

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

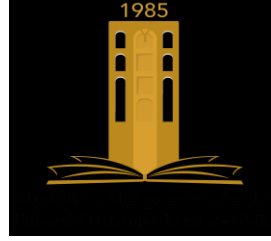
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة محمد بوضياف بالمسيلة

ميدان: العلوم الإنسانية والاجتماعية

فرع: علم اجتماع

تخصص: علم اجتماع التربية



كلية: العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم: العلوم الاجتماعية

رقم: .....

مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي

من إعداد الطالبة: غربي فاطمة الزهراء

تحت عنوان:

**الإعلام الجديد وعلاقته بالتغير القيمي لدى**

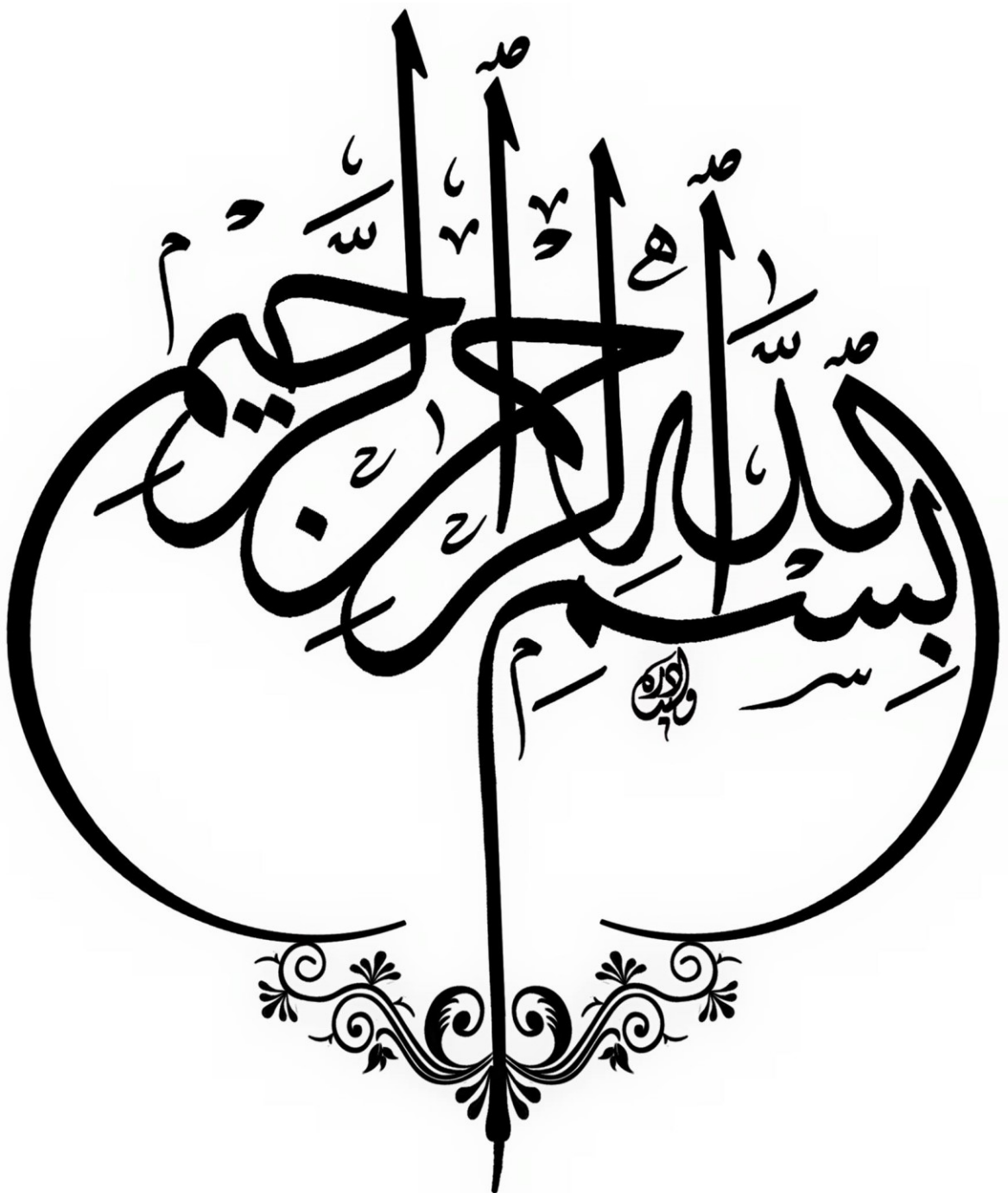
**الشباب الجامعي**

**دراسة ميدانية على طلبة جامعة محمد بوضياف بالمسيلة**

إشراف:

أ.د. تالي جمال

السنة الجامعية: 2022-2023 م



## شكر و تقدير

الحمد لله وكفى والصلاة على الحبيب المصطفى وأهله ومن وفى أما بعد:

الحمد لله الذي وفقني لثمين هذه الخطوة في مسيرتي الدراسية بمدركتي هذه  
ثمرة الجهد والنعب بفضلته تعالى الى الوالدين الكريمين حفظهما الله وادامهما الى فلذة  
كبدتي ومهجة قلبي ونور دري بناتي اسيل واريح حفظهما الله ووفتهما لما فيه الخير الى  
اخواتي العزيزات دمنر السند الى مرفقات دري وصديقات العمر ذلال وهالة الى كل  
الاصدقاء ومعارفي الذين أجلمهم واحضهم .  
إلى رئيس القسم بن خالد جمال الذي كان بمثابة الأب والايح ساعدنا وارشدنا و قدم  
لنا الخدمات بكل احترام وتقدير حفظك الله وادامك نوراً في قسم علوم اجتماعية  
واقدم بالشكر الجزيل إلى الاساذ المشرف تالي جمال الذي مرافقني طيلة هذا البحث  
وأمدني بالمعلومات والنصائح القيمة راجين من المولى عز وجل أن يسدد خطاه ويحقق  
مناه فجزاه الله كل خير .

## المحتويات

شكر وتقدير .

فهرس المحتويات .

قائمة الاشكال والجداول

أ.....	مقدمة:
5.....	الفصل الأول: الإطار العام للدراسة.
6.....	تمهيد:
7.....	أولا: الإشكالية.
9.....	ثانيا: فرضيات الدراسة:
9.....	ثالثا: أهداف الدراسة
9.....	رابعا: أسباب اختيار الموضوع:
10.....	خامسا: تحديد المفاهيم.
12.....	سادسا: الدراسات السابقة.
13.....	سابعا: المقاربة النظرية.
17.....	<b>الفصل الثاني: الاعلام الجديد.</b>
18.....	تمهيد:
19.....	أولا: أساسيات فهم الإعلام الجديد.
24.....	ثانيا: مداخل نظرية لفهم خصائص الإعلام الجديد:
30.....	ثالثا: خصائص الإعلام الجديد:
33.....	رابعا: ايجابيات وسلبيات الإعلام الجديد:
35.....	خامسا: الإعلام الجديد ظاهرة تكنولوجية وظاهرة اجتماعية.
38.....	سادسا: آثار استخدام الإعلام الجديد.
74.....	خلاصة:
76.....	<b>الفصل الثالث: التغير القيمي لدى الشباب الجامعي.</b>

77	تمهيد:
78	أولاً: مفهوم القيم والتغير.
85	ثانياً: الثقافة والوعي الثقافي.
93	ثالثاً: الوعي الثقافي.
96	رابعاً: الشباب الجامعي.
98	خامساً: أهداف ووظائف الجامعة.
103	سادساً: الشباب الجامعي.
110	خلاصة الفصل:
112	<b>الفصل الرابع: الإجراءات الميدانية للدراسة.</b>
113	تمهيد:
114	أولاً: مجالات الدراسة.
115	ثانياً: المنهج المستخدم في الدراسة:
116	ثالثاً: أدوات جمع البيانات.
117	رابعاً: عينة الدراسة وطريقة اختيارها.
118	خلاصة
120	<b>الفصل الخامس: عرض وتحليل النتائج وتفسيرها</b>
121	تمهيد:
122	أولاً: الأساليب الإحصائية المستخدمة في تحليل بيانات الاستبيان.
124	ثانياً: تحليل ومناقشة نتائج الاستبيان.
127	ثالثاً: تحليل البيانات المتعلقة بأبعاد الدراسة.
143	رابعاً: اختبار فرضيات الدراسة:
146	خامساً: الاستنتاج العام
148	خاتمة:

155 .....المراجع

قائمة الملاحق.

## قائمة الجداول

- جدول رقم (01) : يمثل المصطلحات المستخدمة في موقع اليوتيوب .....60
- جدول رقم (02): فئات مقياس الإجابة على الفقرات .....118
- جدول رقم (03): نتائج اختبار ثبات وصدق الدراسة للأبعاد والمحاور .....124
- جدول رقم (04): توزيع أفراد العينة حسب الجنس .....125
- جدول رقم (05): توزيع أفراد العينة حسب أعمارهم .....126
- جدول رقم (06): توزيع أفراد العينة حسب المستوى الدراسي .....127
- جدول رقم (07): تحليل البيانات المتعلقة بالبعد الاول: الفيس بوك. ....128
- جدول رقم (08): تحليل اراء فقرات البعد الثاني التيك توك.....130
- جدول رقم (09): تحليل البيانات المتعلقة بالبعد الثالث اليوتيوب .....132
- جدول رقم (10): تحليل البيانات المتعلقة بالبعد الأول القيم الدينية.....134
- جدول رقم (11): تحليل البيانات المتعلقة بالبعد الثاني: القيم الاجتماعية.....135
- جدول رقم (12): تحليل البيانات المتعلقة بالبعد الاول القيم الاقتصادية .....137
- جدول رقم (13): تحليل البيانات المتعلقة ببعء القيم السياسية.....138
- جدول رقم (14): تحليل البيانات المتعلقة بالبعد الخامس: القيم النفسية.....

140

- جدول رقم (15): تحليل استقلالية بعد الفيسبوك عن التغير الاجتماعي باستخدام اختبار كاي2.....142
- جدول رقم (16): تحليل استقلالية بعد اليوتيوب عن التغير الاجتماعي باستخدام اختبار كاي 2.....143
- جدول رقم (17): تحليل استقلالية بعد التيك توك عن التغير الاجتماعي باستخدام اختبار كاي 2.....144

جدول رقم (18): تحليل متغير وسائل الاعلام الجديد عن طريق اختبار كاي 2.....145

## قائمة الأشكال

- شكل رقم (01): توزيع أفراد العينة حسب الجنس. .... 125
- شكل رقم (02): توزيع أفراد العينة حسب أعمارهم. .... 126
- شكل رقم (03): توزيع أفراد العينة حسب المستوى الدراسي. .... 127

# مقدمتہ



## مقدمة:

أحدث التحول العالمي تغييرات واسعة النطاق مما انعكست في البنية الاجتماعية، هذا أدى إلى ضعف النظام الاجتماعي.

فالرقابة الاجتماعية مهمة في المجتمع الجزائري، مما يعني أن الأفراد لا يمثلون ويخضعون لرقابة القواعد والقيم التي نسجها المجتمع بمرور الوقت، وقد عملت هذه التغييرات أيضًا على إزالة العديد من الأدوار الذي تلعبها الأسرة في عملية التنشئة الاجتماعية وظهور مؤسسات رعاية جديدة حيث تقوم بهذا الدور مثل الإنترنت حيث تعمل هذه الوسائل من خلال بثها ملايين الصور والرموز وتعليمات العمل التي تحتويها على مدار الساعة والقيمة.

ولأن الشباب هم مصدر التغيير الثقافي والاجتماعي والسياسي والتاريخي في جميع أنحاء المجتمع، فهو الذي يحدد مواقفهم وأنماط سلوكهم ومشاركتهم الفعلية في شؤون المجتمع ومشاكله من الضروري أن يمثلوا الطاقة الحقيقية للمجتمع. لذلك، فإن نقطة البداية في التعليم ليست إعداد الأفراد للحياة فقط، و التكيف معها.

وبالتالي، فإن شباب الجامعة ليسوا طبقة اجتماعية ولا مجموعة اجتماعية منفصلة عن جميع الطبقات الأخرى في المجتمع أو فترات متجانسة توجد خارج قوى المجتمع الأخر بالإضافة إلى المكونات الاجتماعية والانتماءات الاجتماعية والصلات متعدد الثقافات.

تعاني أزمة شباب الجامعة من تضارب القيم، لاسيما قضية الانفتاح الواسع على وسائل الإعلام الحديثة والتواصل، لكنه يعيشها حقًا، لذا إنه ليس خاليًا كليًا أو جزئيًا من وضعه الحالي، ولا يمكنه الوصول إلى أحلامه حيث اكتشف المشكلات التي يعاني منها طلاب الكلية من خلال مشاكل نفسية مرتبطة بالتكيف الاجتماعي، مثل الخجل عقدة النقص، صعوبة تكوين صداقات، قلة الجهد، عدم الرضا عن الطبقة الاجتماعية للفرد التي ينتمي طلاب الكلية إليها والتهميش النفسي والاجتماعي بمظاهره المختلفة.

وتسعى الدراسة الحالية للبحث في مدى أهمية الإعلام الجديد ومظاهر التغير القيمي لدى الشباب الجامعي بجامعة محمد بوضياف بالمسيلة، حيث تم تقسيم الدراسة الى جانب نظري و جانب ميداني.

**الإطار النظري:** يعتبر الفصل الأول الإطار المنهجي للبحث حيث قمنا فيه بتحديد أسباب اختيار الموضوع، أهمية وأهداف الدراسة، إشكالية الدراسة، تساؤلات وفرضيات الدراسة، تحديد مفاهيم الدراسة، الدراسات السابقة.

**أما الفصل الثاني** والذي يعتبر الإطار النظري للدراسة فقد خصصناه لماهية الإعلام الجديد حيث قمنا فيه بذكر نشأة الإعلام الجديد و مقاربات الإعلام الجديد كما اننا تطرقنا الى وسائله و خصائصه.

**الفصل الثالث** والذي تناولنا فيه: التغير القيمي في ضوء مقاربات الإعلام الجديد حيث اننا ذكرنا من خلاله مفهوم القيم و التغير كما خصصنا بذكر خصائص التغير القيمي و أساليب و آليات التغير القيمي لدى الشباب الجامعي و قمنا بوصف التغير القيمي بين التفاعل الإجتماعي و التغير الاجتماعي. كما تطرقنا لدراسة موضوع الثقافة و الوعي الثقافي باعتباره ركيزة اساسية في بناء القيم ، كما تناولنا فيه موضوع الشباب الجامعي حيث ذكرنا مفهوم الشباب و الجامعة و أهداف ووظائف الجامعة بإضافة الى ذكر وظائف التعليم العالي و مكانة القيم في التعليم العالي و أخيرا قمنا بوصف وضع الجامعة الجزائرية.

أما الجانب الثاني من الدراسة والمتمثل في الإطار التطبيقي للدراسة :

**الفصل الرابع :** حيث تم فيه تحليل البيانات الخاصة بالفرضية الأولى، عرض وتحليل البيانات الخاصة بالفرضية الثانية، عرض وتحليل النتائج نتائج الفرضية الأولى والفرضية الثانية النتائج النهائية، الملخص وخلاصة الجانب الميداني.

و فالأخير نختتم بحثنا هذا بخاتمة، قائمة المراجع والملاحق.

# الفصل الأول

## الفصل الأول: الإطار العام للدراسة.

تمهيد

أولاً: الإشكالية

ثانياً: الفرضيات

ثالثاً: أسباب اختيار الموضوع

رابعاً: أهمية الدراسة

خامساً: أهداف الدراسة

سادساً: تحديد المفاهيم

سابعاً: الدراسات السابقة

ثامناً: التعقيب على الدراسات السابقة

تاسعاً: المقاربة النظرية للدراسة

خلاصة

## تمهيد:

يعتبر الإطار المنهجي من المنطلقات والدعائم الأساسية غي عملية البحث العلمي، لما لها من أهمية في دفع الباحث للتوصل إل نتائج تجيب عن تساؤلاته، وقد قمنا بتحديد الإطار العام له، من خلال تحديد مشكلة الدراسة وتساؤلا إضافة إلى تحديد أسباب اختيار الموضوع (الذاتية والموضوعية، وأهمية الدراسة وأهدافها والتعريف بمفاهيم الدراسة وأدوات جمع البيانات، مرورا بتحديد نوع الدراسة ومنهجها، إضافة إلى مجتمع الدراسة والعينة والدراسات السابقة ومجالا (المكانية والزمانية والبشرية) وفي الأخير قمنا بعرض المقاربة النظرية المفسرة للدراسة.

## أولاً: الإشكالية:

تمثل القيم التفسير المركزي والقاسم المشترك داخل نظام المعرفة للعمل البشري الفرق بينهما هو أنا لناس بطبيعتهم كائنات ذات قيمة. لأن الرؤية التي تُبنى فيها سمكته تتشكل وفقاً للنظام، كإرث تاريخي لما ينتجه الإنسان، فإن القيم والمعايير التي يستحضرها في تجسيد أفعاله هي:

✓ كانت حياته واتصالاته تختلف عن الوسائل المادية والمال، فهذه العقلانية التاريخية جعلت المثل يأخذ العديد من الأشكال ويمارس السلطة الاجتماعية أو السياسية أو غيرها في أي وقت الحركة في التاريخ.

✓ القيم هي إحدى المعالم التي تحدد الثقافات الفرعية داخل مجتمع واحد وهي أساس النظريتم استخدامها من قبل الأفراد أو المجموعات من بين عدة بدائل في المواقف التي تتطلب مبلغاً محدداً من المال.

✓ فالعنصر يدعم الاستقرار الاجتماعي ويحدد الغيت وفي عملية التعبير، وهو ركيزة أساسية للنص.

✓ فالمسؤولية اجتماعية تعطي الأفراد مسؤولية تحقيق النتائج والحفاظ على الأرباح والتغلب على المشاكل.

يتعلق الواقع ومحتوى القيمة في الثقافات الأخرى بمنهجية التفاعل من خلال القيم النفسية والاجتماعية والأخلاقية والجمالية والسياسية وحتى الدينية التي تعتبر آليات طبيعية، كما انه يحدث التلقائي مع تغير الظروف والبيانات والظروف التي يعيش فيها الناس وينتقلون من حالة إلى أخرى.

يحدث المجتمع الحديث تغييرات كمية ونوعية في جميع جوانب الحياة البشرية حيث يظهر أن التغييرات الرئيسية في المجتمع تحدث تغييرات كبيرة في بناء الوظائف الاجتماعية حيث أن الجزائر تختلف عن البلدان النامية الأخرى في أن المجتمع الجزائري، مثل كل المجتمعات، قد مر بمرحلة في السنوات الأخيرة تغيير هائل يتجلى هذا على أنه تغيير في

البيئة والإمكانيات وطريقة الحياة الأفراد، وهذا التغيير أثر على الأنماط الثقافية، لذا فإن ثقافة المجتمع محصنة ضد التغيير.

التعليم هو في الأساس عملية ثمينة للتعامل مع الفرد البشري من خلال التنشئة و التعليم والتقوى كما إنه يعتبر إطار مجتمع لا وجود له، وتنتقل هذه القيم إلى أعضائه من خلال المؤسسات إذ تلعب جميع المؤسسات الأكاديمية، بما في ذلك القادة الأكاديميون، دورًا في التكامل تحقيق القيمة الإيحائية والقيمة المرجوة من خلال وضع فلسفة السياسة التعليمية وتطوير المناهج الدراسية، حيث كان دعم البحث مسألة تتطلب أن تكون الجامعة مسؤولة أمام الدولة التي تختارها من خلال التحدي المتمثل في تحقيق التوازن والحفاظ على القيم الاجتماعية، وأن تكون الجامعات مجتمعات واقعية من خلال البحث عن الحقيقة وخدمة المجتمع وتحقيق أهدافه وتحقيق أهدافه ومحاولة الوصول إلى مكانته من خلال العمليات المتميزة وعمل، وكذلك أداء الوظائف على أعلى مستوى من الكفاءة والمستفيدين مؤهلون في هذا الصدد على أساس مجموعة من الركائز الداعمة أهمها أعضاء مجلس الإدارة.

ان موضوع القيم هو أحد الموضوعات ذات الاهتمام في العديد من المجالات الفلسفة، التعليم، الاقتصاد، العمل الاجتماعي، الدراسة الذاتية، الهدف العلمي، الأهمية والضرورة الموضوعات الأساسية في علم النفس وسلوك الإنسان.

وإلى القفز بالوسائل الجديدة والتطبيقات التي استطاعت خلال فترة زمنية قصيرة إحداث الكثير من التأثيرات المذهلة وخاصة فئة الشباب والذي يعتبر أهم شريحة في المجتمع والأكثر منهم الطلبة الجامعيين و باعتبارهم فئة مثقفة وذات مستوى علمي عالي وأكثر هذه الفئات استخداما للإعلام الجديد هذا الأخير يتوفر على خصائص تقنية وفنية توفر المعارف والخبرات والقيم وحتى السلوكيات حيث بات منبرا مفتوحا على جميع ميادين الحياة ويقصده آلاف الشباب والطلبة الجامعيين كما أنه ساهم في عملية تبادل الأفكار والمعلومات بفضل تطبيقاته المختلفة التي سهلت على كسر الحواجز الموجودة بينهم ومن هذا المنطلق جاءت

هذه الدراسة التواصل بينهم وساعدت لرصد دور الإعلام الجديد و مظاهر التغير القيمي لدى الشباب الجامعي، انطلاقاً من ذلك يطرح التساؤل التالي:

**هل هناك علاقة بين الإعلام الجديد ومظاهر التغير القيمي لدى الشباب الجامعي ؟**

تقودنا الإشكالية الرئيسية إلى طرح أسئلة فرعية متمثلة في:

• هل هناك علاقة بين تطبيق الفيسبوك ومظاهر التغير القيمي لدى الشباب الجامعي ؟

• هل هناك علاقة بين تطبيق التيك توك ومظاهر التغير القيمي لدى الشباب الجامعي؟

• هل هناك علاقة بين تطبيق الانستغرام ومظاهر التغير القيمي لدى الشباب الجامعي؟

• هل هناك علاقة بين تطبيق اليوتيوب ومظاهر التغير القيمي لدى الشباب الجامعي ؟

**ثانياً: فرضيات الدراسة:**

تعتبر الفرضية الفكرة المبدئية التي تربط بين الظاهرة موضوع الدراسة والعوامل المرتبطة بها، وتهدف إلى الكشف عن حقيقة بين موقفين أو أكثر أو العلاقة بينهما.

ومن أجل تجسيد أهداف الدراسة وفي ضوء التراث الامبريقي المتوفر حول الاعلام

الجديد ومظاهر التغير القيمي لدى الشباب الجامعي، نحاول من خلال هذه الدراسة التحقق

من الصدق الامبريقي للفرضيات والتي تتكون من فرضية عامة واربع فرضيات جزئية:

**الفرضية العامة:**

هناك العلاقة بين الإعلام الجديد ومظاهر التغير القيمي لدى الشباب الجامعي

**الفرضيات الفرعية:**

• هناك علاقة بين تطبيق الفيسبوك ومظاهر التغير القيمي لدى الشباب الجامعي

• هناك علاقة بين تطبيق التيك توك ومظاهر التغير القيمي لدى الشباب الجامعي

• هناك علاقة بين تطبيق الانستغرام ومظاهر التغير القيمي لدى الشباب الجامعي

• هناك علاقة بين تطبيق اليوتيوب ومظاهر التغير القيمي لدى الشباب الجامعي

### ثالثا: أهداف الدراسة

نهدف من خلال هذا البحث إلى:

- ✓ تقديم صورة عن واقع وطبيعة النسق القيمي لدى الطلبة الجامعيين في الجامعة الجزائرية ، والتغيرات التي طرأت عليه.
- ✓ توضيح مدى تأثير التغير القيمي على سلوكيات ومواقف الشباب الجامعي وظهور بعض المشكلات النفسية والاجتماعية لديهم.
- ✓ معرفة دور الاعلام الجديد في رصد مظاهر التغير القيمي لدى الشباب الجامعي.

### رابعا: أسباب اختيار الموضوع:

تتعلق الدراسة من مجموعة أسباب تم تقسيمها إلى:

#### 1. الأسباب الذاتية:

- ✓ الإحساس بالمشكلة العلمية المطروحة نظرا للتطور الكبير الذي شهده الإعلام الجديد في ظل التطورات التكنولوجية.
- ✓ الرغبة الشخصية في دراسة الموضوع باعتباره موضوع من المواضيع الجديدة التي تخضع للدراسة والمناقشة نتيجة لظروف الانفتاح والتطور الذي شهدته وسائل الإعلام وما نتج عنها من انعكاسات على الطلبة الجامعيين في ظل هوية التغير القيمي.
- ✓ الرغبة في معرفة دور الإعلام الجديد في رصد مظاهر التغير القيمي لدى الشباب الجامعي.
- ✓ الرغبة في إثراء المكتبة الجامعية، إذ تعد هذه الدراسة من المواضيع الجديدة بالنظر لحدثة الإعلام الجديد باعتباره أكثر الوسائط استخداما بين الأفراد والمؤسسات.

#### 2. الأسباب الموضوعية:

- ✓ قابلية الموضوع للدراسة والبحث.
- ✓ الموضوع مرتبط بمجال الإعلام فالإعلام الجديد.

✓ حداثة الموضوع في ظل التطور الكبير في تقنية الاتصال الحديث الذي كان له الدور الواسع في تنمية مظاهر التغير القيمي لدى الشباب الجامعي .

#### خامسا: تحديد المفاهيم:

إن لتحديد المفاهيم أهمية كبيرة في العموم الاجتماعية، حيث تشكل الخلفية والمسار الذي يحدد مضمون الدراسة وتوجهاتها، لما تحمله من دلالات ومقاصد نظرية وامبريقية لها أثرها المباشر على كل بحث.

فالمفاهيم هي مصطلحات تشير إلى طبيعة الموضوعات والظواهر التي يقوم الباحث بدارستها، كما تعتبر المفاهيم اللغة العلمية التي يتناولها المتخصص في فرع من فروع المعرفة.(رشوان، 2003، صفحة 215)

وانطلاقا من محورية المفاهيم في الدراسات الاجتماعية نبرز أهم المفاهيم المتداولة في الدراسة الراهنة، والتي تتطلب توضيح وتحديد دلالاتها الإجرائية للمفاهيم التالية:

#### مفهوم المنظومة القيمية:

#### أ- مفهوم التغير القيمي

في اللغة: تُعرّف القيمة على أنها: قيمة الشيء كمثل قيمة العقار هو سعره؛ ارتبطت القيمة في جوانبها الإيجابية بالفضائل الأخلاقية وفي جوانبها السلبية، مشتقة من الفعل "قيمة مع العكس، أي الرذيلة، تم ذكر قيمة الكلمة بمعنى أن (أنا أقوى)، هذا يعني أن القيمة تحتوي على المعنى اللاتيني لقيم المقاومة.

**والقيم في المعنى الاصطلاحي:** هناك العديد من وجهات النظر والميول عندما يتعلق الأمر بتعريف القيم على أنها مجرد مصالح ورغبات غير ملزمة في حالة الأفراد أو الجماعات، هناك من يعرفها على نطاق واسع في رأيهم(مرادف للثقافة بشكل عام).

#### اجرائيا :

على إنها "مجموعة من المعايير السلوكية التي تحقق الاطمئنان للحاجات الإنسانية ويحكم عليها الناس بأنها حسنة، ويحرصون على الإبقاء عليها.

## ب- تعريف الإعلام الجديد

### اصطلاحا

إنها مجموعة جديدة من الأساليب والأنشطة الرقمية التي تتيح لنا إنتاج المحتوى وتوزيعها لوسائط وأشكالها المختلفة من خلال الأجهزة الإلكترونية (الوسائط) سواء كانت متصلة أم لا على الإنترنت ، أثناء التفاعل بين المرسل والمتلقي.

يتم تعريف الوسائط الجديدة أيضًا على أنها: "تشير بشكل عام إلى مزيج من تقنيات الاتصال البث الجديدة (أجهزة الكمبيوتر والشبكات التقليدية).

### إجراءات:

هو مجموعة من التقنيات الحديثة التي تعتمد على الانترنت وفي نفس الوقت على أسس الإعلام والتواصل ويعتبر عنصر مهم في تنمية المنظومة القيمية لدى الشباب الجامعي.

## ج- الشباب الجامعي

### اصطلاحا

نقصد بالشباب الجامعي الطلبة الجامعيين لأن أغلبهم تتراوح أعمارهم وبين 18 إلى 28 سنة، والطالب الجامعي هو الشخص المسجل في مؤسسة من مؤسسات التعليم العالي والبحث العلمي وتابع دراسته فيها بصفة رسمية ويقضي فيها مرحلة تعليمية من ثلاث إلى خمسة سنوات في الأغلب.

### إجراءات:

الشباب هم الفئة التي وصلت إلى درجة من النضج على أشكاله النفسية والجسمانية وبالتالي انه يعبر عن تلك الفترة من النمو والتطور الإنساني التي تتسم بسمات خاصة تميزها وتعطيها طابع خاصا و هو يلعب دورا فعالا في الإعلام الجديد وهذا مما اكتسبه من الوعي الثقافي بفضل تنمية قدراته الفكرية والعلمية.

## سادسا: الدراسات السابقة:

تعتبر الدراسات السابقة من أهم الركائز للقيام بأي بحث علمي، كمرجع يعتمد عمليا، وعلى هذا الأساس يمكن أن نعرض بعض الدراسات التي نراها تشابه موضوع بحثنا:

**الدراسة الأولى:** دراسة "إيمان بخوش" تحت عنوان الاستخدامات الثقافية للإعلام الجديد في الجزائر " الشبكة الاجتماعية فيسبوك نموذجا"، وهي مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في قسم الدعوة والإعلام والاتصال بجامعة - الإعلام الثقافي بجامعة قسنطينة سنة 2013-2014.

وتندرج تحت هذه الإشكالية مجموعة من التساؤلات الفرعية أهمها:

- ما هي الخصائص العامة للمستخدمين الجزائريين للإعلام الجديد من خلال موقع فيسبوك؟

- ما هي عادات وأنماط الاستخدامات الثقافية للإعلام الجديد حسب الجزائريين من خلال موقع الفيسبوك؟

ما هي الاشباعات التي تحققها الاستخدامات الثقافية للإعلام الجديد حسب الجزائريين من خلال موقع الفيسبوك؟

حيث اعتمدت الباحثة في الدراسة على المنهج الذي فرض عليه طبيعة الدراسة تمثلت في استخدام منهج المسح بالعينة، إضافة إلى استمارة تحليل كأداة لجمع البيانات، أما العينة فكانت العينة العارضة أو العينة العابرة (المصادفة) من أجل جمع المعطيات ويكون الاختيار في هذا النوع من العينات سهلا، إذ يعتمد الباحث إلى اختيار عدد من الأفراد الذي يستطيع العثور عليهم في مكان ما وفي فكرة زمنية محددة وبشكل عرضي عن طريق الصدفة والمستخدمين الجزائريين لموقع الفيسبوك وقد اعتمدت على عينة عرضية وهي الشبكة الاجتماعية فيسبوك نموذجا تمثلت من سنة 2012.

**الدراسة الثانية:** دراسة التحولات الاجتماعية والاقتصادية وآثارها على القيم في المجتمع الجزائري، لقد خلصت الدراسة إلى أن هناك آثارا واضحة وملموسة على النسق القيمي في المجتمع الجزائري والتغيرات التي طرأت عليه ممثلا بالعينة.

وذلك نتيجة للعديد من التحولات الاجتماعية والاقتصادية التي عرفها المجتمع الجزائري خلال أكثر من ثلاث عقود، حيث كان لها أثرا عميقا على النسق القيمي وطرح تغيرات خاصة على المجال الأسري والتعليمي والاقتصادي والديني والسياسي، وهي عبارة عانسات فرعية متفاعلة ومتبادلة التأثير مع بقية الأناسة الأخرى.

حيث أبرز الباحث قيم الطلبة الجامعة تغيرات نسبيا كقيم الزواج؛ من الزواج القرابي إلى الاختيار الشخصي، وأنهم أصبحوا يشاركون أسرهم أكثر في الحوار واتخاذ القرارات ، كما أنالسلوك الإنجابي لديهم يتسم بالاتجاه نحو التنظيم، وتفض يلهم الانفصال عن السكن العائلي وهذا ما يعكس التدرج نحو اختفاء الأسرة الممتدة وظهور الأسر النووية الصغير.

**خلاصة:**

تطرقنا في هذا الفصل إلى الدوافع الأساسية التي تساعدنا في اختيار موضوع الدراسة، وهذا انطلاقاً من تحديد منهج الدراسة المعتمد والملائم لطبيعة موضوعنا، واعتمدنا لذلك على أدوات جمع البيانات العلمية المتمثلة في استمارة الاستبيان، وكذا تحديد مجالات الدراسة بالإضافة إلى ربط دراستنا بالدراسات السابقة، وفي الأخير تم اختيارنا للمقاربة النظرية العلمية التي تتماشى مع موضوع دراستنا، كل هذه العناصر تدخل

في الإطار العام للدراسة

# الفصل الثاني

---

## الفصل الثاني: الاعلام الجديد.

تمهيد.

أولاً: أساسيات فهم الإعلام الجديد

ثانياً: مداخل نظرية لفهم خصائص الإعلام الجديد

ثالثاً: خصائص الإعلام الجديد

رابعاً: ايجابيات وسلبيات الإعلام الجديد

خامساً: الإعلام الجديد ظاهرة تكنولوجية وظاهرة اجتماعية

سادساً: آثار استخدام الإعلام الجديد

خلاصة

## تمهيد:

عرف المجتمع المعاصر مع التطورات التكنولوجية الهائلة في بداية القرن الحادي و العشرين، نقلة تكنولوجية نوعية نتج عنها عصر جديد سمي بعصر ثورة المعلومات الذي يمزج بين تكنولوجيا الكمبيوتر مع تكنولوجيا الاتصال، مما أدى إلى بروز ظاهرة إعلامية جديدة تتميز بعدة سمات و خصائص عن سابقتها سميت بالإعلام الجديد القائم على النشر الالكتروني هذا الأخير تعددت استخداماته و تباينت، وبذلك أفرز عدة تطبيقات تعد ركيزة جديدة للتواصل و بث المعلومات و تبادلها على نطاق واسع في فضاء إلكتروني، ما جعله يتميز بعدة خصائص مقارنة بالإعلام التقليدي .

سنحاول في هذا الفصل التعرف على ماهية الإعلام الجديد باستعراض بعض مداخله النظرية، نشأته، خصائصه، وظائفه ومختلف أشكاله ووسائظه في الفضاء الإلكتروني.

## المبحث الأول: أساسيات فهم الإعلام الجديد

### المطلب الأول: ماهية الإعلام الجديد

#### الفرع الأول: نشأة الإعلام الجديد

نشأ الإعلام الجديد نشأة عشوائية إثر مراحل تطور الشبكة المعلوماتية العالمية، وتزايد استخدامها، وقد ظهرت أولى ملامحه مع ظهور الانترنت عام 1969 في الولايات المتحدة الأمريكية، حينها كلفت وزارة الدفاع الأمريكية مجموعة من الباحثين بمهمة البحث لإيجاد شبكة اتصالات تستطيع أن تستمر في الوجود حتى في حالة هجوم نووي، وللتأكد بأن الاتصالات الحربية يمكن استمرارها في حالة حدوث أي حرب، وقام مجموعة من علماء جامعة كاليفورنيا بتجربة علمية كانت محاولة لربط جهاز الحاسب الآلي في مدينة لوس أنجلوس بجهاز آخر في مدينة (منلوبارك) بواسطة خط هاتفي، بحيث يستطيع الجهاز أن العمل معا في شكل نظام اتصال مغلق، كانت هذه التجربة جزءا من متطلبات إيجاد وسائل اتصال ذات فاعلية ومضمونة لإبقاء الصواريخ النووية الأمريكية قابلة للاستخدام حتى بعد تعرض أمريكا لضربة مدمرة.

كانت تلك الأبحاث بمثابة العمود الفقري للبنية التحتية لشبكة الانترنت العالمية، والتي بدأت تقدم للناس عمليا سنة 1985، وكان عدد المشتركين يتزايد بشكل كبير حتى أصبحت أكبر شبكة في تاريخ البشرية. (الشمالية، اللحام، ومصطفى، 2015، ص 17).

ومنه ظهر الإعلام الجديد ليشمل عدد من الصحف والمجلات والتي شكلت وقتها ظاهرة إعلامية جديدة، مرتبطة بثورة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، وبدأ ظهور التطبيقات والمدونات الالكترونية التي فتحت آفاقا جديدة للجمهور، باعتبارها وسائل إعلامية جديدة سريعة الانتشار وقليلة التكلفة. (الشمالية، اللحام، ومصطفى، 2015، ص 18).

وبالرغم من هذا الانتشار إلا أن استخدام مصطلح الإعلام الجديد بشكل واسع كان في عام 1990، إذ أطلق على التكنولوجيا الرقمية المستخدمة (Digitul Technologies)، حيث باتت هذه الأخيرة علامة فارقة للتمييز بين الإعلام التقليدي (Oldmedia) والإعلام الجديد

(New Media)، ومع استمرار التطورات التكنولوجية وحصول اكتشافات هائلة في مجال تكنولوجيا المعلومات، وظهور شبكات التواصل الاجتماعي التي منحت خيرا افتراضيا للمستخدمين للتعبير عن أنفسهم ازداد استخدام هذا المفهوم.

وتعزز مفهوم الإعلام الجديد مع استمرار ظاهرة تفجر المعلومات بشكل لم يكن متوقعا، فضلا عن تطور أساليب الاتصال، ومن ثم ظهور وسائل التواصل الاجتماعي مثل اليوتيوب (Youtube)، والمدونات (Blodge)، الفيسبوك (Facebook)، وتويتر (Tweeter)، ومحركات البحث السريع وغيرها، التي أتاحت الجمهور مجالا افتراضيا كبيرا، وأسهمت في إلغاء المسافات الجغرافية، وكان لها دور جوهري في تعزيز الحوارات والنقاشات بين الجمهور بغض النظر عن الثقافة والعرق والقومية وباتت عابرة للحدود. (غالب والدعيمي، 2017، ص 55).

