالية، وفي - حدود علم الباحثة- لم تتوافر دراسة تناولت الكشف عن دور الإعلام الجديد في إعادة إنتاج التنشئة الاجتماعية في البيئة الأردنية.

### الأهمية العملية

1. الهدف الذي تسعى الدراسة إلى تأكيده، وهو الكشف عن دور الإعلام الجديد في إعادة إنتاج التنشئة الاجتماعية لليافين.

2. حاجة البيئة الأردنية لهذا النوع من الدراسة والنابع من أهمية عينة الدراسة (اليافين) الذين يعدون من أكثر الفئات تأثراً في وسائل الإعلام الجديد إضافة إلى أهمية الكشف عن الخصائص والقدرات غير المعرفية لهذه العينة مما يضيف رصيد معلومات علمية عنها.

### أهداف الدراسة

أجريت هذه الدراسة هدفين هما:

1. التعرف إلى دور الإعلام الجديد في إعادة إنتاج التنشئة الاجتماعية لليافين لدى طلبة المرحلة الثانوية في محافظة اربد.  
2. رصد الفروق داخل بعض المتغيرات الأساسية (الجنس، العمر، طبيعة مكان السكن) في تشكيل موقف أفراد العينة نحو دور الإعلام الجديد في إعادة إنتاج التنشئة الاجتماعية.

### مصطلحات الدراسة

جاء في الدراسة عدد من المفاهيم، تم تعريفها على النحو الآتي:

1. **الإعلام الجديد:** يكاد يجمع المهتمون بقضايا الإعلام الجديد استحالة وجود تعريف شامل للعديد من الأسباب، أبرزها أن هذا الإعلام ديناميكي بمعنى أنه في حالة انتقالية متحركة باستمرار، من حيث الوسائل والتطبيقات والخصائص التي تمر بمراحل تطور متسارعة، لأن ما يكون اليوم جديداً يصبح غداً قديماً، لكن بعد الاطلاع على العديد من التعاريف التي يجمع بينها عدد من الخصائص، يمكننا الوصول إلى التعريف الإجرائي الآتي: "هو جميع أشكال المعرفة الرقمية المتاحة للمستخدمين بصورة تفاعلية" (شيخاني، 2010).

كذلك وضعت كلية شريديان التكنولوجية Sheridan تعريفاً اجرائياً للإعلام الجديد بأنه: "أنواع الإعلام الرقمي الذي يقدم في شكل رقمي وتفاعلي، ويعتمد على اندماج النص والصورة

والفيديو والصوت، فضلاً عن استخدام الكمبيوتر كألية رئيسة له في عملية الانتاج والعرض، أما التفاعلية فهي تمثل الفارق الرئيس الذي يميزه وهي أهم سماته" (عباس صادق، 2011).

2. **التنشئة الاجتماعية:** هي منظومة العمليات التي يعتمدها المجتمع في نقل ثقافته بما تنطوي عليه من مفاهيم وقيم وعادات وتقاليد إلى أفرادها. (علي، 2001).

3. **تعريف اليافين (Adolescents):** تعرف الأمم المتحدة اليافين بأنهم الأفراد الذين يعيشون مرحلة المراهقة الممتدة ما بين (10 - 19) سنة. (اليونيسف، 2011).

### الإطار النظري

يُعدّ التحوّل عبر التطوّر التكنولوجي جوهر الإعلام، وما يبدو اليوم جديداً يصبح قديماً بظهور تقنية جديدة، فقد كان الإعلام جديداً مع ظهور الطباعة، والصحافة، والإذاعة، والتلفزيون، كلّ ذلك لأن طبيعة التحوّل التي تقود إليها التقنية، في بعدها العلمي والإيديولوجي، تقتضي النظر في أمر ما يسمّيه ماكلوهان بالحنمية التكنولوجية. إذن مفهوم الاعلام الجديد في واقع الأمر يمثل مرحلة انتقالية من ناحية الوسائل ( الحيدري، 2009).

وقد أحدثت وسائل الاتصال الإلكترونية الحديثة تغيرات جوهرية في بنية العلاقات الاجتماعية؛ إذ غدت هذه الوسائل تشكل عصب الحياة، وباتت تتحكم بمجريات الأمور على مختلف الصعد الاجتماعية، والثقافية، والسياسية والاقتصادية، إلى الحد الذي ذهب معه العديد من الباحثين الاجتماعيين، وفي مقدمتهم عالم ما بعد الحداثة (ليوتار) (Lyotard)، والعالم (جان بودريار) إلى القول إن هذه الوسائل هي التي نقلت المجتمعات إلى مرحلة ما بعد الحداثة (انطوني غيدنيز، 2005). وقد حظيت المؤسسات الإعلامية لا سيما تلك التي تهتم بالإعلام الجديد باهتمام خاص من قبل العاملين في مجال العلوم الاجتماعية -خاصة في العقدين الأخيرين- إذ انصب اهتمامهم على الدور الذي تمارسه في حياة الأفراد الاجتماعية، والسياسية، والاقتصادية والثقافية، وقد نجم عن هذا الاهتمام اتجاهات ومداخل نظرية متباينة ومدارس فكرية متعددة، أهمها المدخل المعروف باسم مدخل الاعتماد على وسائل الاتصال (Dependency Approach) الذي يتزعمه (ملفن دوفلور) (DeFleur). وفي الواقع فإن اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام الجديد في المجتمعات الحديثة، يفوق أي اعتماد آخر على أية وسائل أخرى، حيث إن وسائل الإعلام الجديد هي التي تزودهم بالمعرفة وتمدهم بالمعلومات والأخبار بجميع أشكالها وأنواعها، محلياً وخارجياً، وهي التي تعمل على توجيه سلوكهم، وتيسير تفاعلهم الاجتماعي، وهي بذلك تنتج تنشئة اجتماعية جديدة

شكل الواقع الانساني، واستيعاب السياق الاجتماعي والسياسي الذي توضع فيه الأحداث. (مي العبدالله، 2005). وقد ارتكزت البحوث العلمية حول وسائل الإعلام الجديد على نموذجين تفسيريين، الأول: يتمثل في الحتمية التكنولوجية، وينطلق من قناعة بأن قوة التكنولوجيا هي وحدها المالكة لقوة التغيير في الواقع الاجتماعي، والنظرة التقاؤلية للتكنولوجيا تهمل لهذا التغيير وتراه رمزاً لتقدم البشرية، وعملاً لتجاوز إخفاقاتها في مجال الاتصال الديمقراطي والشامل الذي تنقاسمه البشرية. أما النظرة التساؤمية فتري أن التكنولوجيا هي وسيلة للهيمنة على الشعوب المستضعفة، والسيطرة على الفرد عندما تقتحم حياته الشخصية وتفكك علاقاته الاجتماعية. (نصر الدين لعياضي، 2009). أما النموذج الثاني، يتمثل في الحتمية الاجتماعية التي تري أن البنى الاجتماعية هي التي تتحكم في محتويات التكنولوجيا وأشكالها، أي أن القوى الاجتماعية المالكة لوسائل الاعلام هي التي تحدد محتواها. ولكن البحوث النوعية التي تتعمق في دراسة الاستخدام الاجتماعي لتكنولوجية الاتصال لا تنطلق من النموذجين، لأنها لا تؤمن بأن ما هو تقني ويتمتع بديناميكية قوية، يوجد في حالته النهائية، كما أن البنى الاجتماعية ليست منتهية البناء. ولعل هذه الحقيقة تنطبق أكثر على المجتمعات العربية التي تعرف حركة اجتماعية متواصلة لم تقض إلى صقل اجتماعي تتمايز فيه البنى الاجتماعية والسياسية، فالقوى الاجتماعية المتدافعة في المنطقة العربية مازالت قيد الصياغة والتشكّل. كما أن المنطلقات الفلسفية للبحوث الكمية لا تسمح بالاعتقاد بوجود خط فاصل بين ما هو تقني وما هو اجتماعي؛ لأنهما يتقاعلان باستمرار في الحياة اليومية، بمعنى أن البعد الفكري للمنهج النوعي يسمح بالملاحظة الدقيقة لكيفية ولوج ما هو تقني في الحياة الاجتماعية، ولا يعطي الفرصة للأشخاص الذين يتعاملون مع وسائل الاتصال الحديثة بتشخيص ما هو تقني أو اجتماعي فقط، بل يسمح بإبراز تمثّلهم لما هو تقني، والذي على أساسه يتضح استخدامهم له (نصر الدين لعياضي، 2009). ويحصر نيغروبونتي (Negroponte) الميزات التي يتحلّى بها الإعلام الجديد في ما يلي: استبدال الوحدات المادية بالرقمية، تشبيك عدد غير محدود من الأجهزة مع بعضها البعض، تلبية الاهتمامات الفردية والاهتمامات العامة، بمعنى أن الرقمية تحمل قدرة المخاطبة المزدوجة للاهتمامات والرغبات التي لا يمكن تلبيةها بالإعلام القديم، والميزة الأكثر أهمية هي أن هذا الإعلام خرج من أسر السلطة التي كانت تتمثل في قادة المجتمع والدولة، إلى أيدي الناس جميعاً. (عباس صادق، 2011) ويشترك فين كروسبي مع نيغروبونتي في الأفكار

