



Journal of Studies and Researches of Sport Education

spo.uobasrah.edu.iq



The strategic direction of new media and its role in building the value system for Al-Warith and Al-Kafeel Scouts from the perspective of their leaders

Ali Ahmed Abdulraheem¹ 

University of Basrah - College of Physical Education and Sports Sciences^{1,2}

Sanaa Ali Ahmed² 

Article information

Article history:

Received 28/4/2025

Accepted 18/5/2025

Available online 15, NOV ,2025

Keywords:

Strategic direction, new media,
scouting, value system

Abstract

The research study aims to construct a scale for the strategic orientation of new media among the Al-Warith and Al-Kafeel scouts from the perspective of scout leaders. The researchers used the descriptive methodology with the survey approach. The research sample was selected using the (purposive) method, with a total of 185 leaders subjected to the experiment, representing (91.79%) of the population. The most important conclusions of the study were the clear analysis of the strategic orientation of new media and the identification of the technological tools used by the scouts, which have a clear role in enhancing the value system. The researchers recommended providing advanced scientific solutions to communication problems with scouts and youth in general, by moving away from traditional awareness programs that lack appeal.





مجلة دراسات وبحوث التربية الرياضية

spo.uobasrah.edu.iq



التوجه الاستراتيجي للإعلام الجديد ودوره في بناء منظومة القيم لكشفة الوارث والكفيل من وجهة نظر قاداتهم

✉ سناء علي احمد ²

✉ علي احمد عبدالرحيم ¹

جامعة البصرة/ كلية التربية البدنية وعلوم الرياضة^{1,2}

المخلص

تهدف الدراسة البحث الى بناء مقياس التوجه الاستراتيجي للإعلام الجديد لدى كشفة الوارث والكفيل من وجهة نظر القادة الكشفيين وأستخدم الباحثان المنهج الوصفي بالأسلوب المسحي، تم اختيار عينة البحث بالطريقة (العمدية) إذ بلغ أجمالي الذين خضعوا للتجربة (185) قائدا بنسبة (91.79%)، وكانت اهم استنتاجات الدراسة ان التحليل الواضح للتوجه الاستراتيجي للإعلام الجديد وتحديد الأدوات التكنولوجية التي يستخدمها الكشفة والتي لها دورا واضحا في تعزيز المنظومة القيمية. وقد اوصى الباحثان بتقديم حلول علمية متطورة لمشكلات التواصل مع الكشفة بشكل خاص والشباب بشكل عام عبر برامج التوعية التقليدية التي تفتقر الجاذبية.

معلومات البحث

تاريخ البحث :

الاستلام : 2025/4/28

القبول : 2025/5/18

التوفر على الانترنت: 15, نوفمبر, 2025

الكلمات المفتاحية :

التوجه الاستراتيجي، الاعلام الجديد ، الكشفة،
المنظومة القيمية

1-1 المقدمة:

التوجه الاستراتيجي هو منهج محدد تقوم المؤسسة بتطبيقه للوصول الي الأداء المتفوق والمستمر في سير عملها، حيث ان التوجه الاستراتيجي يعمل على إرساء نهج مرتبط بغايات تحسين أداء المؤسسة المستمر وعكس إدراك المديرين للبيئة المحيطة بهم وردود افعالهم للظروف البيئية المحيطة، ومن أبرز الخصائص التي يتميز بها الإعلام الجديد حيث يوفر التفاعل بين الأطراف في عملية الاتصال، وتسهيل تبادل المعلومات فيما بينهم وعدم ارتباط الرسالة بزمان محدد، حيث يمكن للمرسل، أن يبعث الرسائل للأفراد، ويستقبلها منهم، حسب الوقت الذي يناسب كل فرد و يستطيع الأفراد استخدام وسائل الإعلام الجديد والاتصال بأي مكان يتواجدون به وإمكانية تحويل المواد المسموعة إلى مواد مكتوبة، عن طريق التقنيات التكنولوجية الحديثة. الانتشار الواسع لوسائل الإعلام الجديد في جميع أنحاء العالم، حيث يمتلك أغلب الأفراد بطبقاتهم المختلفة، القدرة على الانخراط في الوسائط الإعلامية المتعددة، من خلال الأجهزة المحمولة وتعد فئة الكشافة هي احد هذه الفئات المتأثرة بالتوجه الاستراتيجي للأعلام الجديد فالحركة الكشفية بحد ذاتها هي حركة تربوية تطوعية غير سياسية موجهة للفتية والشباب غايتها اعداد الشباب الواعي وتزويده بمجموعة من القيم وهنا تلتقي استراتيجية الاعلام الجديد مع حركة الكشفية في تنمية المنظومة القيمية للكشافة وتوجيه طاقاته وتطوير مهاراته وقدراته ليكون بنية متكاملة ومنظومة سوية من القيم ويعتبر بذلك احد اهم طرق الوصول الى التنمية البشرية المستدامة. ومن هنا وتكمن اهمية البحث في التحليل الواضح للتوجه الاستراتيجي للأعلام الجديد وتحديد الأدوات التكنولوجية التي يستخدمها الكشفية والتي لها دورا واضحا في تعزيز المنظومة القيمية.