#### الفرع الثاني: الإعلام الجديد وجدلية تسمياته.

دائما ما يواجه الباحثون مجال الإعلام والاتصال إشكاليات تتعلق بتحديد المفاهيم والمصطلحات، كما هو الحال مع جدلية تسمية الإعلام الجديد، حيث أطلقت عليه تسميات عديدة، ويظن بعض الباحثين أن هذه التسميات تؤدي إلى معنى واحد في حين يراها البعض الآخر لا تنطبق كلها تماما على الإعلام الجديد كمفهوم، والبعض الآخر يرى أن بعض من هذه التسميات جاءت لتجسيد واقع ينسجم معها ومن بين التسميات الشائعة لمصطلح الإعلام الجديد نذكر ما يلي: الإعلام البديل، الإعلام الشبكي، الإعلام الالكتروني، الإعلام الرقمي، إعلام اتمع أو الإعلام الشعبي، الإعلام التفاعلي، إعلام المعلومات، الوسائط المتعددة، الوسائط المتشعبة، إعلام الفضاء السيبري، الإعلام التشاركي، الإعلام الآلي.

1-الإعلام البديل: يعتقد بعضهم أن الإعلام البديل هو الإعلام الجديد بحد ذاته، لكن الحقيقة تشير إلى غير ذلك، لأن مصطلح الإعلام البديل سبق كثيرا زهور التكنولوجيا الاتصالية الحديثة، وكان يطلق على الوسائل التي يستخدمها الجمهور للحصول على المعلومات بعيدا عن سلطة إعلام الحكومة المسيطر أو كما يسمى بالإعلام المهيمن، ولم

نجد تاريخا محددًا يفصح عن أول استخدام لهذا المصطلح، ولكن الشيء الثابت والمؤيد هو أن تسميته جاءت لتشير إلى الأساليب التي يستخدمها اتمع بديلا عن الإعلام الحكومي المسيطر، وقد يمثل الإعلام البديل صحيفة مطبوعة كما حدث في فرنسا إبان انتفاضة العمال حين انطلقت صحيفة لبراسيون (Libération) لتكون البديلة لليساريين للتعبير عن أفكارهم بعد حجب الصحف الأخرى لأخبارهم.

وقدم عدد من الخبراء تعريفات للإعلام البديل ومنها بأنه وسائل الإعلام التي تقوم بتأسيس نظم المعلومات والاتصال الخاصة من أسفل إلى أعلى راسيا كما مدرك للتغلب على عدم المساواة وعدم التوازن في السلطة الاتصالية التي أنتجتها وسائل الإعلام في انقسام بين دول الشمال والجنوب.

2-الإعلام الرقمي: يعرف الإعلام الرقمي بأنه أي وسائل إعلام ترمز وتقرأ بشكل آلي، ويمكن إنتاجه ورؤيته وتوزيعه، وإجراء التغييرات عليه، وحفظه على الكمبيوتر، مثل الصورة الرقمية (digital imagery)، والفيديو الرقمي (digital vidéo)، وصفحات الويب (web page)، والويب سايت (web sites)، وتعد وسائل التواصل الاجتماعي (social media)، والبيانات وقواعد البيانات (data and data bases)، والصوت الرقمي (digital audio) مثل ملفات (Mp3)، والكتب الإلكترونية (e-books)، كمثال عن الإعلام الرقمي وهي تتناقض مع وسائل الإعلام التقليدي مثل الصحافة المطبوعة والأشرطة والأفلام. (غالب كاظم، جياذ الداعي، 2017، ص ص 60، 61).

ويشترط (جيمس) اتحادها مع الحوسبة الشخصية لكي يتحقق مفهوم الإعلام الرقمي، وهو يستثنى التلفزيون الذي يستخدم التقنية الرقمية، وكذلك الراديو، لكنه يعد التلفزيون والراديو الذين يبث بواسطة الانترنت جزء من الإعلام الرقمي، وهذه الرؤية تتناقض مع ما ذهب إليه عدد من الباحثين الذين يعون الوسائل الإعلامية كافة التي تستخدم التقنية الرقمية تندرج ضمن الإعلام الرقمي بما فيها وسائل الإعلام التقليدي ومنها الراديو والتلفزيون الذين يستخدمان النظم التقنية الرقمية في العملية الإنتاجية للمحتوى.

3-الإعلام التفاعلي: تعرف موسوعة (investopedia) الإعلام التفاعلي بأنه وسيلة التواصل تعتمد فيها مخرجات إنتاج البرامج الإعلامية على مدخلات المستخدمين، مثل المواقع، والألعاب، وشبكات التواصل الاجتماعي، في حين أن الأفلام وأغلب برامج التلفزيون لا تعد برامج تفاعلية، وتتجسد التفاعلية كسمة عامة في شبكات التواصل الاجتماعي بشكل مطلق، وليس جزئيا كما في التلفزيون والراديو، وعلى وفق تعريف هذه الموسوعة فإن استخدام الصور والنصوص والحديث مع الأصدقاء هي إحدى مظاهر التفاعلية، ولا بد من أن تقترن بالاستجابة لمضمون ما ينشر وتحقيق الاستجابة لكي ندرجه في مسمى الإعلام التفاعلي.

4-الإعلام الآلي: ذهبت بعض أقسام الإعلام في الجامعات إلى تسمية القسم المختص بدراسة الإعلام الجديد بالإعلام الآلي، لاسيما جامعات الجزائر، وأحيانا يدمج مع الأقسام العلمية كما في جامعة بومدين، كلية الإلكترونيات والإعلام الآلي، وتتفق هذه مع مدخل كروسي للإعلام الجديد الذي يعد الوسائل كافة ما هي آلتوليس وسائل إعلام وفقا لرؤيته التي سنعرضها لاحقا. (غالب كاظم، جياذ الدعيمي، 2017، ص 61).

3-الإعلام الشبكي (online media): جاءت تسميته بالإعلام الشبكي لإمكانية استخدام الشبكة العنكبوتية لنقل الأحداث والقضايا التي تتعلق بالجمهور، عن طريق أجهزة الحاسوب والموبايل وعبر تطبيقات متعددة، كما بات بالإمكان مراقبة ما يجري في العالم من البيت أو العمل وتحميل الصور والتواصل مع الآخرين بسهولة ويسر، فضلا عن إمكانية تحميل الأفلام واللقطات التي يرغب الفرد بأن يطلع عليها المستخدمون. (غالب كاظم، جياذ الدعيمي، 2017، ص ص 62).

4-إعلام المعلومات (information media): ويطلق عليه أيضا إعلام المعلومات والتكنولوجيا، ويشير إلى الإفادة القصوى من تكنولوجيا الاتصال في بث المعلومات وإنتاجها وتوزيعها على جمهور واسع وكبير عابر للقومية والجغرافية، فضلا عن التواصل مع الآخرين

عبر تطبيقات متنوعة وفرتها التكنولوجيا الحديثة، وهذه التسمية تنطلق من خاصية تزويد الجمهور بالمعلومات المتنوعة.

5- **إعلام المجتمع (society):** انطلقت هذه التسمية من مشاركة الأفراد في إنتاج المضمون وصياغته وبثه بواسطة شبكات التواصل الاجتماعي، مثل المدونات، والفيديوهات، وتويتر، واليوتيوب، وغرف الدردشة، والمنتديات وغيرها من وسائل التواصل الاجتماعي، إذ بات متاحا للجمهور امتلاك أدوات إنتاج المضمون الإعلامي، عن طريق امتلاك أجهزة متوافرة تعمل بالتقنية الرقمية مثل الكاميرا الرقمية، والموبايل الذي يتميز بخواص متعددة، وهذه التسمية تقترب كثيرا من الإعلام التفاعلي. (غالب كاظم، جواد الداعي، 2017، ص ص 62 - 63).

وأسهمت التكنولوجيا بظهور ما يعرف بالمواطن الرقمي، وهو في الغالب الذي نشأ في زمن التكنولوجيا الرقمية، واعتاد على استخدامها بشكل مفرط لإنجاز متطلبات حياته اليومية، وهو يكون متصلا بالشبكة العنكبوتية طوال الوقت عبر أجهزة الموبايل أو الحاسوب، وتتباين نسبة المواطنين الرقميين من بلد إلى آخر، بحسب المستوى المعاشي ودرجة التطور، وفي الغالب تزداد النسبة لدى الشباب.

6- **الوسائط المتعددة (multimédia):** تشير هذه التسمية إلى عملية اندماج النص مع الصوت والفيديو والصور مع بعضها لتكون رسالة مفهومة تفاعلية، تسهم في خدمة قطاعات متنوعة اقتصادية وتجارية وإعلامية، وبحلول 2000 دخلت الحقبة القانية من استخدام التكنولوجيا الرقمية في الوسائط المتعددة، لتشمل نواحي الحياة كافة، وساعدت قدرة هذه الأجهزة الدقيقة على تخزين معلومات لا تعد ولا تحصى بتقديم خدمة الجمهور كبيرة للجمهور. (غالب كاظم، جواد الداعي، 2017، ص 63).

7- **الإعلام الإلكتروني (Electroinc communication):** يشير هذا المفهوم الواسع الذي نتج عن اندماج التكنولوجيا الحديثة مع منصة الانترنت، إلى وسائل عدة، يمكن لها أن تقدم المعلومات والأخبار بشأن الأحداث الجارية إلى قطاعات عريضة من الجمهور، دف التأثير

في معتقداتهم، وتحقيق الترفيه، والتعليم، مثل الصحافة الإلكترونية، بأشكالها شتى والمدونات ووسائل التواصل الاجتماعي، وبهذا التعريف بأن مفهوم الإعلام الإلكتروني لا يبتعد في معناه عن التسميات الأخرى.

وكان مصطلح الإعلام الإلكتروني في مطلع 1940 يشير إلى الراديو والتلفزيون لتميزها عن الصحافة المطبوعة بأشكالها شتى، إلا أنه وبعد حصول النقلابات التكنولوجية في مجال الاتصال استخدم هذا المصطلح للدلالة على معنى آخر غير المعنى السابق.

10- **الوسائط المتشعبة (Hypermédia):** يعد تدنلسون الرائد في تكنولوجيا المعلومات، وهو أول من استخدم هذا المصطلح في 1965 بعد أن صاغه من مصطلحي (HyperText) و (hypermédia) في 1963.

وتعني الوسائط المتشعبة عملية ربط بين النصوص والصور والجرافيك والصوت بواسطة روابط متشعبة، وهي هذه الحالة فهي تتيح للمضمون الإبحار في العالم الافتراضي عن طريق وصلات متشعبة، وتختلف عن الوسائط المتعددة، كون إعلام الوسائط ينتج عن عملية اندماج بين ثلاث وسائط متمثلة، بالنص، والصورة، والصوت، ومن ثم خلق حالات تفاعلية (interactivity) بين المضمون المنتج المعروض عبر الحاسوب والمستخدم، فضلا عن أن الوسائط المتعددة تسير بشكل خطي، في حين الوسائط المتشعبة تتشعب بمستوى غير محدود. (غالب كاظم، جواد الداعي، 2017، ص ص 63، 64).

11- **إعلام الفضاء السيبروني (cyberspace):** ويعرف الفضاء السيبروتي بأنه البيئة الافتراضية التي تحدث فيها عمليات الاتصال في ظل الانترنت على شاشة الكمبيوتر وأصبحت هذه المفردة مشهورة بشكل كبير في ظل الانترنت على شاشة الكمبيوتر والتقنية الرقمية في التسعينات، وكانت تشير إلى أفكار وظواهر جديدة عدة، وأصل هذه المفردة يعود للفنون البصرية، وأول من استخدمها هو الرسامة الدنماركية سوزاني في أواخر 1960 مع زميلتها المهندسة كاستنهوف، واستخدمت لاحقا 1980 في مجال

العمل على لسان كاتب الخيال وليم جيبسون ، ومن ثم وردت في قصة قصيرة للكاتب نفسه 1982.

12- **الإعلام التشاركي:** توصف وسائل الإعلام التشاركية بأنها وسائل الإعلام التي تتيح للجمهور عن طريقها أن يؤدي دورا في عملية جمع المعلومات وإعدادها وتحليلها ونشر المضمون، وتمثل صحافة المواطن جزءا منها، واستخدم هذا المفهوم لأول مرة في 2006. (غالب كاظم، جياذ الدعي، 2017، ص 64).

نستنتج من المفاهيم السابقة أنها مفاهيم متصلة لكنها لا تؤدي إلى معنى واحد، غير المعنى الذي أشار له هذا المفهوم لا تنطبق جميعها عليه بشكل مطلق، لكنها تشمل بعض خواصه، لاسيما حين تستخدم مفهوم الإعلام البديل للدلالة على الأعلام الجديد، كما أن تسمية الإعلام الرقمي لا تنطبق تماما على الإعلام الجديد، لأن لوسائل الإعلام التقليدي (الصحافة المكتوبة، التلفزيون، الراديو)، كل منها استخدمته التقنيات الرقمية الحديثة، كالتفاعلية. (غالب كاظم، جياذ الدعي، 2017، ص ص 59 - 65).

### الفرع الثالث: مداخل نظرية لفهم خصائص الإعلام الجديد:

نقدم هنا مجموعة من الرؤى النظرية حول الإعلام الجديد في مقاربات مختلفة لفهم مداخله الأساسية واتجاهاته وهذه الرؤى المطروحة يلتزم بعضها الجوانب المتعلقة بالتطورات في تكنولوجيا الاتصال، وبعضها يعلق على الموضوع مدخلا لفهم خصائص الإعلام الجديد وفهم مدخل الدراسات التي كتبت في هذا الحقل، فقد درسه نيغر وبونتي ونستعرض رؤى بانلك وكروسبي ومانوفينتشوديفيت واوين، وسناقش رؤية كل واحد على حدة. (عباس مصطفى، ص35)

#### 1. مدخل نيغر وبونتي لفهم الإعلام الجديد:

يحصر نيغروبونتي Nigro ponte الميزات التي يتجلى ا الإعلام الجديد مقارنة بما سبقه في: "استبداله الوحدات المادية الرقمية، أو الثبات بدل الذرات Bits nit atoms كأدوات رئيسية في حمل المعلومات يتم توصيلها في شكل الكتروني وليس في شكل فيزيائي،

والكلمات والصور والأصوات والبرامج والعديد من الخدمات يتم توزيعها بناء على الطريقة الجديدة، بدلا عن توزيعها عبر الورق أو داخل صناديق. (عباس مصطفى، ص ص - 36)

أما ميزة قدرة الإعلام الجديد على المخاطبة الرقمية المزدوجة Digital addressability فهي عبارة عن نموذج تطور من عملية نقل المعلومات رقما من كمبيوتر إلى آخر منذ بداية رقمنة الكمبيوتر نفسه بعد الحرب العالمية الثانية، إلى تطور تشبيك عدد غير محدود من الأجهزة مع بعضها البعض، وهذا من ناحية يلي الاهتمامات الفردية Individualltrosts ومن أخرى يلي الاهتمامات العامة، أي أن الرقمية تحمل قدرة المخاطبة المزدوجة للاهتمامات والرغبات وهي حالة لا يمكن تلبيتها بالإعلام القديم. (عباس مصطفى، ص ص 35)

الميزة الأكثر أهمية هي أن هذا الإعلام خرج من أسر السلطة التي كانت تتمثل في قادة اتمع والقبيلة، والكنيسة والدولة إلى أيدي الناس جميعا، وقد تحقق هذا جزئيا عند ظهور مطبعة غوثن برغ وتحقق أيضا عند ظهور التلغراف وأخذ سمته الكاملة بظهور الانترنت التي جاءت بتطبيق غير مسبوق وحققت نموذج الاتصال الجمعي كل الناس. (عباس مصطفى، ص ص 36).

## 2. النموذج الاتصالي الجديد لكروسيبي:

يشارك كروسيبي مع نيغروبوتي في نفس الأفكار ويعقد مقارنة ثلاثية متسلسلة بين الإعلام الجديد والقديم، من خلال النماذج الاتصالية الكلاسيكية، ابتداء من أول نموذج اتصالي بين البشر وحتى بين غير بني البشر، من أحياء، الذي كان من نوع الاتصال الشخصي Interpesonalcimmunicatia وهو اتصال ليس بحاجة إلى وسائل تكنولوجية لكي يتم، وله حالتين تميزانه. (عباس مصطفى، ص ص 36)

### النموذج الأول: الاتصال الشخصي:

- كل فرد واحد من طرفي الاتصال يملك درجة من درجات السيطرة المتساوية على المحتوى المتبادل بين الطرفين.

- المحتوى يحمل ترميزا يؤكد حالة الفردية Individualisation التي تحقق احتياجات ومصالح صاحب المحتوى ،كما أن المنافع وأضرار متساوية الطرفين.

- التحكم المتساوي وميزة الفردية ينخفضان في حالة ازدياد عدد المشاركين في العملية الاتصالية.

لهذا السبب، فإن النموذج يتميز باستخدامه في تطبيقات الاتصال بين شخصين فقط، وهذا هو السبب الذي جعل خبراء الاتصال يطلقون عليه الاتصال من نقطة إلى أخرى أو من فرد لآخر.

### النموذج الثاني: الاتصال الجمعي:

هو الاتصال الجماهيري أو الجمعي Mass Media، وهذا النوع يخطئ فيه الكثيرون حينما يتصورون أنه يحدث نتيجة للتطور التكنولوجي، ولكنه مثل الاتصال الشخصي يسبق التكنولوجيا، ويرجع هذا النموذج إلى طرق الاتصال التي كان يتبعها قادة المجتمعات القديمة والملوك والزعماء الدينيون، فيما وسعت التكنولوجيا من مداه إلى المستوى العالمي من أدواته التقليدية الإذاعة والتلفزيون والسينما وما إليهما، وهو يقوم على نمط الاتصال من نقطة فرد إلى المجموعة، على سبيل المثال من رجل دين أو ملك أو ناشر إلى عدد من الناس الذين يطلق عليهم المستمعين أو القراء أو المشاهدين، وهو الأمر الذي دفع الأكاديميين الاتصال من الفرد إلى المجموعة Onstomanyradiu وما يميز هذا النوع: (عباس مصطفى، صص 36-37).

- إن الرسالة نفسها تصل إلى كل الجمهور.

- الذي قام بإرسال هذه الرسالة يكون بلا شك هو المتحكم في محتواها، وهذا معناه وفق هذا النموذج:

- إن المحتوى لا يمكن تفصيله لتلبية احتياجات ومصالح كل فرد على حدى.
- إن الفرد لا يدلّه في التحكم فيما يصله من محتوى.

### النموذج الثالث: الإعلام الجديد:

الإعلام الجديد بحسب كروسي، يتميز بما يلي:

-الرسائل الفردية يمكن أن تصل في وقت واحد إلى عدد غير محدود من البشر.  
-إن كل واحد من هؤلاء البشر له نفس درجة السيطرة، ونفس درجة الإسهام المتبادل في هذه الرسالة.

-وبكلمات أخرى فإن الإعلام الجديد يتميز من النوعيين المذكورين، الشخصي والجمعي، بدون أن يحمل الصفات السالبة فيهما، فلا يوجد ما يمنع أي واحد من إبلاغ رسالة معينة والتواصل مع شخص آخر كما لا يمكن منع أي شخص من إبلاغ رسالة ا موع من الناس وتخصيص محتوى الرسالة لكل فرد على حدة.(عباس مصطفى، دون سنة نشر، ص 37).

### 3.مدخل ريتشارد دافيس وديانا أوين:

يضع ريتشارد دافيس Richard Davis وديانا أوين Diana Owen في كتا ما المشترك (الإعلام

الجديد والسياسة الأمريكية يضا الإعلام الجديد وفق ثلاث أنواع وهي: الإعلام الجديد بتكنولوجيا قديمة الإعلام الجديد بتكنولوجيا جديدة، الإعلام الجديد بتكنولوجيا مختلطة.(عباس مصطفى، دون سنة نشر، ص 39).

النوع الأول: الإعلام الجديد بتكنولوجيا قديمة: يرى الباحثان:

أن نموذج الإعلام الجديد وفق هذا التصنيف يعود إلى مجموعة من الأشكال الصحفية في الإذاعة والتلفزيون والصحف، ويشيران إلى راديو وتلفزيون الحوار Tv Talle Radio الذي يرجع إلى حقبة الثلاثينات من القرن الماضي، فقد كان الرئيس الأمريكي فرانكلين روزفيلت يستخدم الإذاعة كأداة أساسية للحديث إلى الناس وكانت أحاديته مسموعة بشكل واسع- التلفزيون أيضا مع الراديو جدد نفسه كثيرا ببرامج الحوار الحية Talk shouw والنشرات الإخبارية Télévision newsmagazine مثل date line و 60minmnted برامج الأخبار الحية Live show والبرامج المسائية، مثل night live وبرامج الصباح المعروفة،

مثل صباح الخير أمر يكلف goodmorningAmerica وبرامج التابلويد مثل Inside Edition الشبيهة بصحافة التبلويد الورقية ،ويشمل التجديد، في حالات أخرى، نموذج برنامج أوبرا Oeprahwinfrey وقنوات مثل MTV المتخصصة في الموسيقى والتي مددت ألقها للتغطية الإخبارية ساعة بساعة.

بعض البرامج المذكورة مثل توادي Today يعود إلى الخمسينيات من القرن الماضي ولكنها تمثل نمطا جديدا في الإعلام، وقد بادر معظمها باستخدام التكنولوجيا الحديثة مثل الكمبيوتر والشبكات المختلفة، وطبقوا أساليب مستحدثة في بناء موضوعا م وتقديمها، وقد مثلت بعض التغطيات علامة فارقة للانتقال إلى المرحلة الجديدة، مثل تغطية قضية الرياضي المشهور أوجي سيمبسون Ojsipsoni وقضية ويليام كيندي سميت William Kennedy Smith وتيم وشيماكفي الذي فجر مبنى البلدية في أو كلا هو ماسيتي، فالتغطيات تغيرت كثيرا في الشكل وطريقة المتابعة واستخدام كافة وسائل الاتصال والعرض والغرافيك والإحصاء بواسطة الكمبيوتر. (عباس مصطفى، دون سنة نشر، ص 39).

**النوع الثاني: إعلام جديد بتكنولوجيا جديدة:** تمثله جميع الوسائل التي نعيشها الآن التي تعمل على منصة الكمبيوتر وهي تمثل شبكات الكمبيوتر المختلفة وعلى رأسها شبكة الانترنت والبريد الالكتروني وغيرهما، وهي الوسائل التي مكنت من إنفاذ حالة التبادل الحي والسريع للمعلومات ومن التواصل بين الطرفين وحققت للمواطنين إسماع صوتهم للعام ومكنت من دمج التكنولوجيا والوسائل المختلفة مع بعضها البعض وتجاوزت العوائق المكانية والزمانية والحدود بين الدول التي كانت تعيق حركة الإعلام القديم، وهذه الوسائل تتصف بدورها الفعال في تسهيل التفاعل الجماهيري وتقدم مصادر لا حد له، ومجالا واسعا من الأشكال والتطبيقات الاتصالية. (عباس مصطفى، دون سنة نشر، ص 40).

### **النوع الثالث: إعلام جديد بتكنولوجيا مختلطة:**

هنا تزول الفوارق بين القديم والجديد، فقد أصبحت الحدود الفاصلة بين أنواع الوسائل المختلفة حدودا اصطناعية Artificail، وحدثت حالة تبادل للأحداث بين الإعلام القديم

والجديد، ويستخدم الكثير من الممارسين العمل الإعلامي الذين يعملون في الوسائل التقليدية والوسائل الجديدة لاستعمال أدوارهم الإعلامية المختلفة، أي إم أصبحوا يستخدمون النوعيين معا، وكما يعترف الأفراد، تعترف المؤسسات القديمة أيضا أهمية الإعلام الجديد، وتعمل على اللحاق بتكنولوجياته، وتطبيقاته المختلفة، فصحف كبيرة مثل واشنطن بوست ونيويورك تايمز لديها مواقع ضخمة على شبكات الانترنت، وتتواصل برامج التلفزيون المختلفة ونشرات الأخبار مع الجمهور بأدوات الإعلام الجديد وتكمل مشروعاتها الإعلامية وتدير استطلاعها عبر الوسائل المستحدثة. (عباس مصطفى، دون سنة نشر، ص 40).

#### 4. مدخل مانوفيتش للإعلام الجديد:

يقول إيف مانوفيتش Manovich في مدخله لفهم الإعلام الجديد: "لكي نفهم طبيعة الإعلام الجديد، فإننا نحتاج لتجاوز الفهم السائد، الذي يحدده بشكل عام في استخدام الكمبيوتر لتوزيع وعرض المعلومات وضرورة النظر إلى الدور التكاملي للكمبيوتر في كافة عمليات الإنتاج وفي كل وسائل الإعلام الذي أحدثت تغييرات هائلة في طبيعة الاتصال، والنظر في طبيعة الرسائل الجديدة الناتجة في العملية الاتصالية الجديدة أيضا، فكل الأشكال الغرافيكية وأنواع الرسم، والصور والمؤثرات، والأصوات، والنصوص: أصبحت تتم بواسطة الكمبيوتر، وقد جاءت تكنولوجيا المعلومات بحالة التزاوج والاندماج بين صناعات كانت مختلفة جدا في السابق وهي استخدام الكمبيوتر ووسائل الإعلام، ونظم الاتصال.

ويحدد مانوفيتش أنواع للإعلام الجديد كالتالي:

#### • الإعلام الجديد بتكنولوجيا:

يرى الباحثان أن الإعلام الجديد على وفق هذا التصنيف يعود إلى مجموعة من الأشكال الصحفية في الإذاعة والتلفزيون والصحف لكنها تعد ضمن الإعلام الجديد وذلك عن طريق ابتكارها أنواع جديدة من البرامج التي تعد ضمن تصنيفات الإعلام الجديد، ومن أمثلة هذه البرامج هي: راديو وتلفزيون الحوار Tv RadioTalk والبرامج الحوارية الحية Talke show والمجلات الإخبارية Magazine Tv new وبرامج الأخبار الحية Live show، والتي بادر

القائمون على هذه البرامج باستخدام التكنولوجيا الجديدة مثل: الحاسوب وشبكة الانترنت في إنتاج تلك البرامج وطبقوا أساليب مستحدثة في بناء موضوعا م وتقديمها.(وسام و مهند ،2017، ص 80).

#### • الإعلام الجديد بتكنولوجيا جديدة

وهي الوسائل جميعها منصة الكمبيوتر والتي تشمل شبكات الانترنت والبريد الالكتروني والعديد من المواقع على شبكة الانترنت، إذ أمكنت هذه الوسائل للمستخدمين إمكانية التبادل الحي والسريع للمعلومات، فضلا عن أنها مكنت من دمج التكنولوجيات والوسائل المختلفة مع بعضها لتتجاوز بذلك الحدود المكانية والزمانية، والحدود التي كانت تعيق الأشخاص بين البلدان، فأفرزت إعلام جديد في الوسائل والممارسة وأصبح الجمهور يمارس العمل الصحفي بنفسه عبر الإعلام الجديد كليا.(وسام ومهند ،2017، ص 80).

#### • إعلام جديد بتكنولوجيا مختلفة:

في هذا النوع من الإعلام تزول الفوارق بين القديم و الجديد، وأصبحت الحدود الفاصلة بين أنواع الوسائل المختلفة حدود اصطناعية وأحدثت حالة تبادل المنافع بين الإعلام القديم والجديد إذ يستخدم الكثير من الممارسين للعمل الإعلامي الذين يعملون في الوسائل التقليدية والوسائل الجديدة لإنتاج المواد الإعلامية المختلفة، أي أنهم أصبحوا يستخدمون النوعين معا، حيث أصبحت المؤسسات الإعلامية تعمل على إلحاق مؤسسا بتكنولوجيا وتطبيقات الإعلام الجديد، فهناك العديد من الصحف التي تصدر لها نسخ ورقية ولها مواقع ضخمة الكترونية، وكذلك التلفزيون فهناك العديد من البرامج والنشرات يتم بثها على التلفزيون وعلى الانترنت أيضا.(وسام و مهند ،2017، ص 80).

#### الفرع الرابع: خصائص الإعلام الجديد:

يمتاز الإعلام الجديد بجملة من الخصائص الجوهرية ومن بين هذه الخصائص نذكر ما يلي:

**التفاعلية:** تعد التفاعلية أهم خصائص الإعلام الجديد إذ أتاحت للمتلقي أن يشارك في مناقشة المادة التي تعرضها هذه الوسائل سواء كانت خبرا أم إعلانا أم معلومة ويدلي برأيه فيها ويعلق عليها إن يستطيع المتلقي في وسائل الإعلام الجديد أن يتجاوز مباشرة مع صانع المادة الإعلامية عن طريق الدردشة أو عن طريق التعليق على المضمون الذي يوفره هذا النوع من الإعلام فبعد أن كان دور الجمهور يقتصر على تلقي الرسالة الإعلامية من دون التفاعل معها أصبح بإمكانه أن يصبح مشاركا في هذا الإعلام عن طريق التفاعل مع ما ينشر عبر هذه الوسائل؟

**العمق المعرفي:** وتعني هذه الميزة أن الإعلام الجديد قادر على تقديم مواضيع متنوعة (أخبار ومقالات ودراسات) بعمق وسعة وشمولية من خلال:

- اتساع المساحة المتاحة للمادة المقدمة.
- قدرة الإعلام الجديد على تقديم خدمات معرفية، شتى الطرق، كالصور المتحركة، الصوت، الفيديوهات.

**اندماج الوسائل:** أدب تكنولوجيا الإعلام الجديد إلى اندماج وسائل الإعلام المختلفة والتي كانت في الماضي وسائل مستقلة لا علاقة لكل منها بالأخرى، بحيث أُلغيت الحدود الفاصلة بين تلك الوسائل، فالتلفزيون والانترنت اندمجا بشكل شبه كامل حيث أصبح كل جهاز يؤدي وظيفة جهاز آخر.

**الحرية الواسعة:** بعد أن كانت وسائل الإعلام التقليدية من صحافة وإذاعة وتلفزيون خاضعة لتدخل الحكومات بالسماح أو المنع لما ينشر في هذه الوسائل، جاء بعد ذلك الإعلام الجديد بوسائله المتعددة وقدرته على اختراق الحواجز الحدودية والزمانية ليعطي حرية أوسع بكثير في تناول القضايا الداخلية والخارجية كافة التي منها الوطن والمواطن ودفعت المواطنين لمعرفة العديد من القضايا والأخبار التي لا يمكن أن يعلم إلا لولا هذه الوسائل. (الإعلام الجديد تحولات اتصالية ورؤى معاصرة، ص 100).

**السرعة والفورية:** وتعني قدرة الإعلام الجديد على تزويد القارئ بأخر الأخبار والمعلومات وجعله يقف على أحدث الأنباء المتعلقة بحدث معين أو الاطلاع على أحدث المعلومات المتعلقة ذا الحدث، حيث أن الإعلام الجديد يتميز بنشر الأخبار فور حدوثها، أي في أي ساعة دون التقيد بالقيود التي تجد من قدرة الإعلام التقليدي على ذلك. **(الإعلام الجديد وشبكات التواصل الاجتماعي، ص 150).**

**الشمول والتنوع في المحتوى:** حيث كان الصحفي أو الإعلامي يعاني في الإعلام التقليدي من ضيق المساحة المخصصة لتناول موضوع معين أو نشر تحقيق أو إنجاز أي مادة إعلامية ولكن عن طريق شبكة الانترنت أصبح بإمكان كل من يود المشاركة عن طريق وسائل الإعلام الجديد كالمدونات أو المنتديات أن يقوم بذلك بدون حاجز عن ضيق المساحة.

كذلك أصبح بإمكان المتابع أن يستفيد من الروابط والمواقع الرقمية التي تظهر على صفحة الموضوع الذي يهمله، والتي تتعلق ذا الموضوع في زيادة معلوماته واطلاعها على كل ما له علاقة بموضوعه. **(علي خليل، 2014، ص ص 56، 57).**

**التوفر والتحديث المستمر:** بإمكان أي فرد أن يبقى على معرفة مستمرة بالواقع في جميع أنحاء العالم حيث وفر الإعلام الجديد بقدرته على البحث المستمر وتحديث ما ينشر من أخبار ومعلومات أولاً بأول وفور حدوثها وفر إمكانية بقاء المتابع في صورة الواقع الآني ولم يعد المتابع مضطراً إلى انتظار مواعيد نشرات الأخبار لمعرفة ما يدور في العالم ولم يعد مضطراً لانتظار صدور الجريدة في اليوم التالي لمعرفة أخبار اليوم السابق.

بما أن وسائل الإعلام الجديد وفرت أرشيف يستطيع عن طريقة من يريد أن يرجع إلى أي معلومة أو خبراتها ابتعد عنه زمنياً أو مكانياً.

**المرونة:** حيث يمكن المستخدم وسائل الإعلام الجديد الوصول إلى كثير من مصادر المعلومات بكل سهولة ويسر.

وإتاحة هذه المصادر للمستخدم يزيد من قدرته على الحصول على المعلومات المختلفة والمفاضلة بينهما واختيار المناسب منها. (علي خليل، 2014، ص 57).

### الفرع الخامس: ايجابيات وسلبيات الإعلام الجديد:

#### أ-الإيجابيات:

-زيادة سرعة الحصول على المعلومات، حيث تنتشر المعلومات عبر وسائل التواصل الاجتماعي بطريقة سريعة لا تجاريتها أي من الوسائط الأخرى.

-نشر الأخبار والمعلومات بسرعة وذلك في حال حدوث أزمات أو كوارث.

-رفع المستوى التحصيلي الدراسي للطلاب، وذلك من خلال مناقشة المواضيع التعليمية والاستفادة من المحتوى التعليمي الذي يتم نشره وغيرها من الطرق التي يمكنها تطوير مستواهم الدراسي.

-تسهيل التواصل الطلاب مع معلمهم إحصاء الهيئات التدريبية مع بعضها البعض.

-الوصول لأبحاث الأكاديمية والوصول إلى الموارد التعليمية غير المتوفرة سابقا لطلاب الجامعات وطلاب الدراسات العليا.

-تسهيل الوصول إلى مصادر إليها سابقا قبل ظهور هذا النوع من الوسائل.

-تشجيع وسائل التواصل الاجتماعي على زيادة النساء وتمكين سيدات الأعمال من الحصول على الدعم الذي قد لا يكون متوفرا في أماكن أخرى.

-تحسين فرص الحصول على الوظائف، بالإضافة إلى سهولة إيجاد أيدي عاملة بالنسبة لأرباب العمل.

-تعزيز الحياة السياسية وفقا لما أشارت إليه بعض الدراسات وذلك من خلال تشجيع الأشخاص على الإدلاء بأصواتهم أثناء حدوث انتخابات والتصويت لهم.

-تطوير الأداء الاقتصادي من خلال تحسين خدمات العملاء وزيادة الإنتاجية، بالإضافة إلى تلك الوظائف التي وفرتها هذه الوسائل.

-تشجيع الأعمال التطوعية والخيرية بشكل يؤدي إلى إحداث تغيير إيجابي في المجتمعات.

-تسويق وترويج بعض الشركات والأشخاص لمنتجاتها م. (2021،mawdoo3.com).

**ب - سلبيات:**

- ندرة المهارات والمعارف اللازمة لممارسة مهام عمل الإعلام بشكل محترف في الإعلام الجديد.
- المناقشة الشديدة بين المواقع الإعلامية الالكترونية، وأدوات الإعلام الجديد.
- صعوبات الحصول الجديد.
- غياب التخطيط للإعلام الجديد نوعا ما وعدم وضوح الرؤية المستقبلية له.
- عدم توفر الإمكانيات التقنية في بعض الدول، مما أثر على عملية تقدم وتطور الإعلام الجديد.
- السرعة في البحث الرقمي، ينتج عنها عدم تحري الدقة وقد تكون النتيجة هي الفشل.
- غياب القوانين والضوابط الخاصة بعمل الإعلام الرقمي الجديد، وعدم خضوعه للرقابة.
- صعوبة الوثوق والتحقق من مصداقية العديد من البيانات والمعلومات المنتورة عبر وسائل الإعلام الجديد المختلفة.
- انتهاك حقوق النشر والملكية الفكرية وسهولة الترويج للمعلومات الزائفة.
- الآثار السلبية على الحياة الأسرية والاجتماعية.
- مؤسسات الإعلام الجديد عملت على تناقص عدد الموارد البشرية في المؤسسات الإعلامية وبالتالي زادت في حجم البطالة وعدم توفر فرص عمل. (الإعلام الرقمي الجديد، ص 32)

**المطلب الثاني: الإعلام الجديد ظاهرة تكنولوجية وظاهرة اجتماعية.**

**الفرع الأول: الإعلام الجديد ظاهرة تكنولوجية:**

شهد عام 1991م أهم تطور في تاريخ الانترنت حتى يومنا هذا وقد تمثل هذا التطور في ظهور الانترنت الدولية worldwideweb التي اخترعها "تيم بارفرزلي" معتمدا على

تكنولوجيا النص الفائق للربط بين الوثائق والملفات والصور والرسوم والأصوات على الشبكة، وقد أحدث ظهور الوايب ثورة تكنولوجية في عالم الاتصال الحديث وغير طرق الحياة في العالم كله، ويعتبر "بيرنوزلي" هو مخترع الوايب وقد اختارته مجلة تايم الأمريكية الذائعة الشهرة واحدا من أعظم العقول البشرية في القرن العشرين لما أحدث اختراعه من تغيير في حياة الناس خاصة فيما يتعلق بطرق تبادل الأفكار والآراء والحصول على المعلومات والترفيه. فقد اخترع "بيرنرز" وسيلة اتصال جديدة تقود حاليا مسيرة التطور البشري والإبداع الإنساني ولعل هذا ما دفع بعض الناس إلى مساواة عبقرية "بيرنرزلي" بعبقرية "ي وحنا غوتنبرغ".

فالأنترنيت ساهمت في تجاوز قيود العزلة التي يفرضها الاتصال الرقمي حيث يتعامل الفرد ساعات طويلة على الحاسب الشخصي بعيدا عن الاتصال بالآخرين في الواقع الحقيقي، حيث لا يتم الاتصال وجها لوجه ولكن من المحادثات والحوارات والبريد الإلكتروني وبجانب المواقع الإعلامية المعروفة على شبكة الانترنت تقوم الآلاف أو مئات الآلاف من المواقع الأخرى التي تقدم الخدمة الإعلامية، مجهولة المصدر حول الوقائع والأحداث التي تتم في بقاع كثيرة من العالم وكتابة التقارير الإخبارية والتطبيقات عليها في إطار الخدمة الإعلامية المتكاملة التي تراها هذه المواقع. (عائشة ومسعودي، 2016، ص 28).