تتماهي والإعلام الجديد، من خلال ما تقدمه وسائل الإعلام الجديد لهم من معارف ومعلومات وخبرات، كما تعمل أيضاً على ترفيهم وتسليتهم، وهي التي تتوسط (Mediate) بينهم وبين العالم الاجتماعي الخارجي الذي لا تطاله تجاربهم وحواسهم بشكل مباشر؛ إنها باختصار هي التي تشكل رؤيتهم لهذا العالم وهذا ما يوضح أهميتها ويبرز دورها. ويؤكد المفكر الفرنسي (جان بودريار) (Baudrillard) ما بعد الحداثي (Post modernity)، على دور وسائل الإعلام والاتصال الإلكترونية الحديثة وأهميتها في المجتمعات المعاصرة، ليقول إن هذه الوسائل باتت تتغلغل في كل منحي من مناحي حياتنا اليومية، كما أنها تهيمن على أفكارنا وقيمنا وعالمنا كله، حتى بدت حياتنا تتحل وتذوب داخل حدود إطار الإعلام الجديد (Giddens, 1999). ويشاطر (بودريار) نظرتة لهذا الدور الحيوي الذي تعلبه وسائل الاتصال الإلكترونية وسعة انتشارها ليشمل كل جانب من جوانب حياتنا، وقدرة هذه الوسائل على التغلغل في كل مكان، مفكر آخر من مفكري ما بعد الحداثة وهو جون تومسون (Thompson)، الذي يرى أن وسائل الاتصال منذ بداية عصر الطباعة والمطابع حتى الاتصالات الإلكترونية، قد قامت بدور مركزي في نمو المؤسسات الحديثة، ولكن لسوء الحظ كما يقول لم يبد مؤسسو علم الاجتماع الأوائل اهتماماً كبيراً بهذا الدور في تشكيل المجتمع الحديث (Thompson, 1995). وأما عالم الاجتماع (أنتوني غيدنز) (Giddens) فيرى أننا نعيش مرحلة تاريخية من مراحل تطور الاتصال الإلكتروني، مرحلة لها ثقافتها الخاصة بها والمختلفة إلى حد بعيد عما سبقها من الأشكال الثقافية التي خبرتها المجتمعات عبر مسيرتها الثقافية الطويلة، وأنها أمام مرحلة غير مسبوقه من مراحل التغيير الثقافي والاجتماعي والتواصل الذي تشهده مجتمعات الحداثة وما بعد الحداثة. وأن عملية إنتاج هذه الثقافة تتم بسرعة فائقة لا يكاد يستوعبها الأفراد، وبطريقة لا تترك لديهم وقتاً كافياً للتكيف معها؛ لأنها تبقيهم في عملية استهلاك متواصل، ما إن يبدأوا بالتكيف مع نمط منها حتى يجدوا أنفسهم يواجهون بنمط آخر جديد، يتطلب هو الآخر منهم تكيفاً جديداً معه (Giddens, 1990). وهكذا نرى أن تواتر هذا النمط الإنساني يؤدي إلى إعادة إنتاج التنشئة الاجتماعية بما يتماها والمرحلة الراهنة من مراحل الاتصال الإلكتروني.

تعمل وسائل الإعلام الجديد على تفعيل الطاقات الإنسانية وتوجهها للبناء والإبداع في إطار تطوير القديم وإحلال الجديد من قيم وسلوك، بالإضافة إلى زيادة مجالات معارفهم وزيادة قدرتهم على النقصم الوجداني وتقبلهم للتغيير، وهنا تكمن أهمية الاتصال ليس في بثّ المعلومات فقط، وإنما في تقديم

خصائص جديدة عن طريق العمل بالتكنولوجيا، واهم هذه الخصائص: هي أن "تتسطح أشكال الحياة، ويتفاعل كل شيء عن طريق وسائل الاتصال" (رحومة، 2007، 86). وترى القادري أن الإعلام الجديد يشكل نسفاً فكرياً وعملياً يبحث عن الرقي بالمجتمع كفاعل أو كموضوع للاتصال بحيث يكون بمقدور كل مواطن الدخول بحرية وبفعالية للاتصال مع مواطن آخر أو مجموعة أخرى في جو من التسامح والاحترام المتبادل (نهوند القادري، 2008، 231).

يعد دوركايم هو أول من استخدم مفهوم التنشئة الاجتماعية Socialization بالمعنى التربوي، وهو أول من صاغ الملامح العلمية لنظرية التنشئة الاجتماعية، حيث يرى دوركايم أن الإنسان الذي تريد التربية أن تنتجه ليس الإنسان على غرار ما أودعته الطبيعة، بل الإنسان على غرار ما يريده المجتمع، وأن وسائل الإعلام الجديد تؤثر في عملية التنشئة الاجتماعية من خلال قيامها بنقل الرسالة الإعلامية وفقاً لاعتبارات متعددة، منها درجة أو قوة جذب وتأثير هذه الوسائل، والظروف المحيطة التي تُعرض فيها المؤثرات، وكذلك ترتبط بشكل كبير جداً بالمستقبل والظروف المحيطة به، وطبيعة هذا المستقبل الشخصية والسلوكية. فالأدوات والوسائل الإعلامية باختلاف أشكالها لها تأثيرات متعددة ومتفاوتة باختلاف طبيعتها كأداة، وباختلاف مستقبلها، فهذه الوسائل والأدوات الإعلامية تقوم بدور رئيسي وجوهري في غرس القيم، والتأثير في السلوك الإنساني من خلال استقبال ما تعرضه هذه الوسائل. وعلى حد قول العالم النفسي هوفمان عند إشارته للأبناء وتأثير وسائل الإعلام فيهم عندما يقفون أمام أجهزة الإعلام، فقد شبههم بقطعة الإسفنج التي تمتص إلى حد كبير كل ما تتعرض له. ويضيف إلى أن المؤسسات الإعلامية تؤثر في الفرد بشكل كبير -وتحديداً الأطفال- ويعتلى هذا التأثير في تأثيرات أخرى تتم خلال عملية التنشئة الاجتماعية. وقد لا يكون كل ما يعرض في هذه الوسائل الإعلامية مقبولاً في المجتمع، خاصة ما يتم عرضه في القنوات الفضائية، التي قد تخلق وتنشأ من خلالها بعض القيم والمعتقدات المتعارضة مع قيم المجتمع (حسن بن عايل، 2008). فالوسائل الإعلامية تؤدي وظيفة هامة للمجتمع تتمثل بغرس القيم في سلوك الأفراد، وقد حدد عالما الاتصال لازرسيفلد وميرتون بعض الوظائف الخاصة بوسائل الإعلام، حيث أشارا إلى أن من أهم وظائف وسائل الإعلام هو تبادل الأفكار والآراء بين أفراد المجتمع، وتدعيم المعايير الاجتماعية من خلال معاينة الخارجين عن هذه المعايير، وأخيراً التحذير الذي يقصد به تجنب الآثار غير المرغوب فيها للمجتمع (الكندري، 2008).

نفسها، ويعقد مقارنة بين الإعلام الجديد والقديم عن طريق النماذج الكلاسيكية، ابتداءً من أول نموذج اتصالي بين البشر وهو الاتصال الشخصي، وله حالتان تميزانه: النموذج الأول الاتصال الشخصي: وهنا يملك كل فرد من طرفي الاتصال درجة من درجات السيطرة المتساوية على المحتوى المتبادل بين الطرفين، كما أن التحكم المتساوي وميزة الفردية ينخفضان في حالة ازدياد عدد المشاركين في العملية الاتصالية، مما جعل خبراء الاتصال يطلقون عليه الاتصال من نقطة إلى أخرى أو من فرد لآخر One-to-one. أما النموذج الثاني فهو الإعلام الجديد ويتميز حسب كروسبي (Crosbie, 1998) بما يلي: أنه يمكن للرسائل الفردية أن تصل في وقت واحد إلى عدد غير محدود من البشر، كما أن كل واحد من هؤلاء البشر له درجة السيطرة نفسها ودرجة الاسهام المتبادل نفسها.