لذلك فان الحركة الكشفية أصبحت مطالبة بتحسين أدائها وخدماتها التي تقدمها، وخاصة في ظل التحديات التي تواجهها، والظروف المتغيرة التي يشهدها العالم الان وفي المستقبل، وفي ضوء الفجوة البحثية التي رصدها الباحث كونه اعلامي ومن خلال الملاحظة انه على الرغم من التقدم الذي أحرزه الإعلام الجديد، إلا أن له سلبيات، منها عدم وجود مصداقية في كثير من المعلومات، التي يتم نشرها على مواقع الشبكة العنكبوتية وعدم القدرة على السيطرة في كل ما ينشر من أفكار، ومعتقدات سلبية، والتي تشجع على العنف و زيادة الجرائم الإلكترونية، في ظل زيادة منصات التواصل الاجتماعي، والوسائط الإعلامية المتعددة وعدم احترام حقوق النشر، وغياب الضوابط الصريحة، التي تضمن احترام القيم الأخلاقية المثلى، والحياة الخاصة للأفراد.

1-2 مشكلة البحث

تحكم وسائل الإعلام الجديدة خلال الفترة الراهنة سيطرتها على عقول الجماهير خاصة قطاع الشباب، حيث تظهر كل يوم بوجه جديد وفي كل فترة ببرنامج وتطبيق مبتكر، وفي كل مرحلة بتقنية مدهشة متجاوزة في ذلك حدود الزمان والمكان، الأمر الذي جعل التربية بوسائلها المحدودة تفقد سيطرتها وأصبح الإعلام الجديد يملك النصيب الأكبر في التنشئة الاجتماعية والتأثير والتوجيه، وتربية الصغار والكبار معا، وعلى ذلك لاشك أن تكون على وسائل الإعلام الجديدة المسؤولية الأكبر في نشر ثقافة التربية الإعلامية والرقمية وتعزيز مفهومها من أجل بناء الوعي الجماهيري والارتقاء بالذوق العام وتعديل منظومة القيم والأخلاق التي شهدت في الآونة الأخيرة تراجعاً ملحوظاً وتقشي ظواهر مجتمعية، أخلاقية، فنية، وسلوكية غريبة لم تكن مألوفة في مجتمعاتنا العربية. وفي ظل هذه المتغيرات التي تستطيع أن تؤثر تأثيرا كبيرا على سلوكيات الإنسان، يظهر جلها موضوع تعزيز القيم الأخلاقية لكونها بمثابة الحصن المنيع الذي يمكن الاستناد عليه في حماية شباب اليوم من التغيرات العديدة التي تواجههم، ويأتي ذلك انطلاقاً من أن سلوك أي شاب في جميع الأوقات، وفي جميع النواحي هو مسألة

أخلاقية، هذا فضلاً عن أن جميع تعاملاته في حد ذاتها هي نشاط أخلاقي عميق، لذا فقد وجب على البحث العلمي أن يطور من نماذجه وأساليبه وأدواته بما يؤهله من إكساب فئات متنوعة من الشباب ثقافة القيم الأخلاقية. واستناداً لما سبق ونظراً لأن تطبيقات الإعلام الجديد لديها من الخصائص ما يجعلها قادرة على خلق مواقف متنوعة تسمح بمناقشة عديد من الأفكار والقيم الصحيحة، بالإضافة إلى قدرة هذه التطبيقات على إتاحة تبادل الخبرات، وتوفير الدعم والإرشاد الكافي للشباب

3-1 أهداف البحث:

- 1- بناء مقياس التوجه الاستراتيجي للأعلام الجديد لدى كشافة الوارث والكفيل من وجهة نظر القادة الكشفيين.
- 2- التعرف على ابعاد التوجه الاستراتيجي للأعلام الجديد لكشافة الوارث والكفيل من وجهة نظر القادة الكشفيين

4-1 مجالات البحث:

1-4-1 المجال البشري: القادة الكشفيين في مؤسستي الوارث والكفيل

2-4-1 المجال الزمني: 2024/ 11 /15 ولغاية 2025/ 5 /15 .

3-4-1 المجال المكاني: مؤسستي الوارث والكفيل

2. اجراءات البحث

2-1منهج البحث: استخدم الباحثان المنهج الوصفي بالأسلوب المسحي وذلك لملاءمته أهداف البحث وطبيعة المشكلة، "فالغرض الرئيس للبحث الوصفي هو وصف المتغير كما هو موجود في الوقت الحاضر دون تدخل من الباحث" (عدنان عوض : 2008 : 11) .