وساعد الارتباط بالوظيفة الإخبارية لهذه المواقع سهولة الاتصال بها وفورية الإعلام وإذ كانت سهولة الاتصال وفورية الإعلام تحسب لهذه المواقع في تقديم الوظيفة الإخبارية فإنها تعطيها أيضا القدرة على القيام بالتعبئة لتأييد الأفكار التي تتادي بها.

ظلت الانترنت وسيلة للقاء الناس ببعضهم البعض وفي السنوات الأخيرة نما التفاعل بين مستخدمي الشبكة بشكل كبير ليصبح ظاهرة تميز الشبكة، الأمر الذي ولد جيلا جديدا من المواقع الإلكترونية، فالمبدأ الذي يوفره الجيل الجديد من الواجب هو مشاركة المستخدمين في محتويات الواقع، حيث يقومون بابتكار محتوياتها أو تعديلها وهذا ما أنتج أكثر المواقع شعبية على الانترنت. ولذلك فإن أي يريد أن يكون جزءا من شبكة الانترنت مثل "بوبو" و"فريند

ستر" و"ماي ساسي" هذا الاتجاه في شبكات الانترنت ذات التوجه الاجتماعي، أو ما يسمى بظاهرة التشبيك الاجتماعي، وهذه المواقع تستخدم فيها مجموعة من الأدوات التي تجعلها سهلة الاستخدام ما يستح إمكانية استخدامها لإرسال نصوص وصور فوتوغرافية وموسيقى ومقاطع فيديو.

وعليه فإن الشبكات الاجتماعية على الانترنت عالم افتراضي جديد ظهر بفضل الجيل الثاني للانترنت الويب تتيح التواصل بين أفراد العالم لتقاسم اهتمامهم وانشغالاتهم في شتى المجالات على اختلاف أنواعها عن طريق إنتاج محتواها وتغذيتها من خلال استغلال إمكاناتها (الصوت، الصورة، النص، ... الخ). (عائشة ومسعودي، 2016، ص 29)

بحيث أن هناك الآلاف من مواقع الاتصال الاجتماعي التي تعمل على الصعيد العالمي، حيث تتعدد هذه الشبكات، وهناك ما يجمع بين أصدقاء الدراسة وأخرى تجمع أصدقاء العمل بالإضافة إلى شبكات التدوين المصغرة، تختلف طبيعة هذه الشبكات فمنها ما هو خاص بمجموعة المهنيين والمحترفين مثل "لينكد إن" "Linkin"، وبعضها أقرب لوكالة أنباء إخبارية مصدرها الجمهور نفسه مثل "twiter" ومواقع أخرى تشكل مكتبة فيلمية رقمية للمستخدمين مثل "يوتيوب"، أما "فايسبوك" facebook فهو شبكة التواصل الاجتماعي الأكثر شهرة خاصة وسط الشباب. (عائشة ومسعودي، 2016، ص 29).

### الفرع الثاني: الإعلام الجديد ظاهرة اجتماعية:

أدت تقنيات الإعلام الجديد كما ذكرنا سالفًا إلى زوال الحدود الجغرافية والسياسية وساهمت طبيعة التفاعلية في استقطاب الجماهير وخاصة فئة الشباب والتي يمكن أن توضح علاقتها بفضاءات الإعلام الجديد من خلال شبكات التواصل الاجتماعي، إلا أن إنتاج محتوى الإعلام الجديد لم يعد حكرا على المؤسسات الإعلامية المتخصصة والتي سيطرت لفترات طويلة على تدفق المعلومات، فأدوات الإعلام الجديد تتيح للجميع إنتاج المحتوى والتواصل مع مصادر المعلومة والخبر حول العالم، كما أن نشر هذا المحتوى والترويج له أصبح أيضا متاحا للجميع، وهو ما أدى إلى ما يعرف بصحافة المواطن وهي معروفة أيضا

بالصحافة العامة أو التشاركية أو الديمقراطية أو صحافة الشارع هو مصطلح يرمز لأعضاء من العامة يلعبون دورا نشيطا في عملية جمع ونقل وتحليل ونشر الأخبار والمعلومات، (عائشة و مسعودي، 2016، ص 31) وعليه فإن هناك جدلا نظريا حول تفسير تطور التكنولوجيا في علاقاتها بالمجتمع حيث وجد من يؤكد من العلماء أن التطور التكنولوجي تدفقه قوته الذاتية وبالتالي فإن التكنولوجيا هي التي تحدد التغيرات الاجتماعية وبعبارة أخرى يعتبر المجتمع نتاجا لتكنولوجيته التي تبلور مطالبه وقيم جديدة ومن هنا جاء استخدام عبارات عصر البرونز وعصر الآلاف وعصر الكمبيوتر.

وهذا تصور مخالف للرأي الطي يرى أن القوى الاقتصادية والسياسية والاجتماعية داخل المجتمع هي التي تحدد اتجاه التغيير التكنولوجي ولذلك يمكن القول:

إن مفهوم التكنولوجيا وتطوره قد ارتبط بمفهوم الثورة على مستويين الأول يشير إلى التغيير الدائري الذي يكشف عن أنماط جديدة للحياة والثاني يشير إلى التحول الجذري في التكوينات الاجتماعية السياسية والنظام العام وفي العلاقات والخبرات المتبادلة بين الناس، ووسائل الإعلام الجديد كغيرها من منجزات اعلم الحديث هي سلاح ذو حدين، فيمكن أن تكون نافعة ومفيدة كما يمكن أن تكون ضارة وقاتلة، وذلك لقدرتها الكبيرة على التأثير في سلوك مستخدميها، ومن هنا يمكن القول إن الإعلام الجديد الذي صنعه الثورة التقنية له محاسنه ومساوئه، فهو وسيط لنقل الثقافات وتبادل الأفكار وتقييمها وساحة لتحاور والنقاش، ووسيلة عرض وتسويق لإنتاجات المبدعين وميدان لإجراء البحوث والدراسات واتجاهات الإشاعات والتحريف والتشهير. (عائشة و مسعودي، 2016، ص 31).

والطبيعي في الأمر أن أي منتج تبرز سلبياته في بداية الاستخدام وتتلاشى مع توجه الناس للانتفاع منه، ومما لا شك فيه أن الإعلام الجديد أدى من الأدوار ما لم يكن باستطاعته الإعلام التقليدي أداءه بسبب تنوع وسائله وتعدد وسائطه ومحتواه الذي ساهم المتلقي في صنعه وإنتاجه. ولم يعد هذا المتلقي للإعلام سلبيًا في اتجاهاته، وبالتالي كان لهذا الإعلام

دور كبير في ترسيخ قيم الحرية والديمقراطية التي كانت نادرة الوجود في الإعلام التقليدي.  
(عائشة ومسعودي، 2016، ص 32).

**المطلب الثالث: آثار استخدام الإعلام الجديد.**

تتعدد آثار استخدام الإعلام الجديد آثار إيجابية وآثار سلبية، وهي كالآتي:

**أ- الآثار الايجابية:**

- يقوم الإعلام الجديد بنقل ثقافات الشعوب المختلفة، مما يتيح للمتصفح التعرف عليها.
- ينقل الإعلام آخر الاكتشافات العلمية التي توصل لها الإنسان في مختلف أنحاء العالم.
- نقل العلوم الشرعية التي يحتاجها المرء وذلك من خلال نشر وبث المواضيع والمحاضرات والدروس العلمية.
- تثقيف المجتمع بالأمور التربوية التي يحتاجها من خلال الاستثمارات التربوية والطبية والاجتماعية.
- نشر القضية الفلسطينية وقضايا الأمة وكسب تأييد العالم وكشف ملامسات العدو.

**(بلخيري، 2014، ص 16)**

**ب- الآثار السلبية:**

- بث الأفكار والآراء العقديّة غير الصحيحة وذلك من أجل تشويه أفكار الشباب ومحاولة اقتلاع أسس العقيدة والشريعة الإسلامية من خلال انتشار مواقع الدجل والخرافة والسحر والشعوذة والكفر والالحاد بالطرق المباشرة وغير المباشرة أو غير المباشرة.
- التأثير على الجانب الأخلاقي والسلوكي للأفراد (الشباب خاصة)، حيث يكتسب الشباب سلوكيات تختلف عن أنماط الحياة المألوفة جراء استخدام مواقع التواصل الاجتماعي ومختلف المواقع، مثل:
- الترويج للخمر والمسكرات والتدخين.
- إثارة الغرائز الجنسية وإثارة الدوافع للسلوك.

- السفور والاختلاط بين الجنسين وتعويد المشاهدين على عدم غض البصر.
- إضاعة الوقت خصوصا عند الأطفال.
- يساهم الإعلام الجديد في قطع العلاقات الاجتماعية والروابط الأسرية من خلال انتشار شكاية عقوق الوالدين، وعدم وجود من يقضي حاجات البيوت، وإهمال حقوق الجيران.
- كما أن للاستخدام آثار سلبية على الجانب الصحي منه: انحناء الزهر وضعف البصر، مشاكل تتعلق بالنطق والتعود على الكسل والمساعدة على السمنة والإصابة بالخمل والكسل. (بلخيري، 2014، الصفحات، 14-15).

#### المطلب الرابع: قضايا الإعلام الجديد:

##### 1-الإعلام الجديد والإرهاب:

راهن الإعلام الجديد على العديد من التحديات على غرار تصاعد موجة الإرهاب، من خلال تنوع واضح للمنابر الإعلامية، وما سعد ذلك هو الامتداد الجغرافي لهذه الظاهرة واستفحالها في فترة قياسية من الزمن، أمنيا سارعت عدة أطراف لتضييق النطاق والقضاء على الإرهاب كتدخل حلف "الناتو"، في منطقة الشرق الأوسط، وهذا ما جعل الإعلام الجديد سلاحا نو حدين من جهة ساعد الجماعات الإرهابية على توسيع تواجدها من خلال بث أشرطة فيديو عبر الانترنت والتي تتداولها الوسائل الإعلامية، ومن جهة أخرى ساهم الإعلام الجديد في رصد الجرائم التي يقوم ا الإرهاب في العالم. (<https://democraticac.de>) حيث كانت التنظيمات الضالة يركزون أنشطتهم في العمليات المادية وبيحثون الجماعات المتعاطفة معهم في المساجد والمدارس والأحياء وغيرها، وبسبب صعوبة التقيد وخطورته وقلة فعالية هذه التقنيات، ومع ظهور الانترنت كأداة إعلامية متنوعة الوسائل وسهلة الاستخدام، ورخيصة التكلفة، تساعد على التخفي وفي نفس الوقت الوصول إلى المستهدفين في كل مكان، ونقل عمليا م إلى العالم الافتراضي.

كان للقاعدة حضورا قويا على شبكة الانترنت، حيث أن أحد أقدم النوافذ الإعلامية الخاصة بتلك التنظيمات كان قد تم تدشينه سنة 1999 تحت مسمى "شبكة عزف الرصاص" حيث أخذ يحتضن أعضاء ومتعاطفين ومروجين لتلك الأفكار حتى تم القضاء عليه سنة 2004، بالإضافة إلى شبكات ومنتديات أخرى مثل: (شبكة أبو البخاري الإسلامية، منتديات المأساة الجهادية، منتدى الصافنات)، وهذه تقريبا نماذج الجيل الأول من إعلام الفئات الضالة. بالنسبة للجيل الثاني فقد جاء تبديل لتلك المواقع والمنتديات التي تم تدميرها ومن ذلك نذكر: (شبكة الإخلاص الإسلامية، شبكة الحسبة الإسلامية، منتديات الفردوس الجهادية، منتدى مداور السيوف، شبكة المهاجرون الإسلامية)، وغيرها من المنتديات التي تم تدميرها قبل 2007.

كل تلك المنتديات مجموعة أخرى وهو الجيل الحالي تقريباؤهاوالجيل الثالث، الذي مازال يصارع البقاء رغم أن بعض تم القضاء عليه مثل: (شبكة الفلوجة الإسلامية، شبكة شموخ الإسلام، شبكة مداد السيوف). (عبدة، 2018، الصفحات، 121-122).

أما بالنسبة لجيل المرحلة الحالية من أعضاء التنظيمات لم يتوقفوا على تلك المنتديات المتطرفة بل لجأ أرباب التنظيمات إلى بث رسائلهم من خلال شبكات التواصل الاجتماعي (الفايسبوك، اليوتيوب، والتويتر)، بالإضافة إلى الوسائل الأخرى كغرف الدردشة، المجموعات البريدية، حيث رصدت عشرات الصفحات على تلك الشبكات الاجتماعية يقومون بنشر موادهم من خلالها. (عبدة، 2018، الصفحات، 124 - 126).

## 2-الإعلام الجديد وثقافة إسقاط الأنظمة ونشر الفوضى:

مما لا شك فيه أن مواقع التواصل الاجتماعي وخاصة فايسبوك له آثار خطيرة خاصة على الأمن المجتمعي، ونظرا لما حصل من قلاقل واضطرابات في بعض البلدان العربية، حيث أن تلك الشبكات هي من أشعلت فتيلة وأجج المجتمعات والشباب خاصة، ولا يمكن لأحد بأن ما حدث كان بتدبير ودعم مباشرين من قوى خارجية، ولكن الأكيد أن تلك الشبكات وتجديدا الفايسبوك يتلقى دعما مالا من أجهزة استخباراتية من أجل الاستفادة من قواعد البيانات

الموجودة لديهم، وفي تقرير نشرته صحيفة الحقيقة الدولية أشار إلى ما قاله جيرالد نيرو الأستاذ في كلية علم النفس بجامعة بروفانس الفرنسية، وصاحب كتاب مخاطر الانترنت: "إن هذه الشبكة فايبيوك يدبرها مختصون نفسانيون إسرائيليون مجنونون لاستقطاب شباب العالم الثالث وخصوصا المقيمين في دول الصراع العربي الإسرائيلي إضافة إلى أمريكا الجنوبية"، ويشير التقرير إلى أن الشباب العربي كثيرا ما يجد نفسه مضطرا دون أن يشعر للإدلاء بتفاصيل مهمة عن حياته وحياة أفراد عائلته ومعلومات عن وظيفته وأصدقائه والمحيطين به وصور شخصية له، ومعلومات يومية تشكل قدرا لا بأس به لأي جهة ترغب في معرفة أدق التفاصيل عن عامل الشباب العربي.

وهذا يمكن جهات أجنبية من الاستفادة من تلك المعلومات والحوارات لمعرفة ما يدور من حركات فكرية يمكنهم توجيهها بالطريقة التي تخدم مصالحهم.

وأما ما أورده وكالة "إنترفاكس": أن تلك الشبكات الاجتماعية مسلطة على الشعوب لخدمة أهداف استخباراتية خاصة بدول عربية على رأسها الولايات المتحدة الأمريكية، حيث نقلت تلك الوكالة عن رئيس أكاديمية العلوم العسكرية الروسية، محمود غاريف قول: "إن الاضطرابات التي تشهدها منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا في الآونة الأخيرة، ناتجة عن تجربة الغرب لأحدث التكنولوجيا الإعلامية التجريبية، وقد تم إنشاء مئات الآلاف من الصفحات في تلك البلدان على مدى سنين، حيث تم تجربتها في البداية في بث دعوات للقيام بأعمال غير منافية للقانون، حيث لوحظ فعاليتها، جرى في اللحظة المناسبة عبر الشبكات كافة توجيه أمر بالقيام بالمظاهرات" وكانت هناك خطط دقيقة بخصوص ما يجب فعله وفي أي مكان وفي أية أحياء وميادين، وإلى أين يجب التحرك، كل ذلك كان بدعم كامل من وكالة الأمن القومي الأمريكية، التي جندت بحسب قول "غاريفمايروي" على 16 ألف موظف لمراقبة تلك الشبكات الإلكترونية في كل أنحاء العالم، وكمثال عن ذلك المظاهرات التي حدثت في تونس، مصر، ليبيا، مطلع عام 2011. (عبيدة، 2018، ص 126).

## المبحث الثاني: وسائط الإعلام الجديد وأشكاله:

### المطلب الأول: الصحافة الإلكترونية:

**أولاً: مفهومها:** ترى نجوى عبد السلام أن الصحافة الإلكترونية بأنها: "منشور إلكتروني دوري يحتوي على الأحداث الجارية سواء المرتبطة بموضوعات عامة، أو موضوعات ذات طبيعة خاصة، ويتم قراءه من خلال جهاز الكمبيوتر، وغالبا ما تكون متاحة عبر شبكة الانترنت. (نجوى عبد السلام، 1998، ص 204).

ويرى خليل صابات وجمال عبد العظيم فيقرأ بأن الصحافة الإلكترونية هي التي يتم إصدارها بطريقة إلكترونية متكاملة بدأ من تلقي الأخبار من وكالات الأنباء، والمراسلين والبحث عن المعلومات، والصور واستقائها من بنوك المعلومات الدولية ومرورا بمعالجة الأخبار والتقارير وكتابة المقالات وتحريرها، وتصحيحها، وتصميم الرسوم والصور الفوتوغرافية وإعداده وتركيب الصفحات وبثها إلى أي جهاز كمبيوتر متصل بالشبكة". (خليل صابات وجمال عبد العظيم، ص 41)

كما تعرف بأنها "الصحيفة اللاورقية التي يتم نشرها على شبكة الانترنت ويقوم القارئ باستدعائها وتصفحها والبحث داخلها فضلا عن حفظ المادة التي يريدونها منها وطبع ما يرغب في طباعته". (عبد الأمير مويت الفيصل، 2006، ص 78).

**ثانياً: أنواعها:** تشمل الصحافة الإلكترونية ما يلي:

- **الصحف الإلكترونية المستقلة:** وهي عبارة عن صحيفة إلكترونية بصفة كلية وليست لها نسخة ورقية موازية، ولا قناة تلفزيونية أو إذاعية أو وكالة أنباء ترتبط بها، فهي إلكترونية بحتة في كل العمليات المتعلقة بتحريرها. (رابح عمار، 2016، 2017، ص ص 111-116)، إخراجها، توزيعها، ونشرها، ولذلك فهي صحيفة إلكترونية خالصة تنشر على شبكة الانترنت مثل الصحيفة العربية إيلاف ([www.Elaph.com](http://www.Elaph.com)) أو الموقع الجزائري

[www.Tst-algerie](http://www.Tst-algerie)

- الصحافة الإلكترونية الموازية: وهي عبارة عن صحيفة أو نسخة إلكترونية لطبعة ورقية موجودة، أو موازية لقناة إذاعية أو تلفزيونية، أو وكالة أنباء، وهناك من يسميها المواقع التكميلية في إشارة إلى طبيعة العلاقة بين المؤسسة الأم وموقعها على الشبكة، أي مكملة ومدعمة لنسخة ورقية، أو لقناة إذاعية، أو تلفزيونية أو وكالة أنباء، وهي تقوم غالبا بالترويج لهذه الوسائل الإعلامية، وخاصة تلك التي تعد نسخة طبق الأصل، أي لا يتم تغيير محتواها ومضمونها، وهي في الغالب تحتوي على نفس المضمون وقد يصاحبه تعديل إما بالنقصان أو بالزيادة الطفيفة، ويندرج في خانة هذا النوع ككل مواقع الصحف الورقية كموقع جريدة لو موند الفرنسية [www.lemonde.fr](http://www.lemonde.fr) وجريدة الخبر الجزائرية [www.elkhabar.com](http://www.elkhabar.com). (رابح عمار، 2016، 2017، صفحة 111، 116).

### المطلب الثاني: موقع التواصل الاجتماعي الفيس بوك FACEBOOK

يعتبر موقع فيسبوك للتواصل الاجتماعي درة مواقع التواصل الاجتماعي، فهو أكثر من ساهم في نشر ثقافة التواصل الاجتماعي بين الناس من مختلف الطبقات والاتجاهات حول العالم، وذلك بسبب خصائص التي سنناقشها والتي يسرت وشجعت الناس على الاشتراك والتواصل عبره، من هنا سنتطرق إلى بعض تعاريف الفيسبوك كآتي:

**الفيس بوك:** هو موقع ويب للتواصل الاجتماعي وتديره شركة فيسبوك "محدودة المسؤولية كملكية خاصة لها شرط من يبلغ من العمر 13 عام فأكثر للتسجيل في هذا الموقع وذلك من اجل الاتصال مع الآخرين وتفاعل معهم ويحقق الموقع جاذبية التفاعل بين المشتركين به إذ يتيح حرية التعبير والرأي هذا ويتضح فيس بوك كأحد أهم أدوات الإعلام الجديد. (أحمد، 2018، الصفحات 39-40)

**تعريف آخر:** اسم الفيس بوك وهو يشير إلى دفتر ورقي، يحمل صور ومعلومات لأفراد في جامعة معينة أو مجموعة ومن هنا جاءت تسمية الموقع وتعتبر هذه الطريقة شائعة لتعريف الأشخاص خصوصا في الجامعات الأجنبية ببعضهم، حيث يتصفح المتبنون في الجامعة هذه الدفاتر لمعرفة المزيد عن المتواجدين في نفس الكلية. (bernar, 2022)

## 1.1 نشأة الفيس بوك:

صاحب الفكرة و الموقع الأصلي هو جوكر بيرج 23 عام كان له هدف واضح هو تصميم موقع للأنترنت لجمع زملائه في الجامعة و يمكنهم من تبادل أخبارهم و صورهم و آرائهم و كان معروفا بولعه الشديد بالأنترنت بشكل تقليدي مثلا من يسعى إلى موقع تجاري يجذب إليه الإعلانات والى نشر أخبار الجامعة ببساطة و فكر في فسرعان ما لقي الموقع رواجاً بين طلبة جامعة 2006 ثم قرر أن يفتح أبواب موقعه أمام كل من يرغب في استخدامه و ارتفعت نسبة مستخدمي هذا الموقع، فنجح موقع الفيسبوك واستخدم من قبل أكثر من 40 مليون فرد، و من ناحية أخرى في هذا المجال في هذا المجال بشكل كبير و كانت النتيجة أن تلقى جوكر بيرج عرضاً لشراء موقعه بمبلغ مليار دولار إلا انه رفض. ويرجع السبب إلى أن قيمة شبكته اعلي بكثير من المبلغ المعروض ولقد استطاع موقع فيس بوك بتطوير نظام يسمح للمعلنين باستخدام المعلومات التي يقدمها مستخدمي شبكة عن أنفسهم، وكانت النتيجة تزايد عدد المشتركين في كل أنحاء العالم

## 2.1 إحصاءات دالة على استخدام الفيس بوك في العالم:

ومن الإحصاءات الأخرى لموقع فيسبوك والتي نشرتها مدونة digitalbuzzblog في يناير 2011م

- يبلغ متوسط عدد الأصدقاء لكل مستخدم 130 صديق؛
- 48% من مستخدمي الموقع ممن تتراوح أعمارهم بين 18-34 سنة يقومون بالاطلاع عليه بعد استيقاظهم من النوم، منهم 28% يفعلون ذلك قبل حتى قيامهم من على السرير؛
- نسبة المستخدمين من الذين تزيد أعمارهم عن 35 سنة تزيد باضطراد وهي تمثل حالياً أكثر 30% من إجمالي المستخدمين؛

• المستخدمين الذين تتراوح أعمارهم بين 18-24 سنة هي الأسرع نمواً بنسبة 74% سنوياً؛

• 72% من مستخدمي الإنترنت في الولايات المتحدة الأمريكية موجودون على فيسبوك، ويمثل الموقع من خارج الولايات المتحدة الأمريكية 70% من إجمالي المستخدمين؛

• 20 مليون تطبيق يتم تركيبها يوميا؛

• أكثر من مليون 200 شخص يدخلون على الموقع بواسطة هواتفهم الجواله؛

• 48% من الشباب ذكروا بأن الفيسبوك أصبح مصدرهم لاستقاء الأخبار؛

• في كل 20 دقيقة على فيسبوك تتم مشاركة مليون رابط، وتتم قبول صداقة 2 مليون شخص، كما يتم إرسال حوالي 3 ملايين رسالة.

ويرى مخترع الفيسبوك مارك زوكربيرج أن فيسبوك هو حركة اجتماعية Social

Movement وليس مجرد أداة أو وسيلة للتواصل، وأنه سوف يزيح البريد الإلكتروني ويحل محله، وسوف يسيطر على كل نواحي النشاط البشري على الشبكة العنكبوتية، وبالتالي فإن يوصف بكونه "دليل سكان العالم وأنه موقع يتيح للأفراد العاديين أن يصنعوا من أنفسهم كيان عام من خلال الإدلاء والمشاركة بما يريدون من معلومات حول أنفسهم واهتماماتهم ومشاعرهم وصورهم الشخصية ولقطات الفيديو الخاصة بهم، ولذلك فإن الهدف هذا الاختراع هو جعل العالم من لم مكاناً أكثر انفتاحاً. (الدليمي، 2013، الصفحات 184-185)

### 3.1 مميزات الفيسبوك من ناحية التقنية :

**الملف الشخصي:** فعندما تشترك بالموقع عليك أن تنشر ملفاً يحتوي على معلوماتك الشخصية صورك الأمور المفضلة لديك وكلها معلومات مفيدة من أجل سهولة التواصل مع الآخرين، كذلك يوفر معلومات للشركات التي تريد أن تعلن سلعا بالتحديد.

**إضافة صديق:** هنا يستطيع المستخدم إضافة أي صديق أو صديق وأن يبحث عن أي فرد موجود على شبكة فيسبوك بواسطة بريده الإلكتروني.

**إنشاء مجموعة:** تستطيع من خلال خاصية إنشاء مجموعة إلكترونية على الأنترنت أن تنشئ مجتمعا إلكتروني يجتمع حول قضية معينة وتستطيع جعل الاشتراك بهذه المجموعة حصريا للعائلة والأصدقاء.

**لوحة الحائط:** الشبكات الاجتماعية الفيسبوك نموذجاً عبارة عن مساحة مخصصة في صفحة الملف الشخصي لأي مستخدم بحيث تتيح للأصدقاء إرسال رسائل مختلفة إلى هذا المستخدم

النكزة: منها يتاح للمستخدمين إرسال "نكزه" افتراضية لإثارة انتباه بعضهم إلى بعض وهي عبارة عن إشعار يخض المستخدم بأن أحد الأصدقاء يقوم بالترحيب به.

الصور: وهي الخاصية التي تمكن المستخدم من تحميل الألبومات وصور من الأجهزة الشخصية إلى الموقع وعرضها.

الحالة: التي تتيح للمستخدمين إمكانية التواصل وإبلاغ أصدقائهم بأماكنهم وما يقومون به من أعمال في الوقت الحالي.

**التغذية الإخبارية:** التي تظهر على الصفحة الرئيسية لجميع المستخدمين، حيث تقوم بتميز بعض البيانات مثل التغييرات التي تحدث في الملف الشخصي وأعياد الميلاد الخاصة بالأصدقاء.

**الهدايا:** ميزة تتيح للمستخدمين من إرسال هدايا افتراضية إلى أصدقائهم تظهر على الملف الشخصي للمستخدم الذي يقوم باستقبال الهدية

**السوق:** وهو المكان أو الفسحة الافتراضية التي تتيح للمستخدمين من نشر إعلانات مبنية مجانية. (المقدادي، 2013، الصفحات 29-30)

#### **4.1 إنشاء صفحة خاصة على موقع الفيسبوك:**

تستطيع إنشاء صفحة خاصة بموضوع معين حيث يتيح لك مكان تروج لفكرتك أو منتجك، حزبك، جريدتك وبتتيح الموقع أدوات للإدارة وتصميم الصفحة ولكنها ليست أدوات متخصصة كما في المدونات.

هناك وبعض المميزات الأخرى الفيسبوك منها :

الاتصال السريع: من ميزات الفيس بوك نقل الإخبار بسرعة فائقة وأنية، إمكانية التفاعل مع الخبر والتعليق عليه، تبادل الرسائل والأفكار والآراء، نقل الصور والفيديوهات والتعليق عليها كما أن هذه الميزة التواصلية ألغت الحواجز الجغرافية والزمنية جعلت الفضاء الإلكتروني فضاء مشترك للحوار من الرغم من اختلاف الأزمنة والأمكنة.

شبابي: الشبكات الاجتماعية الفيسبوك نموذجا من خلال متابعة الإحصاءات التي يشير إليها حول استخدامات الفيس بوك إحصائيا في أكثر من مئة دولة ، تبين أن الموقع في العالم العربي هو تقنية بامتياز ويتجاوز ويتفاعل ويشارك في الفضاء الإلكتروني هم الشباب. قدرته على التعبئة: يستطيع المستخدم من خلال فيسبوك أن يستثمر جيدا قدراته على التعبئة من خلال الميزات التي يتنوع بها النص، الرسالة القصيرة، الصورة الفيديو التعليقات الإعجاب بالفكرة إنشاء صفحات خاصة حول أي فكرة أو حدث.(بركان، 2015، الصفحات 56-57)

### 5.1 ايجابيات وأضرار الفيس بوك:

أولا : ايجابيات الفيس بوك.(بركان، 2015، صفحة 80)

- هو نشاط نفسي مجدي يزودنا بإحساس الرفاهية إلى مستوى عميق أن نسبة الوقت غير العادية التي يقضيها الناس على صفحات الفيس بوك قد تعكس قدرة موقع التواصل الاجتماعي المذكور على إشباع حاجات الأنا الأساسية بالنسبة لحالة الإنسان؛
- إن الفيس بوك هو أداة مفيدة ضمن جهود الأشخاص الرامية إلى الحفاظ على شعورهم بالقيمة الذات وثقتهم بأنفسهم؛
- أنه وسيلة تواصل مجانية ويعد واحد من أفضل وسائل التواصل الاجتماعية حيث أنه بإمكاننا إنشاء صفحة خاصة للدراسة فيتنسني للطلاب إن يشاركوا فيها دروسهم ووجباتهم ومشروعاتهم واختباراتهم؛

- الانغماس في مجتمع آخر من نوعية تختارها أنت؛
- متابعة جديد الأخبار وملخصات الأحداث؛
- الفيس بوك هو انفتاح ثقافي معرفي واسع بين الدول ويساعد على سرعة التواصل والتعارف بين الأشخاص لمعرفة أهم أخبارهم وأهم الأحداث على المستوى الاجتماعي والرياضي والفني والديني وجميع الأخرى ويساعد ذلك على إنشاء علاقات اجتماعية جديد وبعيدا عن أماكن الدراسة والأسرى سهولة الاستفادة منه في حقل الدعوة ونشر النصائح والتوصيات؛
- تحول العالم إلى شبكة مصغرة يتواصل فيها الناس على اختلاف أجناسهم بسهولة.

### ثانيا : أضرار الفيس بوك

- هو موقع بات يورق الآباء والمربين في المؤسسات التربوية تحرص على تنشئة جيل مسلم ويمكن أن تتخلص اضرره فيما يلي:
- أضرار نفسية:** حيث إن عضو يستطيع نشر المعلومات والصور التي تتيح للأصدقاء مشاهدتها وقد تتحدر إلى الحضيض وانعدام الحياء.
- أضرار اجتماعية:** ويعبر عنها البعض بالقول انه يمكن لأي شخص وضع اسم مستعار وإضافة اسم أي عائلة يريد تشويه سمعتها ووضع معلومات أو صور مخلة بالآداب مما يؤدي إلى الكثير من المشاكل.
- يعلم الجميع أن أضرار الفيس بوك تعدت هذين الضررين إلى ضرر أخطر يمس الفرد ويتعداها إلى المجتمع ألا وهو :

### 6.1 واقع اللغة العربية في الموقع: (شوف، 2011، صفحة 07)

فمن مفارقات زمننا، أن اللغة العربية كانت تعامل باحترام كبير حيث كانت الأمية سائدة في المجتمع حيث شملت %50 من السكان وكانت أوضاعنا الثقافية ووسائل الطباعة والنشر أكثر توافقا مما عليه الآن من لكن حين تراجعت نسبة الأمية وعمت المدارس والجامعات وتقدمت وسائل الطباعة والنشر لقيت اللغة العربية داك المصير البائس والملاحظ

في هذا السبب أن خصوم اللغة العربية في السابق كان من المتغربين والمعادي للانتماء العربي الإسلامي إلا أن الأمر اختلف الآن تماما لأن إهانة اللغة العربية والخط من شأنها أصبح سلوكا هاما.

لقد أصبحت شبكات المعلومات والتواصل من أهم الوسائل المعاصرة للتداول المعلومات والتواصل بين الأفراد والجماعات وقد استطاعت المواقع الاجتماعية إن تفرض لنفسها مكانا واسعا علة ساحة التعامل الاجتماعي لسرعنها وقربها من حياة الناس، هذا الأخير الذي لديه صلة وعلاقة باللغة وهي علاقة تناسبية، فعندما ينحدر الفكر تنحدر اللغة فنجد أن مستوى الأداء اللغوي ضعيف مما يشكل خطورة على قوة اللغة وحيويتها.

### المطلب الثالث: تطبيق التيك توك TIK-TOK

نشأ تطبيق التيك توك (TIK-TOK) في أغسطس 2014 حيث قرر "أليكسزو"، إطلاق تطبيق "ميوزكل، Musicall" بعد فشل التطبيق الأول الذي طرحه هو وشريكه "لويسيانج" في الأسواق والخاص بعرض فيديوهات تعليمية قصيرة لا تتجاوز 5 دقائق لقتل الملل عند الباحثين عن الدورات التعليمية المتخصصة، "on Line" ما يتيح لهم فرصة أكبر للتعلم، والاستفادة من المحتوى المرئي المعروف، نظرا لأن طول الفيديو التعليمي يصيب الأغلبية بالملل، وبالتالي الانصراف عن المحتوى، إلا أن التطبيق ومنذ اليوم الأول لطرحه كان مصيره الفشل، فكان البديل تحويل الفكرة من فيديوهات "التعليم" إلى "الرقص"، وتأدية مقاطع "بلادي باك"، نظرا لأنهما في مأزق حيث يديناني 250 ألف دولار للمستثمرين الذين تبنا فكرتهما، ولم يتبقى معهما سوى 8% منها لأن تصوير محتوى تعليمي أمر مكلف، على حد تصريح "زو" وقتها، وقد نجح الأمر، وحاز "ميوزكلي" على شهرة عالمية وانتشار واسع .

اختفاء "ميوزكلي" وظهور "التيك توك" .

في سبتمبر 2016 أطلق الصيني "تسانغبينغ" ، تطبيقا جديدا أسماه، "TIK TOK" مبني على "ميوزكلي" الذي نجح في جذب المراهقين لمدة عامين متتالين، وبحسب ما نشره موقع الجديد فيه حسب تقرير نشره موقع "inews" البريطاني وقتها فإن مستخدميه تطبيق "

ميوزكلي" انتقلوا بحساباتهم عليه إلى "التيك توك" دون حاجة إلى إنشاء حساب جديد، والسبب في ذلك هو أن " أليكسزو" صاحب "ميوز كلي" هو نفسه نائب المدير التنفيذي لتطبيق " التيك توك" ( رحاب طلعت: موقع إلكتروني ماهوالتيك توك).

استمر كلا التطبيقين في النجاح كل على حدى إلا أن " التيك توك" كان الأكثر نجاحا وانتشارا خاصة في 2018، حيث أكدت إحصائيات شركة ( سنسر تاوور) للبحوث في السوق، أن التطبيق تم تحصيله أكثر من 45.8 مليون مرة في الربع الأول من العام الجاري، وتم تداوله في 150 دولة ومنطقة في العالم ، وتصدر قائمة الأكثر تحميلا على المتاجر الإلكترونية، أكثر من "فيس بوك" و"تويتر" و"إنستغرام"، كما ذكرت شركة البحوث أنه تم استخدامه في الصين في 2018 فقط من قبل 150 مليون مستخدما، واتسعت دائرته ليصل إلى مناطق جديدة منها كامبوديا وأندونيسيا واليابان وماليزيا وتايلاند والفيتنام، وبالطبع الشرق الأوسط، لينفذ صاحبي " ميوز كلي"، و" التيك توك" قرارهما باختفاء الأول لصالح الثاني صبيحة يوم 21 أغسطس 2018 ، حيث استيقظ مستخدمي "ميوزكلي" ليجدوا أنفسهم دون سابق إنذار على منصة" التيك توك"، بسبب ضم العلامتين التجاريتين تحت اسم واحد وتطبيق واحد، وصل عدد مستخدميه شهريا إلى 500 مليون مستخدم(طلعت، 2012، صفحة 66).

## 1.2 تعريف تطبيق التيك توك(TIK-TOK):

ويعرف أيضا باسم دوين Douyn هي شبكة اجتماعية صينية لمقاطع الفيديو الموسيقية، تم إطلاقها في سبتمبر 2016 بواسطة مؤسسها "تشانغ بيمنغ" وهو نظام أساسي للفيديو حيث يمكن للمستخدمين تحميل مقاطع فيديو مدتها 15 ثانية أو عمل قصة مدتها دقيقة واحدة .

يركز التطبيق على الموسيقى، وقد تم تصميمه في البداية للأشخاص لتسجيل مقاطع فيديو لأنفسهم تتم م ازمنة الشفاه مع الأغاني، لقد أصبح المستخدمون أكثر إبداعا .