ويكمن النظر للتغير الاجتماعي برؤية حتمية التحول في ثلاثة مسارات أولهما: ما يعرف بالحتمية التقنية *Technological Determinism* وثانيهما ما يعرف بالحتمية الاجتماعية *Social Determinism*، وإن لكلا المسارين وجهات نظر تدعم تفسيره، إلا إن التفسير الذي قدمه بعض المفكرين في اختلاف معدل التغير في كل من الثقافة المادية واللامادية، نتيجة التأثير التقني في المجتمعات يعدّ الأساس في التحليل الاجتماعي لتقنية الاتصال، مع احتمال حدوث تصادم بين التغير التقني والتغير الثقافي، ويترتب عليه خلل وظيفي مما يؤثر في تفكير أفراد المجتمع، وتتوتر القيم والإيديولوجيات السائدة (علي رحومة، 2007). وتبرز الحتمية الاجتماعية في مقابل الحتمية التقنية على أساس أنّ القوى الاجتماعية بأنواعها تمتلك زمام تطور التكنولوجيا، وتؤثر في تطورها وتوجيهها واشتهر في هذا الاتجاه الأمريكي لزلي وايت حيث قدم الطرح الآتي: "إن النسيج الاجتماعي هو الثقافة المتقدمة بخطى التكنولوجيا، وتبنى المجتمعات البشرية ثقافياً بواسطة المادية التكنولوجية، وتبنى اجتماعياً بفعل التطور الاجتماعي، بمعنى جدلية الاجتماع/ التقنية" (رحومة، 2007، 83) ثم ظهر مفهوم الحتمية المعلوماتية في بداية الألفية الثالثة، إذ لم يعد يقاس مدى تقدم الدول، على أساس نتاجها القومي بل: إجمالي نتاجها المعلوماتي القومي وأهم منظري هذا الاتجاه هو عالم الاجتماع سكوت لاش، إذ اهتم بالتغير المعاصر في عصر "ما بعد الحداثة"، ونبه إلى تناقضات عصر ما بعد الحداثة؛ لأنه يفرض على الإنسان صعوبة العيش فيه دون أدواته الاتصالية التي تربطه بالمجتمع، فمثلاً، "لا نستطيع العمل من دون هاتف نقال، أو الحاسوب، ..."، أي أشكال تقنية للحياة الاجتماعية. ويؤكد سكوت لاش "أنه تصبح لأشكال الحياة

## الدراسات السابقة

أسباب الاستخدام وطبيعة العلاقات الاجتماعية. كما أشارت الدراسة إلى وجود علاقة ارتباطية موجبة بين متغير عدد الساعات وبين أسباب الاستخدام، في حين أثبتت النتائج وجود علاقة ارتباط طردية بين متغير طريقة الاستخدام وبين أسبابه وطبيعة العلاقات الاجتماعية.

وأجرى أبو عرقوب والخدام (2012) دراسة وصفية تحليلية بعنوان " تأثير الإنترنت على الاتصال الشخصي بالأسرة وبالأصدقاء: دراسة ميدانية" هدفت إلى معرفة مدى تأثير الإنترنت في الاتصال الشخصي بالأسرة وبالأصدقاء. وقد تم توزيع استبانة على عينة قوامها (300) طالبة في كلية عجلون الجامعية. وقد توصلت الدراسة إلى جملة من النتائج أبرزها: وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين استخدام الإنترنت من جهة وعدد ساعات استخدامه من جهة أخرى والاتصال الشخصي بالأسرة وبالآخرين، وعدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية لتأثير استخدام الإنترنت في الاتصال الشخصي بالأسرة والصديقات تعزى لمتغيرات الدخل الشهري، والتخصص، والمستوى الدراسي عند مستوى الدلالة (0.01)، وكذلك أظهرت النتائج أن للإنترنت تأثيراً في سلوك الطالبات في كلية عجلون الجامعية لأنه قلل من رغبتهم في الاتصال الشخصي وجهاً لوجه بأسرهن وبصديقاتهن.

وأجرت خديجة بن فليس (2011) دراسة تحت عنوان "أساليب تعامل المراهقين مع التدفق الإعلامي وأثرها على تشكل الهوية لديهم: دراسة ميدانية ببعض أقسام جامعة باتنة". أجريت على مراهقات في مرحلة المراهقة المتأخرة وهي المرحلة التي تمتد من عُمر (18) سنة و(20) سنة تقريباً وهي الفترة التي تعرف بمرحلة الشباب، وتكونت عينة الدراسة من الشباب الجامعي وعددها (200) طالب جامعي، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي والمنهج الوصفي المقارن كونهما الأنسب للدراسة، وقد أظهرت النتائج أن الشباب الجامعيين يميلون في غالبيتهم إلى استخدام أسلوب التقليد في التعامل مع الكم الإعلامي الهائل الموجه له. كما توصلت الدراسة إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الأساليب التي يستخدمها الشباب، تعزى إلى متغير الجنس وهي فروق لصالح الإناث.

أما الباحثة سمير شيخاني (2010) فقد أجرت دراسة بعنوان "الإعلام الجديد في عصر المعلومات" هدفت إلى الكشف عن ماهية الإعلام الجديد (الذي ولد في عصر المعلومات) وذلك في ضوء ظاهرتين بارزتين تميز بهما هذا العصر، وهما ظاهرة تقجر المعلومات بشكل غير مسبوق وظاهرة الاتصال عن بعد، حيث حمل هذا النمط الإعلامي

من الدراسات السابقة التي أجريت حول هذا الموضوع دراسة محمود الشامي (2013) تحت عنوان "أنماط التنشئة الاجتماعية السائدة لدى الأسرة الفلسطينية في عصر العولمة من وجهة نظر طلبة جامعة الأقصى في خان يونس" هدفت إلى التعرف إلى أنماط التنشئة الاجتماعية السائدة لدى الأسرة الفلسطينية في عصر العولمة من وجهة نظر طلبة جامعة الأقصى في خان يونس، وتكونت عينة الدراسة من (431) طالباً وطالبة واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي وتوصلت الدراسة إلى سيادة نمط التنشئة الاجتماعية الديمقراطي، كما أظهرت النتائج وجود فروق ذات دلالة إحصائية في المجالات المتعلقة بالنمط الديمقراطي لصالح الأسرة الفلسطينية في المدينة أكثر من المخيم، كما أظهرت نتائج الدراسة عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في رؤية طلبة الجامعة لنمط التنشئة الاجتماعية السائد وفقاً لمتغيرات الدراسة وهي (النوع، ومهنة الأب، والمستوى التعليمي للأب) وأخيراً أظهرت النتائج عدم وجود اتساق في أنماط التنشئة الاجتماعية الوالدية السائدة في الأسرة الفلسطينية.