2-2عينة البحث

تم اختيار عينة البحث بالطريقة (العمدية) من لدى القادة في كشافة الوارث والكفيل (2021-2025) والبالغ عددهم (193) قائداً، إذ بلغ أجمالي الذين خضعوا للتجربة (185) قائداً بنسبة (91.79%) وتم استبعاد (8) قادة للتجربة الاستطلاعية ونتيجة لهذا قسمت العينة إلى قسمين الأولى لإجراءات تصميم وبناء المقياس والثانية لغرض تطبيق المقياس وكما يلي :

أولاً: - عينة بناء المقياس: وشملت عدداً من القادة الكشفيين والبالغ عددهم والبالغ عددهم (110) قائد حيث بلغت نسبتهم (56.99%)

ثانياً: - عينة تطبيق المقياس: شملت 75 قائد حيث بلغت نسبتهم (28.86%)

جدول رقم (1) يبين اعداد العينة ونسبتها المئوية

التسلسل	نوع العينة	العدد	نسبتها المئوية
1	العينة الاستطلاعية	8	14.15%
2	عينة البناء	110	56.99%
3	عينة التطبيق	75	28.86%
	العينة الكلية	193	100%

2-3 أدوات البحث

استخدم الباحثان الوسائل والأدوات الآتية: المصادر والمراجع العربية والأجنبية شبكة المعلومات الدولية (الانترنت) والملاحظة. وأجرى الباحثان مجموعة من المقابلات الشخصية مع عدد من الخبراء والمختصين لجمع المعلومات التي تخص الدراسة الحالية والاستبيان: قام الباحثان بإعداد استمارة الاستبيان التي تخص موضوع بحثهما وجهاز حاسوب محمول نوع (hp).

2-4 بناء المقياس

وهي " مجموعة من الخطوات الأساسية التي يمكن أتباعها عند بناء الاختبار أو المقياس وكيفية الربط بين وحدات المقياس لقياس الجوانب الكلية للمهارة أو السمة أو الصفة أو القدرة " (محمد حسن علاوي ومحمد نصر الدين رضوان : 2002 : 116) ، و لتحقيق أهداف الدراسة قام الباحثان بالإجراءات والخطوات التالية:

1- تحديد الظاهرة المراد دراستها:

ينبغي تحديد الظاهرة المطلوب قياسها وأن يكون مفهومها وحدودها واضحين تماما، والظاهرة التي يهدف الباحث إلى قياسها هي التوجه الاستراتيجي للإعلام الجديد ودوره في بناء منظومة القيم لكشافة الوارث والكفيل من وجهة نظر قادتهم.

2- الغرض من بناء المقياس:

قبل بناء أداة البحث (المقياس) يجب تحديد الغرض من بناء هذه الاداة تحديداً واضحاً وماهي الحاجة لهذه الاداة ، وأن من اهداف الدراسة بناء مقياس التوجه الاستراتيجي للإعلام الجديد ودوره في بناء منظومة القيم لكشافة الوارث والكفيل من وجهة نظر قادتهم، ومن ثم أعداد مقياس يتصف بالشمولية والدقة.

2-5 اعداد الصيغة الأولية للمقياس:

اعتمد الباحثان لبناء الصيغة الأولية للمقياس على المقابلات الشخصية مع الخبراء والمختصين في هذا المجال للتعرف على آرائهم والحصول على أكبر قدر ممكن من المعلومات التي تساعد الباحث في صياغة فقرات المقياس وكذلك الاطلاع على بعض المقاييس ذات العلاقة القريبة بموضوع البحث في مجال الإدارة الرياضية والتعرف على طبيعة المواقف التي تتضمنها والطريقة التي تصاغ بها الفقرات، وبعدها قام الباحثان بصياغة فقرات المقياس، وقد حاول الباحثان إن يراعي سهولة ووضوح مضمونها وعدم اختلاف الأفراد في تفسيرها وقصرها وهكذا فقد بلغ عدد الفقرات بصيغتها الأولية لمقياس سلسلة التجهيز والدعم (50) فقرة مقترحة.

2-6 تحديد أسلوب وأسس صياغة الفقرات:

اعتمد الباحثان في صياغته الفقرات على أسلوب (ليكرت) إذ يُعد من الأساليب الشائعة في القياس لأن هذه الطريقة تتميز بما يأتي (خير الدين علي عويس وعصام الهلالي : 1997 : 92).

- سهولة استعمالها.
- ارتفاع درجة الثبات للمقياس و صدقه.
- تقلل من درجة التخمين وعامل الصدفة .

ويشير (شاكر مبدر) ان اسلوب (ليكرت) يُعد من أفضل الطرائق في التنبؤ بالسلوك والظاهرة (شاكر مبدر جاسم :1990 : 51).