يمكن للمستخدمين إنشاء مقاطع فيديو فردية أو، "duets" وهما مقطعان فيديو منفردان في شاشة منقسمتين، الهدف هو أن تصبح في نهاية المطاف ميم كما فعلت العديد من أشرطة الفيديو على الكرمة وتتخذ الشركة الأم المالكة لتطبيق TIKTOK وهي شركة "ميوزكلي" من مدينة بكين مقرا لها، وتشير المعلومات إلى أن الشركة قد أنفقت أموالا طائلة لاستقطاب المشاهير نظرا لعدم توافدهم إليه بشكل كبير كما كان متوقع، فتمكن من استضافة مشاهير كثر، كما يكثر وجود المراهقين فيه بشكل كبير هناك أيضا. (سيد، 2018)

## 2.2 مدخل عام عن تطبيق TIK-TOK

لقد ساهمت مواقع التواصل الاجتماعي بشكل كبير في إمطة اللثام عن جانب من جوانب الانحلال الأخلاقي الذي تعرفه المجتمعات العربية، والذي كان في مراحل سابقة يتم في الخفاء، في ظل النفاق الاجتماعي ووراء ستار الأخلاق والتدين .  
و"التيك توك" هو أحد هذه المواقع التي استطاعت تحقيق انتشار كبير، وأصبحت عبارة عن ملهى ليلي مباشر للعري و الإيحاءات غير اللائقة والرقص الماجن، حيث رفع الحياء عن مجتمع لطالما كان يصنف عرض نسائه في خانة الحرمات والممنوعات، حيث استطاع تطبيق "التيك توك" تحقيق انتشار كبير في الدول العربية، حيث اكتسحت مقاطعه المصورة لشباب وشابات يرقصن على أغاني مختلفة، بلباس مثير وحركات ساخرة ولا أخلاقية، في الوقت الذي انتشرت فيه مقاطع صادمة لبعض الفتيات يرقصن و يتمايلن في الشارع، وزوجات رفق شريك حياتهن داخل غرف النوم وهو ما لم تتعود عليه المجتمعات العربية، فطالما اعتبر الرقص والعري الفاضح أحد الفواحش والمحرمات، إذ بقي هذا النوع من الممارسات لسنوات، إذ دفع شغف الغالبية لتجربة هذا التطبيق من مراهقات، محجبات ومترجات كلهن يتفنن في استظهار مواهبهن في الرقص وخوض تحديات مختلفة داخل غرفهن أو حتى في الشوارع والطرق. (طلعت، 2012، صفحة 96)

ناهيك عن هذا التطبيق قد ساهم في كسر حرمة البيوت بشكل لا يصدق لدرجة أن الفتيات ينشرن رقصهن و ميوعتهن داخل بيوتهن بملابس غير محتشمة، وبغناء أغلبه من أغاني

الملاهي الليلية وحتى في حضرة آبائهن وأمهاتهن أحيانا، خصوصا وأنه من المفترض على الآباء الإشراف على أبنائهم، ونهر بناتهم و ردعهن على مثل هذه التصرفات غير المقبولة والتي تسيء لهن ولسمعتهن بدلا من مشاركتهن الرقص.

رافق ذلك انتشار "حمى الشهرة" فكل الفتيات أصبحن يبحثن عن الشهرة بأي ثمن، فإما أن تكون محظوظة فتلقي مقاطعها المصورة إقبالا وانتشارا كبيرا في التطبيق ومواقع التواصل الاجتماعية، وإلا فإن الوصفة السحرية والسريعة التي تتبعها الكثير من الفتيات لزيادة عدد المعجبين وهن لا يمتلكن الموهبة ولا القبول اللازمين، وحتى الشباب يمكنهم الحصول على النجاح والشهرة، ببعض التغيرات والحركات الغبية المضحكة على وجوههم، أو الرقص على بعض الأغاني المشهورة، أو إعادة تمثيل بعض لقطات الأفلام بطريقة ساخرة، لحصد جمهور الفتيات المراهقات الراغبات في التعرف عليهم والتقرب منهم .

مشكلتنا مع وسائل التواصل الاجتماعي هي أننا نسيء استخدامها فبدل أن نسخرها لخدمتنا فيما هو إيجابي و يعود علينا بالنفع، نستغل فقط الجانب السلبي منها، وهذا عائد إلى كون هذه التكنولوجيا دخيلة علينا، فهي لا من ابتكارنا ولا نحن رُبينا على التعامل معها، فقد عشنا لقرون وسط دائرة البدائية والتخلف والتقييد الديني و الاجتماعي وفي لحظة غير مسبوقة وجدنا أنفسنا وسط عالم حديث غريب عنا.(سيد، 2018، صفحة 114)

### 3.2 خصائص ومميزات تطبيق التيك توك.

يعد تطبيق التيك توك أحد أكثر التطبيقات المجانية تنزيلا في الربع الأول من العام الجاري، بعد ما تم تحميله 315 مليون مرة على مستوى العالم (منها 115 مليون مرة في مارس). وبشكل عام يمكن تفسير سيماته فيما يلي: يقدم التطبيق فيديوهات جذابة لا تتجاوز مدتها 15 ثانية، مع إضافة الموسيقى وبعض المؤثرات الصوتية بجانب الملصقات التي تضاف إلى الوجه وذلك باستخدام تقنيات التصوير المتاحة على التطبيق والهواتف الذكية، وهي الفيديوهات التي يسهل تسجيلها في مختلف الأماكن ومشاركتها على الفور دون أي متطلبات فنية ودون أن تستغرق مشاهدتها وقتا أو جهد، فعند فتح التطبيق تعرض مقاطع الفيديو

الواحد تلو الآخر، ما يمكن من مشاهدة مئات الفيديوهات لساعات ممتدة، كما يمكن مشاركتها عبر مواقع التواصل الاجتماعي، كما تحول التطبيق إلى منصة للتحديات المميزة ومن أمثلتها (zoomchaLLenge) الذي يدعي فيه المشارك أنه يتعرض للاستغلال من قبل مجهول وتحدي (Matildachallenge) الذي يحرك فيه المستخدم الأشياء بقواه العقلية، وتتمثل أبرز سمات التطبيق في الحفاظ على خصوصية المستخدم الذي يظل بمقدوره تحديد هوية من يشارك الفيديو أو يشاهده أو يعلق عليه. (باني، 2022)

ولا يمكن الوصول لمحتويات الفيديو بواسطة محركات البحث ومواقع الويب العادية، ونتيجة لكثرة المستخدمين العديدة، تحظى مقاطع الفيديو التي تنشر على التطبيق بانتشار واسع، وهو ما يعني إمكانية تحقيق الشهرة عبر قواعد جماهيرية من المعجبين والمتابعين. كما يمكن للمستخدمين أيضا إضافة مقاطع فيديو وعلامات هاشتاغ وفلاتر وأصوات إلى قسم "المفضلة"، يكون هذا القسم مرئيا فقط للمستخدم على ملفه الشخصي مما يسمح له بالرجوع إلى فيديو أو علامة تصنيف أو فلتر أو صوت قام بحفظه مسبقا. (باني، 2022)

## 4.2 استخدامات تطبيق التيك توك وعلاقتها بالقيم:

يتم استخدام تطبيق التيك توك عبر الطرق وتتجسد هذه الطرق في فتح تطبيق التيك توك ما على المستخدم إلا التعرف على زر "+" لتصوير مقطع فيديو قصير جديد حتى 15 عشرة ثانية أو 60 ثانية لكن التطبيق يعتمد على اختيار مقطع موسيقى أو أغنية أو مشهد مشهور من أحد الأفلام وذلك من خلال النقر على أيقونة CD، ثم محاكاة الفيديو وإعادة تمثيل المشهد بطريقة ساخرة غالبا .

وبعد تصوير مقطع الفيديو يمكن للمستخدم تطبيق تأثيرات مختلفة، بالإضافة إلى إمكانية تسريع أو إبطاء الفيديو أو إضافة ملصقات أو ايموجي، إلى جانب إمكانية إضافة تأثيرات حركية مختلفة على مقاطع الفيديو، كما يمكن للمستخدم مشاركة مقطع فيديو من هاتفه مباشرة ومثل أي شبكة اجتماعية أخرى، بمجرد فتح التيك توك يظهر للمستخدم مقاطع الفيديو الرائجة مع إمكانية السحب الأعلى لاستكشاف مقاطع فيديو جديدة أو استعراض أبرز

الوسم والموضوعات الشائعة والبحث عن مستخدم أو موضوع ما من خلال تبويب البحث وذلك مع إمكانية النقر مرتين لإبداء الإعجاب بأي مقطع فيديو أو الضغط مطولة لإبداء عدم الإعجاب بالإضافة إلى إمكانية متابعة المستخدمين وتلقي تنبيهات عند نشر مقاطع فيديو جديد. (سيد، 2018، صفحة 130)

### الآثار الاجتماعية لتطبيق التيك توك.

تتراوح الآثار الاجتماعية لتطبيق بين الإدمان والنبذ الاجتماعي بين الإدمان والنبذ الاجتماعي وغير ذلك وهو ما يمكن الوقوف عليه تفصيلا على النحو التالي:

**1- تحديات خطيرة:** في " التيك توك" يمكن للمستخدمين الاشتراك في خمس تحديات مختلفة.

وهي تحديات التي حظي بعضها بشهرة واسعة، مثل تحدي egnellahcsagnileeFyMnl الذي احتاج مختلف وسائل التواصل الاجتماعي وعرف بإسم "كيكي" (وتطلب الرقص خارج السيارة أثناء سيرها ليتسبب في موت البعض)، بجانب تحدي (Oh Nanana) الذي تطلب أداء حركات راقصة على أنغام الأغنية نفسها وهو ما أسفر عن كسر كاحل "سابفيرتشارلزوث" من مقاطعة دورهام شمال شرقي انجلترا أثناء تصوير الفيديو، وتطلب بدوره إجراء جراحة لها .

ويعد تحدي (breaker Skull) أحد أخطر التحديات الذي لقي شعبية كبيرة على التطبيق على الرغم من خطورته التي تصل إلى حد الوفاة من ناحية، وبدأيته على سبيل الدعابة بين طالبين في اسبانيا، فبموجب ذلك التحدي، يحاول شخصان عرقلة الثالث أثناء قفزه، وهو ما أسفر عن إصابات عديدة وخطيرة للعديد من المشاركين وبخاصة في الظهر والرأس، وهو ما حذر منه الأطباء لما قد تنجم عنه من إصابات قد تصل إلى ارتجاج المخ والشلل والوفاة. (باني، 2022)

وعلى الرغم من ذلك يجدر القول إن تلك التحديات بشكل عام تمنح التطبيق خصوصية تضيف إلى جاذبيته، وتدفع المستخدمين لإنشاء محتويات جديدة ومشاهدة محتوى الآخرين.

وبجانب التحديات الخطيرة نسبيا، تتعدد بالمثل التحديات الهادفة على التطبيق والتي منها- على سبيل المثال Style not Fashion الذي يهدف إلى توعية الشباب بمخاطر مواكبة الموضة والشراء المتزايد للأزياء على البيئة، ويشجع على إعادة تدوير الملابس للحد من تلوث البيئة.

**2- النبذ الإجتماعي:** اقترن القبول المجتمعي إلى حد بعيد بعدد المتابعين، فإذا كان قليلا أو معدوما، شعر المستخدمون بأنهم منبوذون لا يرغب أحد في صداقتهم، وهو ما قد يسفر عن الوحدة والاكئاب ويدفعهم إلى مقارنة أنفسهم بأصدقائهم، بل وجذب الانتباه بأي طريقة ممكنة ليتحول إلى محاولات بائسة وخرقاء للفت الانتباه.

ويعد ارتداء الملابس الضيقة والخفيفة أحد أسهل الوسائل لزيادة أعداد المعجبين، إذ تجذب تلك النوعية من الفيديوهات ذوي النفوس الضعيفة لتتجاوز مشاهداتها مئات الآلاف.

أو بعبارة أخرى، يدخل المستخدمون سباقا متحد ما للتميز عن الأقران من مستخدمي التطبيق، ودون تحقيق الشهرة أو امتلاك قاعدة عريضة من المعجبين قد يشعرون بالإحباط أو النبذ الاجتماعي وهو ما يعني أن " التيك توك" تطبيق للباحثين عن الشهرة التي لا يسهل تحقيقها على وسائل التواصل الاجتماعي، مثل ( فيسبوك، سنابشات، انستجرام) مقارنة بهذا التطبيق، وهو ما قد يسفر في المقابل إيمانه.

**3 - الحسابات الوهمية:** يتستر كثيرون خلف حسابات وهمية للتمر والتحرش بالمستخدمين، عبر الرسائل والتعليقات، مع الأخذ في الاعتبار أن تحويل الحسابات إلى حسابات مغلقة للأصدقاء فحسبه لا يحول دون ظهور صورة البروفايل والمعلومات أسفله للكافة، وهو ما يمكن فهمه بالنظر لطبيعة المستخدمين، فيمكن لأي شخص إنشاء حساب على التيك توك بشرط عمره 13 عاما، ومع ذلك تتراجع فعالية الضوابط التي تحول دون تسجيل من قل أعمارهم عن ذلك.

فمع تنامي أعداد المستخدمين صغار السن، أفادت بعض التقارير -لأسيما في الهند والبرازيل وبعض الدول العربية باستدراج الأطفال عن طريق التطبيق و الإعتداء عليهم بل وقتلهم في

بعض الحالات، وهو ما دفع الهند إلى التحذير من مخاطره، ويساهم في ذلك تراجع الرقابة الأبوية على التطبيق إلى حد بعيد، وهو ما يسفر بدوره عن تعرض المراهقين وصغار السن لفيدوهات غير لائقة.

وعلى خليفة ذلك أعلن التطبيق في فبراير الماضي عن إضافة خاصية "وضع الأمان العائلي" التي تمكن الأولياء الأمور على الرقابة الصارمة على سلوكيات أبنائهم وتمكنهم أيضا من ربط حسابات أبنائهم بجانب تشغيل المميزات و إيقافها عن بعد.

**4- العزلة الاجتماعية:** رغم أن التطبيق يدور حول التواصل الاجتماعي مع الجمهور، إلا أنه في الواقع يميل مستخدميه إلى العزلة الاجتماعية لدرجة أنهم لا يستطيعون الاهتمام بالعلاقات التي يحيطون بها ويفضلون الشاشة عن تلك .

**5- مضيعة للوقت والطاقة:** يقضي مستخدموه ساعات طويلة على هو التطبيق، ويستنزفون الكثير من الوقت المال بلا نتيجة ورغم أن البعض قد يجني من ورائه المال ولكن ليس الكل، فهناك مخاطرة بأن المتابعين قد يحبون أو لا يحبون. وعندما لا تقدم ما يريدون فإنك لا تحصل على أي شيء في المقابل .

**6- العري والدعارة:** رغم أن التطبيق لم يكن يقصد استخدامه بهذه الطريقة إلا أننا نشاهد بعض الفتيات الصغيرات يظهرن أجسامهن أثناء الرقص لإرضاء الجمهور في بعض الأحيان، ويقدمن هذا تحت ضغط متابعة المعجبين ولا يريدن أن يخسرن لزيادة نسب المشاهدة .

**7- مصدر التحرش:** نظرا لأن التطبيق يسمح لك بمشاركة جميع أنحاء العالم، فإن فرص التحرش اللفظي والجسدي موجودة، ويعد النقد على الشاشة أمرا طبيعيا، ولكن قد يصادف نفس الأشخاص في الحياة وقد يمثلون تهديدا لهم .

**8- النرجسية:** معظم مستخدمي التطبيقات مهووسون بنفسهم، قد تعرف صديقا من مستخدمي TIKTOK وكل ما يطلبونه هو تصوير مقطع فيديو لهم أثناء قيامهم بكل تلك الأعمال المجنونة التي يعتقدون أنها تجعلهم يبدون جذابين .

**9- الألم الذاتي وتعذيب النفس:** مستخدمون TIKTOK تجاوزوا الآن حد إيذاء النفس أصبحت مقاطع الفيديو الخطرة، والرقص أمام القطارات والسيارات، والتعذيب لإظهار النفس وزيادة المتابعين.

**10 -الاكتئاب:** مستخدمو TIKTOK إذا فشلوا في تحقيق رغبتهم في القبول ينتج عن ذلك التوتر والضغط والاكتئاب .

**11- النهايات المأساوية والسجن:** قد يصل جذب الانتباه المتبعين إلى المشاهد الفاضحة والتي تؤدي إلى قضايا مخلة بالشرف أو الدعوة إلى الفسق والأمثلة أمام أعين كل أسرة تخشى على أبنائها من تركهم بمفردهم بدون رقابة على هذا التطبيق .

يمكننا القول إن تطبيق التيك توك عملة بوجهين استولت على شباب اليوم، فمنهم من يستخدمه لإبراز مواهبه أو الترفيه عن النفس، لكن الأمر تعدى هذا فقد أصبح التيك توك وجه آخر استغله فارغي العقول لنشر ما يعتبرونه موهبة، لكن يعتبرها النقاد تشويه لسمعة المسلمين لأنها تنزع المبادئ والقيم الأخلاقية من بينها الحياء الذي يعتبر رمز من رموز العقيدة الإسلامية.

#### **المطلب الرابع: موقع اليوتيوب.**

شهدت السنوات الأخيرة انتشارا كبيرا لمواقع التواصل الاجتماعي في أنحاء العالم، مما أدى لكسر الحدود الجغرافية وجعلها كقرية صغيرة ، من بينها موقع اليوتيوب المتخصص، في بث مقاطع الفيديو ويعتبر من أشهر المواقع والاكثر استخداما خصوصا والدور المهم الذي لعبه في احداث التغيير.

وفي هذا سنتطرق لنشأته، اهميته، التقنيات المستخدمة، مزياه وسلبياته، ودوره في التغيير القيمي.

#### **نشأة موقع اليوتيوب:**

نشأت فكرة الموقع في مدينة سان برونو، كاليفورنيا، الولايات المتحدة الأمريكية عندما كان الأصدقاء الثلاثة: تشاد هيرلاي، جاود كاريم، ستيف تشين في حفلة لأحد الأصدقاء

والتقطوا مقاطع الفيديو وأرادوا أن ينشروها بين زملاءهم ولم يستطيعوا إرسالها عبر الإيميل لأنه لم يكن يقبل الملفات الكبيرة ومن هنا تبلورت فكرة موقع لإفراق أفلام الفيديو على شبكة الأنترنت.

ويعد الفيديو المرفوع من قبل جاود كريم بعنوان أنا في حديقة الحيوانات Me a the zoo أول فيديو يتم رفعاً على موقع اليوتيوب وكان بتاريخ 23 أبريل 2005 وتبلغ مدت 19 ثانية. وفي ماي 2005 تم إطلاق النسخة التجريبية من الموقع وبعد 6 أشهر وفي نوفمبر 2005 تام إطلاق النسخة الرسمية.

وفي أكتوبر 2006 كانت أهام اللحظات حيث قامت شركة غوغل بالاستحواذ على موقع اليوتيوب بصفقة ضخمة قدرت بـ 1.65 بليون دولار. (ساري، 2008، صفحة 36) وقد نال الموقع جائزة رجل العالم العام 2006 من مجلة تايم الأمريكية لدوره في إعطاء الفرصة لزواره في إنتاج المواد التي يعرضونها في الموقع. (الشاعر، 2015)

**التأثير الاجتماعي لموقع اليوتيوب:**

قام مواقع اليوتيوب بإحداث طفرة في عالم الأنترنت فقبله كان مستخدمو الأنترنت لا يستطيعون نشر فيديوهاتهم أو عرضها للمشاهدة أون لاين، فقاد كان متاح هو ارسالها عبر البريد الإلكتروني كحد أقصى ثوان معدودة ولكن مع موقع اليوتيوب أصبح من السهل نشر ومشاركة الفيديوهات ليشاهدها كل مستخدم الأنترنت حول العالم وأصبح كل شخص، حتى من الهواة عمل قناة خاصة في أي مجال سواء كانت كوميدية، علمية، موسيقية، سياسية دون أية قيود أو رقابة. (حمو، 2022)

**مجموعة من الاحصاءات عن موقع اليوتيوب: (العاني، 2015، صفحة 145)**

1. عدد المشاهدات يصل إلى أكثر من ملياري مشاهدة يوميا.
2. يعد اليوتيوب ثالث موقع عالمي من حيث الزيارات.
3. يبلغ متوسط عدد الدقائق التي يقضيها المستخدم في تصفح الموقع ومشاهدتها 15 د.
4. 70.4% من حركة الزيارات على الموقع تأتي من خارج الولايات المتحدة الأمريكية.

5. يبلغ متوسط عدد الساعات التي يتم تحميلها يوميا على الموقع 14 ساعة.
6. 56.6% من رواد الموقع ذكور، 44% إناث، الجيل السائد هو من 13-17.
7. لأهمية هذا الموقع قامت شركة غوغل بشراء مواقع مباشرة 1.65 بليون دولار وعدد الموظفين لهذا الموقع 67 موظف فقط.
8. في عام 2010 بلغ عدد الساعات التي رفعت إلى الموقع ثلاثة عشر مليون ساعة ووصل عدد مشاهدات الفيديو عليه سبعمائة مليار مشاهدة.
9. بلغ عدد الشركات والأفراد المنضمين إلى برنامج الشراكة في الموقع والذين يمتلكون قنوات خاصة بهم خمسة عشر ألفا في عام.
10. بلغ عدد زوار الموقع عام 2011 ثمانمائة مليون زائر شاهدوا تسعين مليار مشاهدة، وتم تحميل ستين ساعة فيديو كل دقيقة.
11. استعملت 25 لغة في اليوتيوب، كانت ما نسبته 10% من المحتوى واضح بصفة عالية ذات تقنية HD.
12. وفي عام 2012 كان عدد الساعات المحملة على هذا الموقع قد بلغت في كل دقيقة 72 ساعة أما عدد المشاهدات للفيديوهات فكانت 600 مليون مشاهدة عبر الأجهزة الذكية إضافة إلى مليار مقطع فيديو يشاهد يوميا.
13. الشخص العادي يحتاج ألف سنة لي شاهد كل الفيديوهات الموجودة اليوم في اليوتيوب.
14. مجموع ما يتم رفعه إلى اليوتيوب خلال 65 يوم فقط يفوق ما أنتجه أشهر 3 شركات إنتاج أمريكية خلال 65 سنة كاملة.

المصطلحات المستخدمة في موقع اليوتيوب:

جدول رقم 01 : يمثل المصطلحات المستخدمة في موقع اليوتيوب

المصطلح بالإنجليزية	المصطلح بالعربية	الوصف
BROWSE	تصف - عرض	وهو زر موضوع أعلى الموقع يتم الضغط عليها لتصف كافة مقاطع الفيديو المرشحة من قبل الموقع .
UPLOAD	رفع	ويستخدم لتحميل الفيديوهات من الحاسب أو الهاتف إلى موقع اليوتيوب .
MY CHANNEL	قناتي	القناة الخاصة بالفرد الذي يمتلكها على موقع اليوتيوب.
VEDEO MANAGER	مدير الفيديو	خدمة أو أداة يتيحها موقع يوتيوب لإدارة الفيديوهات الخاصة بالأفراد .
SUBSCRYTONS	الاشتراكات	وتستخدم للإشارة للقنوات التي تشترك فيها الأفراد وتصلهم تحديثاتها .
RECCEMMENDED	توصيات	وهي فيديوهات يرشحها الموقع ويوصي بمشاهدتها.
SUGGESTED CHANNELS	القنوات المرشحة	وهي القنوات التي يرشحها اليوتيوب بحسب الاهتمامات.
BROVES CHANNELS	تصف القنوات	القنوات الموجودة على موقع اليوتيوب ويتم ترتيبها وفقا لاهتمامات والبلد.
FEETURED	الفيديو الرئيسي	الفيديو الذي يظهر للمستخدمين بمجرد الدخول إلى قناتك.
FEED	التغذية	تحتوي على كل أنشطة الفرد وأنشطة القناة الخاصة با من مشاهدات أو اعجابا أو تعليقات تتم بواسطته أو

غيرها.		
وهي الفيديوهات التي قام المستخدم برفعها على حسابا.	الفيديوهات	VEDEOS
يتيح يوتيوب خدمة عمل قوائم تشغيل تحتوي كل قاصمة على مجموعة فيديوهات مرتبطة ببعضها.	قوائم التشغيل	PLAY LIST
وهم الأشخاص أو الأعضاء المشتركون بالقناة الخاصة وتصلهم تحديثاتها.	المشركون	SUBSCRIBEES
وهي خدمة يوفرها يوتيوب للتعرف على الإحصائيات للدخول على القناة ومشاهدتها.	الإحصاءات	ANALYTLES
تطبيق يتيح اليوتيوب يمكنك باستخدامه التعديل على الفيديو الخاص بك وتحريره.	محرر الفيديوهات	VEDEO EDLTER
بوضعك مجموعة من الكلمات المفتاحية أو الدالة في قناتك أو فيديوهات تتعلق بالموضوع الذي تشير له سوف يسهل ذلك وصول المستخدمين لقناتك عبر محركات البحث.	كلمات مفتاحية دالة	TAGS

المصدر: حسنين شفيق: مواقع التواصل الاجتماعي أدوات ومصادر التغطية الإعلامية،

ط02، دار فكار وفن مدينة السادس من أكتوبر، 2014، ص175.

تحديثات أدخلتها شركة غوغل على موقع اليوتيوب: (قراونة، 2015، صفحة 77)

- وذلك من أجل زيادة كفاءة استخدام هذا الموقع.
- إمكانية إنشاء قنوات تشغيل منفصلة في القناة الواحدة مما أتاح إمكانية تنظيم مقاطع الفيديو وتصانيفها بشكل جيد.

تحرير الفيديو مباشرة على الأنترنت وهذا يشمل:

- حذف أي جزء من الفيديو الأصلي باستخدام خاصية الاقتطاع.
- تدوير مقطع الفيديو الأصلي إلى اليمين أو اليسار.
- إزالة حركة الكاميرا المهتزة.
- تعديل درجة حرارة اللون والتشبع اللوني والتباين لمقاطع الفيديو الأصلي.
- إضافة تأثيرات على مقطع الفيديو.
- إضافة مقاطع صوتية لمقطع الفيديو.
- إضافة تعليقات توضيحية، وهي عبارة عن مواد نصية وروابط يمكن إضافتها إلى مقاطع الفيديو لتوضيح فكرة ما وهذه التعليقات تنقسم إلى:
  - فقاعة تفسيرية كلامية: كتابة ملاحظة، كتابة عنوان، تمييز جزء من الفيديو، إضافة ألبوم أو إطار لمساحة معينة من الفيديو إيقاف مؤقت يعمل بمؤقت زمني يتم إضافته من قبل المستخدم.

#### التزامات التسجيل في موقع اليوتيوب:

ينبغي أن توافق على التزامات وقيود معينة على نوع المحتوى القابل للنشر في أي حال من الأحوال يجب ألا يقوم بتحميل أي محتوى يحتوي على مواد يحظر القانون امتلاكه إياها أو يحظر استخدام يوتيوب لها، والعديد من القيود الواردة أدناه لا تزيد عن تلك التي يتوقعها المستخدمون في قوانين دولة ما.

#### الأخلاق والسلوك اللائق: (youtube.com، 2022)

يجب ألا يقوم المستخدمون بتحميل أي من المحتويات التالية:

- المحتويات التي تشجع على الأنشطة الخطيرة أو غير القانونية، بما في ذلك تعليم صنع القنابل أو تعاطي المخدرات أو أية أفعال أخرى قد تؤدي إلى إصابات خطيرة؛
- المحتويات التي تشتمل على العنف ، وقد يكون المحتوى ذو الأسلوب الوقائي مقبولاً، إلا أن المحتوى الذي يهدد بشكل أساسي إلى أن يكون صادماً أو مثيراً أو غير محترم لا يعد مقبولاً؛

• المحتويات التي تروج للعنف أو الكراهية ضد أفراد أو مجموعات بناء على سمات معينة كالعرق أو الدين.

وفي الحالات التي يكون فيها مقطع الفيديو مقبولا لكننا غير ملائم للمشاهدين الصغار، قد يطبق موقع اليوتيوب القيود الخاصة بالعمر.

**التحرش وتشويه السمعة:** (youtube.com، 2022)

يحظر على المستخدمين القيام بأي سلوك عنيف أو المطاردة أو التهديدات أو التحرش بالآخرين، وقد يشمل التحرش بالآخرين، وقد يشمل التحرش نسخ مخطط قنوات أي مستخدم، باستخدام أي اسم مستخدم مماثل أو انتحال صفة شخص، وقد يتم منع أي مستخدم يقوم بهذه الأشياء منعا دائما من استخدام اليوتيوب، كما يحظر أيضا إجراء أية اتصالات من النوع غير المرغوب بها.

**الخصوصية:**

يحظر التعادي على خصوصية الآخرين ومشاركة المعلومات الشخصية الخاصة بهام وقاد تشمل المعلومات الخاصة بالبيانات الشخصية علاوة على المعلومات الأخرى كالتعليقات والصور ومقاطع الفيديو، وينبغي أن يكون المستخدمين على دراية بالمخاطر المرتبطة بدعاوى التشهير وانتهاك قواعد الخصوصية.

**أمن التقنية المعلومات:** (youtube.com، 2022)

يحتوي شروط اليوتيوب على العديد من الأحكام التي تتعامل مع أمن تقنية المعلومات، إذ يجب على المستخدمين عدم التحايل أو التعطيل أو التدخل في أي من خصائص أمن تقنية المعلومات على موقع يوتيوب، أو أي الخصائص التي تهدف إلى منح نسخ المحتوى ويجب ألا يستخدم أي نظام مؤقت مثال ( روبوت أوسابيدر أو أوفلاينريادر) للوصول إلى خدمة يوتيوب بأسلوب يؤدي إلى إرسال قدر كبير من الطلبات إلى خوادم يوتيوب خلال فترة محددة أكبر من تلك الممكنة أي شخص، يستخدم أي الخدمة استخداما عاديا.

وبالإضافة إلى ذلك، هناك شروط مرتبطة بحماية الحسابات الشخصية، ويجب ألا تقوم بجمع أية بيانات شخصية عن أي مستخدم آخر، كما يجب أن تضمن حماية بيانات حسابك على يوتيوب ويجب العلم بأنك ستكون المسؤول عن كافة الأنشطة التي تتم على حسابك ويجب أن تبذل عن أي انتهاك لحماية حسابك فور علمك بها.

### أحكام متنوعة:

هناك عدد من الالتزامات والقيود الأخرى التي لا تدرج بشكل تام ضمن الفئات المشار إليها آنفا:

1. يحظر عليك توزيع أي محتوى من محتويات يوتيوب أو الوصول إليها عبر أي تقنية خلاف موقع ويب يوتيوب إلا بعد الحصول على موافقة يوتيوب.
2. لا يجوز للمستخدمين الوصول إلى موقع يوتيوب إلا للأغراض الشخصية غير التجارية، يجب ألا يستخدم المستخدمون موقع يوتيوب للبحث عن أعمال تجارية وبصفة خاصة تمنع الممارسات التالية:
3. تقاضي أية رسوم نظير الوصول إلى الخدمة.
4. بيع أية إعلانات أو رعاية أو غيرها من العروض الترويجية لوضاعها في الموقع، أو أية بنود من محتوى يوتيوب، إلا في استثناءات محددة.
5. تقوم بتعديل أي جزء من خدمة يوتيوب، بما في ذلك أية تعديلات أو إضافات أو عمليات حجب لمشغل يوتيوب.
6. يجب عرض المحتوى فقط وعدم تنزيل أو تخزين أو نسخ.
7. يجب ألا تقوم بتحميل أية مقاطع الفيديو إلا التي قمت بتصويرها أو المصرح لك باستخدامها، وينبغي أن تعلم أنك مسؤول عن المحتوى الذي تقوم بتحميل.

### جمع المعلومات ومشاركتها:

إن موقع اليوتيوب ملك لشركة غوغل، ومن ثم عند استخدام خدمة اليوتيوب يكون قد وافقت على شوط غوغل المرتبطة بجمع معلومات شخصية ومشاركتها، فإذا كان لديك حساب على

غوغل، قاد تجاد بيانات حسابك على غوغل مستخدما في كافة خادمت غوغل، بما في ذلك يوتيوب، وكذلك قد يقوم غوغل بإدماج المعلومات الشخصية التي قام بجمعها من خدماته المختلفة، وحتى يتسنى لك الوصول إلى جوانب معينة من خدمة يوتيوب، يجب عليك إنشاء حساب ويجب عليك عند القيام بذلك تقديم معلومات عن نفسك كالاسم وعنوان البريد الإلكتروني، وقد يقوم غوغل أيضا بجمع معلومات آخر عنك عند تفاعلك مع خدمة يوتيوب، ومن أمثلة هذه المعلومات:

1. كيفية المشاهدة والتفاعل مع الإعلانات الموجودة على الموقع؛
2. معلومات التسجيل مثل المصطلحات المستخدمة في البحث وعنوان بروتوكول الإنترنت؛
3. وتستخدم شركة غوغل هذه المعلومات لتحسين الخدمة ولتقدم محتويات محددة مثل مصطلحات البحث المقترحة والإعلانات المطلوبة.

### الحقوق في المحتوى: (عيدي، 2022)

بإمكان مستخدمي اليوتيوب تحميل محتوى على الموقع، ويحافظ المستخدم بحقوق ملكية المحتوى الخاص به غير أن في حال رفع المحتوى على اليوتيوب يمن المستخدم الإذن:

لموقع يوتيوب باستخدام وإعادة إنتاج وتوزيع وأعداد أعمال من هذا المحتوى تتصل بموقع يوتيوب وأعمال يوتيوب التي تشمل بصفة عامة الترويج للموقع ويجوز. للموقع نقل هذه الحقوق إلى أي مؤسسة آخر إذا رغب في ذلك لباقي المستخدمين في الوصول إلى المحتوى واستخداما في القدر الذي يسمى بالموقع. ولا تنتهي حقوق الاستخدام واسعة النطاق هذه إلا عقب القيام بحذف المحتوى من الموقع. موقع يوتيوب متاح بشكل علني، ويعني ذلك أن المحتوى الذي ترسله عبر يوتيوب بشكل علني، ومن ثم ينبغي أن تفكر بعناية في المحتوى الذي ترسله.

### الإبلاغ عن المشكلات:

قد يواجه مستخدمو اليوتيوب مشكلات، وهناك أدوات يمكنهم استخدامها للإبلاغ عن مشكلات ويجاوز للموقع إنهاء حساب المستخدم عند ارتكاب انتهاك أي من سياسات، كما لا يجوز للمستخدم غلق حسابه على يوتيوب في أي وقت، وحسب وقاصع كل حد.

### الإبلاغ عن المشكلات والتنفيذ عبر اليوتيوب:

يمكن العثور على الصفحة الرسمية للإبلاغ عن المشكلات والتنفيذ عبر يوتيوب على

الرابط <http://www.youtube.com//YT/POLICYANDSAFETY/REPORTING.HTML>

في هذا المكان يمكنك الوصول إلى مختلف المعلومات والأدوات المستخدمة في الإبلاغ عن المحتوى ، وكخطوة أولى يجب أن يحدد المستخدمون المحتوى الذي يرونه مخالفا لتوجيهات موقع يوتيوب وحتى يمكن الإبلاغ عن أكثر من محتوى أو تقديم معلومات أكثر تفصيلا، كما يوفر أداة للإبلاغ ويمكن استخدام هذه الأداة بالإبلاغ عن إساءة الاستخدام.<sup>1</sup>

### الشكاوى المرتبطة بالخصوصية:

حتى يتسنى للمستخدمين تقديم شكاوى مرتبطة بالخصوصية، ينبغي لهم اتباع عملية الشكاوى الخاصة بالخصوصية على يوتيوب على الرابط

<Http://suppopt.google.com/youtube/answep/142443 hten>

### انتهاك حقوق الطبع والنشر:

يستطيع المستخدمون إخطار يوتيوب بمخالفات حقوق الطبع والنشر باستخدام الأداة الموجودة على الرابط

<http://www.youtube.com/yt/copyright/copright/html>

### بعض استخدامات موقع اليوتيوب:

لا يمكن حصر استخدامات اليوتيوب حيث انها متنوعة ومتعددة وفيما يلي نذكر بعض مجالات استخدام اليوتيوب منها:

### اليوتيوب كمصدر أخبار:

مع تزايد أهمية اليوتيوب وزيادة عدد مستخدميه وارتفاع ذوي اساما في العالم، باتت وسائل الإعلام تعتمد عليه كمصدر للأخبار باعتبار أن العديد من الجهات الرسمية وغير الرسمية هواة، جمهور عام يقوم بتحميل مواد وآراء وأفلام ومقاطع فيديو وصوتية على الموقع، ويتفرد بعضها لتوثيق أحد وأخبار وموضوعات لا تستطيع وسائل الإعلام التقليدية القيام بها، كما يتوفر على إمكانية معرفة آراء جماعات وأفراد يصعب على وسائل الإعلام الوصول إليهم فضلا أن مساحة الحرية التي يتمتع بها تسمى بوسائل الإعلام بالتعرف على وجهات نظر بديلة ومغايرة عما ألفته. (www.tna.gov.ae/assets/dms.com، 2023)

كما ساهم اليوتيوب كوسيلة تنقل بالصوت والصورة المشاهدات الحية لأي حاد من الحثيات اليومية ونقلًا للتداول بين ملايين البشر في العالم بسرعة فائقة.

ومن ثم تعددت العوامل التي دفعت بوسائل الإعلام تحاول إيلاء اهتمام متزايد باليوتيوب حيث بدأ بعضها بعقد اتفاقات مع الموقع لبعض مواده وشراء بعض المساحات على الموقع كممبر إضافي لها، كقناة الجزيرة وصحيفة القدس العربي وقناة CBC.

فالموقع له حضورا قوي في الساحة لإعلامية فاسمه يتردد صده في الكثير من البرامج السياسية كبطل أساسي في العديد من القصص الخيرية، والفقرات التلفزيونية و الإذاعية والموضوعات الصحافية، وقد تحول في الفترة الأخيرة إلى ما يشبه الأرشيف المصور لأهم ما تعرضه القنوات التلفزيونية و وسيلة اتصال جماهيرية فائقة الذبوع فهو أقرب إلى تلفزيون، ولا يكاد يحد أحد في العالم إلا وترصده كاميرات مستخدمي اليوتيوب، وما أن يسمع لنا بهذا الحد يهرعوا بحثا عن تفاصيلها.

### في التعليم: (البهلول، 2023)

من خلال مواقع اليوتيوب يمكن للمتصفح أن يتعلم ويتتقف ويطور مهاراته، فهناك قسم خاص في الموقع متخصص، في المجال تعليمي والأكاديمي، يوجد فيها العديد من المحاضرات الكاملة في كثير من المجالات، محاضرات كاملة من جامعات عالمية عريقة أغلبها بالإنجليزية، ويتم توزيع الفيديوهات في مجموعات بحيث تمثل مناهج متكاملة وهذه

المجموعات موزعة أيضا في تخصصات ليسهل الوصول إليها كذلك يمكن استعراض الفيديوهات حسب الجامعة أو المؤسسة التعليمية.

### ممارسة الألعاب في اليوتيوب:

إذا كانت سرعة الأنترنت بطيئة وإذا كنت تشاهد فيديو طويل فبالإمكان التسلية بلعبة الثعبان وذلك عن طريق الضغط على الأسهم وستظهر لك لعبة الثعبان الشهيرة في الفيديو وأيضا كتابة Luke 1980 use the force يمكنك أيضا تجربة كتابة هذه الكلمة في مربع البحث في يوتيوب ومشاهدة ماذا سيحدث.