وأجرت الشهري (2013) دراسة بعنوان " أثر استخدام شبكات التواصل الإلكترونية على العلاقات الاجتماعية: الفيسبوك وتويتر نموذجاً - دراسة ميدانية على عينة من طالبات جامعة الملك عبد العزيز بجده" هدفت إلى التعرف على الأسباب التي تدفع إلى الاشتراك في موقعي الفيسبوك وتويتر والتعرف على طبيعة العلاقات الاجتماعية عبر هذه المواقع، والكشف عن الآثار الإيجابية والسلبية الناتجة عن استخدام تلك المواقع. ومن أجل تحقيق هذه الأهداف اعتمدت الدراسة على منهج المسح الاجتماعي واستخدمت أداة الاستبيان لجمع البيانات حيث تم تطبيق البحث في جامعة الملك عبد العزيز على عينة مكونة من (150) طالبة تم اختيارهن بطريقة قصدية، وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها: أن من أقوى الأسباب التي تدفع الطالبات لاستخدام الفيسبوك وتويتر هي سهولة التعبير عن آرائهن واتجاهاتهن الفكرية التي لا يستطيعن التعبير عنها صراحة في المجتمع، وأشارت النتائج كذلك أن الطالبات استقدن من هذين الموقعين في تعزيز صداقتهم القديمة والبحث عن صداقات جديدة، والتواصل مع أقاربهم البعيدين مكانياً، كما تبين أيضاً أن لاستخدام الفيسبوك وتويتر العديد من الآثار الإيجابية أهمها الانفتاح الفكري والتبادل الثقافي، فيما جاء اضمحلال التفاعل الأسري أحد أهم الآثار السلبية. وتشير النتائج كذلك إلى وجود علاقة ارتباطية بين متغيري العمر والمستوى الدراسي، وبين

دراسة في المجتمع البحريني على عينة من المعلمين ومديري المدارس وأخصائيي المناهج وطلاب المرحلة الثانوية والجامعية بلغ عددهم (165)، وقد هدف إلى التعرف على أثر تكنولوجيا الاتصالات في نوعية التعليم وفي مجالات العمل الحالية والمستقبلية للشباب، والتعرف على أثر تكنولوجيا الاتصالات في العلاقات الاجتماعية الإلكترونية وفي مستقبل الشباب البحريني، وقد اعتمد الباحث منهج المسح الاجتماعي وعلى أداتي المقابلة والاستبيان لجمع المعلومات، وتوصلت الدراسة إلى أن الطلاب يميلون إلى الصداقة والتعارف من خلال الإنترنت أكثر من غيرهم من أفراد العينة، كما أوضحت الدراسة أن ما تقدمه تكنولوجيا الاتصالات من مزايا يفوق كثيراً من سلبياتها من ناحية سهولة التواصل وتوفير فرص عمل والتنمية الفكرية وزيادة المعلومات وتوافرها.

وعلى الرغم من وجود بعض الدراسات التي قد تطرقت بشكل مباشر أو غير مباشر إلى متغير أو أكثر من متغيرات هذه الدراسة، إلا أن أيًا منها لم يدرس بصورة مباشرة العلاقة بين متغيرات هذه الدراسة ككل؛ وبالتالي يسجل لهذه الدراسة أسبقيتها في دراسة دور الإعلام الجديد في إعادة إنتاج التنشئة الاجتماعية، أي أن الدراسة الحالية تناولت موضوع مهم لأثر التكنولوجيا الحديثة في تنشئة اليافعين ضمن محيط الأسرة من مختلف سنوات عمرهم، خاصة وأن هذه الفئة العمرية.

### الإطار المنهجي للدراسة

1. المنهج المستخدم في الدراسة: لقد حظي موضوع استخدام المنهج "الأفضل" في الدراسات والأبحاث الاجتماعية باهتمام الباحثين والعلماء (Kura, 2012) ولقد أشار (Thompson, 2004: 362) إلى أن استخدام منهج واحد في الدراسات الاجتماعية كمن يستخدم "عيناً واحدة"، لكن الملاحظ أن الباحثين بدأوا باستخدام كلتا العينين، بمعنى استخدام المنهج الكمي والنوعي معاً في الدراسة نفسها، الأمر الذي حظي بقبول كثير من الباحثين حتى أن البعض أطلق على استخدام المنهج الكمي والنوعي في الدراسة نفسها بالمنهج الثالث (Hussein, 2009). ويرى الباحثون أنه لا يوجد ما يمكن تسميته بالأفضل، ولكن ربما ما نحتاجه هو المنهج الأنسب لنوع الدراسة وأهدافها، وأن القائمين عليها هم من يحددون المنهج الأنسب (Silverman, 2000)، ومن هنا ولأن الدراسة تسعى لمعرفة دور الإعلام الجديد في إعادة إنتاج التنشئة الاجتماعية لدى اليافعين في المرحلة الثانوية؛ فقد استخدمت الدراسة المنهج الكمي والكيفي معاً (Triangulation) للحصول على البيانات اللازمة وتحليلها، وقد تم استخدام

الجديد كل مظاهر العصر الذي ولد فيه وتناقضاته واكتسب سمات جديدة تميزه في المفهوم والوظائف والتأثير عن النظم الإعلامية السابقة، حيث توصلت الدراسة إلى أن العصر الحالي الذي يتسم بأنه عصر المعلومات أفرز نمطاً إعلامياً جديداً يختلف في مفهومه عن النظم الإعلامية السابقة، ويتميز عنها بالعديد من السمات من أهمها: التفاعلية وتفتيت الاتصال واللاتزامنية، وقابلية التحويل، وقابلية التوصيل، وقابلية التحرك والوسائط المتعددة، والشبوع والانتشار. كما أوضحت الدراسة أن تكنولوجيا الإعلام الجديد أحدثت تحولات جذرية في صناعة الصحافة المطبوعة وفي صناعة السينما والإذاعة والتلفزيون ومن أهم هذه التحولات استخدام أنظمة النشر المكتبي والنشر الإلكتروني والسينما الرقمية والسينما المنزلية والراديو ورايو الإنترنت والتلفاز عالي الوضوح والتلفاز الرقمي والتلفاز الكابلي والبلث المباشر بالأقمار الصناعية.

كما أجرى موسى حلس وناصر مهدي (2010) دراسة بعنوان "دور وسائل الإعلام في تشكيل الوعي الاجتماعي لدى الشباب الفلسطيني: دراسة ميدانية على عينة من طلاب كلية الآداب جامعة الأزهر" هدفت إلى التعرف إلى دور وسائل الإعلام في تشكيل الوعي الاجتماعي لدى طلبة الجامعات، تكونت عينة الدراسة من (219) طالباً جامعياً، واستخدم الباحث منهج المسح الاجتماعي وأعدت الاستبانة كأداة رئيسة لجمع البيانات وقد توصلت الدراسة إلى أن دور وسائل الإعلام في تشكيل الوعي الاجتماعي لدى الشباب الفلسطيني كان مرتفعاً وبنسبة مئوية بلغت (92.7%).

أجرى ميشيل فانسون "Vansoon" (2010) دراسة بعنوان "أثر استخدام التقنية على العلاقات الاجتماعية" طبقت هذه الدراسة على عينة قوامها (1600) شاب من مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي في بريطانيا، حيث هدفت للتعرف على أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في العلاقات الاجتماعية، واستخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي وأداة الاستبيان لجمع المعلومات وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها: أن أكثر من نصف الأشخاص البالغين الذين يستخدمون مواقع من بينها (الفيس بوك واليوتيوب) قد اعترفوا بأنهم يقضون وقتاً أطول على شبكة الإنترنت من ذلك الوقت الذي يقضونه مع أصدقائهم الحقيقيين أو مع أفراد أسرهم، كما أظهرت الدراسة أيضاً أنهم يتحدثون بصورة أقل عبر الهاتف ولا يشاهدون التلفاز كثيراً، وأن شبكات التواصل الإلكترونية قد غيرت نمط حياة (53%) من أفراد العينة.

وتحت عنوان "تكنولوجيا الاتصالات وآثارها التربوية والاجتماعية" أجرى حملي عمار وعبد الباقي أبو زيد (2001)،

استخراج معاملات كرونباخ ألفا *Chronbach's Alpha* لقرات الدراسة، وتبين أن أداة الدراسة تتمتع بدرجة ثبات عالية.

### الجدول (1)

معامل ثبات التطبيق بطريقة بيرسون (Pearson Correlation) ومعامل الثبات الأداة بطريقة (كرونباخ ألفا)

المحور	معامل الثبات بطريقة (كرونباخ ألفا)	معامل تطبيق بطريقة بيرسون
القيم	0.75	*0.74
إدارة الوقت	0.77	*0.73
التفضيلات الشخصية	0.75	*0.71
الأداة	0.76	*0.74

\*دالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $0.05 \geq \alpha$ ).

يظهر من الجدول (1) أن معاملات الثبات بطريقة *Chronbach's Alpha* تراوحت أبعادها بين (0.75-0.77)، وهي قيم مرتفعة ومقبولة لأغراض التطبيق؛ إذ أشارت معظم الدراسات إلى أن نسبة قبول معامل الثبات (0.60) (Amir & Sonderpandian, 2002)، كما يظهر الجدول أن معاملات الارتباط بيرسون لأبعاد الدراسة تراوحت ما بين (0.71-0.74) وهي قيم دالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $\alpha = 0.05$ )، وهذا يدل على ثبات تطبيق أداة الدراسة.