2-7 عرض فقرات المقياس على المحكمين:

بعد أعداد المقياس بصيغته الأولى، قام الباحثان بما يلي:

أولاً: عرض مقياس هي التوجه الاستراتيجي للإعلام الجديد ودوره في بناء منظومة القيم لكشافة الوارث والكفيل من وجهة نظر قادتهم. والمتكون من (50) فقرة مقترحة، على مجموعة من الخبراء والمحكمين البالغ عددهم (20) محكماً من ذوي الخبرة والاختصاص في مجال العلوم الرياضية والإدارية كما في الملحق ، وذلك من أجل التعرف على مدى صلاحية الفقرات ومدى مناسبتها لقياس ما وضعت له فضلاً عن تقويم الفقرات وتعديلها والحكم عليها من حيث الصياغة والدقة في المضمون. ثانياً: وبعد أن أبدى المحكمون آراءهم وملاحظاتهم حول الفقرات ، قام الباحثان بتحليل نتائج الاستبيان مستخدمين النسبة المئوية كمعيار لقبول فقرات المقياس أو استبعادها ، أذ قبلت الفقرات المتفق عليها (75%) فأكثر من المحكمين على أنها صالحة ومناسبة للمقياس وهذا ما يشير إليه (بلوم) إلى " إن على الباحث الحصول على موافقة بنسبة (75%) فأكثر من آراء المحكمين "، وقد حصل الباحث على نسبة الاتفاق بدلالة (مربع كاي) إذ اظهر أن نسبة (75%) فأكثر مقبولة عند حصول الفقرة عليها علماً أن قيمة (مربع كاي) المحسوبة عند مستوى دلالة (0.05) ودرجة حرية (1) تساوي (1.26) وهي اكبر من قيمتها الجدولية والبالغة (2.81) ما يدل على معنوية هذه النسبة وهي تمثل (15) خبيراً من أصل (20) خبيراً وتم الاتفاق على استبعاد (12) فقرة وبذلك أصبح المقياس (28) فقرة والجدول (2) يبين تسلسل الفقرات المستبعدة.

الجدول (2)

يبين النسبة المئوية ودرجة كاي المحسوبة لإجابات الخبراء على كل فقرة من فقرات المقياس بصيغته الأولى

أدارة الوقت:													
ت	النسبة المئوية	كا2	ت	النسبة المئوية	كا2	ت	النسبة المئوية	كا2	ت	النسبة المئوية	كا2	ت	النسبة المئوية
1	80%	7,2	9	65%*	1,8*	17	70%*	2,2*	25	80%	7,2	33	85%
2	85%	9,8	10	70%*	2,2*	18	100%	20	26	60%*	0,8*	34	80%
2	80%	7,2	11	65%*	1,8*	19	95%	16,2	27	80%	7,2	35	100%
1	65%*	1,8*	12	85%	9,8	20	60%*	0,8*	28	100%	20	36	95%
5	70%*	2,2*	13	100%	20	21	95%	16,2	29	65%*	1,8*	37	85%
6	80%	7,2	14	60%*	0,8*	22	65%*	1,8*	30	80%	7,2	38	95%
7	95%	16,2	15	65%*	1,8*	23	95%	16,2	31	95%	16,2		
8	85%	9,8	16	70%*	2,2*	24	85%	9,8	32	85%	9,8		

2-8 تصحيح فقرات المقياس: يقصد بتصحيح فقرات المقياس، الحصول على الدرجة الكلية للفرد التي تحسب عن طريق جمع الدرجات التي يحصل عليها على سلم التقدير (من 5 الى 1) وكانت اعلى درجة 180 واقل درجة 26 درجة على المقياس.

2-9 إعداد تعليمات مقياس التوجه الاستراتيجي للأعلام الجديد

تعتبر تعليمات المقياس هي الدليل الذي يسترشد به المستجيب للإجابة عن فقرات المقياس، حيث راعومثمرة، ان تكون التعليمات سهلة ومفهومة وكذلك إخفاء الغرض الحقيقي من المقياس ، كما تم التأكيد على سرية الإجابات وان الهدف من المقياس هو لأغراض البحث العلمي فقط، واكد الباحث لأفراد العينة بضرورة الاجابة عن كل فقرة بما ينطبق تماماً على الشخص المستجيب والتأكيد على الاجابة على جميع فقرات المقياس لغرض الوصول إلى نتائج موضوعية ومثمرة ، كذلك تم توضيح كيفية الاجابة على فقرات المقياس بمثال توضيحي ارفق مع استمارة المقياس.