### في الدراسات النفسية:

أعلنت العديد من المراكز الدراسات أنها استخدمت الموقع في الدراسات النفسية وذلك عن طريق البحث عن أكثر الكلمات التي تم البحث عنها وكذلك دراسة مقاطع الفيديو التي حققت معادلات مشاهدة مرتفعة جدا وبذلك تعرفت على ذوق المشاهدين في مناطق العالم المختلفة.<sup>1</sup>

### أشخاص اشتهروا عبر موقع اليوتيوب:

فتح الموقع الباب على مصرعيه أمام العشرات من الأشخاص، ممن نشروا مراسيمهم الأدبية والكوميديية مما حقق لهم شهرة من أهمهم.

#### • جستن ببير:

هو مغني بوب مقيم في أتلانتا، جورجيا في الولايات المتحدة الأمريكية ولد في 01 مارس 1994، بأداء الغناء عام 2009، كانت بدايتها في الغناء عن طريق موقع اليوتيوب حيث اكتشف هناك سكوتر لارون والذي أصبح مدير أعماله مستقبلا.

#### • ريمي غايار: كوميدي فرنسي الشهير بمقاطعة الكوميديية التي نشرها بداية على موقع

اليوتيوب، والتي حققت نجاحا كبيرا وأرقام مشاهدة قياسية.

#### • كودي سيمبسون: مغني بوب أسترالي من جولد ستريت حاليا في الولايات المتحدة الأمريكية.

- **بدر صالح:** ممثل كوميدي سعودي وهو صاحب برنامج إيش الذي يتصدر البرامج السعودية على موقع اليوتيوب، وأكثر البرامج اشتراكا في المملكة العربية السعودية. التماسح شخصية كاريكاتورية ساخرة يقوم بأدائها إبراهيم الخير التي اشتهرت في البداية مع برنامج لا يكثر كشخصية ثانوية ثم انفصل لاحقا من لا يكثر بطريقة كوميدية وبأداء بإنشاء برنامج الكوميدي التماسح وحقق برنامجه الخاص، شهرة عريضة على مستوى المملكة والخليج بشكل عام. (طلعت، 2012، صفحة 202)

### أهمية موقع اليوتيوب:

لقد أدركت الشركات والناس والسياسيين أهمية هذا الموقع فوقت قناة CBS اتفاقية مع يوتيوب لبث مقاطع من برامجها تشمل مقاطع اخبارية ولقطات من برامج ترفيهية، كما وقعت غوغل بعد تملكها لليوتيوب اتفاقية مع ساموي MBG، وارنار ميوزيك لتوفير مقاطع فيديو على اليوتيوب، مقابل حصة من الإعلانات التي تحصل عليها غوغل من خلال هذه التسجيلات، كما أن هذه التسجيلات ستكون مباحا للتحميل مقابل رسم رمزي بعد فترة مجانية قدرت بشهر في حينها وكذلك وقعت فرق موسيقية اتفاقيات مع غوغل لحماية نتائجها.

شعبية اليوتيوب أدت إلى تكريسه كمنصة لمؤسسات إعلانية كبرى و منارة للإعلانات الترويجية، إذ يؤس الموقع لمفهوم إعلامي جديد هو ما يطلق عليه الترويج المتقاطع Gross promotion بصفقات تبادل منافع وتوزيع مقاطع الفيديو عبر الأنترنت.

وبعد أن أصبح يوتيوب يحظى بهذه الشهرة العالمية جلب العديد من السياسيين ليرجوا لأنفسهم عبر لقطات مسجلة لهم، هذا ما فعل توني بلير رئيس الوزراء البريطاني عندما هنا الرئيس الفرنسي ساركوزي لفوزه بانتخابات الرئاسة، كذلك تستخدم هيلاري كلينتون منذ 2003 ولها عضوية فيه تحتوي على 73 مقطع فيديو منها مسجل عبر اليوتيوب موقعها الفرعي في اليوتيوب يحمل اسم هيلاري للرئاسة. (البياتي، 2012، صفحة 36)

## مزيا وسلبيات موقع اليوتيوب:

مزيا اليوتيوب: لهذا الموقع مزايا عدة يستفيد منها مستخدم مهما كان موقعه ومهما تعددت اهتماماته:

### • يتيح اليوتيوب إمكانية إعادة المشاهدات لمرات عديدة وحسب الطلب:

وذلك لنفس الحدث مما يجعل من أي حدث، حدث الساعة في كل حين مهما ابتعد الزمن وهذا ما يحدث أكبر الأثار في ترسيم أدق المشاهد في الذهن ويؤثر في الآراء بشكل كبير، تكرار عرض المشاهد يوفر إمكانية اكتشاف جوانب من الأحداث وحقائق يمكن ألا يتم ملاحظتها في مشاهدة أو مشاهدين.

### • اضافة امكانية مشاهدة الفيديوهات الخاصة:

بحيث يستطيع المستخدم أن يدخل الكثير من المشاهد المتعلقة بموضوع معين ويتمكن من رؤيتها مما يساهم بشكل كبير في زيادة معلوماته عن الموضوع ويوسع مداركه عنه، كما تم اعطاء مساحة المشتركة في ابداء الرأي حول المشاهد المعروضة مما يتيح المجال للتفاعل بين كافة المشاهدين.

### • توفير خدمة التوثيق:

التي تعتبر خدمة عظيمة للعالم أجمع بحيث تعمل على توثيق الصور والأحداث والتي من شأنها فضح الكذب وكشف أساليب التزوير لمن يحاول التلاعب بالحقائق سواء كانوا جمعيات أم أفراد أم مؤسسات أم وسائل إعلامية بمختلف أشكالها وأنواعها.(الدليمي، 2013، صفحة 123)

فلا يكاد يحدث حدث في ليل أو نهار إلا و يصور ويسجل في نفس اللحظة ممن شاهدوا هذا الحدث، ونقارن بين اطلاع العالم في يومنا هذا على كافة جرائم القتل والدمار التي تحدث في العالم، وكى يستطيع كل إنسان مشاهدة كل ذلك لحظة وقوعها ويبين ما يعاني الشعوب من مجازر ودمار وتشريد، في حين كان العالم لا يسمع بوقوع الحدث إلا بعد

انتشاره الذي قد يستغرق وقتا طويلا يذهب بأثره، وإذا انتشر لا يوثق مما عرض الكثير من الأحداث المهمة إلى تدخل الأهواء والمصالح في نقلها إلى درجة الكذب والتزوير، فعلى سبيل المثال، الأثر الذي أحدثها عدم توثيق كثير من المجازر التي حدثت بفلسطين والتي قد لا يعرف عنها حتى أبناء وأحفاد من حلت بهم المجازر وإذا عرفوا فعن طريق كتابات وصور ساكنة لا تبلغ في تأثيرها شيئا يسيرا مما تحدثه وسائل الإعلام بتطورها الهائل في يومنا هذا.

على العكس من أحداث انتقاضات الشعب الفلسطيني في التاريخ الحديث التي تم توثيقه ابقيت حية في اذهان الضحايا وأبناءهم وأحفادهم وفي أذهان العالم أجمع.

• إعطاء الإمكانية للمستخدمين الذين يرفعون مقاطع الفيديو على اليوتيوب:

وذلك بإجراء تعديلات على هذه المقاطع، والتأكد من اعتماد التعديل فوار.

• سهولة الاستعمال والمشاهدة:

حيث يستطيع كل إنسان مهما كان ثقافته ومستواه العلمي أن يقوم بتحميل الأفلام ومشاهدتها.

• اليوتيوب عام ومجاني:

حيث أنه متاح لكافة الناس، يستطيع كل من يسجل في الموقع أن يقوم بتحميل ما يشاء من أفلام ضمن شروط وضوابط معروفة ومستورة في الموقع، وبالتالي يستطيع كل من يريد الترويج لأفكاره وشرحها على اليوتيوب دون تحمل عناء الترويج بالطرق التقليدية، أو تحمل تكاليف خاصة لأن ذلك لا يتطلب سوى كاميرا رقمية أو على كاميرا هاتف نقال.

• توفر إمكانية ترجمة ما ينشر على اليوتيوب:

من محاضرات وخطابات ومعلومات إلى عدة لغات ترجمة فورية بحيث يستطيع أي مستخدم الاستفادة مما ينشر على اليوتيوب بأي لغة كانت. (العاني، 2015، صفحة 98)

• ميزة البث المباشر:

لا يحتاج بواسطة هذه الميزة أن تنزل الفلم حتى تشاهده، بل بمجرد الضغط على وصلة الفيلم ستتمكن من مشاهدته ومن أي جهاز حاسوب أو هاتف محمول إن كان يدعم تقنية بث ذلك النوع من الأفلام، وهي ميزة مكنت العديد من محطات البث والقنوات الإخبارية من عرض برامجها مباشرة عبر اليوتيوب مما اعتبر طفرة في تطور الإعلام وتقنيات البث المباشر.

سلبيات موقع اليوتيوب: (طلعت، 2012، صفحة 153)

إمكانية اختراقه: من قبل الأشخاص، أو الجهات، وتعطيل ما يبث فيها من أفلام ومحاضرات، بل قد تم بث برامج تعارض وتناقض الهدف الأساسي من الموقع كأن يتم اختراق موقع إسلامي وبين فيه أفلام ومشاهد تتعارض مع قيم الإسلام وشريعتنا.

✓ الأفلام التي تحتوي على الجنس حيث تشكل هذه النوعية من الأفلام حجما كبيرا.

✓ بث أفلام تحتوي على العنف، لما لهذه الأفلام من تأثيرات سلبية على سلوكيات المستخدمين.

✓ الأفلام التي تقوم بنشر مواد سياسية محظورة كتلك التي تصور رؤساء الدول أو الحكومات أو شخصيات بارزة في مواقع محببة لهذه الشخصيات وللأنظمة الحاكمة، لعل المثال الأشهر لهذا النوع الفيلم الذي يصور الصحفي العراقي منتظر الزبيدي وهو يضرب الرئيس الأمريكي السابق جورج بوش بالحذاء في مؤتمر صحفي ببغداد تعبيرا عن إساءته مما فعلته ادارته بالعراق.

✓ أحدث اليوتيوب مشاكل للمنتجين الذين لم تعد الأغاني تحقق لهم أرباحا بسبب اليوتيوب الذي أتاح لعامة الناس الحصول على ما يريدون بمجرد التحميل من الموقع دون دفع مليم مما دفع ادارة الموقع إلى تغيير اتفاقية الاستخدام حيث منعت وضع فيديوهات طويلة وما يزال المستخدمون يتحايلون على هذه الاتفاقية باستخدام عدة إجراءات.(شفيق، 2011، صفحة 57)

✓ قيام بعض الدول بحجب الموقع، بحيث تم منع فائدته من المستخدمين في حال قيام الموقع بنشر ما لا ترضى عنه بعض الدول كما حدث في الصين عندما ظهر على اليوتيوب أفلام فيديو تظهر ضابطين صينيين يضربون رهبانا في الأديرة البوذية، مما دفع السلطات في الصين إلى حجب الموقع، وكذلك حدث في أرمينيا عندما أظهرت بعض الأفلام صور القمع للمتظاهرين عام 2008، وفي إيران تم حجب الموقع بسبب إظهاره أفلام لقمع المتظاهرين عند انتخابات الرئاسة عام 2009. (البياتي، 2012، صفحة 83)

## خلاصة:

يمكننا القول في نهاية هذا الفصل إن التطور الهائل الذي أحدثته تكنولوجيا الإعلام والاتصال، يعد تطور لا مثيل له، فقد أحدثت هذه التكنولوجيا تغيرات متعددة في مجالات متنوعة ومختلفة، كما مست هذه التغيرات حياة الإنسان وأثرت عليه إيجابا وسلبا، فالنتيجة هنا أثرت في نمط الحياة التي يعيشها وفي سلوكاته وأفكاره وأصبح يعتمد عليها بشكل كبير، ومازال الإنسان يستقبل هذا التطور بشكل مستمر فلن تقف تكنولوجيا الإعلام والاتصال عند حد معين أو مجال واحد وإنما مازال الإنسان يسمع يوميا عن اكتشافات واختراعات توصل إليها العلماء وتطرح في الساحات العالمية. فعصر المعلومات والمعرفة أفرز نمطا إعلاميا جديدا يختلف عن الأنماط الإعلامية السابقة ويتوافق مع متطلبات المجتمع المعاصر، يتميز بعدة خصائص بالتفاعلية واللاتزامن في عرض المحتوى الإعلامي وغيرها ويقوم بعدة وظائف مهمة داخل المجتمع، يعتمد تطبيقات ووسائل حديثة من شأنها جعله متميز عن الإعلام التقليدي، وكان له تأثير كبير وواضح على الأخير خاصة لسهولة الاستخدام وقابلية التوصيل والتبادل.

# الفصل الثالث

## الفصل الثالث: التغير القيمي لدى الشباب الجامعي.

تمهيد

أولاً: مفهوم القيم والتغير.

ثانياً: الثقافة والوعي الثقافي

ثالثاً: الوعي الثقافي.

رابعاً: الشباب الجامعي.

خامساً: أهداف ووظائف الجامعة.

سادساً: الشباب الجامعي.

خلاصة

تعد القيم بمثابة معالم للمجتمع وصور في عقول أفرادها لأنها بمثابة الإطار المرجعي الذي يوصل العقل الاجتماعي إلى أهدافه، وهي واحدة من القضايا التي دار حولها جدل كبير نتيجة التغيرات السريعة التي يشهدها المجتمع، ولا سيما مع تنامي موجات العولمة وما رافقها من تطورات هائلة في شتى المجالات المجتمعية وما أحدثه ذلك من تغيرات في النسيج الاجتماعي والثقافي فهناك من يعتقد أن القيم ثابتة وغير قابلة للتغير وهناك آخرون لهم رأي آخر، إذ يشيرون إلى أن القيم تتغير باستمرار وهو ما يؤثر على نظام الاجتماعي العام.

مما يعني التعرف على موجهات العقل الاجتماعي والتعرف على المفاهيم التي تتمسك بها تلك الفئة من المجتمع من جهة والقيم التي تتعرض إلى التغير السريع أو البطيء من جهة أخرى.

خصصت دراسة هذا الفصل بالتغير القيمي في ضوء مقاربات الإعلام الجديد من خلال مفهوم القيم والتغير كأول عنصر والثقافة و الوعي الثقافي (ثانيا) وبالإضافة الى الشباب الجامعي كثالث عنصر وخصائصه في الأخير وختمنا فصلنا هذا بخلاصة تشرح التغير القيمي و و الثقافة باعتبارها ركيزة اساسية للقيم داخل المجتمعات.

## المبحث الأول: مفهوم القيم والتغير.

يعد مفهوم القيم من أكثر مفاهيم العلوم الاجتماعية غموضاً وارتباطاً بعدد كبير من المفاهيم الأخرى كالاتجاهات والمعتقدات والدوافع والرغبات، ويرجع هذا الغموض إلى ارتباط المصطلح بالتراث الاجتماعي من جهة، ووقوعه على أرض مشتركة بين مجموعة من العلوم من جهة أخرى، وقد حاول الكثير من العلماء والمختصين وضع صياغة تعاريف محددة للقيم اتفقت في إطارها العام إلا أنها اختلفت من الناحية الفعلية فهي على العموم أكدت على أن القيم تنتج من الثقافة، المجتمع والشخصية (الخالق، 1999، صفحة 95).

وقد عرفها فليب جاكوب بأنها مستويات معيارية يتأثر بها الإنسان في اختياره بين بدائل السلوكيات المدركة كما عرفها تالكوت بأنها عبارة عن معايير وجدانية وفكرية يعتقد بها الأفراد، وبموجبها يتعاملون مع الأشياء بالقبول أو الرفض .

ونلخص إلى أن القيم هي مجموعة من المعتقدات والمبادئ التي يحملها الفرد بحيث تعمل على توجيهه وضبط سلوكه من جهة وتنظيم علاقاته في المجتمع في جميع ميادين الحياة من جهة أخرى .

## المطلب الأول: مفهوم التغير القيمي.

الواقع إن مفهوم التغير القيمي من المفاهيم التي يكتنفها الكثير من الغموض والتعقيد، فقد يضيق البعض من استخدام المفهوم ليقصر على بعض العادات والتقاليد أو التغييرات المتتابعة والسريعة في الطرائق الشعبية، وقد يوسع البعض من استخدام المفهوم ليحتوي على كل التحولات في القيم الثقافية للمجتمع (طاحون، 1997، صفحة 13).

من المعروف أن بعض أجزاء النسق القيمي سرعان ما يلحقها الفتور نتيجة ظروف اجتماعية واقتصادية متجددة، وكما كانت هذه الظروف تخضع لقوانين التغير فإن القيم بدورها لا تسلم من هذا التغير وحتى وإن كانت تتسم بالثبات والديمومة.

إذ أن عملية التغير الثقافي يمكن أن تكون على شكل تغيرات طفيفة في العادات الموجودة، هذه التغيرات تبدأ محدودة الحجم، لكن مع تراكمها عبر الزمن تأخذ في الاتساع

شيئا فشيئا، ثم تبدأ ثمار هذا الاتساع بالظهور من خلال تحول القيمة إلى شكل جديد و التغير في القيم عملية أساسية تصاحب التغير في بناء المجتمع، و تعني تغيرا في تسلسل القيم داخل النسق القيمي، و كذلك تغير مضمون القيمة و توجهاتها، فنجد أن القيم ترتفع و تنخفض، و تتبادل المراتب فيما بينها، إلا أنها تختلف في سرعة التغير فبعضها يتغير ببطء مثل القيم الأخلاقية الروحية، و بعضها يتغير بسرعة كالقيم الاقتصادية.

**أولا: خصائص التغير القيمي:** (الطيفة، 2012، صفحة 40)

1. **اقتران التغير بحدوث أمر جديد :** أولى خصائص التغير القيمي أنه لا يحدث غالبا إلا مع حدوث أمر جديد في المجتمع، ولا يشترط في هذا الجديد أي شرط سوى أن يكون جديدا، مهما كان نوعه و ميدانه و تقويمه، فقد يكون تهديدا، و قد يكون تجديدا، و يكون يدا، و قد سيئا، و قد يكون معرفيا أو أخلاقيا أو سياسيا أو اقتصاديا أو جماليا أو بيئيا أو غير ذلك، و هذا ما يقره علماء الاجتماع أن المجتمعات المغلقة المنعزلة بعيدة إلى حد بعيد عن أي رياح للتغير، و هذا ما يفسر لنا استمرار كثير من المجتمعات التي تسمى بالمجتمعات البدائية على حالها منذ مئات و ربما آلاف السنين حتى حين اكتشافها، كما يفسر لنا استمرار الأقليات العرقية و الدينية في تعاضدها و عاداتها و تقاليدها و علاقاتها الاجتماعية و الدينية ذاتها، و الفرق في ذلك بينها و بين المجتمعات البدائية أنها تعي أن الانفتاح على الآخرين سيأكل خصائص هويتها و لذلك فقد يمكن أن تظل محافظة على تقوقعها و انغلاقها لحماية نفسها من رياح.

2. **قوي الأثر :** ومعنى قوة الأثر أن أثر التغير يصير جزءا من هوية المجتمع وخصائصه التي تسود جميع أفرادها و تمارس عليهم قوة القسر الاجتماعي - لغرس القيم - شأن غيرها من العادات والتقاليد والأعراف وهذا أمر عادي تماما لأن من وظائف التغير القيمي الإيجابي يتمثل في الحفاظ على المجتمع، وعلى هويته

واستقراره وتوازنه، وهذا ما لا يمكن أن يتم من دون تعميق التغير بوصفه جزءاً من الهوية أو مكملها ومدعماً.

3. **يتمتع بالديمومة النسبية** : ومما يتسم به التغير القيمي أيضاً الديمومة، ولكنها ديمومة نسبية مرتبطة بالمستجدات والمتغيرات التي تطرأ على المجتمع من جهة، وبالموجبات التي أدت إلى التغير في مرحلة ما .

في إطار جملة من التغيرات الكافية، للتلاؤم معه إلى أن ينتهي الظرف الضاغط و مثل ذلك مع حدث مع شعوب المنطقة العربية التي تعايشت مع الامبراطورية الرومانية بوصفها جزءاً من هذه الامبراطورية، ولكنها انقلبت على هذا التاريخ الطويل و الاندماج القوي مع رياح الفتح الإسلامي و عادت بسرعة قياسية لالتحام بالهوية الأصلية لها الهوية العربية، فالتغيرات التي تتبع من صلب الإرادة المجتمع و رغبته يكتب لها الديمومة التي قد تصير جزءاً مكوناً لعناصر هوية المجتمع، و التغيرات التي تفرض على المجتمع فرضاً لسبب أو آخر لا يكتب لها من الديمومة إلا ما دامت الظروف الضاغطة موجودة.

**ثانياً: أساليب وأليات التغير القيمي لدى الشباب الجامعي**

1. **أساليب التغير القيمي لدى الشباب الجامعي:**(الخولي، 2003، صفحة 77)

- تغيير القيم من خلال وسائل التخاطب الجماهيري.
- استخدام أسلوب الاستماع إلى القصص.
- أسلوب توضيح القيم.
- أسلوب تنمية القيم الأخلاقية من خلال عمليات التنشئة الاجتماعية.
- أسلوب التوجيه والإرشاد.

2. **أليات التغير القيمي لدى الشباب الجامعي**

يؤكد ماكس بيبير أن " التغير القيمي والاجتماعي يعتمد على الأفكار أكثر مما يعتمد على العناصر المادية الملموسة، فالعمليات التي تدخل في التنظيم القيمي للمجتمع وتحدد

تركيبته الاجتماعية تستند إلى المعلومات الثقافية اللامادية ولم يبتعد سورقين عن هذا المعنى عندما أكد دور الأنساق الثقافية في عملية هذا التغير.

وهذا الكلام قد يكون صحيحا، ولكن فقط إذا حملناه على أنه يعني بذلك الآلية التي يتم بها التغير القيمي والاجتماعي، فالأفكار بمعناها الواسع هي التي تمثل جوهر آلية التغير، ولكنها لا تستغني عن العامل المادي بوصفه عاملا مساعداً لتحقيق التغير علما بأن النظم الدينية هي التي تتحكم بدرجة مطلقة في الحياة الاقتصادية (ماكس فيبر) أي أن الدين هو القاسم المشترك بين المجتمعات وما يترتب عليها من حياة اجتماعية بوصف الدين عامل من عوامل الضبط. بل إن فيبر يرى أن النظم الدينية هي التي تتحكم تحكماً مطلقاً بعملية التغير أيضاً .

وإذا كان التفاعل يستحيل منعه فإن التغير الاجتماعي يستحيل إيقافه كذلك، وبالتالي فتغير القيم حادث بالضرورة (الجولاني، صفحة 09).

وهو، أي التغير، يمكن أن يكون سريعاً أو بطيئاً، صاحباً أو هادئاً، سلمياً أو عنيفاً، وهذا يعتمد على القيم الاجتماعية التي تحكم المجتمع، ويتم التفاعل الاجتماعي في ضوءها. والقيم مرتبطة بمنظومة من المفاهيم وأنماط من السلوك، وببعض مؤسسات المجتمع فالقيم إذن ليست منفصلة عن الواقع، وإنما هي ماثلة في الأذهان ظاهرة في الأعيان فهي ماثلة في الذهن بمعناها وما يرتبط بها من مفاهيم وظاهرة في المجتمع من خلال رموز وشخصيات ومؤسسات وسلوك يجسدها في المجتمع. ولو انفصل الوجود المادي للقيم عن وجودها الذهني لما كان للقيم قيمة، ولا انتفى تأثيرها من المجتمع وهذا يشمل قيم الحق وقيم الباطل، فأى قيمة لا بد أن يكون لها وجود ذهني ووجود مادي في المجتمع.

إذن أي قيمة لها وجودان: أحدهما ذهني والآخر مادي ( وجود في الأذهان وآخر في الأعيان)، والتمسك بالقيمة يقتضي المحافظة على الوجودين كليهما إن هدم الوجود الذهني للقيم يبدأ عادة بهدم وجودها المادي، وإذا تسامح الناس في التعدي عليها هان عليهم سقوطها من أذهانهم. (الجولاني، صفحة 12)

والقيم إذا سقطت في مجتمع أو انهارت انهار المجتمع؛ لأن حركته فقدت التوازن وأصبحت عشوائية، فهي حركة دائبة، ولكن في غير مصلحة المجتمع وتميمته واستقراره، بل في هدمه وتجريد مؤسساته من صلاحياتها، وتفريغ أدوات الضبط فيه من قوتها المهيمنة. ولك أن تتخيل الحراك الاجتماعي في المجتمع يتخذ سبلاً لا غير شرعية وغير أخلاقية كالواسطة والرشوة والنفوذ والقوة، وليس الأهلية والشرعية والحق. إن هذا المجتمع ليس مناسباً لنمو الإنسان بإنسانيته، ونشأة قيم مثل العدل والحق والفضيلة، وإنما هو مجتمع ينشأ فيه البشر المتوحش وتنشأ فيه قيم الوحشية.

### ثالثاً: القيم وتغيرها عند الشباب:

يبدأ نشوء القيم عند الفرد منذ الطفولة المبكرة عن طريق الملاحظة والاكتشاف ثم التقليد، وبعدها يدرّب عليها ضمن القوانين والضوابط الأسرية والاجتماعية. وبعدها تصبح هذه القيم مبادئ ومعايير يضعها الفرد لنفسه وبها يضبط تصرفاته حسب ما يقتضي كل من الأسرة والمجتمع، وهي بمثابة مكونات الشخصية، وكل قيمة أساسية لا تتغير - وقد تتطور - إلا إذا تأثر الشخص تأثراً عميقاً بمعطيات أو مواقف أو معارف جديدة، مثل الملحد الذي يكتشف أنه على ضلال، أو الحامل لمعرفة خاطئة يسلك من خلالها في حياته اليومية (الاعتقاد في قوة الشعوذة في السلوك ثم الاكتشاف بالمعرفة بأن ذلك خطأ)، أو التصور - خطأ - بأن التحايل على الناس أسلوب يستخدمه الأذكياء في تحقيق الأهداف... (جبريل، 2012، صفحة 19)

كما أن بعضاً من هذه القيم يمكن أن تعمل الجماعة على تغييرها عندما تكتشف أن قيماً أخرى جديدة لها الدور الفعال أكثر من التي وجدت، وبالتالي تعمل على غرسها في أفرادها.

فإذا كان التغير القيمي حقيقة واقعة في عالم الإنسان بكلّ مستويات انتمائه بدءاً من انتمائه إلى الأسرة الصغيرة مروراً بالمجتمع فالإنسانية، من دون نسيان أصغر دوائر انتمائه، انتمائه إلى ذاته، فإن هذا التغير قد ينشأ داخلياً أي حسب حاجة فئة من المجتمع

بسبب ظهور هذه الحاجة التي تتطلب تغييرا في قيمة موجودة سابقا، لكنها لا تستجيب لإشباع هذه الحاجة، مما يدفع أفراد هذه الفئة إلى إيجاد قيمة بديلة قد تتقارب أو تتباعد مع التي كانت موجودة، لكن هذه الخيرة لا تخرج عن ما يسمح به المجتمع في الضوابط العامة. ولكن التغير أو التغيير ينشأ من الواقع ومن ضغوطاته؛ وقد ينشأ التغير خارجيا، بالاقتراب أو بالفرض.

من المسلم به بأن القيم الاجتماعية تحظى في أي مجتمع بإيمان أفرادها وتعظيمها وانقيادهم لها، ولهذا يجب أن يأتي الحراك المجتمعي متسقاً مع القيم السائدة في المجتمع. أما في مجتمعنا فإن التغير الاجتماعي أصاب قيم المجتمع في مقتل، كان الصدام والتناقض فيها حاداً عاصفاً مجللاً لا تبدل به المجتمع من صورة إلى أخرى وتغيرت معه معايير السلوك وقيم المجتمع.

وصاحب ذلك بعض الصور السلبية منها انتشار العنف بشتى أنواعه وأشكاله وصوره،

وانتشار الجريمة واختلال بعض المعايير السلوكية المرغوبة؛ واغتيال الشخصية وانتشار الوساطة وتقشي المحسوبية والرشوة، والكذب المبطن وازدواجية الشخصية، كما تم ربط العلاقات الاجتماعية بين الناس بالمصالح الشخصية، وغياب الأمانة وشيوع النظرة الأحادية المادية للحياة والجري وراء المنفعة المادية بكافة أشكاله، ورافق ذلك تهميش قيم الصدق والأمانة والصدقة الحقة والنظرة الشمولية للحياة والموضوعية. (رشوان، 1993، صفحة 16)

لقد سمح التقدم العلمي والتقني في أواخر الألفية الماضية ومنذ العشرية الأولى من الألفية الحالية أن تظهر مهن جديدة تتطلب تخصصات علمية جديدة، وكفاءات لم تكن من قبل، وهذا الأمر أنتج طموحات وحاجات تتماشى والرقي الاجتماعي، وقد أدى ذلك إلى ظهور قيم لم يعرفها لإنسان من قبل، وخاصة إنسان العالم الثالث وبالأخص الإنسان العربي والجزائري. فتوسعت رقعة الطموحات والحاجات عند الشباب، وأصبح بإمكان كل واحد أن يطلع على كالصغيرة وكبيرة من خلال التلفزة أو الانترنت. وسمح للبننت بالخروج من بيت

أبيها - الريفى أو الشبه حضرى- لمزاولة الدراسة فى التعليم الثانوى أو العالى وانفتحت الأبواب فى كل الاتجاهات.

ثم إن الشاب أو الشابة عندما ينتقل من الريف إلى المدينة لأجل الدراسة يجد نفسه وجها لوجه مع الحياة الجديدة، التى تختلف بشكل واضح عن حياة الريف أو شبه الحضر، إذ أن الحياة الاجتماعية فى المدينة تتصف بالتعدد والنشاط والحركة المستمرين، وهذه الظروف الجديدة تكون عند الشاب حيرة وصعوبات فى التغير السريع مما يكون لديه صراعا بين ما كان عليه من اتجاهات وقيم راسخة منذ الطفولة، التى تمارس إكراها على الضمائر والعقول فيما بعد، والقيم الجديدة التى تتضمنها الظروف الجديدة وتفرضها على الناس.

#### رابعا: التغير القيمي بين التفاعل الاجتماعى والتغير الاجتماعى.

إن التغير الاجتماعى حقيقة وجودية وضرورة حياتية للمجتمعات البشرية فهو سبيل بقائها ونموها فضلا عن أنه ظاهرة عامة وخاصة أساسية تميز نشاطات ووقائع الحياة الاجتماعية، فبالتغير يتهاى التكيف مع الواقع، وبالتغير يتحقق التوازن والاستقرار فى الأبنية والأنشطة، وعن طريق التغير تواجه الجماعات متطلبات أفرادها، يظهر تأثير التغير الاجتماعى على وحاجما المتعددة والمتجددة القيم بصورة واضحة فى بعض الجوانب التالية: (عدنان، 1998، صفحة 142)

- إدراك قيمة التعليم وأهميته.

نرى أن التغير نابغ من مصدرين أساسيين هما:

- يكون طبيعى أى ناتج من الطبيعة و يكون تلقائيا.

- أو يكون إنسانى أى أنه نابغ من إرادة الإنسان و رغبته فى التغير و بما أن التغير

الاجتماعى يكون نتيجة لنمو فكر الإنسان.

تغيرت نتج عن ذلك تغير فى القيم والعادات والتقاليد، بينما دوركايم" قال إن «عملية

التغير تظهر بفعل ظروف معينة تمر انها عملية التفاعل، كما أن الواقع الاجتماعى يؤثر

فى سلوك الفرد ويعمل على تغييره.

إذا ما تمعنا في تاريخ المجتمع الجزائري نجده تغير عما كان عليه من قبل وهذا يظهر بوضوح في القيم، إذ أن انفتاح المجتمع الجزائري واتصاله بغيره من المجتمعات الأخرى جعله أكثر إقبالا على التحديث، التحضر والتصنيع، والتنمية مما نتج عن ذلك نمو وتطور وتقدم وتغير اجتماعي في مختلف إيالات سواء كان هذا التغير واسعا أو ضيقا، تلقائيا أو مقصودا، سلبيًا أو إيجابيا وهذا ما يسمى بالحراك الاجتماعي. (زريق، 1995، صفحة 90)

### المطلب الثاني: الثقافة والوعي الثقافي.

أولاً: ماهية الثقافة.

1. مفهوم الثقافة: يعرف كلايد كلاهوف الثقافة بأنها: "جميع وسائل الحياة التي تكونت على مدى التاريخ، بما في ذلك الوسائل الضمنية الصريحة والعقلية وغير العقلية". (القران، 2007، صفحة 05)

ويضيف: "الثقافة الخاصة بأي مجتمع من المجتمعات هي نسق تاريخي المنشأ يضم مخططات الحياة الصريحة والضمنية ويشترك فيه جميع أفراد المجتمع أو أفراد أو قطاع خاص معين منه".

### 2. الأهمية:

إن الثقافة هي الميزان الحقيقي في حياة الأفراد داخل إطارهم الاجتماعي وهي التي تعطي التمييز الظاهري لأي فرد داخل مجتمعه الخاص، وكذلك هي من تميز هذا المجتمع من مجتمع آخر، إن أهمية الثقافة لا تكمن في تمايز المجتمعات بعضها عن بعض فحسب ولكن قوتها تكمن في أنها موجهة للمجتمعات ودافعة لتمسكها بأصالتها، وعالم قوي في التنشئة الاجتماعية وموجه إيجابي نحو التنمية والتفاعل الاجتماعي. (علي، 1999، صفحة 23)

وتعد الثقافة الإطار الأوسع الذي تعيش داخله الذات الاجتماعية، ففي هذا الإطار الاجتماعي تظهر الثقافة كعامل محوري هام في تشكيل وتوجيه الفرد نحو السلوكيات المرغوبة التي يقدها المجتمع ويعمل على تثبيتها ببعضها البعض سواء من ناحية التاريخ

أم الجغرافيا أم العرق وغيرها من المعايير الاجتماعية التي تركز فكرة أهمية الثقافة في البناء الاجتماعي والحضاري. (عاطف، 1995، صفحة 43)

إن كل الاتجاهات الفلسفية تقر بأهمية الثقافة في التنشئة الاجتماعية، وباعتبارها المكون الأساسي الذي يتم توارثه عبر الأجيال من خلال نقل عناصرها إلى الجيل الجديد الذي يتبنى هذه العناصر التي لا يمكن بغير وجودها أن يقيم حياة إنسانية.

إن ترك المجتمع القيم الثقافية أو محاولة الخروج عنها يعرض كيانه وبناءه الاجتماعي إلى الفوضى والخراب، وهذا يبين الأهمية الكبرى للثقافة في قيام المجتمعات وانهيارها.

إن العوامل الثقافية مثل الأفكار والمعتقدات والقيم تحدد هوية الفرد وشخصيته وتجعله جزءا من الحياة الكلية، تتكون من الأفعال أو الأشياء ذاتها ومع ذلك فإن الأنثروبولوجي لا يستطيع ملاحظة الثقافة بشكل مباشر ولكنه يلاحظ أفعال الناس وتصرفاتهم وأقوالهم، وكذلك الأساليب التي يستخدمها في صناعة منتجاتهم المادية ويعمل على تحليلها ودراستها وصولا منها إلى ثقافة المجتمع الذي يلاحظه. (المكاوي، 2016، صفحة 194)

### 3. أنواع الثقافة:

يستخدم علماء الاجتماع أحيانا مصطلح الثقافة الفرعية للإشارة إلى مجموعة السمات الثقافية التي توجد في جماعة من جماعات المجتمع، الأمر الذي يعني أن للكثير من الجماعات المهنية مثل جماعة الفلاحين والجماعات العرفية ثقافتها الفرعية الخاصة بها بالإضافة إلى مشاركتها أيضا في ثقافة جماعة الأغلبية.

إن دراسة ثقافة أي مجتمع تتطلب القيام بتحليل هذه الثقافة إلى العناصر الرئيسية التي تتكون منها حتى يسهل فهم النمط الثقافي الذي تقوم بدراسته ويعتبر العنصر الثقافي أصغر وحدة ثقافية، وهو بذلك غير قابل للتحليل.

ويطلق عليه اصطلاحا سمة ثقافية، وسمته المجموعة المتقاربة من السمات الثقافية تشكل بناء محددًا ومتماسكا يؤدي دورا ويكسب قيمة تاريخية وتكون مجموعة من الأنماط

نظاما والعناصر المعيارية لأي ثقافة تشكل نماذج للسلوك، الفردي لأعضاء المجتمع وتظهر في أسلوب حياتهم.

ويعتبر النمط الثقافي في مفهوم كاردينر " هو النظام ويشبه بنموذج ثابت نسبيا".

ويتكون النمط المثالي من الفكر والمشاعر أي الأنماط السلوكية التي يجب أن يسلكها الفرد فعلا، أما النمط الواقعي من السلوك هو الذي يظهر فعلا في معاملات الأفراد في المجتمع.(فيلاي، 2013، صفحة 115)

أما الصيغة الثقافية فهي عبارة عن دراسة الترتيب الخاص لتلك السمات والعلاقات المتبادلة بين الأجزاء، مما جعل لهذه السمات خاصية جديدة أو كلا ثقافيا جديدا، وتشير الصيغة الثقافية إلى ظاهرة التكامل الثقافي، إذا لا يمكن فهم أي نظام أو نمط ثقافي أو سمة ثقافية بمعزل عن غيرها من النظم أو الأنماط أو السمات الثقافية الأخرى، ولذلك لتكامل النظم داخل الثقافة الواحدة.

وهذا ما يطلق عليه بعضهم بالتخطيط الثقافي وله مظهران متكاملان: سلوك ظاهري مأخوذ بدلالاته المميزة، وقيم نفسية مفهومة صمما والقيم الضمنية تؤثر في الأشكال الظاهرية الممارسة، أي السلوك وأساليب الحياة وبهذا يكون النمط الثقافي انعكاس العناصر المشتركة على السلوك الفردي.(فيلاي، 2013، صفحة 116)

ومن العلماء من يقسم عناصر الثقافة إلى عناصر مادية تشمل كل ما اخترعه الإنسان من مخترعات حسية وعناصر غير مادية، تتضمن الأعراف والعادات والتقاليد والقيم والأخلاق وهي العناصر السلوكية التي يمارسها الفرد خلال حياته اليومية، وحسب رأي لينتون فإن الثقافة هي النتاج الإنساني بشقيها الظاهرة والباطنة.