6. الأساليب الإحصائية المستخدمة في الدراسة: للإجابة عن تساؤلات الدراسة تم استخدام أساليب التحليل الإحصائي بالاعتماد على الرزمة الإحصائية (SPSS) وهو حزمة البرامج الإحصائية (Statistical Package for Social Science) ومقاييس الإحصاء الوصفي (Descriptive Statistics Measures) لوصف خصائص عينة الدراسة من خلال التكرارات والنسب المئوية، وقد أُخترت الأساليب الإحصائية الملائمة للإجابة عن تساؤلات الدراسة وهي:

أولاً- الإحصاء الوصفي: وذلك لعرض خصائص أفراد العينة ووصف استجاباتهم عن فقرات الاستبانة. ثانياً- اختبار صدق وثبات أداة الدراسة *Chronbach's Alpha* كرونباخ ألفا الذي استخدم لقياس الاتساق الداخلي لأداة الدراسة.

ثالثاً- اختبار (ت) *Paired -Sample T.Test* لفروق العينات المتزاوجة حيث يقوم هذا النوع باختبار الفروق بين إجابات عينة واحدة حول موضوعين أو مجالين مختلفين. رابعاً- اختبار تحليل التباين الأحادي (ANOVA) لاختبار

المنهجين في الدراسة نفسها لتحقيق فهم أفضل لدور الإعلام الجديد بشكل أعمق ولزيادة مصداقية الدراسة; Creswell, 2009; (Bryman, 2006).

2. مجتمع الدراسة وعينتها: يتكون مجتمع هذه الدراسة من الطلبة اليافعين في المرحلة الثانوية، تم حصرهم من مدارس القطاع العام في محافظة إربد، وقد تم اختيار مدارس القطاع العام لأنها تضم طلبة وطالبات من المستويات الاجتماعية والاقتصادية كافة وقد تم حصر مجتمع الدراسة على اليافعين في المرحلة الثانوية لسببين هما: أن الطلبة (اليافعين) في هذه المرحلة يستطيعون التعامل مع الاستمارة بشكل جيد من حيث فهمها وتعبئة المعلومات المطلوبة، كما أن اليافع في هذه المرحلة العمرية يكون قد تشكل لديه وعي يسمح له باختيار قرارات مهمة مثل اختيار تخصصه (علمي، أدبي) وبناء على ذلك بلغ مجتمع الدراسة (402) طالب وطالبة. أما عينة الدراسة، فقد تم اختيارها عشوائياً *Random Sample* بنسبة (50%) من المجتمع الأصلي أي (201) يافع ويافعة، بلغ عدد الذكور (95) يافعاً وعدد الإناث (106) يافعة.

3. أداة الدراسة: استمارة البحث وقد صيغت أسئلة هذه الاستمارة بطريقة تؤهلها لأن تشكل بمجملها المؤشرات والمقاييس التي تتطلبها الدراسة، سواء في مجال تحصيل البيانات والمعلومات من عينة الدراسة (الطلبة اليافعين)، أو في مجال تصميم المستويات المختلفة لقياس ما سوف تقيسه في أثناء عملية التعامل مع المتغير التابع المعتمد في هذه الدراسة، وقد تم تقسيمها إلى قسمين: القسم الأول يتعلق بالبيانات الشخصية، القسم الثاني يتعلق بمحاور التنشئة الاجتماعية.

4. صدق الأداة: يقصد به دراسة مدى ملائمة الاستبانة المستخدمة في قياس الموضوعات أو الظواهر التي يسعى الباحث إلى معرفتها ومدى قدرة هذه الأداة على قياس وتوفير المعلومات المطلوبة، أي التحقق من أن الأداة قادرة على قياس الشيء الذي وضعت لأجله، وقد تم التأكد من صدق الأداة من خلال عرضها على مجموعة من الخبراء والمحكمين من ذوي التخصص والخبرة والكفاءة العلمية لإبداء رأيهم في الاستبيان سواء من حيث مناسبة فقراته لأهداف البحث، أو مدى تغطيتها للجوانب والمجالات المقصودة في الدراسة وبناء على ملاحظات المحكمين فقد أُجريت بعض التعديلات، حيث ظهرت الاستبانة بصورتها النهائية.

5. ثبات الأداة: فيما يتعلق بدرجة ثبات أداة الدراسة (الاستبانة) يقصد به قياس مدى استقلالية المعلومات عن أدوات القياس ذاتها بهدف التوصل إلى النتائج نفسها، وإمكان إعادة تطبيق أداة الاستبيان والحصول على نتائج ثابتة، وقد تم



الفروق في الاتجاهات حسب بعض المتغيرات.

### عرض نتائج الدراسة

هدفت هذه الدراسة إلى الكشف عن دور وسائل الإعلام في إعادة إنتاج التنشئة الاجتماعية لليافعين، وذلك عن طريق الإجابة عن أسئلة الدراسة وفيما يلي عرض النتائج التي توصلت إليها الدراسة.

### أولاً: وصف خصائص عينة الدراسة

تكونت عينة الدراسة من (201) طالب وطالبة في المرحلة الثانوية في محافظة إربد، تم اختيارهم بطريقة عشوائية من مجتمع الدراسة، الجدول (2) يوضح توزيع أفراد العينة تبعاً للمتغيرات الشخصية.

تظهر نتائج الجدول (2) أن هناك تركزاً واضحاً من طلبة المرحلة الثانوية في مدراس محافظة إربد ضمن الفئة العمرية (13-15 سنة) وبما نسبته (47.8%). بالمقابل شكلت الفئة

العمرية من (10 - 12 سنة) ما نسبته (26.4%)، وجاء في المرتبة الأخيرة الفئة العمرية من (16-19 سنة) حيث بلغت نسبتهم (25.9%). وفيما يتعلق بمتغير الجنس فقد بلغت النسبة المئوية للذكور في العينة (68.7%)، بينما بلغت النسبة المئوية للإناث (31.3%). وبخصوص متغير مكان السكن فقد بلغت أعلى نسبة مئوية لتوزيع أفراد العينة تبعاً لمتغير طبيعة مكان السكن (59.7%) مكان السكن (شقة تملك)، بينما بلغت أدنى نسبة مئوية (8.0%) للمكان السكن (بيت مستقل تملك).

### ثانياً: النتائج المتعلقة بأسئلة الدراسة

1. النتائج المتعلقة بالإجابة عن السؤال الأول: هل تسهم وسائل الإعلام الجديد في خلق قيم (سلبية، ايجابية) لدى اليافعين من طلبة المرحلة الثانوية في محافظة إربد؟ للإجابة عن هذا السؤال تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات أفراد العينة عن فقرات محور القيم والمحور ككل، الجدول (3) توضح ذلك.

### الجدول (2)

#### توزيع أفراد العينة تبعاً للمتغيرات الشخصية (ن=201)

المتغير	المستوى	التكرار	النسبة المئوية
العمر	12-10 سنة	53	6.42
	15-13 سنة	96	47.8
	19-16 سنة	52	5.92
	المجموع	120	100.0
الجنس	ذكر	138	68.7
	أنثى	63	31.3
	المجموع	120	100.0
طبيعة مكان السكن	شقة تملك	120	59.7
	شقة مستأجرة	43	1.42
	بيت مستقل تملك	16	8.0
	بيت مستقل مستأجر	22	10.9
	المجموع	120	100.0

## الجدول (3)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات أفراد العينة عن فقرات محور القيم مرتبة تنازلياً (ن=201)

الرتبة	الرقم	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الدرجة التقييم
1	1	أتابع وسائل الإعلام الجديد (فيسبوك، تويتر، انستجرام، يوتيوب، المدونات) بشكل يومي مكثف.	4.51	.730	مرتفعة
2	2	تشجع وسائل الإعلام الجديد (فيسبوك، تويتر، انستجرام، يوتيوب، المدونات) على انتشار القيم الإيجابية (الصدق، الأمانة، مساعدة الآخرين).	4.37	.840	مرتفعة
3	7	تراجعت القيم التي سادت قديماً بسبب تأثير وسائل الإعلام الجديد.	4.30	.830	مرتفعة
4	4	لكل شخص حق التعبير بحرية تامة على أي من مواقع التواصل الاجتماعي.	4.26	.980	مرتفعة
5	3	التزم المصداقية عندما استخدم وسائل الاعلام جديد.	4.17	.920	مرتفعة
6	6	تشجع وسائل الاعلام الجديد على انتشار القيم السلبية (الكذب، الخداع، الغش....).	4.10	.980	مرتفعة
7	8	تراجعت اهمية حياة الكتاب بسبب الاعتماد على وسائل الإعلام الجديد.	4.10	.900	مرتفعة
8	5	أعبر عن آرائي بدون قيود وبحرية تامة من خلال وسائل الإعلام جديد.	4.05	1.20	مرتفعة
محور القيم ككل					مرتفعة
			4.23	.790	

عبارة عن قرية صغيرة. ويتنوع أثر الإعلام الجديد على القيم بين إكساب اليافعين قيم إيجابية وأخرى سلبية، وفي هذه الدراسة يتضح أن تأثير الإعلام الجديد في اليافعين يتركز على النواحي الإيجابية كما تبين فقرات المحور المتعلق بالقيم في الجدول أعلاه، وتتفق هذه الدراسة مع نتائج دراسة الشهري (2013) التي تؤكد على أن للإعلام الجديد ممثلاً (بالفيسبوك وتويتر) دوراً إيجابياً في الانفتاح الفكري والتبادل الثقافي مع الآخرين وهذه قيمة إيجابية يسهم بها الإعلام الجديد.