2-10 التطبيق الأولي (الدراسة الاستطلاعية) لمقياس التوجه الاستراتيجي للأعلام الجديد

بعد ان اصبح المقياس جاهزا للتطبيق قام الباحث بأجراء التجربة الاستطلاعية للتعرف على المعوقات والصعوبات التي تواجه عملية التطبيق وكذلك لمعرفة الوقت اللازم للإجابة على فقرات المقياس كاملا , وكذلك للتأكد من فهم أفراد عينة الدراسة لأداة البحث وتبديل المصطلحات والكلمات التي تزيد الاستفسارات حولها وحتى يتأكد ويطمئن الباحث من سلامة الأداة ثم تطويرها وتغيير ما يلزم تغييره وللتأكد من صحة الفقرات وسلامتها بالنسبة للعينة والتدريب على طريق التصحيح ، طُبّق المقياس على عينة من (8) قادة من مجتمع البحث الأصلي وطلب من العينة قراءة الفقرات بدقة والإجابة وقد بين هذا الاجراء ملاءمة فقرات المقياس لمستوى عينة البحث

2-11 تطبيق مقياس التوجه الاستراتيجي للأعلام الجديد على عينة البناء .

بعد اتمام كافة المتطلبات وزع المقياس على عينة البناء والبالغ (110) قائداً ومن أجل تحقيق ذلك طُبّق المقياس باستمارة واحدة على عينة البناء، وبعد الانتهاء من عملية توزيع الاستمارات والإجابة عليها دُفّقت كل استمارة للتأكد من الإجابة عنها بالصورة المطلوبة فكانت نتائج التدقيق ان الاستمارات الصحيحة التي تم التعامل معها احصائياً فهي (110) استمارة.

2-12 تحليل فقرات المقياس إحصائياً

الهدف الرئيس من تحليل فقرات المقياس احصائيا لتحسين نوعية الاختبار، كل هذا من خلال اكتشاف ضعف الفقرة ومن ثم العمل على إعادة صياغتها أو استبعادها أن لم تكن صالحة وقد اعتمد الباحث أسلوب المجموعتين الطرفيتين والاتساق الداخلي.

1- المجموعتان الطرفيتان (القوة التمييزية)

من خلال هذه الخطوة يتم التمييز بين الحكام الحاصلين على درجات عالية والحكام الحاصلين على درجات منخفضة في استمارات المقياس. حيث قام الباحث باحتساب الدرجة الكلية لكل حكم من خلال جمع درجات الفقرات الكلية للمقياس ولغرض حساب تمييز الفقرات أتبع الباحث الخطوات الآتية:

اولا-صححت الاستمارات وحسبت الدرجة الكلية لكل استمارة.

ثانيا-رتبت الدرجات التي حصل عليها أفراد العينة تنازلياً.

ثالثا-تم تقسيم الدرجات الى مجموعتين تمثل احدهما الحكام الذين حصلوا على اعلى الدرجات وبنسبة (27%) والمجموعة الثانية تمثل الحكام الذين حصلوا على ادنى الدرجات وبنسبة (27%) ,اذ يؤكد مروان عبد المجيد ان تقسيم الدرجات بنسبة (27%) من المجموعة العليا و(27%) من المجموعة الدنيا هي النسبة الافضل والتي نحصل بواسطتها على اعلى معاملات التمييز وعلى ضوء ذلك كان عدد الاستمارات الحاصلة على الدرجات العليا للمقياس (20) استمارة وكذلك الدنيا (20) ليصبح مجموع الاستمارات المأخوذة (60) استمارة .ولم يتم استبعاد أي فقرة لأنها مميزة كما يبين الجدول (3)

الجدول (3) بين القوة التمييزية لمقياس التوجه الاستراتيجي للأعلام الجديد

ت	المجموعة العليا		المجموعة الدنيا		قيمة المحسوبة	
	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي		
1	4.308	1.055	2.711	1.523	5.361	0.00
2	3.872	1.361	2.000	1.336	6.090	0.00
2	4.590	0.751	2.553	1.606	7.161	0.00
1	4.462	0.647	2.808	1.698	4.642	0.00
5	4.282	1.234	1.947	1.394	7.786	0.00
6	4.256	1.019	2.368	1.532	6.383	0.00