وأشهر تقسيم للثقافة هو ما أورده رالف لينتون في كتابه الأساس الثقافي للشخصية، حيث اعتبر أن كل ثقافة لها مركز مستقر يتكون من عموميات وخصوصيات مندمجة ومتآلفة يحيط بالمركز منطقة مائعة متغيرة باستمرار سماها البدائل وهكذا فإن أنماط الثقافة بالنسبة إليه تقسم إلى ثلاث أقسام وهي:(فيلاي، 2013، صفحة 117)

أ. **العموميات:** وهي مكونات الثقافة التي يشترك فيها جميع أفراد المجتمع وتشمل الأفكار والعادات والتقاليد والسلوك وأنماطه سواء بين الصغار والكبار وجميع مظاهر الحياة في المجتمع.

ب. **الخصوصيات:** وهي مكونات الثقافة التي يشترك مجموعة معينة من أفراد المجتمع لمعنى عناصر تحكم سلوك مجموعة أفراد دون غيرهم متصلة بمناشط اجتماعية حددها المجتمع لفئاته في تقسمه للعمل بين الأفراد وهي تستلزم لممارستها خبرات ومهارات فنية ومصطلحات سلوكية خاصة دون النظر للأفراد والمهارات التي يمتلكونها، فهي ليست وقفا عليهم بل يمكن الدخول لأفراد الفئات في المجتمع للعمل بها (الزراعة، الصناعة، الطب، التدريس... الخ).

ت. **البدائل:** وهي مكونات الثقافة التي لا تنتمي إلى العموميات فهي لا تكون مشتركة بين أفراد المجتمع ولا تنتمي للخصوصيات فلا تكون مشتركة بين أفراد المهنة الواحدة أو طبيعة اجتماعية واحدة ولكنها تظهر وتجر لأول مرة في ثقافة المجتمع، ويمكن الاختيار فيما بينها وهي تتسم القلق والاضطراب إلى أن تستقر على وضع تتحول فيه إلى خصوصيات أو عموميات ثقافية وتكون مكتسبة من ثقافة مجتمع آخر.

وكل هذه التقسيمات المختلفة هي مدخلات تسهل العمل مع عناصر هذا المفهوم المتشعب للتوصل إلى كشف حقائق وأهداف معينة مسبقا.

#### 4. خصائص الثقافة:

لكل فرد شخصيته وتعبيراته ومع ذلك هناك خصائص عمومية عديدة للثقافة تجعلها مصدرا ملهما لعدد كبير من التغيرات على مستوى الأنساق والعاقات الاجتماعية، ويمكن تحديدها بالخصائص التالية:

أ. **الثقافة نتاج اجتماعي وإنساني:** لا وجود للثقافة من دون مجتمع إنساني، ولا وجود مجتمع إنساني من دون ثقافة، العلاقة جدلية بينهما، فالثقافة تنشأ من الحياة الاجتماعية البشرية من خلال سعي الإنسان لابتكار سبل التكيف مع الظروف البيئية

الجديدة، ومحاولته بالتالي التحكم بالظروف المحيطة به، ونشوء الثقافة عملية بطيئة، تدريجية، وغير ملحوظة، فنحن مثلا لا نستطيع أن نحدد متى بدأت عادات معينة مثل التحية، لكننا نستطيع أن نلاحظ أن عادات معينة تميز جماعات أو مجتمعات، وتجعلهم بالتالي يفعلون أفعالا متشابهة، وهذه العادات المشتركة التي تجمع بين الأسرة أو القبيلة أو الطبقة أو القرية هي التي تكون الثقافة أو الثقافة الفرعية السوسولوجيا تدرس الثقافة في المجتمعات أو الجماعات وتدرس تجلياتها.

وإذا درس الأنثروبولوجي سلوك الأفراد، فإنه يستنتج منها أنماط الثقافة وهو في كل حال يدرسهم بصفاتهم أفرادا في جماعة، وتختلف النظم الاجتماعية كما تختلف أنماط الثقافة مثل أنظمة الضبط الاجتماعي، بحيث يتعرض المخالف لها لعقوبات أو زبر اجتماعي، ومع ذلك فمن الناحية العملية لا تمتع كل الأنماط الثقافية ذا الشمول، وبخاصة في المجتمعات الحديثة، فهناك الكثير من الخصوصيات التي تشمل جماعة معينة داخل المجتمع الواحد، كما أن هناك بدائل وهي عناصر ثقافية متعددة، للفرد حرية الاختيار بينها. (عماد، 2009، صفحة 115).

ب. **الثقافة مكتسبة:** يكتسب الإنسان الثقافة بطرق مختلفة سواء عن طريق التعلم أو التفاعل مع الأفراد الذين يعيش معهم وعبر مؤسسات التنشئة الاجتماعية مثل الأسرة، والمسجد، والمدرسة، ووسائل الإعلام والاتصال التي عرفت في عصرنا هذا وتطورت بأشكال مثيرة غيرت كثيرا من الأنماط الاجتماعية أو من خلال التفاعلات الاجتماعية اليومية، وإذا كانت الثقافة ذلك الإرث المادي والمعنوي الذي يكتسبه الفرد من مجتمعه من خلال التعلم أو التفاعل فإنه يدل على أن الثقافة ليست فطرية يكتسبها الفرد من خلال تفاعل الإنسان معها ودرجة تقديسها داخل نسقها البيئي والاجتماعي، فالإنسان يولد مزود الثقافة، وإنما يكتسبها من التفاعل الاجتماعي داخل مؤسسات التنشئة الاجتماعية من خلال الانتشار أو بالتدافق أو الاستعارة أو التمثل والاستيعاب، وهي تكتسب عن طريق العلم، لذلك يمكن تطورها كلما تطورت قوانين

التعلم وتقنياته، والتي قطع العلم الحديث فيها شوطا كبيرا، وبفضل اللغة يستطيع كل جيل أن ينقل خبراته بطريقة رمزية إلى الجيل الناشئ. (عماد، 2009، صفحة 116)

ت. **الثقافة النامية والمتغيرة:** بما أن الثقافة هي نتاج يعمل الطابع الإنساني فهي مرت بعدة مراحل ارتبطت بمكان الإنسان وسيرورته التاريخية، وتفاعله مع واقعه فتطورت من مرحلة الثقافة الشفهية إلى اللغة المكتوبة ومن الثقافة المكتوبة إلى الثقافة الإلكترونية. إن العقلية البشرية لم تعرف الجمود الفكري والإبداعي خلال الحقب التاريخية وإذا كانت بعض الفترات عرفت بالتمايز من حيث الركود أو التطور، وأي ثقافة مهما كانت قوتها فهي تخضع لعملية التجديد والتطوير المستمر لكي لا يصيبها الجمود، ولأن الثقافة متغيرة، فهي تتحرك وفق آلية التحول والتكيف، ولا يعني هذا أن البيئة تحدد اتجاه الثقافة كما يرى البعض من أنصار الحتمية الجغرافية مثل "ريتر" و"راتزل" وغيرهم لعل ظاهرة الانتشار من الظواهر التي خصت بنصيب كبير من الدراسة في علم الاجتماع الثقافي، لأنها تتعلق بحركتها الخارجية، وإذا كانت بعض خصائص الثقافة كالنمو والاستمرار والتراكمات مثل الإنتاج فالانتشار يمثل التوزيع وهذا ما يميز الثقافة المعاصرة والتي أصبح الانتشار أحد أبرز خصائصها ومكوناتها والذاتية، بما ابتكره من وسائل الاتصال الحديثة والتي تجاوزت عوائق الزمان والمكان التقليدية.

ث. **التكامل:** يظهر التكامل نتيجة تكيف الأجزاء الثقافية مع الظروف الاجتماعية المتجددة، والتي تحتاج إلى نوع من التكيف مع هذا الجديد لجهة استيعابه، وترويضه داخل النسق العام للمجتمع إن تلك التغييرات التي تحدث على مستوى القيم والعادات والنظم لا تلبث أن تتكامل فيما بينها لتشكل إطارا ثقافيا جديدا، إن عناصر الثقافة تميل دائما إلى أن تشكل كلا متكاملا وهذا التكامل الثقافي لا بد من أن يحدث ترابطا بين العناصر الثقافية المختلفة التي توارثها المجتمع أو اكتسبها من واقعه الجديد، وهو ما يفرض عليه صياغتها في قوالب متكاملة تقضي على التفكك والاختلاف.

"الفرد الذي يتبنى قيما ثقافية واضحة وينتمي إلى ثقافة خاصة يسلك في حياته تجاه المواقف التي تعترضه سلوكا محددًا يختلف عن السلوك الذي ينشأ في بيئة مغايرة وتلقي ثقافة مغايرة، مما يسهل علينا التنبؤ بسلوك كل منها استنادا إلى انتماءاتها الثقافية". (بدرالدين، 2015، صفحة 110)

ج. **الثقافة المثالية والنسبية:** من سنن الكون ظاهرة التغير من حال لآخر، وهذا التغير يؤدي إلى عدم استقرار الوضعيات المعروفة اجتماعيا، فهي تتجدد أو تظهر في كل مرة بمظهر يختلف عن سابقه، فإن المجتمعات تتعرض باستمرار لتغيرات غير منتهية وتصبح مكوناتها ومصادرها الثقافية عرضة للتغير، وهذا ينجر عنه حكما أن الثقافة نسبية وليست مطلقة، "وهذا ما يحصل عمليا ويترتب عليه أن ما يناسب جيلا لا يناسب آخر، ومن يستطيع التكيف هنا ليس بالضرورة أن يكون كذلك في مجتمع آخر، لذلك فالثقافة نسبية". (حسن، 1988، صفحة 76)

ح. **ثقافة الانتقالية والتراكمية:** كل القيم الثقافية التي اكتسبتها المجتمعات الإنسانية تنتقل من الآباء إلى الأبناء مروراً بأجيال متعاقبة مع تنفيذها و تهذيبها لتصبح متلائمة مع واقعها الاجتماعي الجديد هذا الانتقال يعطيها طابع الاستمرارية، وبما أن الثقافة هي كل ما توارثه المجتمع عن من سبقه يجعل منها عملية تراكمية، باعتبار ما توارثه اللاحق هو تراكم من السابق، لتشكل جزء من الرصيد وليس من حيث النص التاريخي لأن الأجيال المتعاقبة تقبل بالقديم ولكن في نفس الوقت تسعى للإبداع وتبني الجديد، تتم عملية التراكم والانتقال من خلال المحافظة على الموروث القديم وتطعيمه بالمستحدث مما يسمح بوجود نمط ثقافي جديد تختفي فيه ظاهرة الثقافة الموروثة، وهذا ما تتعرض له الكثير من العادات والتقاليد بمرور الزمن وتغير الجيل، و تلك العادات أشبه بنصوص تاريخية يتناولها الباحثون بالدراسة والنقد لاختفائها من عالم الممارسة والسلوك الإنساني، ويعتبر عبد الغني عماد الأفكار والمعارف فيتوارثها الخلف عن السلف، عن طريق المخلفات المادية والرموز اللغوية

كما أنها تنتقل من وسط اجتماعي إلى آخر وهي ذا المعنى تراكمية يستفيد فيها الإنسان من منجزات الجيل السابق، ويضيف عليها وتختلف الطريقة التي تتراكم بها خاصة ثقافة معينة كاللغة عن الطريقة التي تتراكم بها سمة ثقافية أخرى كالكنولوجيا، إن انتقال عناصر الثقافة لا يتم بشكل مطرد أو ثابت، فالعادات القديمة لا تنتقل كما هي إلى الأجيال الجديدة التي تقوم باستبعاد بعضها والإبقاء على بعضها الآخر. (عماد، 2009، صفحة 122)

خ. **الثقافة غير الملموسة:** تتميز الثقافة بقابلية الانتشار من خلال اللغة والتعليم ووسائل الإعلام المختلفة والتي تنقلها على شكل قيم معنوية أو مجسدة في بعض الماديات، وهي لا تبرز للعيان إلا من خلال الممارسة في إطار نسق اجتماعي معين أو من خلال انتقال الأفراد إلى بيئات اجتماعية أخرى تختلف عنها، بينما تظهر سمات تلك الثقافة المحمولة أو الممارسة فيكشف الأفراد أنهم يحملون ثقافة ذات خصوصيات معينة. "إن تأثير الثقافة في حياتنا يتم بشكل طبيعي بحيث يكون تأثيرها ضمناً على السلوك، وعادة لا يظهر أثر الثقافة إلا عندما يتعرض الفرد لثقافات أخرى من خلال اتصاله بأفراد من مجتمعات مختلفة عن مجتمعه". (غادة، 2012، صفحة 130)

##### 5. مفهوم التنمية الثقافية وأهدافها:

التنمية الثقافية كمفهوم جديد يجب أن يتجاوز المفهوم التقليدي للثقافة مفهوماً ومضموناً أوسع لتشمل القيم وأنماط الحياة، كذلك الحال بالنسبة لمفهوم التنمية فإنه يجب أن تأخذ في الاعتبار ما تخلقه من آثار في طريقة العيش ونظام القيم وهذا بلا شك يدعونا إلى الرجوع إلى الشخصية الثقافية عند البحث عن التنمية المتكاملة، ومن ناحية أخرى، فإن إقبال الناس على الثقافة ومشاركتهم في الحياة الثقافية وجهين مكملين لحقيقة واحدة فمشاركة الناس شرطاً لازماً لتحقيق التنمية الشاملة سواء كان ذلك على مستوى اتخاذ القرار أو اتخاذ مشروعات التنمية ولهذا بات واضحاً في الدراسات التنموية الحديثة أن غاية السياسات الثقافية هي ضمان تنمية متوازنة للمجتمعات بحيث تشمل كافة العوامل الاقتصادية

والاجتماعية مع مراعاة الأبعاد الثقافية والتنمية الشاملة للجميع هي إذن التي يواكبها وهي الهوية الثقافية المفتحة على الثقافات الأخرى.

ولقد انبثق المفهوم من المؤتمرات التي عقدت وناقشت الهوية الثقافية وأثرها على تشكيل الشخصية الثقافية من خلال العلاقات القائمة بين الحركة الثقافية والتربية حيث أن مفهوم التربية الثقافية يلعب دورا أساسيا في تنشئة الأفراد كما أن التربية الجمالية والفنية تساعد على توطيد المثل العليا والقيم التي تشكل وتنمي وجدان الفرد وتطلق طاقته الإبداعية كذلك يناقض مفهوم التنمية من خلال مناقشة التخطيط والتنفيذ والتقييم للمشاريع التي تتصل بالثقافة أو بمعنى آخر أهداف وأولويات السياسات الثقافية والوسائل التقنية والإدارية والمالية الضرورية لتسيير هذه السياسات وما زالت المشكلة المطروحة في هذا العلم لمعرفة المدى الذي تتحقق فيه أو يمكن أن تتحقق فيه، الأنشطة الثقافية في إطار ما يدعى بالتخطيط أو البرمجة الثقافية. (مختار، 2018، صفحة 44)

### المطلب الثالث: الوعي الثقافي.

#### أولاً: ماهية الوعي الثقافي

تعتبر الثقافة المعبر الحقيقي عما وصلت إليه البشرية من تقدم فكري فمن خلالها يتم رسم المفاهيم والتصورات كما يتم رسم القيم والسلوك وقد ارتبطت الثقافة بالوجود الإنساني ارتباطاً متلازماً تطور مع الحياة الإنسانية وفقاً لما يقدمه الإنسان من إبداع وإنتاج في مختلف المجالات، فالثقافة هي المنظومة المعقدة والمتشابكة التي تتضمن اللغات والمعتقدات والمعارف والفنون والتعليمات والقوانين والداستير والمعايير الخلقية والقيم والأعراف والعادات والتقاليد والمهارات التي يملكها أفراد مجتمع معين. (سعيد، 2004، صفحة 84)

وقد وعي الإنسان أهمية الثقافة في تكوين ذلك الوعي فأسس وجودها عبر السنين من خلال التراكم النوعي والكمي للفعل الثقافي والإنساني فما تركته الثقافات القديمة، كالمصرية والفارسية والإغريقية يعد صورة واضحة لذلك الفعل الثقافي عبر مراحلها وعصوره وقد جاءت الأديان السماوية والتي ختمت برسالة المصطفى صلى الله عليه وسلم لتخطي تلك الثقافة

بعدها الروحي وتعيدها إلى مكنونها الأخلاقي وتنقيها من بعض من الشوائب التي انجرفت بالثقافة عن رسالتها الإنسانية والعلمية وأن تحول وعيها الثقافي إلى فعل عام تتقدم به على غيرها، على الرغم من الخلل الذي يلف بعض جوانب ثقافتها. (خليل، 2001، صفحة 322) وما يمكن قوله عن الوعي الثقافي أنه المستوى الملائم الذي يجب أن يصل إليه الإنسان بتوسيع دائرة معارفه، فيلتحق على أحداث التطورات المحلية والعالمية في الاقتصاد والقانون والعلوم المختلفة إلى جانب تعمقه في نوع المعرفة التي تخصص فيها أو يعمل في مجالها. (جلال، 2012، صفحة 85)

### ثانياً: أهمية الوعي الثقافي.

الثقافة هي الإطار الأساسي الذي ينمو فيه الفرد فهي التي تؤثر فيه وعلى أفكاره ومعتقداته ومعلوماته ومهاراته وخبراته ودوافعه وطرق تعبيره عن انفعالاته ورغباته، كما تحدد له القيم والمعايير الذي يسترشد بها وتفرض عليه التقاليد وأي اختلال في الثقافة سيؤدي إلى اختلال شخصية الفرد. (غامري، 2009، صفحة 16)

ولذا من أجل الوصول إلى مجتمع ذي فطرة سليمة وقراءة صحيحة وفرد ذي شخصية متزنة علينا أن نؤكد على أهمية الوعي الثقافي وما يحصله من عناصر لتنمية المجتمع وتطويره، ويقوم بانتشار القوى النضالية للجمهور المتلقي من أجل أن يعملوا بحماس أكبر في سبيل تحقيق آمالهم في حياة أفضل، ويمكن ان ينبههم إلى مشاكلهم العامة ويشاركهم في مناقشتها وحلولها ويساعدهم على التخلص من الكثير من رواسب ومخلفات الماضي، وتظهر أهميته كذلك في زرع قيم ثقافية تخدم المجتمع وتجعله يتماشى مع كل مراحل التطور فهي تدعوه إلى التمسك بثقافته والاهتمام بتراثه وتذكيره بتاريخه المجيد كما أن لديها دوراً في تطور وازدهار المجتمع وزرع ثقافة العمل والتعبئة لخدمة التنمية عن طريق فهم المجتمع وكطبقتة واتجاهاته الفكرية وقيمه، بحيث يشعر الفرد أن هذه الوسيلة تعبر عن بينته وعن قيمه من أجل الوصول إلى خلق المشاركة بين أفراد المجتمع. (مرزق، 2006، صفحة 28)

### ثالثا: مصادر تشكيل الوعي الثقافي:

- إن هناك العديد من المصادر التي يتزود بها الأفراد بالثقافة ومن أبرزها ما يأتي.
- **القراءة** : تعد القراءة من أهم مصادر تشكيل ثقافة الأفراد من خلالها يطلع القارئ على جانب كبير من المعرفة الإنسانية كما تساهم موضوعات الكتب التي يقرأها الإنسان في تشكيل معرفته وثقافته ولذلك يجب أن يراعي القارئ محتوى الكتب التي يقتنيها لكي تكون مفيدة له.
- **التعبير عن الذات**: حيث ساهم التعبير عن الذات في تشكيل الوعي الثقافي للإنسان من خلال استحضار الأفكار والمشاعر والمخزون الفكري وتحويلها إلى أعمال مكتوبة يمكن للآخرين الاستفادة منها وإثراء الكاتب والكتابة معرفيا وثقافيا كما يساهم ذلك في زيادة التواصل مع الفئة المثقفة في المجتمع ليزيد ذلك المخزون الثقافي للأفراد.
- **مشاهدة الأفلام**: في ظل التطور التكنولوجي والاجتماعي دخلت الأفلام بقوة في تشكيل ثقافة ووعي الأفراد من خلال اطلاعهم على جانب كبير من الموروث الثقافي الاجتماعي للحضارات والدول الأخرى كما أسهمت في تقديم بعض الحلول للمشكلات الاجتماعية والإشكاليات التي تواجه الإنسانية عامة.
- **الموسيقى**: تعبر الأغنيات والموسيقى عن جانب هام من ثقافة الشعوب حيث أن لكل شعب أغنيات أو نمطا موسيقيا يختص به عن الشعوب الأخرى وقد أسهم تطور التواصل الإنساني ودخول التقنيات الحديثة إلى إحياء ثورة ثقافة موسيقية من خلال تعرف الشعوب على الموسيقى الخاصة بالشعوب الأخرى لما تحتويه من لهجات ومفردات وأفكار خاصة بتلك الشعوب.
- **الانترنت**: أدى دخول الانترنت إلى إحداث ثورة معرفية وثقافية هائلة من خلال ما أسهمت به المنصات الرقمية ومواقع التواصل الاجتماعي في زيارة التواصل الإنساني، مما سهل الدخول إلى الثقافات والحضارات الأخرى وأثر ذلك على المخزون الثقافي والفكري، والمعرفي لشعوب العالم.

- **السفر:** يعد السفر من أهم وسائل تكوين الثقافة الإنسانية فمن خلال زيارة دول العالم يشعر الإنسان بالفرق بين اللغة وأسلوب الحياة والتقاليد والعادات بين شعوب دول أخرى. كما تتميز بعض الدول بوجود مناسبات وأعياد لا توجد في غيرها والتي تأتي من الموروث الحضاري والتاريخي لهذه الدول وهذا كله يؤثر على تشكيل صورة نمطية عن تلك الدول في ذاكرة الزوار.

### المبحث الثاني: الشباب الجامعي.

بما أن الإنسان كائن ثقافي، فإن الثقافة هي إحدى المكونات التي تقال عليها انها تمس كل جوانب الحياة الإنسانية، بحيث يكسبها الإنسان ديناميكيته الإنسانية المستمرة، لكونها المجتمع وغايتها التعاون والتواصل، ولكن هذه القيم بالتعلم لا بالوراثة وتشارك فيها كل من مكوناتها الثقافية معرضة للتغيير المستمر، حيث لكل جيل من الأجيال له رؤيته للحياة قد تتوافق مع ما هو موروث، وقد تتصارع معه، وبما أن الشباب هو فئة اجتماعية يتميزون بثقافتهم الفرعية التي قد تعطيهم التجانس والانسجام الثقافي ويعتبر الوعي الثقافي فاعل رئيسي في تشكيل ثقافة الشباب كما أن الثقافة لها أهمية بالغة للمجتمع عامل قوي في التنشئة الاجتماعية وموجه إيجابي نحو التنمية والتفاعل الاجتماعي، وتتميز في كونها الثقافة عموماً بمجموعة من الخصائص تجعلها إنتاج إنساني ترتبط به في دائرته البيئية المعرضة لعملية التغيير المستمر، ولابد من الاعتراف بأن الشباب كفاءة اجتماعية هي أكثر فئات المجتمع أكثر حساسية للمجتمع، فالشباب هم عنصر أساسي للتغير الحقيقي داخل أي وتأثراً من التغيرات التي تطرأ على مجتمع وهذا ما يستدعي إلى التعريف بفئة الشباب تم الانتقال إلى أبرز خصائص التي تتميز إضافة إلى تشكيل ثقافة الشباب الجامعي ثم الإعلام الجديد وثقافة الشباب الجامعي.

## المطلب الأول: مفهوم الشباب والجامعة.

إن مفهوم الشباب هو أحد المفاهيم التي جذبت العديد من الباحثين والمفكرين من مختلف التخصصات لضبطه كالعديد من المفاهيم في العلوم الاجتماعية هذا ما يفسر تعدد المقاربات التي تناولت مفهوم الشباب، حيث نجد المقاربة النظرية التي تناولته من الناحية اللغوية والاصطلاحية والدينية، ومن ثم ذكر أهم الخصائص التي تميز هذه الفئة الاجتماعية، والمقاربة العلمية التي تناولته في عدة حقول معرفية أهمها البيولوجية والسيكولوجية و السوسيولوجية و الديمغرافية و كذا القانونية، فضلا عن المقاربة السوسيولوجية التي تناولته على انه ظاهرة اجتماعية و كذا المقاربة الجيلية التي تناولت المفهوم على أنه يمثل جيلاً معيناً. (عاطف، 1995، صفحة 42)

### أولاً: مفهوم الشباب

#### 1. في المعجم اللغوي

كلمة شباب في اللغة العربية تعني كما جاء في المعاجم العربية، وفي لسان العرب لابن منظور، الفتوة والفتاء بمعنى الحيوية والقوى الدينامية، وكلمة شب من شبيب وأن الشباب هو الفتاة والحادثة، وشباب الشيء أوله، وتجتمع على شباب وشبان وشواب. (عامر، 2015، صفحة 24)

#### 2. مفهوم الشباب في المعجم الاصطلاحي

هي شريحة اجتماعية تشغل وضعا متميزا في بنية المجتمع، فحينما ننظر إلى الشباب كفئة عمرية سنلاحظ على الفور أنها أكثر الفئات العمرية حيوية وقدرة على العمل والنشاط، كما انها هي الفئة العمرية التي يكاد بناؤها النفسي والثقافية أن يكون مكتملا على نحو يمكنها من التكيف والتوافق والتفاعل والاندماج والمشاركة بأقصى الطاقات التي يمكنان تسهم في تحقيق أهداف المجتمع.

هي المرحلة التي يتحدد فيها مستقبل الانسان سواء مستقبه المهني أو مستقبه العائلي وعرفه عبد الرزاق أمقران أنه الشباب واقع اجتماعي يحدده المجتمع لجيل يضم فئات متقاربة في السن، ومختلفة من حيث الجنس والانتماء الاجتماعي، تشترك في كونها تمر بمؤسسات التنشئة الاجتماعية، وبمرحلة الإعدادية وتنتظر الدخول إلى الحياة الاجتماعية. (الرؤوف، 2015، صفحة 94)

## ثانيا: أهداف ووظائف الجامعة

### 1-أهداف الجامعة

إن أهداف الجامعة أكبر تعددا وتنوعا إذ ما قورنت بغيرها من المؤسسات الأخرى وذلك لضخامة الأعباء الملقاة عليها،

-وقد اجتمع الباحثون على مستوى الادارة الجامعية على أن الجامعات يجب أن تسعى الى تحقيق الأهداف التالية :

1-إعداد جيل مثقف يتسلح بالعلم ويعتمده أساسا سليما لإحداث التغيرات الجذرية في الجوانب المعرفية وتدعيمها وفي جوانب التخلف والقضاء عليها .

2- غرس القيم الروحية والوطنية والقومية والإسلامية والإنسانية الأصيلة في نفوس أبناء المجتمع.

3- تنمية العمل بروح الفريق دون إغفال أهمية المبادرات الفردية الشخصية المخصصة في إطار خدمة المجتمع.

4- الموازنة الحقيقية بين حقوق المواطن وواجباته.

5- تخليص المجتمع من التقاليد الاجتماعية التي تقف حجر عثرة في سبيل التقدم الاجتماعي والاقتصادي.

6-تعزيز مكانة الجامعة باعتبارها مركزا إشعاع لاختلاف الثقافات، ينتقي القيم الخلقية والاجتماعية و يصون القيم العربية والإسلامية الأصيلة.

7-التأكيد على أن العلم أداة فعالة في بناء المجتمع وعلى تنمية الاتجاهات العلمية واتباع أسلوب التفكير العلمي والتقدم واستخدامه في معالجة قضايا المجتمع كافة .

## 2-وظائف الجامعة :

ان التعليم الجامعي لديه عدة وظائف ومهام التي تساعد المجتمع على مواكبة الحداثة و التغيرات الاجتماعية والتطورات التكنولوجية، نذكر منها النقاط التالية:

### 1.2 الوظائف الاجتماعية :

- إعداد الدماغ البشري من خلال ممارسة عقلية عالية المستوى في مجموعة متنوعة من التخصصات.
- يحتاج المجتمع إلى الشروع في التنمية الاقتصادية والاجتماعية والعمل في مناصب مختلفة في سوق العمل.
- يقوم بدور أساسي في الدراسة العلمية لكافة مجالات المعرفة البشرية وتطبيقاتها العملية والتكنولوجيا وتلتزم بتطويرها
- المشاركة في التقدم العلمي والاجتماعي والاقتصادي والثقافي.
- التنسيق والتكامل بين العمل الجامعي والعمل الشامل من جهة والعمل التقني من جهة.
- ومن أجل تحقيق توازن سلس بين المدخلات والمخرجات في مراحل التعليم المختلفة.
- إن انفتاح التعليم العالي على البيئة الخارجية واهتمامه بالشؤون الدولية يعزز المصالحة والحوار.(حجازي، 1985، صفحة 87)

### 2.2 الوظائف الاقتصادية:

يساهم التعليم الجامعي في تعزيز التنمية الاقتصادية، حيث انه لا يمكن التحدث عن التنمية الاقتصادية دون الحديث عن تنمية الطاقة البشرية ، لأن العنصر البشري هو من يقوم بوظيفة التخطيط الاقتصادي والاجتماعي،و هنا يبرز دور التعليم العالي في تكوين العنصر البشري ، والتي تكمن أهميته في كونه يساهم بشكل أساسي في خدمة المجتمع،

ورفع مستوى الأمم المتحضرة إلى تعمل مؤسسات التعليم العالي كمنازل للمفكرين الإنسانيين على أعلى مستوى وكمورد لتنمية الموارد.

مساهمة نتائج البحث العلمي في تزويد سوق العمل بالطرق والاستراتيجيات ووسائل تقنية تساهم في تطوير التنمية الاقتصادية، وضمن هذا الإطار المهم سنحاول أن نذكر بعض الجوانب على النحو التالي: (دهمي، 1999، صفحة 50)

- المساهمة في تعزيز القدرة التعليمية من خلال تعديل القيم والاتجاهات لتناسب مع التوجه التربوي للمجتمع.

- على تغيير القيم والعادات غير المرغوب فيها لخدمة جميع قطاعات الإنتاج والخدمات العامة.

### 3-وظائف التعليم العالي : (عامر، 2015، صفحة 120)

ان الجامعة لها العديد من الوظائف التي تهدف إلى تطوير وتنمية المجتمع وتعزيزه منها:

**1.3 وظائف التواصل الثقافي:** يقوم التعلم الجامعي بوظيفة توصيل ونقل المعتقدات الموروثة و ترسيخها من أجل المحافظة على القيم الثقافية التي تميز المجتمع.

يتشكل هذا الواقع عبر مراحل تاريخية يجب على الدولة أن تتطرق منها في تنمية المجتمع وصياغة الأهداف المستقبلية لتدعيم استقراره وتعزيز وظيفة نقل للتراث الثقافي من جيل إلى جيل.

تشجيع الحفظ والتشخيص والتمسك بالتاريخ والدين و اللغة والفلسفة الاجتماعية.

وبالتالي فإن دور التعليم الجامعي يكمن في المحافظة على القيم و ترسيخها لدى الأفراد مع العمل على تنمية استمراريتها و استثمارها في عملية التنمية و التطور الاجتماعي.

**2.3 وظيفة التكامل الاجتماعي:** يعتبر التعليم الجامعي من أهم الوسائل التي توحد المجتمع، وذلك انه يكتشف القدرات العقلية الكامنة و المواهب المدفونة التي يمكن تطويرها

من خلال توحيد اللغة و التعليم الرسمي و تنمية القيم الوطنية، واستغلالها في تنمية و تطوير المجتمع.

**3.3 وظيفة تنمية القدرات الابتكارية:** ان التعليم الجامعي و ان كان يعتمد في جانب منه على التقليد خصوصا الدراسة الأكاديمية، الا انه يعمل على تفجير القدرات الابتكارية للطلاب والباحثين وتنميتها عن طريق تدعيمها بمحتوى النشاطات التعليمية التي يقدمها التعليم الجامعي.

**4.3 وظيفة البحث العلمي:** تعتمد الصورة العامة لوظائف البحث بالجامعة خطة تهدف إلى تطوير المعرفة وتحسينها من خلال إشراك الأساتذة في البحث العلمي وتدريب الطلاب على التدريس والتعلم.

#### 4-مكانة القيم في التعليم الجامعي:(عامر، 2015، الصفحات 121-122)

يتخذ التعليم أشكالاً عديدة في الجامعات وبعض الكليات والأقسام و السعي لبناء مناخ جامعي يلتزم بالتراث والفضيلة الأخلاقية.

تقوم بيئة الجامعة، بما في ذلك جميع الأساتذة والطلاب ومديري الجامعات، ببرنامج متكامل بالإضافة إلى الأنشطة العملية الهادفة إلى زيادة عمق القيم الوطنية، المقررات الإلزامية والاختيارية يدرس طلاب الجامعة العديد من المسافات والحالات والكلمات بشكل مباشر كجامعة هي نفسها في البعد النظري أو العملي، وهذا ينطبق أيضاً على مهمة التخصص.

تقدم بعض الجامعات الفلسفة والتعليم الديني وعلم الاجتماع ونادراً ما تقدم مواد اختيارية عامة، كما تقدم العديد من الجامعات في العالم العربي الإسلامي دورات في الثقافة الإسلامية.

بالنسبة للجزء الأكبر، فإن مبدأ المكافأة الأخلاقية هو يعامل القضاة القيم والأخلاق بشكل مختلف للاعتماد على مدرس المادة وخبرته التعليمية.

الفصل الثالث: التغير القيمي لدى الشباب الجامعي

بدلاً من التعامل مع الحياة الواقعية وكذلك الأخلاق، اختار المؤلف سلسلة من المشاكل والتحديات يجتذب نقاشاً واسعاً في المجتمع على المستويات الدينية والقانونية والسياسية والإعلامية.

يتسم بالواقعية التي تتجاوز وجهة نظره الأولية، حيث يتعين عليه التعامل مع قضايا بلاغية متعددة.

أولئك الذين يزعمون أنهم توصلوا إلى نتائج إبداعية في منصب قد لا يتناسب بالضرورة مع أحد المواقف يُسمح لهم بالقيام بذلك.

لكن بعض الجامعات بدأت في تطوير برامج جديدة تعليمية ليستقبل فرض النظام تتماشى معتقدات وديانات مع بعضها البعض وأنا منفتح على منح الطلاب الفرصة للتفكير بوضوح في القضايا أخلاقياً وأكثر في نتائجي السمكية من غيرها، تعتمد بعض هذه البرامج على دراسة النماذج التاريخية ونص قيم للغاية بالإضافة إلى الخبرة المكتسبة من الأنشطة اللامنهجية.

## 5- وضع الجامعة الجزائرية

تعتبر الجامعات في دول العالم الثالث المستهلك الرئيسي للمعرفة الغربية، والتي يتم تمثيلها في بلدانهم من نوع العمل، مثل التكنولوجيا، والانضباط، والتخصصات المختلفة، والمنشورات، إلخ. من خلال مصادر جمع البيانات إلى جانب وسائل المعرفة الحديثة التي تعتمد عليها المؤسسات العلمية للجامعات الأكاديمية حتى في بعض الدول العربية التي حققت مكانة عالية في التكنولوجيا الحديثة.

السيطرة على الجوانب المعرفية، والعمليات الانعكاسية للعمليات الانتقائية، وما إلى ذلك، وإذا أردنا توضيح وضع جامعة الجزائر فمن المهم إبراز هذه المسألة.

إن النظرة الضيقة للمجال الثقافي المزعوم من قبل المبدعين والنقاد والناشرين والهيئات الفكرية صعبة للغاية كأكاديمية ضعف في التشبيك والنشر والتوزيع وحركة الثقافات ومنتجاتها بين الجزائر والدول العربية.

## المطلب الثاني: الشباب الجامعي.

### أولاً: ظاهرة الشباب مفهومها وخصائصها:

1. مفهومها: تختلف وجهة النظر العلمية للعلماء في التوصل إلى تعريف محدد للشباب نظراً لاختلاف وجهات النظر الإيديولوجية بين الباحثين و عليه لا يوجد تعريف محدد وهناك صعوبة في إيجاد تحديد واضح لهذا المفهوم وعدم الاتفاق على تعريف موحد شامل يعود لأسباب كثيرة أهمها اختلاف الأهداف المنشودة من وضع تعريف وتباين المفاهيم والأفكار العامة، التي يقوم عليها التحليل السيكولوجي الاجتماعي الذي يخدم تلك الأهداف لذلك فإن مفهوم الشباب يتسع للعديد من الاتجاهات التالية:

أ. **الاتجاه البيولوجي:** وهذا الاتجاه يقوم أساساً على حتمية البيولوجية باعتبارها مرحلة عمرية أو طوراً من أطوار نمو الإنسان الذي يكتمل فيه نضجه العضوي وكذلك نضجه العقلي والنفسي والذي يبدأ من سن 15 - 20 سنة وهناك من يحددها من 13 - 30 سنة.

ب. **الاتجاه السيكولوجي:** يعرف هذا الاتجاه أن الشباب حالة عمرية تخضع للنمو البيولوجي من جهة ومن ثقافة المجتمع من جهة أخرى، بدءاً من سن البلوغ وانتهاء بدخول الفرد إلى عالم الدمج بين الاشتراكات العمرية والثقافية المكتسبة من المجتمع.

ت. **الاتجاه الاجتماعي:** وينظر هذا الاتجاه للشباب باعتباره حقيقة اجتماعية وليس ظاهرة سوسيلوجية فقط بمعنى أن هناك مجموعة من السمات والخصائص إذا توافرت في فئة من السكان إن كانت هذه الفئة شباب.