2. النتائج المتعلقة بالإجابة عن السؤال الثاني: هل يتمكن اليافعون من إدارة الوقت بفعالية عند متابعة وسائل الإعلام الجديد؟ للإجابة عن هذا السؤال تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات أفراد العينة عن فقرات محور إدارة الوقت والمحور ككل، الجدول (4) توضح ذلك.

يظهر من الجدول (3) أن المتوسطات الحسابية لإجابات أفراد العينة عن فقرات مجال القيم تراوحت ما بين (4.05- 4.51) كانت أعلاها للفقرة (1) "أتابع وسائل الإعلام الجديد (فيسبوك، تويتر، انستجرام، يوتيوب، المدونات) بشكل يومي مكثف" بمتوسط حسابي (4.51) ودرجة تقييم مرتفعة، بينما كان أدناها للفقرة (5) "أعبر عن آرائي بدون قيود وبحرية تامة من خلال وسائل الإعلام الجديد" بمتوسط حسابي (4.05) ودرجة تقييم مرتفعة، وبلغ المتوسط الحسابي لمحور القيم ككل (4.23) بدرجة تقييم مرتفعة. يتضح مما سبق أن للإعلام الجديد المقدرة على إيجاد قيم لدى طلبة المرحلة الثانوية في محافظة إربد التي تظهر في سلوكهم اليومي والحياتي، حيث ترى الباحثة أن هذه النتيجة منطقية ومعقولة، نظراً لما أصبح يتصف به العصر الراهن بأنه عصر التدفق الإعلامي السريع، الذي يترك آثاره على جمهور المتلقي والذي جعل العالم كله

## الجدول (4)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات أفراد العينة عن فقرات محور إدارة الوقت مرتبة تنازلياً (ن=201)

الرتبة	الرقم	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الدرجة التقويم
1	8	هناك وقت خاص لممارسة الشعائر الدينية والروحانيات رغم متابعتي لوسائل الإعلام الجديد.	4.39	.800	مرتفعة
2	2	يمكن أن أقضي وقتاً ممتعاً حتى بدون وجود تغطية لشبكة الانترنت	4.29	.740	مرتفعة
3	1	من الضروري مراعاة إدارة الوقت عند التعامل مع وسائل الإعلام الجديد.	4.21	.990	مرتفعة
4	6	أفضل أن أخرج مع أصدقائي على أن أقضي الوقت لمتابعة وسائل الإعلام جديد.	4.18	.890	مرتفعة
5	5	أخصص وقت يومي للجلوس والحديث مع أفراد عائلتي	4.17	1.02	مرتفعة
6	7	متابعتي لوسائل الإعلام الجديد تحد من تواصلتي مع أقاربي وأبناء عمومتي.	4.14	.920	مرتفعة
7	9	متابعة وسائل الإعلام الجديد تؤثر سلباً على التحصيل الأكاديمي.	4.14	.850	مرتفعة
8	3	لا أحدد وقت معين عندما أبدأ باستخدام وسائل الإعلام الجديد.	4.11	.980	مرتفعة
9	4	استخدامي لوسائل الإعلام الجديد يحد من ممارستي للأنشطة الرياضية.	3.97	1.03	مرتفعة
المحور ادارة الوقت ككل					
			4.18	.710	مرتفعة

## الجدول (5)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات أفراد العينة عن فقرات محور التفضيلات الشخصية مرتبة تنازلياً (ن=201)

الرتبة	الرقم	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الدرجة التقويم
1	7	لي هوايات أمارسها منذ طفولتي ولم تتغير إلى الآن.	4.43	.790	مرتفعة
2	8	سألجأ الى وسائل الإعلام الجديد عندما ارغب بخطبة فتاة بقصد الزواج.	4.35	.760	مرتفعة
3	1	متابعتي للموضة من خلال وسائل الإعلام الجديد تحدد ذوقي في اختيار ملابستي	4.2	.880	مرتفعة
4	2	متابعتي لوسائل الإعلام الجديد أعاق قدرتي على الاحتفاظ بصدقاتي السابقة.	4.18	.870	مرتفعة
5	9	تراجعت متابعتي لوسائل الإعلام التقليدي (صحف، ومجلات مقروءة المحطات الأرضية التلفزيونية) بسبب اعتمادي على وسائل الإعلام الجديد	4.17	.850	مرتفعة
6	3	متابعة الإعلام الجديد ساعدني على ايجاد هوايات جديدة	4.07	1.08	مرتفعة
7	4	أرغب بشراء المواد التي تظهر في الإعلانات والدعايات المعروضة على وسائل الإعلام الجديد	4.03	.970	مرتفعة
8	5	أزور المقاهي التي تظهر اعلاناتها من خلال وسائل الإعلام الجديد	4.01	.970	مرتفعة
9	6	أحب أن أتعرف على صداقات جديدة من خلال وسائل الإعلام جديد	3.99	.970	مرتفعة
المحور التفضيلات الشخصية ككل					
			4.16	.710	مرتفعة

ما يعرف بالتفضيلات الشخصية وتتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة الشهري (2013) ودراسة أبي عرقوب والخدام (2012) ودراسة ميشيل فانسون "Vansoon" (2010) والتي توصلت إلى أن شبكات التواصل الإلكترونية قد غيرت نمط حياة (53%) من أفراد العينة.

4. النتائج المتعلقة بالإجابة عن السؤال الرابع: هل توجد علاقة ارتباطية عند مستوى الدلالة ( $\alpha = 0.05$ ) بين دور وسائل الإعلام وإعادة إنتاج التنشئة الاجتماعية لليافعين؟ للإجابة عن هذا السؤال تم تطبيق اختبار (-One Sample T-test) على محاور أداة الدراسة والأداة ككل، الجدول (6) يوضح ذلك.

#### الجدول (6)

نتائج تطبيق اختبار (One Sample T-test) على محاور أداة الدراسة والأداة ككل

المحور	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	T	الدلالة الإحصائية
القيم	4.23	.790	15.51	.000
إدارة الوقت	4.18	.710	16.63	.000
التفضيلات الشخصية	4.16	.710	16.39	.000
الأداة ككل	4.19	.670	17.65	.000

يظهر من الجدول (6) أن هناك علاقة ارتباطية عند مستوى الدلالة ( $\alpha = 0.05$ ) بين دور وسائل الإعلام وإعادة إنتاج التنشئة الاجتماعية لليافعين، حيث كانت قيم (T) لمحاور الدراسة والأداة ككل دالة إحصائياً وهي نتيجة معقولة وملائمة للعصر الراهن الذي يتسم بأنه عصر المعلومات والتدفق الإعلامي الذي يمارس تأثيره في المستخدمين من مختلف الشرائح الاجتماعية بما فيهم عينة الدراسة الحالية.

5. السؤال الخامس: هل هناك فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $\alpha = 0.05$ ) في دور وسائل الإعلام وإعادة إنتاج التنشئة الاجتماعية لليافعين تعزى للمتغيرات (العمر، الجنس، طبيعة مكان السكن)؟ للإجابة عن هذا السؤال تم تطبيق اختبار (Independent Samples T-Test) على محاور أداة الدراسة والأداة ككل تبعاً لمتغير الجنس، وكذلك تطبيق اختبار تحليل التباين الأحادي (ANOVA) على محاور أداة الدراسة والأداة ككل تبعاً لمتغيري (العمر، طبيعة مكان السكن)، والجدول (7-9) توضح ذلك.