0.00	5.701	1.480	2.395	1.174	4.128	7
0.00	1.599	1.109	2.667	1.861	3.333	8
0.00	5.714	1.606	2.526	1.272	4.410	9
0.00	7.337	1.572	2.447	0.493	4.385	10
0.00	4.162	1.785	3.053	1.046	4.436	11
0.00	1.432	1.177	1.667	1.292	2.148	12
0.00	8.889	1.384	2.237	0.637	4.410	12
0.00	9.946	1.288	1.553	0.827	4.000	11
0.00	6.207	1.634	2.632	0.584	4.359	15
0.00	6.119	1.465	2.263	1.075	4.051	16
0.00	5.746	1.293	2.053	1.327	3.769	17
0.00	7.322	1.313	2.289	1.132	4.333	18
0.00	9.837	1.412	2.289	0.569	4.692	19
0.00	5.362	1.681	2.658	0.857	4.282	20
0.00	4.846	1.389	2.263	1.430	3.821	21
0.00	11.129	1.025	1.763	1.042	4.385	22
0.00	4.584	1.393	2.289	1.390	3.744	22
0.00	2.971	1.676	3.053	1.158	4.026	21
0.00	10.590	1.325	1.974	0.549	4.410	25
0.00	3.584	1.607	3.105	1.031	4.205	26
0.00	10.805	0.826	1.421	1.329	4.154	27
0.00	7.548	1.408	2.263	1.069	4.410	28
0.00	6.223	1.302	1.921	1.374	3.821	29
0.00	9.673	0.926	1.816	1.218	4.205	20
0.00	4.577	1.518	2.579	1.246	4.026	21
0.00	3.215	1.412	2.711	1.337	3.718	22
0.00	5.512	1.519	2.447	1.036	4.077	22
0.00	6.235	1.615	2.342	1.155	4.333	21
0.00	6.996	1.294	2.000	1.181	3.974	25
0.00	6.383	1.550	2.368	0.993	4.256	26
0.00	6.544	1.447	2.500	1.013	4.359	27
0.00	4.493	1.555	2.474	1.265	3.923	28
0.00	10.471	1.189	2.132	0.584	4.359	29
0.00	5.361	1.523	2.711	1.055	4.308	30
0.00	6.090	1.336	2.000	1.361	3.872	31
0.00	7.161	1.606	2.553	0.751	4.590	32
0.00	4.642	1.698	2.808	0.647	4.462	33
0.00	7.786	1.394	1.947	1.234	4.282	34
0.00	6.383	1.532	2.368	1.019	4.256	35
0.00	5.701	1.480	2.395	1.174	4.128	36

أن القوة التمييزية للفقرات لا تحدد مدى تجانسها في قياس الظاهرة الموضوعية لقياسها إذ يجوز أن تكون هناك فقرات متقاربة في قوتها التمييزية لكنها تقيس أبعاد سلوكية مختلفة.

أن هذا الأسلوب يبين لنا مدى تجانس الفقرات إذ ربما تكون هناك فقرات متقاربة لكنها تقيس أبعاد مختلفة لذا يستخدم معامل الاتساق الداخلي لتحقيق هذا الغرض وقد استخدم الباحث معامل الارتباط (بيرسون) بين درجات أفراد العينة على كل فقرة وبين درجاتهم على المقياس ككل بوساطة الحقيبة الإحصائية (spss) والجدول (4) يبين لنا ذلك ولم نجد أن هناك من الفقرات قد تم استبعادها لارتباطها بالمقياس.

الجدول (4) يبين معامل الاتساق الداخلي لمقياس التوجه الاستراتيجي

معامل الارتباط	ت	معامل الارتباط	ت	معامل الارتباط	ت
0.885	29	0.775	15	0.921	.1
0.786	30	0.801	16	0.719	.2
0.790	31	0.861	17	0.896	.3
0.822	32	0.885	18	0.797	.4
0.628	33	0.881	19	0.750	.5
0.827	34	0.900	20	0.792	.6
0.521	35	0.729	21	0.921	.7
0.679	36	0.929	22	0.788	.8
0.996	37	0.692	23	0.921	.9
0.677	38	0.879	24	0.871	.10
		0.789	25	0.689	.11
		0.577	26	0.877	.12
		0.877	27	0.575	.13
		0.579	28	0.672	.14

1- صدق المقياس

يعد مفهوم الصدق من أكثر المفاهيم الأساسية أهمية في مجال الاختبارات والقياس، فصدق الاختبار يعرف أنه المدى الذي تكون به أداة القياس مفيدة لهدف معين (معن زياد: 1986: 187).

وللصدق أنواع عدة ولقد عمد الباحثان إلى التحقق من صدق المقياس من خلال:

صدق المحكمين: يحسب هذا الصدق بعد عرضه على عدد من المختصين والخبراء في المجال الذي يجري عليه الاختبار، فإذا أقر الخبراء أن هذا الاختبار يقيس السلوك الذي وضع لقياسه، وبذلك يمكن للباحث الاعتماد على حكم الخبراء (خيرالدين علي عويس وعصام الهلالي: 1997: 97). ولقد تحقق هذا النوع من الصدق عندما قام الباحثان بعرض المقياس على

مجموعة من الخبراء لإقرار صلاحيته وتقدير مدى قياس كل فقرة لمكونات كل مجال، وبذلك قُبلت الفقرات التي حصلت على موافقة الخبراء وحذفت الفقرات غير الصادقة.

2- ثبات المقياس:

يقصد بثبات المقياس أو الاختبار هو مدى الدقة والإتقان والاتساق الذي يقيس به الظاهرة " بدرجة عالية من الدقة والإتقان والاتساق والموضوعية فيما وضع لقياسه ، ويعد حساب الثبات من خصائص المقياس الجيد لأنه يؤثر اتساق فقرات المقياس في قياس ما يفترض ان يقيسه المقياس (احمد سليمان عوده : 1992 : 26) ومن الطرق الإحصائية لتعيين معامل الثبات طريقة (الفا كرو نباخ) اذ استخرج الثبات بهذه الطريقة من خلال تطبيق المعادلة على أفراد عينة البناء البالغة (110) قائدا باستخدام الحقيبة الإحصائية (spss) أذ تبين أن قيمة معامل الثبات لمقياس الصحة التنظيمية (0.812) وهو مؤشر ثبات عالٍ، وبذلك يمكن اعتماد المقاييس أداة للبحث.