وتوجد اتجاهات متعددة في النظر إلى مفهوم الشباب حيث يوجد اتجاه يحدد الشباب اعتماداً على مقياس السن فيجرب بعض الشباب عن طريق تقسيم هذه المرحلة إلى فترتين:

**أولهما:** فترة الشباب الأولى وهي التي تمتد من سن 13 - 20 سنة وفيها يتم تحمل المسؤولية الفردية.

**ثانيهما:** وهي فترة الشباب الثانية وهي الفترة من سن 20 - 30 سنة وهي مرحلة الرشد، وهي فترة زمنية في مجرى زمنية في مجرى حياة الفرد، وتتميز بالتغيرات الجسمانية الفسيولوجية التي تتم تحت ضغوط اجتماعية معينة تجعل لهذه المرحلة مظاهرها النفسية المتميزة وتساعد الظروف الثقافية في بعض الثقافات على تميز هذه المرحلة.(عامر، 2015، الصفحات 24-25)

**2-خصائصها:** تمثل مرحلة الشباب فترة التحول الكبرى في حياة الإنسان من حالة طفولة واعتماد على غيره إلى حال يتم فيها الاعتماد على النفس واكتمال النمو الجسمي والعقلي والعاطفي،ومن الناحية الجسمية تشهد بداية مرحلة الشباب اقتراب شكل الجسم ووظائفه من آخر درجات النضج، وفيها تشهد تحولاته واسعة وعميقة وسريعة في ملامح جسم الإنسان ومن أهم السمات التي يتميز بها الشباب هي كالتالي:

يمكن تقسيم مرحلة الشباب من سن الثالث عشر حتى الثلاثين إلى مرحلتان نوعيتان لكل منها خصائصها وسماتها وهي:

#### **أولاً: المرحلة من سن 13 إلى 18 (مرحلة المراهقة)**

تتميز هذه المرحلة بالبلوغ الذي يصاحب نمو بدني يختلف عن النمو في المرحلة السابقة التي ينحصر في معظم النمو البدني فيها في الأطراف فأما النمو في هذه المرحلة فينتقل إلى الجزع ويبدأ الجسم في التشكل لأخذ الصورة الكاملة لجسم الإنسان الناضج ولكن عملية النمو نفسها تكون غير منتظمة بالنسبة لأعضاء الجسم كلها والتوافق العضلي يكون مضطرباً وغير موثوق به مما يؤدي في بعض الأحيان إلى نتائج قد يصعب على المراهق تحملها أو مواجهتها وفي هذه المرحلة تنمو الأعضاء التناسلية وتظهر المميزات الجنسية الثانوية قد تنتج عن هذا النمو الشامل السريع الضعف بدلا من القوة إذ أن كل هذه التغيرات تلقى عبئا ثقيلا عن أجهزة الجسم الحيوية كما قد يترتب عليها اضطراب عندي، وتصل الفتيات إلى مرحلة البلوغ قبل الفتيان وهذه التغيرات السريعة تدعم لديه فكرة عن نفسه وتؤثر تأثيرا كبيرا على ما يطرأ عليه من تغير يظهر في أنماط سلوكه كالقلق الذي

يصاحب المراهق لعدم التحكم في صوته أو حركاته بالإضافة إلى إحساسه الداخلي بأنه غير قادر على فهم نفسه، ويترتب غالب عدم قدرته على تكوين علاقات اجتماعية سوية مع الأفراد المحيطين به خاصة إذا كانوا غير مدركين أو غير مقدرين لتغيره السريع.(عامر، 2015، صفحة 97)

### ثانياً: المرحلة من سن 18 إلى 30 (مرحلة النضج)

وقد تنقسم هذه المرحلة إلى فترتين إحداهما تبدأ من سن 18 إلى 22 أما الفترة الثانية فتبدأ من سن 22 إلى 30 سنة أو أكثر وتمتاز الفكرة الأولى بأنها فترة انتقال ولهذا يلاحظ أن بعض مميّزات تشابه مميّزات مرحلة المراهقة والبعض الآخر يشبه مميّزات الشخصية الناجحة والنمو السابقة في المراحل الأولى ولهذا تتميز هذه الفترة بالاختلاف الكبير بين الأفراد في درجات نموهم الاجتماعي والنفسي والعقلي والبدني وبصفة عامة تتميز هذه الفترة من الناحية الجسمية بالاستمرار في النمو نحو النضوج الكامل مع التخلص من الاختلال في التوافق العضلي والعصبي في هذه الفترة فيبدو سليماً ، كما أن المناعة ضد الأمراض العضوية الخطيرة تكون في هذه الفترة أقوى منها في المراحل السابقة.

**ثالثاً: الخصائص الاجتماعية:** يتصف الشباب في هذه المرحلة بالقابلية والقدرة الكبيرة على التغير والنمو كما يتميز بالرغبة في التحرر، ومن هنا كان أفراد تلك أكثر تجاوباً مع مستلزمات التغير وأكثر فئات المجتمعات قدرة على العطاء السخي دف تحقيق الذات وإثبات القدرة على تحمل المسؤولية.

ويرى كوتلر أن الشباب يواجه الكثير من صور الحراك حيث يصبح مندمجاً في مجتمعه حيث ينتقل من حالة الاعتماد على الغير في حالة الاستغلال الجسمي فالشباب ينتقلون من مرحلة التعليم إلى سوق العمل، والشباب الجامعي طموح للتغير وقادر على الحركة والتظاهر يرغب في التميز، ويأمل على العمل ويوصل النقد ويبحث له عن مكان مناسب على خريطة الدولة وفي هذه المرحلة العمرية يميلون إلى الارتباط بالشباب الآخر المنتمي إلى كيانات

اجتماعية وثقافية مغايرة لهم ويمكن تلخيص أهم الخصائص الاجتماعية للشباب الجامعي في الآتي:

- يبدو الشباب متمردا ثم يتجه إلى الرغبة في السلطة الضابطة.
- يبدو الشباب غير راض ثم يتجه إلى التحول في النقد الذاتي.
- إبداء الرغبة في الإصلاح، ثم الاتجاه نحو ممارسة الإصلاح نفسه.
- يبدو اهتمام الشباب بالجامعة ثم يتجه اهتمامه إلى المجتمع ككل.
- عدم مواصلة المشروعات حتى ايتها، ثم العمل على إنجاز المسؤوليات.
- الرغبة في الترويج الراقي ثم الانتقال إلى الترويج الاجتماعي.
- التفكير العميق في المهنة ثم الممارسة المهنية.
- التفكير في الأسرة الجديدة ثم المسؤوليات الاجتماعية.
- الشباب له درجة عالية في الدينامية والمرونة تبلغ ذروتها في تلك الفترة من العمر.

- الشباب له القدرة على التغيير والنمو وأكثر تجاوبا مع مستلزمات التغير، فئات المجتمع قادرة على العطاء السني دف تحقيق الذات وإثبات القدرة على تحمل المسؤولية.

ويشعر الشباب بأن لديهم حقوق أقل من الكبار في اتخاذ قرارات داخل المجتمع الذي يعيشون فيه أو في أمرهم أو في الجماعات الاجتماعية التي ينضمون إليها ولذلك يشعرون بالهفة بالمقارنة بالكبار، فيعتبرون ذلك ضد احترام حقوقهم وحرية كمواطنين.

#### رابعا: الميل إلى التجديد والتعبير والانفتاح.

إذا كانت فئة الشباب تتميز بتغيرات جسمية وعقلية ونفسية فإنها تحمل في تأثيرات على الجوانب الأخرى، لهذا فهي تميل وبشكل كبير إلى التجديد والتغير والابتعاد عن الجيل الذي قبلها، والانفتاح على ثقافة الآخر وبشكل واسع دون خوف، وتسعى جاهدة لكي تختلف عن

الجيل السابق، وإبراز هذا الاختلاف واعتباره هو المسلك الصحيح والسليم. (دهمي، 1999، الصفحات 245-247)

"إن وجود ميل قوي لتجاوز الواقع المحيط بهم بالنظر إلى مثال يتمسك به الشباب إلى تجاوز ما هو كائن إلى ما يتبقى أن يكون ومن هنا يصبح الشباب بالتغيير ظاهرة موضوعية ومطلوبة، وبفضل الطاقات التي يفجرها قيم النضج الجنسي والعقلي والجسمي تجددهم مندفعين ومتفائلين ونظرا لنقص تجربتهم في الحياة ولأنهم لم يرتبطوا بعد بالتزامات وعلاقات مفيدة فإن نظرتهم تتميز بمثالية ورومانسية وربما ببراءة".

وهذه المرحلة يتميز الشباب عادة بإعادة بنزعة قوية نحو حب الاستقلال واتخاذ مواقف ذاتية بعيدة عن توجيه أي كيان اجتماعي مهما كانت مكانته، والهدف هو محاولة التخلص من الضغوط والقهر المتسلط والبحث عن الحرية وإثبات الذات بقوة من خلال فرض أفكاره ومواقفه.. (مصطفى، 2015، الصفحات 112-113)

#### خامسا: القرارات العقلية

في مرحلة الشباب تبلغ القدرات العقلية ذروتها وتصبح أكثر دقة في التعبير مثل القدرة على التعبير عن المشاعر والمواقف الاجتماعية، على المقارنة والحساب وتظهر الهويات والميولات، وتتمو عنده قوة التكر والانتباه والقدرة على استحضار الأشياء وتفسيرها وربطها مما جرى قبلها، ما ينمو تفكير الفرد وتزيد القدرة على الاستدلال والاستنتاج، والحكم على الأشياء وحل المشكلات والقدرة على التحليل والتركيب، كما أنه في هذه الفترة بالذات تزداد قدرة الشباب على النقد ويتوقف عن تقبل الأفكار والمبادئ والقيم التي يقدمها له عالم الكبار، وإنما يفكر فيها ويناقشها وينقدها، وقد ينتهي إلى رفض بعضها وقد يصل الأمر ببعضهم إلى تكوين أفكار وآراء عن الكون والقيم والتقاليد قد تتعارض مع ما تقدمها لهم المسؤولة عن التنشئة الاجتماعية" (عزت، 2008، صفحة 87)

#### 4سادسا: الخصائص النفسية

المسألة الجوهرية أثناء مرحلة الشباب هي التوتر بين الذات والمجتمع وفي تلك المرحلة يميل الشباب والشابات إلى قبول تعريفات مجتمعهم عليهم متمردين وهاربيين من المدرسة وممثلين وأيضا لا رياضيين وتتعدّد الطلاقة بين القيم المحددة اجتماعيا والشباب، وتتسم بالنفور والصراع وعدم قبول الواقع الاجتماعي في كثير من الأحيان ويكافح الشاب لكي يحدد ماهيته، وتتأبه أيضا عدد من المشاعر مثل العزلة وعدم الواقعية وعدم الارتباط بالعالم الظاهري والاجتماعي والشخصي، وهذه المشاعر كنبع من الإحساس النفسي بعدم التوافق بين الذات والعالم.

وقد ترجع مشاعر القلق والتوتر هذه إلى المرحلة التي يتخطاها من الإعداد للدور والقيام به وما يصاحب ذلك من اختيارات قد تفرض عليه ولا تلائمه أو يطلبها وقد لا تواقبه.

ويرجع علماء النفس مشاكل الشباب الأساسية في هذه الفترة إلى أزمة الكيان فهو يرد الاستقلال وتأكيد ذاته ولكنه لا يستطيع ذلك لاعتماده على والديه اعتمادا كبيرا في النواحي المالية وكذلك اعتماد الشباب على المجتمع، مما يقلل من استقلالهم الذاتي إلى حد بعيد، لهذا ينظر بعض العلماء إلى مرحلة الشباب باعتبارها مرحلة المتناقضات.

لذلك نجد الشباب يميلون إلى الارتباط بالشباب الآخر إلى كيانات اجتماعية وثقافية مغايرة

لهم. (دهمي، 1999، الصفحات 248-249)

#### ثانيا -تشكيل ثقافة الشباب الجامعي:

إن ثقافة الشباب تشكل من مجموعة من الثقافات التي يتميز بها الشباب الجامعي فهي تعتبر الحلقة المهمة في تشكيل الثقافات وأهم ما يميزها طابعها القيمي ومختلف المعتقدات والاتجاهات التي يمنحها الشباب ولهذا ثقافة الشباب الجامعي تتشكل كالاتي:

#### 1-ثقافة فرعية :

يرى بعض علماء الاجتماع المعاصر أن ثقافة الشباب في المجتمع الحديث هي ثقافة فرعية ويلاحظ أن هذا التشخيص كان موضع جدل مهم ومثير بين كتاب المدرسة الوظيفية من

ناحية ونقادهم من ناحية أخرى، وتعتبر الدراسات السوسولوجية ثقافات الشباب أما من خلال العوامل الفعالة في تجربة المراهقة أو تلاعب الكبار بأساليب في تمضية وقت الفراغ بفعل الإعلانات وغيرها من تأثيرات وسائل الاتصال الجماهيري وثق كذلك الدراسات أن الفصل في الوظائف بين البيت والمدرسة ومكان العمل يجعل المراهقين يزدادون اختلافا عن البالغين، كما يجعلهم أكثر وعيا بذاتهم وأكثر تأثرا بجماعات الرفاق من تأثرهم برعاية الوالدين وغير ذلك من المؤشرات المرتبطة بعالم الكبار وينصب بعض علماء الاجتماع إلى أن الصدام الثقافي بين الأجيال قد حل محل الطبقة الاجتماعية بوصفها الشكل الأساسي للصراع في المجتمع الصناعي ومع ذلك فإن الطبقة نفسها تلعب دورا بارزا في تشكيل مضمون ثقافات الشباب المختلفة.

وقد لفتت بعض الدراسات المصرية عن الشباب النظر إلى انتشار ثقافة الشباب بصورة لم تحدث من قبل على نحو جذب اهتمام الشباب ومشاركتهم بعيدا عن الانتماء الطبقي الاجتماعي أو الانتماء الإقليمي أو المستوى التعليمي الذي حصلوه ويسجل الدكتور محمد علي محمد دور ثقافة الشباب في إحداث نوع من الانفصال أو التباعد بين المراهقين والشباب من جهته والكبار من جهة أخرى.

فكان نتيجة لذلك تطوير ثقافات فرعية تتصارع فيما بينها في كثير من الأحيان كما تسجل نفس الدراسة ما تتطوي عليه ثقافة الشباب المعاصرة من الاتجاه الواضح نحو المعارضة، وترى أن كثيرين ممن يتحدثون عن ثقافة الشباب ولا يعتبرونها بمثابة خبرة انتقالية وإنما في نظرهم ثقافة مضادة تعبر عن نجد سافر للقيم والمعايير التي يعتبرها المجتمع أساس النظام القائم. (عامر، 2015، الصفحات 120-121)

ولعل هذه الحقائق هي التي دفعت علماء الاجتماع المهتمين بقضايا الشباب إلى صياغة مفهوم ثقافة الشباب بالصيغة التي عرضناها والتي تعبر عن مجموعة من القيم والممارسات السلوكية التي يكوها الشباب وتمثل ثقافة فرعية متميزة داخل الثقافة الأكبر (الأم) والأكثر من ذلك كما يقول محمد علي محمد أن جماعات الشباب ذات الثقافة الخاصة تتطوي هي

الأخرى على محددات متعارف عليها بين أعضائها للمكانة الاجتماعية، ومقاييس الهيمنة، ومعايير القيادة، وتتسم هذه الثقافة بدورها بالتنوع والتباين وبالاختلاف الوسيط الاجتماعي الذي تنشأ فيه أو تتبع منه. (عامر، 2015، الصفحات 121-126)

## 2- ثقافة متغيرة :

بفعل التغييرات الاجتماعية الجارية والتمسرة والتي يرجعها الكثير من الدارسين إلى عدة أسباب من أهمها التطور الكبير الذي أثر على فئة الشباب، فأصبحت ثقافته من ثقافة وسائل الاتصال الجديدة والتي تقوم بنقل الخبرات البشرية المختلفة وتسويقها في شكل قيم ثقافية، مما يجعل ثقافة الشباب في أي منطقة من الكرة الأرضية عرضة لهذه التغييرات "لأن سرعة التغييرات في الثورة التكنولوجية لها انعكاسا، وأبرزها أنها تتدخل في صوغ شكل هويته اعتمادا على هذا المعطى، أي التغير والسرعة في الانقلابية مما يجعل من عملية فهم ومتابعة توجهات هذا الجيل عملية أشبه بالمستحيلة فلم نفهم هؤلاء الشباب ولا الذين يقومون به وكيف تتعامل معهم. (وآخرون، 2010، صفحة 08)

وكل جديد وافد يؤدي إلى تغيير ما في القيم الموروثة، وهو ما يسمح بتشكيل ثقافة جديدة تحمل معايير وقيما مستحدثة أو منقولة من الطرف الآخر "وتشكل الثقافة الفرعية نظاما تقاضيا ينتج عناصر ثقافية دون غيرها تستخدم هذه العناصر في تطوير وإكساب هوية أخرى خارج الهوية الموروثة التي يكتسبها الفرد في الإطار الأسري أو بيئة العمل، وتعمل الثقافة الفرعية على تشكيل طريقة وأسلوب للحياة تتميز به فئة الشباب عن غيرها من الفئات الاجتماعية وتقدم ثقافة الشباب حولا للتناقضات والأسئلة الوجودية للشباب". (عباسي، 2015، صفحة 130)

## 3- ثقافة تفاعلية :

أهم العوامل المساعدة على تشكيل الثقافة الخاصة بالشباب، سعيهم الدروب من أجل التفاعل مع كل ما هو جديد، مما يدفعهم إلى التمرد على ثقافة المجتمع وعلى رؤية الجيل الذي يسبقهم وتمرد الشباب هو أحد أهم العوامل الدافعة في تشكيل ثقافتهم خاصة عن ثقافة

الفصل الثالث: التغير القيمي لدى الشباب الجامعي

---

المجتمع، والتي تتشكل في الأغلب عن طريق ثقافة الكبار، وهو ما يؤدي في النهاية إلى إحداث نوع من التباعد والانفصال بينهم وبين مجتمعهم. (إسماعيل، 2009، صفحة 36)

نظرًا لما يمر به المجتمع من تغيرات سريعة، خاصة مع تنامي موجة العولمة وما صاحبها من تطورات هائلة في مختلف مجالات المجتمع وما ينتج عنها من تغيرات، فإن القيم هي واحدة من القضايا المثيرة للجدل الكبير.

هنالك من يعتقد أن القيم ثابتة، وآخرون يختلفون لأنهم يشيرون إلى أن القيم تتغير باستمرار، مما يؤثر على النظام الاجتماعي بأكمله وهذا يعني أن تكون مدرجًا من ناحية لإملاءات الفكر الاجتماعي، والأفكار التي تتبناها هذه المجموعة الاجتماعية، والقيم المتغيرة بسرعة أو ببطء من ناحية أخرى حيث تعتبر القيم معالم المجتمع وصوره في أذهان أعضائه لأنها الإطار المرجعي الذي يربط تفكير المجتمع بأهدافه.

تعد الثقافة من أبرز المقومات الأساسية التي تبني عليها الأمم والمجتمعات، وهذا يرجع للأهمية الكبرى التي تكتسبها في نقل التراث المادي والمعنوي من جيل الآباء إلى جيل الأبناء، إن للثقافة الأثر البالغ على شخصية الفرد ودورها دائم ومستمر في تشكيل شخصيته، أو تعتبر البوصلة التي تتحكم في توجيه المجتمع بحيث تعددت وظائفها في المحافظة على كيانه من خلال المصادر التي تعتمد عليها في بناء منظومته الفكرية والروحية والمعرفية، ما جعله متميزًا عن غيره بتلك المقومات، والتي تكتسب من طرف الفرد في محيطه الاجتماعي، وتزوده بالخبرات الجديدة، وأنماط السلوك المرغوب فيها، وتحدد له القيم والمعايير التي يجب أن يتبناها، ويسعى للمحافظة عليها، تعددت طرق اكتساب الثقافة من وسائل تقليدية إلى وسائل جديدة نجمت عن التغيرات التكنولوجية الحديثة التي أحدثت طفرة عميقة في بناء المجتمع والارتباطات المتعلقة بها وظهرت مدارس توجهات فكرية ونظريات عديدة أصلت للثقافة ودورها الفعال في بناء الفرد والمجتمع، وبينت كيف تتشكل الثقافة بفعل المؤثرات، كيف يتم انتقالها من جيل إلى جيل آخر، وكيفية حمايتها من العولمة التي غيرت وجه العالم، والتداعيات الناتجة عن ذلك، وخاصة الثقافة الفرعية المتعلقة بفئة الشباب التي أصبحت اليوم على محك المواجهة بين تناقضات العصر حول مفردات الأصالة والمعاصرة، التقليدي والجديد، المحلي والأطراف... الخ

# الفصل الرابع

---

## الفصل الرابع: الإجراءات الميدانية للدراسة.

تمهيد

أولاً: مجالات الدراسة

1 المجال المكاني

2 المجال البشري

3 المجال الزمني

ثانياً: مجتمع الدراسة والعينة

ثالثاً: منهج الدراسة

رابعاً: أدوات جمع البيانات

خامساً: المعالجة الإحصائية ( القواعد والقياسات الإحصائية )

## تمهيد:

الفصل التطبيقي للدراسة الميدانية هو عنصر مكمل للفصلين السابقين المنهجي والنظري ، فبعدما تطرقنا إلى الإطار المنهجي الذي وضعناه من خلال الجوانب المنهجية بكل تفاصيلها عن موضوع الدراسة، والجانب النظري الذي حاولنا من خلاله الإلمام بكل المعلومات والبيانات المتعلقة بموضوع بحثنا، سنتطرق في هذا الفصل إلى الإطار التطبيقي والذي سنحاول فيه الإجابة عن التساؤل الرئيسي لموضوع الدراسة من تفرغ البيانات التي تحصلنا عليها بعد إجراء دراستنا الميدانية ثم القيام بتحليلها وتفسيرها والوصول إلى نتائج.

## 1. مجالات الدراسة

تبرز أهمية الدراسة الميدانية في أهمية التقنيات العلمية والمنهجية المتبعة في جمع المعلومات حول موضوع الدراسة من أجل الوصول إلى النتائج المرجوة بالإضافة إلى الاعتماد على المنهج المناسب أدوات الاستقصاء الميداني المستخدمة، في خضم هذا الطرح تم بلورة مجموعة من الإجراءات المنهجية والمعرفية وفقا لموضوع البحث وللتساؤلات المنطلق منها في بداية الدراسة.

### 1.1. المجال المكاني:

أجريت الدراسة الميدانية على طلبة جامعة محمد بوضياف بالمسيلة

**1.2. المجال الزمني:** يعبر المجال الزمني عن المدة التي يستغرقها الباحث لمعرفة واقع الاعلام الجديد وعلاقتها بالتغير القيمي وذلك وفقا لسمات وخصائص المنهج الوصفي، ويمكن تقسيم المدة الزمنية إلى مرحلتين هما:

**المرحلة الأولى** حيث كان النزول للميدان لأول مرة يوم 14 مارس 2023 على الساعة 00:14 مساء حيث تم إجراء مقابلة، مع أحد الطلبة والتعرف أكثر على ميدان الدراسة.  
**المرحلة الثانية:** امتدت هذه المرحلة من 20 ماي 2023 إلى غاية 24 ماي 2023 حيث خصصت هذه الفترة للقيام بعملية توزيع الاستمارات على عينة البحث، حيث وزعت 70 استمارة على الطلبة عينة البحث وجمعها، تم استرجاع 67 استمارة وضياع ثلاث استمارات.  
**1. المنهج المستخدم في الدراسة:**

للقيام بأي دراسة علمية وللوصول إلى الحقائق معينة وجب إتباع منهج واضح ومحدد يساعد على دراسة المشكلة وتشخيصها وعليه فإن المناهج التي تطبق في دراسة الظواهر الاجتماعية تختلف وتتعدد بتعدد الموضوعات المدروسة لذا فإن اختيار منهج من بين عدة مناهج يعتمد على طبيعة الموضوع المدروس والأهداف المراد تحقيقها من خلاله وبهذا نجد المنهج الوصفي الذي يهدف إلى دراسة ظاهرة لها خصائصها وأبعادها ويقوم على جمع البيانات وتصنيفها ومحاولة تفسيرها وتحليلها استنادا إلى البيانات المجملة حولها من أجل

معرفة تأثير العوامل التي تتحكم فيها وبالتالي الوصول إلى نتائج.(حسن عثمان، ب ت، ص24)

ولقد اعتمدنا على المنهج الوصفي لأنه الأنسب للدراسات التي تعتمد على الوصف وتشخيص الظواهر، ولأن دراستنا هذه تتناسب وخصائصه، فقد تم استخدامه باعتباره يساعد في الكشف عن واقع الاعلام الجديد ومنه الوقوف على علاقته بالتغير القيمي لدى طلبة الجامعة محل الدراسة، من خلال اختبار فرضيات الدراسة بإثباتها أو نفيها.

من أجل تحقيق أهداف الدراسة والتعرف على علاقة الاعلام الجديد بالتغير القيمي، وذلك بالاعتماد على البيانات المتمثلة في البيانات الأولية: تم إعداد استبانة الدراسة وتوزيعها على مجتمع الدراسة، لغرض تجميع المعلومات اللازمة حول موضوع البحث ومن ثم تفريغها وتحليلها باستخدام البرنامج الإحصائي SPSS.

## 2. أدوات جمع البيانات:

يركز الباحث على وسائل جمع البيانات المتعلقة بالظاهرة أو الموضوع المراد دارسته واختبار التقنية أو الأداة المناسبة للوصول إلى حقائق إيجابية وسليمة تفسر الظاهرة المدروسة لتحديد العلاقة بين الاعلام الجديد والتغير القيمي فقد استعنا بالأدوات التي لها صلة وثيقة بالظاهرة المدروسة داخل ميدان الدراسة وبذلك فالاستفادة كانت من الملاحظة المباشرة واستمارة المقابلة.

**الملاحظة المباشرة:** تعتبر تقنية الملاحظة المباشرة من بين تقنيات جمع البيانات المتعلقة بالظاهرة وهي الخطوة الأولى من خطوات البحث العلمي. فهي المشاهدة أو المراقبة الدقيقة لسلوك أو ظاهرة ما، تسجل الملاحظات عنها والاستعانة بأساليب الدراسة المناسبة لطبيعة ذلك السلوك أو الظاهرة بغية تحقيق أفضل النتائج والحصول على أدق المعلومات. ( محمد الشريف ع.1996.ص118)

ويشاع استخدام أداة الملاحظة المباشرة كتي ار للتعرف على العديد من الأمور والمعلومات التي تفيد الموضوع والتعمق أكثر لمنطلقات الإشكالية في إطار الغوص وفهم

أفراد العينة من خلال ممارستهم لمختلف نشاطاتهم وعلاقاتهم التي تشير إلى تطابق الواقع مع النظري، واستخدام هذه الأداة لملاحظة المظاهر التي تشير إلى القيم الدينية نحو المؤسسة والانسجام والتعاون والاندماج كمعالم تدعيميه لمدلولات المبحوثين أو أفراد العينة التي من شأنها تساهم في استيعاب الموضوع أكثر والتعمق فيه ومعرفته بشكل أكبر.

**3.2. الاستمارة:** تعد الاستمارة من أكثر الأدوات الملائمة ف البحوث الوصفية وهي أداة أساسية لجمع البيانات أما باقي الأدوات فهي تقنيات مدعمة ومكملة لها. (زرواتي، 2002، ص123)

وتعني الاستعانة بطريقة السؤال للحصول على معلومات معينة تتعلق بموضوع البحث، واشتملت استمارة البحث على ثلاثة محاور بها 51 سؤالاً.

المحور الأول تضمن البيانات الشخصية للعمال وتضمن 04 أسئلة .

المحور الثاني متعلق بالإعلام الجديد واحتوى على 24 سؤالاً تتماشى ومؤشرات المحور.

المحور الثالث خاص بالتغير القيمي به 23 أسئلة.

### 3. عينة الدراسة وطريقة اختيارها:

تتدرج عينة البحث ضمن العينة العرضية، على أساس ان كل طالب من طلبة

جامعة المسيلة هو فرد من العينة وبالتالي وزعنا ما مجموعه 70 استمارة.

الأساليب الإحصائية المستخدمة:

جدول رقم (02): فئات مقياس الإجابة على الفقرات

الدرجات	درجات السلم
نعم	1
لا	2

## خلاصة :

بعد أن عرضت في هذا الفصل الخطوات والإجراءات المنهجية المتبعة في الدراسة الميدانية لهذا البحث، والتي تعتبر من أهم الخطوات الأساسية لأي بحث علمي، بدأ من الدراسة الاستطلاعية وتحديد المنهج الذي يتوافق مع الدراسة " المنهج الوصفي " وأيضاً اختيار مجتمع وعينة الدراسة، وتحديد الأدوات المناسبة لجمع البيانات، وصولاً إلى تحديد الأساليب الإحصائية لمعالجة البيانات، وفي الفصل القادم سأتطرق لعرض ومناقشة وتحليل النتائج التي تحصلت عليها

# الفصل الخامس

## الفصل الخامس: عرض وتحليل النتائج وتفسيرها.

تمهيد

أولاً: الأساليب الإحصائية المستخدمة في تحليل بيانات الاستبيان.

ثانياً: تحليل ومناقشة نتائج الاستبيان.

ثالثاً: تحليل البيانات المتعلقة بأبعاد الدراسة.

رابعاً: اختبار فرضيات الدراسة:

خامساً: الاستنتاج العام

### تمهيد:

بعد عرض الإجراءات المنهجية للدراسة، سنقوم في هذا الفصل الأخير بعرض النتائج التي تحصلت عليها في الدراسة، والتي رتبها المعالجة الإحصائية للبيانات بعد تطبيق أدوات جمع البيانات لهذه الدراسة على عينة من الشباب الجامعي لجامعة المسيلة ، ومن ثم عرض وتحليل النتائج ومناقشتها، والتطرق إلى عرض ومناقشة النتائج المتحصل عليها والتي تخص الدراسة.

## أولاً: الأساليب الإحصائية المستخدمة في تحليل بيانات الاستبيان.

بعد الحصول على البيانات وجمعها تأتي عملية التحليل والتي تتطلب بعض الأساليب الإحصائية، وقد تم استخدام برنامج الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS) لتحليل إجابات أفراد عينة الدراسة، حيث يتم الحصول على النتائج مباشرة بعد تفريغ البيانات في البرنامج، وقد قمنا باستخدام الأساليب الإحصائية المتاحة في هذا البرنامج كالتالي:

### 1- أساليب الإحصاء الوصفي: وتم فيه استخدام الاختبارات الإحصائية التالية.

**التوزيعات التكرارية:** تهدف إلى التعرف على تكرار الإجابات عند أفراد العينة وأيضاً الحصول على مختلف الأشكال البيانية من دوائر نسبية، أعمدة... الخ، التي تساعدنا على معرفة خصائص العينة المدروسة.

**النسب المئوية:** تم استخدام النسب المئوية لمعرفة نسبة الأفراد الذين اختاروا كل بديل من بدائل الأجوبة عن أسئلة الاستمارة.

**المتوسط الحسابي:** وذلك لمعرفة اتجاه آراء المستجوبين حول كل عبارة من عبارات الاستبيان.

**الانحراف المعياري:** تم استخدامه للتعرف على مدى انحراف إجابات أفراد العينة لكل عبارة عن متوسطها الحسابي، ويلاحظ أن الانحراف المعياري يوضح التشتت في إجابات أفراد العينة.

### 2- أساليب الإحصاء الاستدلالي: وتم فيه استخدام الاختبارات الإحصائية التالية.

**معامل الارتباط:** وذلك لمعرفة هل هناك علاقة بين المتغير التابع والمستقل، وقوة العلاقة حيث يكون الارتباط قويا عند اقتراب قيمته من الواحد الصحيح، وضعيفا عند اقترابه من الصفر، وتكون قيمته موجبة عندما يكون الارتباط طردي، وعندما تكون القيمة سالبة يكون الارتباط عكسي.

**معامل الثبات ألفا كرونباخ (alpha cronbach ' s):** ويستخدم لإجراء اختبار الثبات لعبارات الاستمارة، أو بعبارة أخرى ثبات الاستبيان يعني الاستقرار في النتائج وعدم تغييرها

الفصل الخامس: عرض وتحليل النتائج وتفسيرها

بشكل كبير لو تم إعادة توزيعها على أفراد المجتمع عدة مرات خلال فترة زمنية معينة، ويأخذ قيمة تتراوح بين الصفر والواحد.

### اختبار صدق وثبات أداة الدراسة:

سيتم تقنين فقرات الاستبيان والتأكد من صدقها إما عن طريق الصدق الظاهري أو الداخلي وكذلك سيتم التأكد من ثبات فقرات الاستبيان.

تم تقنين فقرات الاستبيان وذلك للتأكد من صدق فقراتها من خلال ثبات أداة الدراسة حيث تم إجراء خطوات الثبات على العينة نفسها بطريقة معامل ألفا كرونباخ، حيث نستعمل هذا المعامل لقياس مد ثبات أداة الدراسة، وتعتبر قيمتها مقبولة إذا كانت 60% فأكثر وكانت نتائج اختبار ألفا كرونباخ كما يلي:

### جدول رقم (03): نتائج اختبار ثبات وصدق الدراسة للأبعاد والمحاور.

الأبعاد والمحاور	عدد الفقرات	معامل الثبات
الفييس بوك	8	0.708
التيك توك	8	0.765
اليوتيوب	8	0.869
التغير القيمي	23	0.698
إجمالي فقرات الاستبيان	47	0.755

المصدر: من إعداد الطالبة من مخرجات برمجية Spss v25.

من خلال الجدول رقم (03) نلاحظ أن كل نسب الثبات المتغيرات الدراسة تقريبا كلها مقبولة حيث كانت أكبر من النسبة المرجعية (60%)، أما المحور الثاني فبلغت نسبته (69.8%) وهي كذلك نسبة مقبولة لأنها أكبر من (60%) وقد بلغ معامل الثبات لجميع فقرات الاستبيان بشكل عام (75.5%) وهذا ما يعني بأنها قيمة جيدة لثبات الاستبيان ونسبة مقبولة لأغراض التحليل وهذا ما يدل على ثبات وصدق أداة الدراسة.

الفصل الخامس: عرض وتحليل النتائج وتفسيرها

### المبحث الثالث: تحليل ومناقشة نتائج الاستبيان.

سيتم في هذا المبحث تحليل ومناقشة النتائج المتوصل إليها من خل التفرغ وتحليل الاستبيان في برنامج SPSS الإحصائي، لإجراء المعالجة الإحصائية اللازمة لوصف خصائص مجتمع الدراسة.

#### المطلب الأول: تحليل خصائص عينة الدراسة

من أجل معرفة خصائص العينة المدروسة، تم الاعتماد على إجابات الطلبة مؤسسة مطاحن الحضنة فيما يخص الجزء الأول (بيانات وصفية) للعينة المدروسة من الاستبيان، وهو ما سنوضحه فيما يلي:

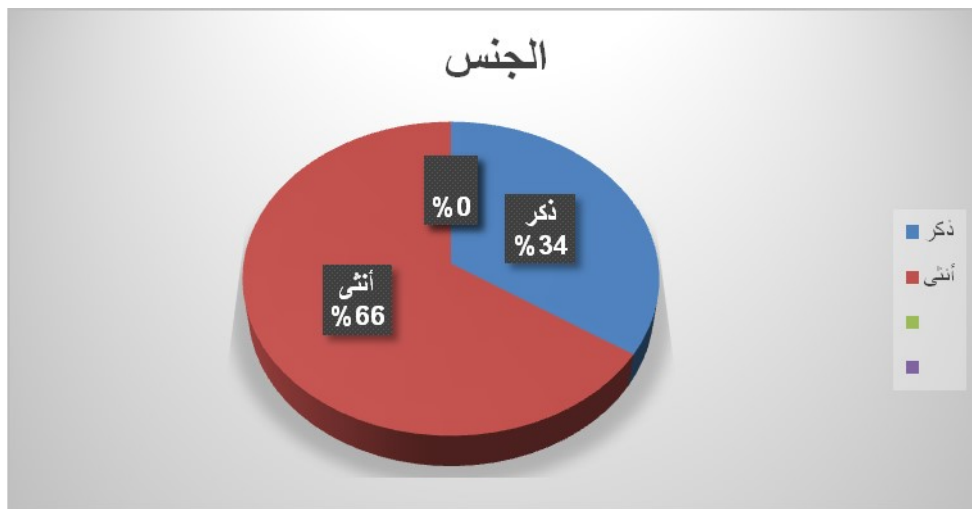
توزيع أفراد العينة حسب جنسهم: يوضح كل من الجدول والشكل البياني التاليين توزيع أفراد العينة وفقا لمتغير الجنس

جدول رقم (04): توزيع أفراد العينة حسب الجنس

الجنس			
النسبة	التكرار		
34.3	23	ذكر	Valide
65.7	44	أنثى	
100.0	67	Total	

المصدر: من إعداد الطالبة من مخرجات برمجية Spss v25.

شكل رقم (01): توزيع أفراد العينة حسب الجنس.



المصدر: من إعداد الطالبة من نتائج الجدول السابق

الفصل الخامس: عرض وتحليل النتائج وتفسيرها

من خلال الجدول والشكل البياني السابقين يتضح لنا توزيع أن أغلب أفراد العينة من الإناث إذ يمثلون ما نسبته 66% من أفراد العينة، أما الباقي فهم إناث وقدرت نسبتهن بـ 34% من أفراد العينة، وهذا يرجع لسيطرة فئة الإناث على فئة الذكور لطلبة جامعة المسيلة من جهة ومن جهة أخرى خصوصية الباحثة كونها أنثى.

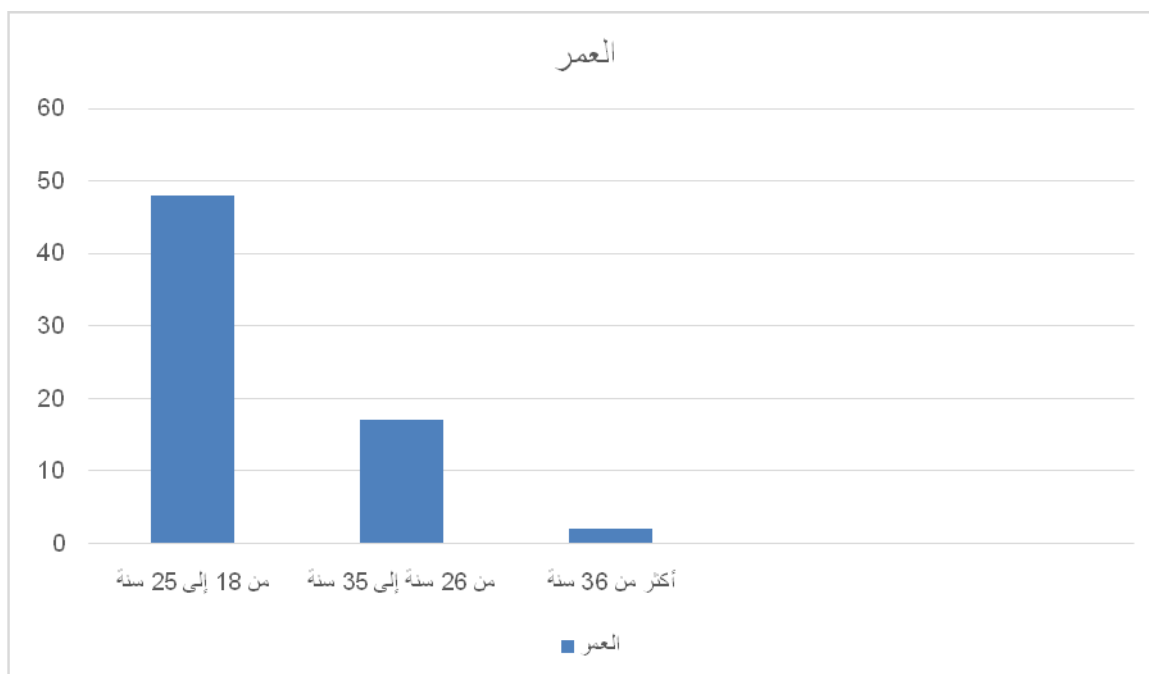
توزيع عينة الدراسة وفقاً لمتغير السن: يوضح كل من الجدول والشكل البياني التاليين توزيع أفراد العينة وفقاً لمتغير العمر.