يظهر من الجدول (4) أن المتوسطات الحسابية لإجابات أفراد العينة عن فقرات محور إدارة الوقت تراوحت بين (3.97-4.39) كانت أعلاها للفقرة (8) "هناك وقت خاص لممارسة الشعائر الدينية والروحانيات رغم متابعتي لوسائل الإعلام الجديد" بمتوسط حسابي (4.39) ودرجة تقييم مرتفعة، وأدناها للفقرة (4) "استخدامي لوسائل الإعلام الجديد يحد من ممارستي للأنشطة الرياضية" بمتوسط حسابي (3.97) ودرجة تقييم مرتفعة، وبلغ المتوسط الحسابي للمحور إدارة الوقت ككل (4.18) بدرجة تقييم مرتفعة، وتبدو هذه النتيجة معقولة ومنطقية حيث إن توفر وسائل الإعلام الجديد تتيح للمستخدم أن يتعرض لها بأي وقت يرى نفسه راغباً في ذلك وهذا بطبيعة الحال يؤثر في مقدرة المستخدم في إدارة الوقت لمختلف نشاطاته الحياتية الأخرى وتتفق هذه النتيجة مع دراسة أبي عرقوب والخدام (2012) والتي أظهرت نتائجها أن للإنترنت تأثيراً في سلوك الطالبات في كلية عجلون الجامعية لأنه قلل من رغبتهم في الاتصال الشخصي وجهاً لوجه بأسرهن وبصديقاتهن نتيجة للمبالغة في عدد ساعات استخدام الإنترنت.

3. النتائج المتعلقة بالإجابة عن السؤال الثالث: هل الاهتمام بمتابعة وسائل الإعلام الجديد تعيد صياغة التفضيلات الشخصية لليافعين؟ للإجابة عن هذا السؤال تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات أفراد العينة عن فقرات محور التفضيلات الشخصية، الجدول (5) يوضح ذلك.

يظهر من الجدول (5) أن المتوسطات الحسابية لإجابات أفراد العينة عن فقرات محور التفضيلات الشخصية (3.99-4.43) كانت أعلاها للفقرة (7) "لي هوايات أمارسها منذ طفولتي ولم تتغير إلى الآن" بمتوسط حسابي (4.43) ودرجة تقييم مرتفعة، وأدناها للفقرة (6) "أحب أن أتعرف على صداقات جديدة من خلال وسائل الإعلام الجديد" بمتوسط حسابي (3.99) ودرجة تقييم مرتفعة، وبلغ المتوسط الحسابي لمحور التفضيلات الشخصية ككل (4.16) بدرجة تقييم مرتفعة، وتبدو هذه النتيجة معقولة من حيث أن الإعلام الجديد يتيح المجال أمام مستخدميه ليتعرفوا على أشخاص آخرين ويشكلون صداقات جديدة إلى جانب الاحتفاظ بصداقاتهم القديمة، حيث أتاح التقدم التكنولوجي الهائل الفرصة أمام الآخرين لامتلاك أجهزة حواسيب وموبايل متقدمة تستطيع هذه الأجهزة من خلال ما تحويه من برامج ان تنتج صداقات جديدة والتواصل مع صداقات قديمة ثم أصبح بمقدور غالبية الشرائح الاجتماعية أن تمتلك أجهزة حديثة تتيح لها فرصة تكوين صداقات جديدة وبالتالي اختيار ما يناسبهم من مضمين وبرامج إلكترونية وهو

الشرائح الاجتماعية بغض النظر عن مكان سكانها في بيت مستقل أم بيت مستأجر أو شقة تملك أو شقة مستأجرة ويمارس تأثيره في مختلف الشرائح الاجتماعية بصرف النظر عن مكان سكنها وتتفق هذه النتيجة مع دراسة أبي عرقوب والخدام (2012).

### الجدول (9)

تطبيق اختبار (Independent Samples T-Test) على محاور أداة الدراسة والأداة ككل تبعاً لمتغير الجنس

الجنس	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	T	الدالة الإحصائية
ذكر	4.12	.700	-1.52	.130
أنثى	4.34	.580		

يظهر من الجدول (9) عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $\alpha = 0.05$ ) في دور وسائل الإعلام وإعادة إنتاج التنشئة الاجتماعية لليافعين تعزى لمتغير الجنس، حيث بلغت قيمة (T) (-1.52) وهي قيمة غير دالة إحصائياً، وهذا يعني أن تأثير الإعلام الجديد في عينة الدراسة غير مرتبط بنوع المستخدم ذكراً كان أم أنثى، وهذه النتيجة بطبيعة الحال منطقية ومعقولة كما يبدو على أرض الواقع فالإعلام الجديد متاح للجميع للذكور والإناث والصغير والكبير ويمارس تأثيره في الأفراد بغض النظر عن جنس المستخدم.

### ملخص النتائج والتوصيات

من خلال نتائج الدراسة، يتبين أن اليافعين من طلبة المرحلة الثانوية في مدارس محافظة إربد يستخدمون الإعلام الجديد ويتأثرون فيه من حيث تشكيله للقيم الإيجابية والسلبية، إلا أن تأثير الإعلام الجديد في هذه الدراسة تركز على النواحي الإيجابية حيث دلت نتائج التحليل الإحصائي أن هناك (5) فقرات من أصل (8) من فقرات محور القيم الواردة في الدراسة، دلت على وجود تأثير إيجابي للإعلام الجديد في عينة الدراسة وقد تراوحت المتوسطات الحسابية لإجابات أفراد العينة عن فقرات مجال القيم ما بين (4.05-4.51)، كانت أعلاها للفقرة (1) "أتابع وسائل الإعلام الجديد (فيسبوك، تويتر، انستجرام، يوتيوب، المدونات) بشكل يومي مكثف" بمتوسط حسابي (4.51) ودرجة تقييم مرتفعة، بينما كان أدناها للفقرة (5) "أعبر عن آرائي بدون قيود وبحرية تامة من خلال وسائل الإعلام الجديد" بمتوسط حسابي (4.05) وهي تدل على درجات تأثير مرتفعة. أما بالنسبة لمحوري إدارة الوقت والتفضيلات الشخصية دلت نتائج التحليل الإحصائي على وجود تأثير للإعلام الجديد في الفقرات المتعلقة بهذين

### الجدول (7)

تحليل التباين الأحادي (ANOVA) على محاور أداة الدراسة والأداة ككل تبعاً لمتغير العمر

العمر بالسنوات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	F	الدالة الإحصائية
12-10	4.23	.730	1.95	.140
15-13	4.06	.690		
19-16	4.38	.540		

يظهر من الجدول (7) عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $\alpha = 0.05$ ) في دور وسائل الإعلام وإعادة إنتاج التنشئة الاجتماعية لليافعين تعزى لمتغير العمر، حيث بلغت قيمة (F) (1.95) وهي قيمة غير دالة إحصائياً، وهذا يعني أن الإعلام الجديد يؤثر في عينة الدراسة من مختلف الفئات العمرية وهي نتيجة منطقية ومقبولة فكل الشرائح الاجتماعية من مختلف الأعمار تتأثر بالإعلام الجديد والملاحظ على أرض الواقع يؤكد ذلك وتتفق هذه النتيجة مع دراسة أبي عرقوب والخدام (2012) وتختلف مع دراسة الشهري (2013) من حيث العلاقة بين متغير العمر واستخدام الإعلام الجديد (الفيسبوك).

### الجدول (8)

تحليل التباين الأحادي (ANOVA) على محاور أداة الدراسة والأداة ككل تبعاً لمتغير طبيعة مكان السكن

طبيعة مكان السكن	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	F	الدالة الإحصائية
شقة تملك	4.30	.690	1.61	.190
شقة مستأجرة	4.07	.630		
بيت مستقل تملك	4.13	.730		
بيت مستقل مستأجر	3.87	.520		

يظهر من الجدول (8) عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $\alpha = 0.05$ ) في دور وسائل الإعلام وإعادة إنتاج التنشئة الاجتماعية لليافعين تعزى لمتغير طبيعة مكان السكن، حيث بلغت قيمة (F) (1.61) وهي قيمة دالة إحصائياً وهذا يعني أن الإعلام الجديد لم يعد مقصوراً على شريحة اجتماعية دون غيرها بل هو متاح لجميع

2. إنشاء مجموعات شبابية على مواقع التواصل الاجتماعية، تعنى بتبني قضايا اجتماعية وثقافية تهدف إلى تأصيل القيم الإيجابية ونشرها بين الشباب.