2- 10 التطبيق النهائي للمقياس:

بعد استكمال كل متطلبات وإجراءات تصميم المقياس أصبح المقياس جاهزا للتطبيق ومكونا من (38) فقرة، حيث قام الباحثان بتطبيق المقياس بصورته النهائية على عينة التطبيق البالغ عددها (75) قائداً، وبعد تحليل استجابات عينة البحث تم جمع البيانات في استمارة خاصة، إذ أصبح لكل قائد درجة خاصة به .

4. مناقشة النتائج

4-1 عرض نتائج مقياس التوجه الاستراتيجي للأعلام الجديد:

جدول (5) يبين الوسط الفرضي والوسط الحسابي والانحراف المعياري وقيمة (ت) المحسوبة ونسبة الخطأ لمقياس التوجه الاستراتيجي للأعلام الجديد

عدد فقرات البُعد	الوسط الفرضي	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	ت المحسوبة	نسبة الخطأ Sig
38	114	137.67	18.17	19.47	0.000

يبين الجدول (5) أن عدد فقرات المقياس (38) فقرة ، وبوسط نظري (114) ، بينما كان الوسط الحسابي لعينة البحث (67.137) وبانحراف معياري (71.18) ، إذ كانت (ت المحسوبة) بين الوسط النظري والوسط الحسابي لعينة البحث (47.19) وبنسبة خطأ (0.00) ، مما يدل على معنويتها عند مستوى دلالة (0.01) ، وجد إن الوسط النظري اصغر من الوسط المحسوب أي وجود فروق ولصالح الوسط الحسابي، ويعزو الباحث ذلك الى ان كشافه الكفيل والوارث تسعى إلى الاستمرارية والبقاء في ظل بيئة متغيرة ومتجددة ،مما يستدعي معالجة أي جوانب ضعف في بيئتها الداخلية، وتعزيز هذه الجوانب إذ اكانت تمثل نقاط قوة لها، والتوجه الاستراتيجي حالة تعيشها المؤسسة وفقاً لواجباتها ومسؤولياتها، وتجعلها جاهزة لتظل موجودة بشكل مناسب وسط بيئات وحالات مختلفة ، فقد وجب الاهتمام بها، مما يعزز مستوى الأداء على المدى البعيد، في الوقت الذي أصبح فيها لأداء وتحسينه محوراً رئيسياً من محاور الاهتمام التي تسعى إلى تطويره والارتقاء به إل

مستويات الأداء المتميز، أن الاعلام الجديد هو العنصر الأساسي في لإحداث التغييرات المطلوبة وما من شك في أن دوره يتزايد باستمرار وأصبحت وظيفته أكثر تعقيداً وأهمية بسبب صعوبة المنافسة كما يتوقف نجاحه على التوجه الاستراتيجي القادر في ظل الثورة التكنولوجية والعلمية لم يعد دوره دور مصدر وناقل للمعرفة بل أصبح دوره منظماً ومعداً لظروف وشروط وأجواء وبيئة وهذه المعلومات تحتاج إلى شخصية مؤثرة ذات عمق مستوعبة تماماً لكثير من الأمور ولعدد من الشروط حتى ينجح كما يلعب الإعلام دوراً هاماً في تثقيف مختلف طبقات وفئات المجتمع ونقل المعلومات والأخبار ونقل الأفكار التي تؤثر على عملية اتخاذ القرار كما أنه مصدر هام من مصادر التوعية الثقافية ليس هذا فقط بل اتسع تأثير الإعلام ليشمل كل جوانب الحياة الاجتماعية والاقتصادية والسياسية والبيئية والثقافية والوطنية. لقد ارتبط الاعلام بالقيم الاجتماعية منذ ظهور وسائل الاعلام التقليدية حيث انها أحد العوامل الأساسية في عملية تثبيت وتغيير وخلق القيم داخل المجتمعات. ويمكن القول أن توجه المؤسسات المختلفة نحو توظيف تطبيقات الإعلام الجديد في تعزيز القيم الأخلاقية، يأتي نتيجة حاجة المؤسسات المسؤولة إلى أدوات تكنولوجية يمكن من خلالها مناقشة كل ما يتعلق بالقيم الأخلاقية في إطار من المرونة والديناميكية، بالإضافة إلى الحاجة الملحة لوجود نماذج متنوعة لسحب المعرفة من مصادرها المختلفة وهي ما تستطيع تطبيقات الإعلام الجديد القيام به؛ حيث تفتح أبواباً جديدة لنقاش أكثر تفاعلية كما أن خصائصها تساعد في التغلب على عديد من القيود التي تواجه عمليات التغيير الاعتيادي. وقد أوضح علي ومهدي أنه يمكن تصنيف مهارات التوجه الريادي إلى ثلاثة أصناف رئيسية، وهي: 1. المهارات التكنولوجية: مثل القدرة على الاتصال، إدارة الأعمال التقنية، العمل ضمن الفريق، بناء العلاقات والشبكات، 2. مهارات إدارة الأعمال مثل وضع الأهداف والخطط، التفاوض، وصناعة القرار. 3. مهارات الريادة الشخصية كالرقابة والالتزام، الإبداع، المثابرة، وتحمل المخاطرة (علي ومهدي: 2017).