3. تحذير الشباب من مغبة استخدام وتوظيف الإعلام الجديد في القضايا السلبية التي قد تؤثر سلباً في التنشئة الاجتماعية الأسرية القويمة والعلاقات بين اليافعين وأسرهم.

4. أن يعمل راسمو السياسات التربوية على التركيز على توعية اليافعين والشباب بالآثار الإيجابية والسلبية المترتبة على استخدام وسائل الإعلام الجديد دون استحضار الوعي، وضرورة تنفيذ برامج توعية حول مختلف جوانب التعاطي بالإعلام الجديد، لما له من خطورة بالغة في خلق اتجاهات هذه الفئة العمرية، وبالتالي صياغة سلوكياتهم فيما بعد ضمن محيطهم المؤسسي في الأسرة والمؤسسات التربوية ومؤسسات العمل في المجتمع.

المحورين وبدرجات تقييم مرتفعة (انظر الجدول (3) والجدول (49).

ودلت نتائج التحليل الإحصائي بأنه لا يوجد فروق ذات دلالة إحصائية بين دور الإعلام الجديد وإعادة إنتاج التنشئة الاجتماعية لليافعين من طلبة المرحلة الثانوية تعزى لمتغيرات الدراسة وهي (العمر، والجنس، وطبيعة مكان السكن)، أي أن الإعلام الجديد يمارس تأثيره في المستخدمين من مختلف الأعمار وبصرف النظر عن جنس المستخدم ذكراً كان أم أنثى، وكذلك بصرف النظر عن طبيعة مكان السكن).

### التوصيات

بناء على نتائج الدراسة فإن الباحثة توصي بما يلي:

1. إجراء المزيد من الدراسات عن دور الإعلام الجديد في إعادة إنتاج التنشئة الاجتماعية لليافعين.

### المصادر والمراجع

الشهري، ح (2013). أثر استخدام شبكات التواصل الالكترونية على العلاقات الاجتماعية : الفيسبوك وتويتر نموذجاً - دراسة ميدانية على عينة من طالبات جامعة الملك عبد العزيز بجده" رسالة ماجستير، كلية الآداب والعلوم الإنسانية، جامعة الملك عبد العزيز، جدة، المملكة العربية السعودية.

شيخاني، س (2010). الإعلام الجديد في عصر المعلومات، مجلد جامعة دمشق، المجلد (26)، العدد (2+1)، دمشق، الجمهورية العربية السورية.

صادق، ع (2011). الإعلام الجديد: دراسة في مداخله النظرية وخصائصه العامة، البوابة العربية لعلوم الإعلام والاتصال، ص9. نقلاً عن: Nicholas Negroponte, Being Digital. Publisher Vintage, USA. 1996. P37.

العبد الله، م (2005). الاتصال والديمقراطية، دار النهضة العربية، بيروت، لبنان، ص 21.

علي، أ (2001). التنشئة الاجتماعية ودورها في بناء الهوية عند الأطفال، مجلة الطفولة العربية، الكويت.

عمار، ح و أبو زيد، ع (2001). تكنولوجيا الاتصالات وأثارها التربوية والاجتماعية، دراسة ميدانية بمملكة البحرين.

عيديز، أ (2005). علم الاجتماع، ترجمة فايز الصياغ، المنظمة العربية للترجمة، توزيع مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، لبنان، ص 717.

القادري، ن (2008). قراءة في ثقافة الفضائيات العربية الوقوف على تخوم التفكير، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، لبنان، ص 231.

الكندري، ي (2008). دور التنشئة الاجتماعية والإعلام والمجتمع المدني في تحقيق الوحدة الوطنية، ورقة مقدمة إلى مؤتمر الوحدة الوطنية رابطة الاجتماعيين، 24-25/3/2008.

مشري، م (2012). شبكات التواصل الاجتماعي الرقمية نظرة في

بن عايل، ح (2008). رؤى حول التربية والإعلام وأدوار المناهج لتنمية التفكير في مضاميني الإعلام لتحقيق التربية الإعلامية، ورقة مقدمة للمؤتمر الدولي الأول للتربية الإعلامية، الرياض، المملكة العربية السعودية.

بن فليس، خ (2011). أساليب تعامل المراهقين مع التدفق الإعلامي وأثرها على تشكل الهوية لديهم: دراسة ميدانية ببعض أقسام جامعة باتنة، مجلة العلوم الانسانية والاجتماعية، عدد خاص الملتقى الدولي الأول حول الهوية والمجالات الاجتماعية في ظل التحولات السوسيوثقافية في المجتمع الجزائري، جامعة باتنة، الجزائر.

حلس، م و مهدي، ن (2010). دور وسائل الإعلام في تشكيل الوعي الاجتماعي لدى الشباب الفلسطيني: دراسة ميدانية على عينة من طلاب كلية الآداب جامعة الأزهر، مجلة جامعة الأزهر بغزة، سلسلة العلوم الإنسانية، المجلد (12) العدد (2)، غزة، فلسطين، ص 135 - 180.

الحيدري، ع (2009). الإعلام الجديد: النظام والفوضى، أبحاث المؤتمر الدولي، الإعلام الجديد: تكنولوجيا جديدة... لعالم جديد، جامعة البحرين، من 7-9 ابريل، ص 128.

رحومة، ع (2007). الانترنت والمنظومة التكنو-اجتماعية، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، لبنان، ص 75.

الشامي، م (2013). أنماط التنشئة الاجتماعية السائدة لدى الأسرة الفلسطينية في عصر العولمة من وجهة نظر طلبة جامعة الأقصى في خان يونس، مجلة جامعة النجاح للأبحاث (العلوم الإنسانية) المجلد (26)، العدد (10)، جامعة النجاح، فلسطين، ص 2235 - 2266.

Giddens, A. (1999). *Runaway World: How Globalization is Reshaping our lives*. London: Profile Books.

Thompson, J. (1995). *The Media and Modernity: A Social Theory of the Media*. Oxford: Polity Press. P:42-3.

Vansoon, Michale (2010). *Facebook and the invasion of technological communities*, New York.

Vin Crosbie, (1998). What is New Media? <http://www.digitaldeliverance.com/philosophy/definition/definition.html>  
Ac

الوظائف، مجلة المستقبل العربي، العدد (395)، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، لبنان.

نصر الدين، ل (2009). الرهانات الابستمولوجية والفلسفية للمنهج الكيفي: نحو آفاق جديدة لبحوث الإعلام والاتصال في المنطقة العربية، أبحاث المؤتمر الدولي، الإعلام الجديد: تكنولوجيا جديدة... لعالم جديد، جامعة البحرين، من 7-9 ابريل، ص18.

اليونيسف، (2011). تقرير وضع الأطفال في العالم.

Giddens, A. (1990). *The Consequences of Modernity*. Cambridge: Polity Press.

## Role of New Media in the Reproduce Socialization of Adolescents at High School

*Lara A. Al-Hadedd \**

### ABSTRACT

This study was conducted in order to detect the role of new media in re-producing socialization of Adolescents at high school, in public schools in Irbid Governorate during 2014. The study developed a questionnaire to achieve this goal, it was conducted on (201) adolescent from high school students, who are using the new media, the sample was randomly selected. The study used descriptive statistical analysis methods, and regression analysis and "T" test analysis, to achieve the objectives of the study.

Results showed number of findings, first that the new media has a significant role in the re-socialization of Adolescents in general. Besides new media has a big role that influencing adolescents individual positive values, it also increase chances to accurate their personal preferences, which affect their time management as well. The study also found that there were no statistical relevant differences at the level of significance ( $\alpha = 0.05$ ) between the role of the new media, and reproducing socialization attributable to the study variables (age, sex, type of residence). Study recommended conducting more studies on the new media role in the socialization re-production for adolescent young people, and the need to be aware of the influence of new media towards assuring negative attitudes that may affect re-socialization within families and in societies over all.

**Keywords:** new media, socialization re-production, Adolescents, high school students.

\* Faculty of Arts, The University of Jordan. Received on 20/2/2015 and Accepted for Publication on 14/4/2015.