5- الاستنتاجات

- 1- بناء مقياس التوجه الاستراتيجي للأعلام الجديد لكشفة الوارث والكفيل من وجهة نظر قادتهم
- 2- إن التوجه الاستراتيجي للأعلام يتحقق عندما تكون المعلومات متاحة وخالية من التحريف والغموض.
- 3- إن التحليل الواضح للتوجه الاستراتيجي للأعلام الجديد وتحديد الأدوات التكنولوجية التي يستخدمها الكشافة والتي لها دوراً واضحاً في تعزيز المنظومة القيمية
- 4- أن للأعلام دور جوهري في بناء الامم وتقديمها وتدعيم الجماهير بالقيم الايجابية وتعزيز الوعي المجتمعي والحد من الغزو الفكري
- 5- الإعلام أحد الأركان في المؤسسات التي يحدد نجاحها وفشلها توجهها الاستراتيجي اذ يحدد موقفها اتجاه النمو وتوسيع مشاريعها او التراجع وتقليص حجم اعمالها وتغيير مسارات توجهاتها.

6- التوصيات

- 1- أن تقديم حلول علمية متطورة لمشكلات التواصل مع الكشافة بشكل خاص والشباب بشكل عام عبر برامج التوعية التقليدية التي تفتقر الجاذبية
- 2- الاعتماد على طرق وأساليب تكنولوجية يقبل عليها الشباب ومن شأنها تعزيز المنظومة القيمية واجتماعية واقتصادية متنوعة وأساليبهم متنوعة، يجب مراعاتهم.
- 3- تزويد الجهات المعنية بمجموعة من الإرشادات اللازمة لتصميم البرامج القائمة على تطبيقات الإعلام الجديد والتي يمكنها مجابهة التطرف الفكري.

4- نظراً لقلة الدراسات الخاصة في هذا المجال وحدثته في الكشف، يوصي الباحثان بإجراء دراسات أخرى.

الشكر والتقدير

نسجل شكرنا وتقديرنا الى مؤسستي الوارث والكفيل والى افراد العينة لمساعدتهم في انجاز الدراسة.

تضارب المصالح

يعلن المؤلفان انه ليس هناك تضارب في المصالح.

المصادر

- احمد سليمان عوده : القياس والتقويم في العملية التدريسية ، ط2 ، اربد ، دار الأمل ، 1992م . عدنان عوض : مناهج البحث العلمي ، القاهرة ، الشركة العربية للتسويق والتوريدات 2008 م.
- حنان بولبازين . أنيسة بريغت عسوس.القنوات الفضائية وتأثيرها على القيم الاجتماعية لدى الشباب الجامعي الجزائري. 2017. حوليات جامعة قالملة للعلوم الاجتماعية والإنسانية Volume 11, Numéro 2, Pages 495-523
- خير الدين علي عويس وعصام الهلالي: الاجتماع الرياضي ، دار الفكر العربي، القاهرة ، 1997م .
- شاكر مبدر جاسم : نظم التوجيه المهني والإرشاد التربوي المقارن ، التعليم العالي، جامعة البصرة ، 1990م .
- شقير، بارعة حمزة . 2002 (. تأثير التعرض للدراما الأجنبية في القنوات الفضائية على إدراك الشباب اللبناني للواقع الاجتماعي.رسالة دكتوراة غير منشورة، جامعة القاهرة .
- عبد الحميد، محمد. 2010. نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، ط 3 ،عالم الكتب، القاهرة
- علي عبدالفتاح كنعان، نظريات الإعلام، دار اليازى العلمية عمان الأردن، 2016، ص 13
- علي مهدي؛ نغم عبير. 2017. أثر مقاومة التغيير في التوجه الريادي للمنظمة. دراسة تحليلية. مجلة الإدارة والاقتصاد. ج 5. ع 19 .
- محمد حسن علاوي ومحمد نصر الدين رضوان : القياس في التربية الرياضية وعلم النفس الرياضي ، القاهرة ، دار الفكر العربي ، 2002م .
- معن زياد : الموسوعة الفلسفية العربية ،معهد الانماء العربي، 1986 م.
- ياسين خضير البياتي، الإعلام الجديد الدولة الافتراضية الجديدة، دار البداية، عمان، 2014، ص357