جدول رقم (05): توزيع أفراد العينة حسب أعمارهم

العمر					
Pourcentage cumulé	Pourcentage valide	Pourcentage	Fréquence		
71.6	71.6	71.6	48	من 18 إلى 25 سنة	Valide
97.0	25.4	25.4	17	من 26 سنة إلى 35 سنة	
100.0	3.0	3.0	2	أكثر من 36 سنة	
	100.0	100.0	67	Total	

المصدر: من إعداد الطالبة من مخرجات برمجية Spss v25.

شكل رقم (02): توزيع أفراد العينة حسب أعمارهم.



المصدر: من إعداد الطالبة من نتائج الجدول السابق.

من خلال الجدول والشكل البياني السابقين يتضح لنا توزيع أفراد العينة حسب أعمارهم وكما هو موضح فإن النسبة المسيطرة على فئة الطلبة عمرهم ما بين 18 سنة و 25

الفصل الخامس: عرض وتحليل النتائج وتفسيرها

سنة تتجاوز النسبة 71%، أما نسبته 17% عمرهم من 26 إلى 35 سنة، أما الفئة القليلة التي كانت أعمارهم فوق 36 سنة لم تتعدى النسبة 2% وهذا راجع لطبيعة مجتمع البحث الذي يتميز بالشبابية المطلقة.

### توزيع عينة الدراسة وفق المؤهل العلمي:

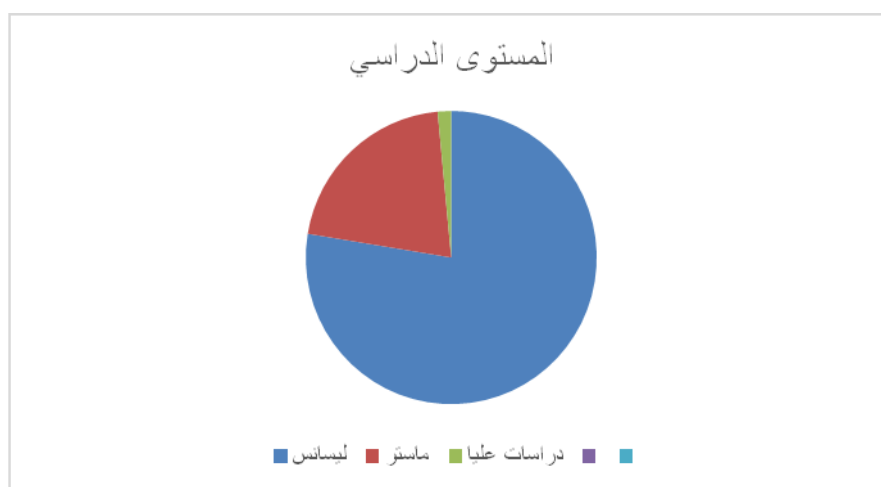
يوضح كل من الجدول والشكل البياني التاليين توزيع أفراد العينة وفقا لمؤهلهم العلمي

جدول رقم (06): توزيع أفراد العينة حسب المستوى الدراسي

المستوى_التعليمي					
Pourcentage cumulé	Pourcentage valide	Pourcentage	Fréquence		
77.6	77.6	77.6	52	ليسانس	Valide
98.5	20.9	20.9	14	ماستر	
100.0	1.5	1.5	1	دراسات عليا	
	100.0	100.0	67	Total	

المصدر: من إعداد الطالبة من مخرجات برمجية Spss v25.

شكل رقم (03): توزيع أفراد العينة حسب المستوى الدراسي



المصدر: من إعداد الطالبة من نتائج الجدول السابق

من خلال الجدول والشكل البياني السابقين يتضح لنا توزيع أفراد العينة حسب المستوى الدراسي وكما هو موضح فإن ما نسبته 77% من أفراد العينة مستواهم العلمي ليسانس، وأن ما نسبته 21% فقد كان مستواهم ماستر، وأن ما نسبته 1.5% مستواهم الدراسي دراسات عليا، ويفسر ذلك بتنوع أفراد هذه العينة

## تحليل البيانات المتعلقة بأبعاد الدراسة:

سنركز في هذا الجزء على تحليل البيانات المتعلقة بالاعلام الجديد وعلاقته بالتغير القيم للسباب الجامعي، ونستعرض فيما يلي إجابات أفراد العينة حسب كل محور.

**تحليل البيانات المتعلقة بالمحور الأول: الاعلام الجديد:** لمعرفة مدى استعمال وسائل الاعلام الجديد من وجهة نظر الطلبة، تم التحقق من تطبيق كل بعد وذلك من خلال حوصلة النتائج المتوصل إليها في الجداول التالية:

**تحليل البيانات المتعلقة بالبعد الأول (الفييس بوك):** لمعرفة مدى استخدام الفييس بوك من وجهة نظر الطلبة، تم حوصلة النتائج المتوصل إليها في الجدول التالي:

**جدول رقم (07): تحليل البيانات المتعلقة بالبعد الأول: الفييس بوك**

الرقم	فقرات بعد الفييس بوك	الإجابة			المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	معامل الاختلاف	اتجاهات الآراء
		التكرار والنسبة المئوية	نعم	لا				
1	أقضي وقتاً في تصفح محتوى هذا التطبيق.	التكرار	60	7	0.273	0.523	1.30	نعم
		النسبة	89.6	10.4				
2	أزور موقع الفييس بوك يومياً أكثر من مرة.	التكرار	50	17	0.192	0.438	1.25	نعم
		النسبة	74.6	25.4				
3	أقضي أوقات الفراغ في تصفح المنشورات بالتطبيق.	التكرار	38	29	0.249	0.499	1.43	نعم
		النسبة	56.7	43.3				
4	أشارك المنشورات وفق اهتماماتي.	التكرار	42	25	0.237	0.487	1.37	نعم
		النسبة	62.7	37.3				
5	أتابع باهتمام التحديثات التي تطرأ على صفحات المتابعة.	التكرار	31	36	0.252	0.502	1.54	لا
		النسبة	46.3	53.7				
6	يمر الوقت دون أن أشعر به عند استعمالي للتطبيق.	التكرار	40	27	0.244	0.494	1.40	نعم
		النسبة	59.7	40.3				
7	استفيد شخصياً من انضمامي للمجموعات المختلفة.	التكرار	41	26	0.241	0.491	1.39	نعم
		النسبة	61.2	38.8				
8	يحظى هذا التطبيق بانتشار واسع لدى فئة الشباب الجامعي.	التكرار	60	7	0.095	0.308	1.10	نعم
		النسبة	89.6	10.4				
المجموع					0.22	0.46	51.3	نعم

المصدر: من إعداد الطالب من مخرجات برمجية Spss v25.

انطلاقاً من المعطيات الموجودة في الجدول أعلاه فإن أغلبية العينة تقضي وقتاً في تصفح محتوى هذا التطبيق أي الفيسبوك بنسبة 89.6% وهذا نظراً لانتشاره في أوساط الطلبة لما له من استعمالات عدة بينما كانت فئة من العينة لا تقضي وقتاً في تصفحه إذ بلغت نسبة 10.4% وهذا راجع لفئة قليلة قد لا تملك هاتفاً ذكياً أو لقناعة مقاومة للتغير التكنولوجي.

كما أكدت أغلبية العينة على زيارة موقع الفيس بوك يومياً أكثر من مرة يومياً بنسبة فاقت 74.6% وهو أمر يكاد يصبح طبيعياً نظراً للاهتمام بمستجدات هذا العالم افتراضياً، وكانت الفئة المتبقية بنسبة 25.4% ترى أن لا حاجة لزيارة الموقع أكثر من مرة في اليوم بل تكاد أن تكون مرة واحدة في نهاية اليوم بحكم الانشغال بما يفيد من قراءة للكتب أو مراجعة الدروس والقيام بأنشطة مختلفة كالرياضة أو التنزه أو هويات أخرى.

تكاد تكون النسبة متقاربة إذ انقسمت الفئة إلى رأيين الأول يقضي أوقات الفراغ في تصفح المنشورات بالتطبيق بنسبة 56.7% والثانية بنسبة 43.3% ترى أن استغلال وقت الفراغ بما ينفع كما ذكر في التحليل السابق.

يرى أغلب الطلبة من العين أنهم يشاركون المنشورات وفق اهتماماتهم بنسبة 62.7% وقد تكون هذه الاهتمام مبنية على ما يعيشونه في وسط الجامعة من تبادل للمحاضرات أو نشر الإعلانات أو توقيت امتحانات أو ما شابه ذلك إلا أن 37.3% ترى أن نشر كل شيء على موقع الفيسبوك يعتبر نشرًا للأسرار العائلية والشخصية لذلك تتحاشى النشر وتكتفي بالتصفح فقط.

ومن خلال سؤالهم حول متابعة التحديثات التي تطرأ على صفحات المتابعة باهتمام كانت فعبروا عن بعدم الاهتمام بنسبة 53.7% أما المهتمون بهذا فهم 46.3% من العينة المبحوثة وهذا راجع لكون التحديثات لا تحمل الجديد بالنسبة إليهم.

تقاربت النسبة عندما طرح السؤال حول مرور الوقت دون أن يشعر به عند استعمالهم للتطبيق.

عبرت فئة من العينة بنسبة 62.2% وأكدوا استفادتهم شخصيا من انضمامهم للمجموعات المختلفة، خاصة ما تعلق بالمجموعات الخاصة بالطلبة والاقسام الإدارية والعلمية التابعة لها لما له أهمية في عملية الاتصال والتواصل، بينما كانت نسبة من الفئة وقدرها 37.8% كان لها رأي آخر كونهم لا يستفيدون لأنهم هم يقومون بالنشر في هذه المجموعات وأكدوا أنهم لم يستفيدوا لا ماديا ولا معنويا.

بينما اتفقت أغلب العينة على ان هذا التطبيق يحظى بانتشار واسع لدى فئة الشباب الجامعي بنسبة 89.6% وهذا راجع للأسباب المذكور سابقا ودرجة الأهمية التي يحملها هذا التطبيق بينما كانت نسبة 10.4% لها رأيها الخاص الذي ينفي ذلك .

يشير الجدول السابق إلى أن المتوسط الحسابي العام لفقرات بعد الفيس بوك قدر بـ 1.35 والانحراف المعياري لهذا البعد هو 0.22 وقدّر معامل الاختلاف بـ 27.19% هذه النسبة أقل من (50%) مما يعني اتفاق إجابات عينة الدراسة، كما أن بعد الفيس بوك كان مرتفعا إذ كان الاتجاه العام للبعد نحو تأكيد ذلك.

**تحليل البيانات المتعلقة بالبعد الثاني (التيك توك):** لمعرفة مدى الالتزام بتطبيق بعد التيك توك من وجهة نظر الطلبة، تم حوصلة النتائج المتوصل إليها في الجدول التالي:

**جدول رقم (08): تحليل آراء فقرات البعد الثاني التيك توك.**

الرقم	فقرات بعد التيك توك	الإجابة			معامل الاختلاف	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	اتجاهات الآراء
		التكرار والنسبة المئوية	نعم	لا				
1	أقضي وقتا في تصفح محتوى هذا التطبيق.	التكرار	34	33	0.254	0.504	1.49	نعم
		النسبة	50.7	49.3				
2	أزور موقع التيك توك يوميا أكثر من مرة.	التكرار	29	38	0.249	0.499	1.57	لا
		النسبة	43.3	56.7				
3	أقضي أوقات الفراغ في تصفح المنشورات بالتطبيق.	التكرار	25	42	0.237	0.487	1.63	لا
		النسبة	37.3	62.7				

الفصل الخامس: عرض وتحليل النتائج وتفسيرها

4	أشارك المنشورات وفق اهتماماتي.	التكرار	19	48	0.206	0.454	1.72	لا
		النسبة	28.4	71.6				
5	أتابع باهتمام التحديثات التي تطرأ على صفحات المتابعة.	التكرار	23	23	0.229	0.478	1.66	لا
		النسبة	34.3	44				
6	يمر الوقت دون أن أشعر به عند استعمالي للتطبيق.	التكرار	29	38	0.249	0.499	1.57	لا
		النسبة	43.3	56.7				
7	استفيد شخصيا من انضمامي للمجموعات المختلفة.	التكرار	21	46	0.218	0.467	1.69	لا
		النسبة	31.3	68.7				
8	يحظى هذا التطبيق بانتشار واسع لدى فئة الشباب الجامعي.	التكرار	49	18	0.199	0.447	1.27	نعم
		النسبة	73.1	26.9				
المجموع								
					0.23	80.4	1.57	لا

المصدر: من إعداد الطالبة من مخرجات برمجية Spss v25.

من خلال المعطيات المستقاة من الجدول أعلاه فإن النسبة متقاربة عند سؤال الطلبة حول قضاء وقتا في تصفح محتوى هذا التطبيق أي التيك توك بين مؤكد بنسبة 50.7% وذلك لاختلاف التوجه والشريحة فالشباب غير الملتزم يرى أن الفضاء متنزه وملهي مجاني يرى من خلاله العديد من الفيديوهات لشابات يرقصن وبدون دفع أي مبلغ، بينما ترى الفئة الأخرى 49.3% أن هذا التطبيق ماهو إلا دعوة للضلال ومضيعة للوقت فيما نهى الله عنها ويدخل ضمن اتقاء الشبهات وتحصين للنفس.

وتبقى النسب متقاربة حول زيارة موقع التيك توك يوميا أكثر من مرة، وهذا راجع للإعتبارات المذكورة سابقا.

بينما لا يقضي الطلبة وهم مفردات هذه العينة أوقات فراغهم في تصفح المنشورات بالتطبيق بنسبة 62.7% وهذا راجع لما ذكر سابقا وحتى من يمتلك هذا التطبيق عبر عن زيارته لذلك في مناسبات قليلة.

أيضا لا يشاركون المنشورات وفق اهتماماتي، بنسبة فاقت 71% كون أغلب المنشورات تدعوا إلى الفسق والانحلال لذلك يتحاشون تبادلها بينما رأفتة 29% غير ذلك وأكدت أن هذا التطبيق يحمل بعض الفيديوهات التعليمية والتثقيفية التي من الممكن متابعتها مع الجميع.

الفصل الخامس: عرض وتحليل النتائج وتفسيرها

أكد ما يقارب 74% من الفئة أن هذا التطبيق يحظى بانتشار واسع لدى فئة الشباب الجامعي، وهذا لاعتقادهم أنه يجلب المال والشهرة من خلال زيادة عدد المتابعين بينما رأى 26% من العينة أنه لا يحظى بذلك كون أن من جرب هذا التطبيق وجد أنه غير مجد ولا فائدة منه.

يشير الجدول أعلاه إلى أن المتوسط الحسابي العام لفقرات بعد المعلومات قدر بـ 1.57، والانحراف المعياري لهذا البعد هو 0.23 وقدر معامل الاختلاف بـ 31.39% هذه النسبة أقل من (50%) مما يعني اتفاق إجابات عينة الدراسة، كما أن بعد التيك توك كان عاليا إذ كان الاتجاه العام للبعد نحو الرفض، كما يشير الجدول.

**تحليل البيانات المتعلقة بالبعد الثالث اليوتيوب:** لمعرفة مدى استخدام اليوتيوب من وجهة نظر الطلبة، تم حوصلة النتائج المتوصل إليها في الجدول التالي:

**جدول رقم (09): تحليل البيانات المتعلقة بالبعد الثالث اليوتيوب**

الرقم	فقرات بعد اليوتيوب	الإجابة			معامل الاختلاف	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	اتجاهات الآراء
		التكرار والنسبة المئوية	نعم	لا				
1	أقضي وقتاً في تصفح محتوى هذا التطبيق.	التكرار	41	26	0.241	0.491	1.39	نعم
		النسبة	61.2	38.8				
2	أزور موقع اليوتيوب يومياً أكثر من مرة.	التكرار	32	35	0.253	0.503	1.52	لا
		النسبة	47.8	52.2				
3	أقضي أوقات الفراغ في تصفح المنشورات بالتطبيق.	التكرار	23	44	0.229	0.478	1.66	لا
		النسبة	34.3	65.7				
4	أشارك المنشورات وفق اهتماماتي.	التكرار	22	45	0.224	0.473	1.67	لا
		النسبة	32.8	67.2				
5	أتابع باهتمام التحديثات التي تطرأ على صفحات المتابعة.	التكرار	23	44	0.229	0.478	1.66	لا
		النسبة	34.3	65.7				
6	يمر الوقت دون أن أشعر به عند استعمالي للتطبيق.	التكرار	24	43	0.233	0.483	1.64	لا
		النسبة	35.8	64.2				
7	استفيد شخصياً من انضمامي للمجموعات المختلفة.	التكرار	35	32	0.253	0.503	1.48	نعم
		النسبة	52.2	47.8				
8	يحظى هذا التطبيق بانتشار واسع لدى فئة الشباب	التكرار	42	25	0.237	0.487	1.37	نعم

الفصل الخامس: عرض وتحليل النتائج وتفسيرها

				37.3	62.7	النسبة	الجامعي.
لا	51.5	90.4	40.2	المجموع			

المصدر: من إعداد الطالبة من مخرجات برمجية Spss v25.

من خلال المعطيات الموجودة في الجدول أعلاه فإن اليوتيوب يحظى بانتشار واسع لدى الطلبة فهم يقضون وقتا في تصفح محتواه فكانت ما نسبته 61.3% تؤكد استخدامها له، لكن زيارة هذا التطبيق ليست يوميا، حيث كانت ما نسبته 52.2% ترى أنه ليس بالضرورة زيارة هذا التطبيق يوميا وإنما في وقت الحاجة إليه، ولا يقضون أوقات الفراغ في تصفح المنشورات بالتطبيق لأن الفئة المستقصاة فئة متعلمة تعرف كيف تستثمر وقتها.

أيضا أكد الطلبة عدم مشاركتهم المنشورات والتي هي وفق اهتماماتهم لتغيير الاذواق والاعتقادات والتوجهات بين الطلبة فما نسبته 67.2% من العينة تؤكد ذلك لكن بقيت نسبة 32.8% ترى أنه من الضروري ارسال الدروس والمحاضرات وكل ما هو مهم وتبادلته مع الطلبة.

بينما يرى أغلب المبحوثين أن هذا التطبيق يحظى بانتشار واسع لدى فئة الشباب الجامعي، لنفس المعتقدات حول الثراء من خلال هذا التطبيق بنسبة 62.7%.

يشير جدول السابق إلى أن المتوسط الحسابي العام ل فقرات بعد التصميم قدر بـ 1.55، والانحراف المعياري لهذا البعد هو 0.24 وقدر معامل الاختلاف بـ 23.99% هذه النسبة أقل من (50%) مما يعني اتفاقا كبيرا للإجابات عينة الدراسة، كما أن مستوى التوتوب كان منخفضا إذ كان الاتجاه العام للبعد نحو رفض ذلك.

**تحليل البيانات المتعلقة بالمحور الثالث: التغيير القيمي:** لمعرفة مدى التغيير القيمي من وجهة نظر الطلبة، تم التحقق من ذلك من خلال حوصلة النتائج المتوصل إليها في الجداول التالية:

**تحليل البيانات المتعلقة بالبعد الأول القيم الدينية:** تم حوصلة النتائج المتوصل إليها فيما يتعلق بالبعد الاول (القيم الدينية) من خلال الجدول التالي:

جدول رقم (10): تحليل البيانات المتعلقة بالبعد الأول: القيم الدينية.

الرقم	فقرات بعد القيم الدينية	الإجابة			معامل الاختلاف	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	اتجاهات الآراء
		التكرار والنسبة المئوية	نعم	لا				
1	تعتقد ان وسائل التواصل الاجتماعي عززت فهمك للدين.	التكرار	43	24	0.233	0.483	1.36	نعم
		النسبة	64.2	35.8				
2	تبحث عن الفتوى في امور الدين من خلال الفضاء الإعلامي الجديد	التكرار	44	23	0.229	0.478	1.34	نعم
		النسبة	65.7	34.3				
3	تجد مرجعيتك في امور الدين في هذا الفضاء الإعلامي الجديد.	التكرار	34	33	0.254	0.504	1.49	نعم
		النسبة	50.7	49.3				
4	تؤمن بمفهوم الدين الرقمي.	التكرار	27	40	0.244	0.494	1.60	لا
		النسبة	40.3	59.7				
المجموع					0.24	90.4	81.4	نعم

المصدر: من إعداد الطالبة من مخرجات برمجية Spss v25.

من خلال المعطيات الموجودة في الجدول أعلاه نرى أن أغلب الفئة لا يعتقدون ان وسائل التواصل الاجتماعي عززت فهمهم للدين بنسبة من العينة وهي الأغلبية بلغت 64.2% كون أن هذا الفضاء لا يمكن أن يكون بديلا لمؤسسات التنشئة الاجتماعية وخاصة المسجد الذي له الدور الكبير في تعزيز وبناء شخصية المسلم وسقلها، فهذه المواقع تحتوي على مادة علمية دينية قد لا يعرف كاتبها ولا مصورها ولا حتى مصدرها وقد تكون ضارة أكثر منها نافعة، بينما ترى الفئة الأخرى التي بلغت نسبتها 35.8% أنه يمكن الاستعانة بهذه الوسائل بشرط معرفة المصدر في تعزيز وبناء شخصية الشاب. أكد ما نسبته 65.7% أنهم يبحثون عن الفتوى في امور الدين من خلال الفضاء الإعلامي الجديد كونه يختزل الزمن والمكان والتكلفة، خاصة الفتوى التي تكون بخط مباشر بينهم وبين شيوخ الفتوى وتكتسي طابع السرية، بينما يرى 34.3% أنه لا يمكن الاستعانة بهذه التطبيقات للأسباب المذكورة سابقا وكذلك توفر شيوخ الإسلام في كل مسجد او مؤسسة دينية كما أن وزارة الشؤون الدينية

الفصل الخامس: عرض وتحليل النتائج وتفسيرها

وضعت تحت تصرفهم خطوطا مجانية. انقسمت الفئة إلى مؤيد ومعارض بالتقارب في هذا السؤال حول كونهم يجدون مرجعيتهم في امور الدين في هذا الفضاء الإعلامي الجديد، فالذين أكدوا هم فئة الطلبة الذين يجهلون بالدين ولا يعلمون أن المرجعة الدينية مكتسبة ولا يمكن تبنيها من خلال هذه التطبيقات وهذا رأي الفئة الراضة.

وعند سؤالهم حول التدين الرقمي فكان أغلبية الفئة وبنسبة 59.7% ترى أنه لا يوجد تدين رقمي أصلا فالتدين هو الالتزام بتعاليم الإسلام في القلب وتطبعه الجوارح لا التطبيقات بينما ذهبت الفئة الأخرى وبنسبة 40.3% ترى أن التدين الرقمي يظهر على هذه التطبيقات وفي شخصية مستعملها كأن تترين بروفيلاتهم بآيات قرآنية، وفيديوات تعليمية ونشر لتعاليم الدين عبر هذا الفضاء الرقمي .

يشير جدول أعلاه إلى أن المتوسط الحسابي العام لفقرات متغير القيم الدينية للعمال قدر ب 1.48، والانحراف المعياري لهذا المحور هو 0.24 وقدر معامل الاختلاف ب 26.19 % هذه النسبة أقل من (50%) مما يعني اتفاق إجابات عينة الدراسة، وكان متغير القيم الدينية جيد مادام الاتجاه العام للبعد نحو تأكيد ذلك.

**تحليل البيانات المتعلقة بالبعد الثاني القيم الاجتماعية:** تم حوصلة النتائج المتوصل إليها فيما يتعلق بالبعد الثاني (القيم الاجتماعية) من خلال الجدول التالي:

**جدول رقم (11): تحليل البيانات المتعلقة بالبعد الثاني: القيم الاجتماعية.**

الرقم	فقرات بعد القيم الاجتماعية	الإجابة			معامل الاختلاف	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	اتجاهات الآراء
		لا	نعم	التكرار والنسب المئوية				
1	أشارك المنشورات التي تنشر القيم الاجتماعية.	25	42	التكرار	0.237	0.487	1.37	نعم
		37.3	62.7	النسبة				
2	أشارك المنشورات التي يطلب أصحابها المساعدة (عملية جراحية؛ شراء دواء؛ طلب تدخل....)	02	65	التكرار	2690.	5260.	881.	نعم
		7.2	92.8	النسبة				
3	اتلقى برحابة صدر تعليقات الآخرين على منشوراتي.	28	39	التكرار	0.247	0.497	1.42	نعم
		41.8	58.2	النسبة				
4	اتفاعل مع منشورات الأصدقاء التي تدعو للمشاركة المجتمعية وأدعمها.	20	47	التكرار	0.213	0.461	1.30	نعم
		29.9	70.1	النسبة				

الفصل الخامس: عرض وتحليل النتائج وتفسيرها

لا	1.54	0.502	0.252	36	31	التكرار	اثر وسائل الاعلام الجديد على دائرة علاقاتك الاجتماعية	5
				53.7	46.3	النسبة		
نعم	11.4	90.4	40.2	المجموع				

المصدر: من إعداد الطالبة من مخرجات برمجية Spss v25.

من خلال المعطيات الموجود في الجدول أعلاه يمكن التعليق عليها، إذ إن أغلب الفئة المستقصات أكدت مشاركتها للمنشورات التي تنشر القيم الاجتماعية، وهذا راجع للشخصية السليمة وتشبع المجتمع الجزائري عموماً وفئة الشباب الجامعي خصوصاً بها لذلك فهو ينشر كل قيم التسامح والتضامن والتآزر والتعاون فعبّر 62.7% من العينة عن ذلك. فهم ومن خلال السؤال الذي يليه حول مشاركتهم المنشورات التي يطلب أصحابها المساعدة (عملية جراحية؛ شراء دواء؛ طلب تدخل....) كانت إجابات الأغلبية تؤكد هذا وبنسبة 92.8% كون أن الفئة المعنية تؤكد أنها تساعد مادياً ومعنوياً وأضعف الإيمان أن يقوموا بنشر ذلك على الفضاء الأزرق.

أكد المبحوثون أنهم يتلقون وبصدر رحب تعليقات الآخرين على منشوراتهم وبنسبة فوق المتوسط إذ بلغت 58.2%. بينما ترى الفئة الأخرى أن التعليقات ليست للانتقاد البناء بل هي تجريح وإساءة لذلك لا يقبلون التعليق على منشوراتهم.

يتفاعل المبحوثون مع منشورات الأصدقاء التي تدعو للمشاركة المجتمعية ويدعمونها كون هذه من بين القيم الاجتماعية السائدة في المجتمع فهم أكدوا ذلك بنسبة فاقت 70%، أما ما نسبته 30% فهم يرون أن نشر مثل هذه المنشورات يدعو إلى التقاخر والرياء فهم يعملون في صمت.

لم تؤثر وسائل الاعلام الجديد على دائرة العلاقات الاجتماعية كونها مازالت حديثة العهد ولم تدخل ضمن مسببات التغيير الاجتماعي وهذا ما عبر عن 53.7% من عينة الدراسة، بينما يرى 46.3% أن هذه الوسائل أثرت خاصة لمن لهم هشاشة اجتماعية في شخصيات ويتأثرون بالمأثرين والمؤثرات الاجتماعيين، فهم من يحددون لهم الطريق وكيفية تكوين علاقاتهم الاجتماعية.

الفصل الخامس: عرض وتحليل النتائج وتفسيرها

يشير جدول أعلاه إلى أن المتوسط الحسابي العام لفقرات متغير القيم الاجتماعية قدر بـ 1.41، والانحراف المعياري لهذا المحور هو 0.24 وقدّر معامل الاختلاف بـ 26.19 % هذه النسبة أقل من (50%) مما يعني اتفاق إجابات عينة الدراسة، وكان متغير القيم الدينية جيد مادام الاتجاه العام للبعد نحو التأكيد.

تحليل البيانات المتعلقة بالبعد الثالث القيم الاقتصادية: تم حوصلة النتائج المتوصل إليها فيما يتعلق بالبعد الثالث (القيم الاقتصادية) من خلال الجدول التالي:

جدول رقم (12): تحليل البيانات المتعلقة بالبعد الأول: القيم الاقتصادية.

الرقم	فقرات بعد القيم الاقتصادية	الإجابة			المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	معامل الاختلاف	اتجاهات الآراء
		التكرار والنسبة المئوية	نعم	لا				
1	حفزت وسائل الاعلام الجديد على العمل في البيئة الافتراضية.	التكرار	24	43	0.233	0.483	1.64	لا
		النسبة	35.8	64.2				
2	ساهمت وسائل الاعلام الجديد على ترشيد الاستهلاك ونبذ التبذير	التكرار	35	32	0.253	0.503	1.48	نعم
		النسبة	52.2	47.8				
3	عززت وسائل الاعلام الجديد محافظتك على المال العام (كممتلكات الجامعة)	التكرار	32	35	0.253	0.503	1.52	لا
		النسبة	47.8	52.2				
4	تساعدك وسائل الاعلام الجديد في استثمار الوقت في العمل .	التكرار	27	40	0.244	0.494	1.60	لا
		النسبة	40.3	59.7				
المجموع					260.	500.	91.5	لا

المصدر: من إعداد الطالبة من مخرجات برمجية Spss v25.

من خلال الجدول أعلاه يمكن تحليل البيانات، وبالنسبة للسؤال الأول فقد كانت نسبة عالية من المبحوثين ترى أن وسائل الاعلام الجديد لم تحفزهم على العمل في البيئة الافتراضية كون أن هذا الفضاء مليء بالمشاكل والعقبات خاصة ما تعلق بالجانب القانوني في مجال ممارسة التجارة الالكترونية فهو غير محمي ويمكن العمل في ظل هكذا بيئة فعبر عن ذلك 64.2% من عينة الدراسة، بينما يرى 35.8% أنه يمكن الاعلام الجديد ومن خلال عدة تطبيقات ساهمت في تحفيزهم للعمل في البيئة الافتراضية كونها تخلو من العراقيل

الفصل الخامس: عرض وتحليل النتائج وتفسيرها

والبيروقراطية الموجودة في الواقع كإنشاء سجل تجاري وضرائب وجمركة على السلع فهي وسائل تدر المال ولكن بحذر شديد وهذا ما عبر عنه.

انتشرت في الآونة الأخيرة حملات تحسيسية عبر وسائل الاعلام الجديد وعند سؤال المبحوثين عن مساهمة وسائل الاعلام الجديد في ترشيد الاستهلاك ونبذ التبذير فقد كانت النسبة الغالبة لذلك تؤكد مساهمة وسائل الاعلام الجديد في ذلك بنسبة بلغت 52.2% غير أن ما نسبته 47.8% رفضت ذلك لسببين الأول أنها فئة غير معنية بدفع فواتير الاستهلاك، والسبب الثاني أنه لاجابة لذلك فمعتقدات الدينية تنبذ مثل هذه التصرفات وتشبه المسرفين بالشياطين. وتقاربت النسب أيضا في السؤال المالي حول تعزيز وسائل الاعلام الجديد محافظتك على المال العام (كممتلكات الجامعة) فنفس التفسير لذلك. أكد أغلبية المبحوثين أن وسائل الاعلام الجديد لا تساعد في استثمار الوقت في العمل كونها سبب في هدر الوقت بنسبة تجاوزت 59.7% بينما رأى 40.3% أن العمل في هذه التطبيقات هو أمر مدر للمال.

يشير جدول أعلاه إلى أن المتوسط الحسابي العام لفقرات متغير القيم الدينية للعمال قدر بـ 1.59، والانحراف المعياري لهذا المحور هو 0.26 وقدر معامل الاختلاف بـ 26.19% هذه النسبة أقل من (50%) مما يعني اتفاق إجابات عينة الدراسة، وكان متغير القيم الاقتصادية منخفض مادام الاتجاه العام للبعد نحو رفض ذلك.

تحليل البيانات المتعلقة بالبعد الرابع القيم السياسية: تم حوصلة النتائج المتوصل إليها فيما يتعلق بالمحور الثاني (القيم السياسية) من خلال الجدول التالي:

جدول رقم (13): تحليل البيانات المتعلقة ببعده القيم السياسية.

الرقم	فقرات بعد الفيس بوك	الإجابة			المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	معامل الاختلاف	اتجاهات الآراء
		التكرار والنسبة المئوية	نعم	لا				
1	عززت وسائل الاعلام الجديد مشاركتك السياسية.	التكرار	17	50	0.192	0.438	1.75	لا
		النسبة	25.4	74.6				
2	نمت وسائل الاعلام الجديد مبدأ المساواة بين الجميع في الحقوق والواجبات.	التكرار	31	36	0.252	0.502	1.55	لا
		النسبة	45.2	54.8				

الفصل الخامس: عرض وتحليل النتائج وتفسيرها

نعم	1.48	0.503	0.253	32	35	التكرار	رفعت وسائل الاعلام الجديد من روح الوحدة الوطنية.	3
				47.8	52.2	النسبة		
نعم	1.36	0.483	0.233	24	43	التكرار	كرست وسائل الاعلام الجديد مبدا الحرية	4
				35.8	64.2	النسبة		
نعم	1.40	0.494	0.244	27	40	التكرار	ساهمت وسائل الاعلام الجديد في تعزيز الانتماء الوطني	5
				40.3	59.7	النسبة		
نعم	1.5	0.48	0.23					المجموع

المصدر: من إعداد الطالبة من مخرجات برمجية Spss v25.

من خلال تحليل بيانات الجدول السابق نلاحظ أن وسائل الاعلام الجديد لم تعزز المشاركة السياسية وهذا ما ذهب إليه أغلب المبحوثين بنسبة 74.6% لأن المعلوم أن فئة الشباب عازفة عن المشاركة السياسية أصلا بالرغم من الحملات الإعلامية سواء في المنصات القديمة وحتى الحديثة منها لكن ترى ما نسبته من 25.4% أن هذا الاعلام الجديد له دور في ذلك كونه قربهم من السياسيين وصاروا في احتكاك معهم واطلعوا على برامجهم السياسية.

الملاحظ تقارب الإجابة على السؤال حول تنمية وسائل الاعلام الجديد مبدأ المساواة بين الجميع في الحقوق والواجبات. فهذا الأمر لا يحتاج إلى وسائل إعلام لكي ينمى بل هو عقيدة مغروسة منذ نشأة الفرد وخاصة الجزائري سواء من مبدأ العقيدة او من مبدأ الأعراف والتقاليد.

من خلال طرح هذا السؤال حول مساهمة وسائل الاعلام الجديدة في الرفع من روح الوحدة الوطنية كانت الأغلبية تؤكد ذلك وحين نفت الفئة الأخرى هذا الطرح ليس نفيًا من ناحية رفع الروح الوطنية بل نفيًا لطرح السؤال في حد ذاته إذ أن الروح الوطنية تجري مجرى ولا يمكن لأي وسيلة من الوسائل أن تغير القيم المغروسة فيهم.

بينما كانت إجابات المبحوثين حول تكرر وسائل الاعلام الجديد مبدا الحرية كانت الأغلبية تؤكد ذلك بنسبة فاقت 64.2% كون أن وسائل الاعلام الجديد أعطت حرية مطلقة في التعبير عن الرأي والرأي الآخر من خلال هذه المنصات أو غيرها من المنصات الأخرى بينما يرى ما نسبته 35.8% أن هذه الوسائل حينما أتاحت الفرصة بلا حدود تعداها من لا

الفصل الخامس: عرض وتحليل النتائج وتفسيرها

يعرف قيمة الحرية فصار السب والشتم والقذف قيمة مكتسبة في الفضاء الذي لا يحمل في داخله معايير جمعية تفصل في مثل هذه القضايا.

يرى ما نسبته 59.7% من المبحوثين أن وسائل الإعلام الجديدة ساهمت في تعزيز الانتماء الوطني وهذا ما تم طرحه في السؤال السابق إذ أن الانتماء الوطني لا يحتاج إلى تعزيز من طرف هذه الوسائل وإنما هي من بين الوسائل التي تساعد على تذكر الأحداث الوطنية والتاريخية.

يشير جدول أعلاه إلى أن المتوسط الحسابي العام لفقرات متغير القيم الدينية للعمال قدر بـ 1.50، والانحراف المعياري لهذا المحور هو 0.23 وقدر معامل الاختلاف بـ 26.19% هذه النسبة أقل من (50%) مما يعني اتفاق إجابات عينة الدراسة، وكان متغير القيم السياسية جيد مادام الاتجاه العام للبعد نحو التأكيد.

**تحليل البيانات المتعلقة بالبعد الخامس القيم النفسية:** تم حوصلة النتائج المتوصل إليها فيما يتعلق بالبعد الخامس (القيم النفسية) من خلال الجدول التالي:

**جدول رقم (14): تحليل البيانات المتعلقة بالبعد الخامس: القيم النفسية.**

الرقم	فقرات بعد قيم النفسية	الإجابة		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	معامل الاختلاف	اتجاهات الآراء
		نعم	لا				
1	سمحت وسائل الإعلام الجديد بإثبات ذاتي.	التكرار والنسبة	40	27	0.244	0.494	نعم
			59.7	40.3			
2	رفعت وسائل الإعلام الجديد من طموحاتي	التكرار والنسبة	39	39	0.247	0.497	نعم
			58.2	28			
3	تؤمن بالعواطف الالكترونية	التكرار والنسبة	23	23	0.229	0.478	لا
			34.3	44			
4	ساعدك الإعلام الجديد على فهم نفسك	التكرار والنسبة	30	37	0.251	0.501	لا
			44.8	55.2			
5	تتأثر نفسك بمنشورات الإعلام الجديد	التكرار والنسبة	25	25	0.237	0.487	لا
			37.3	42			
المجموع							لا

المصدر: من إعداد الطالبة من مخرجات برمجية Spss v25.

الفصل الخامس: عرض وتحليل النتائج وتفسيرها

من خلال الجدول السابق يرى ما نسبته 59.7% أن وسائل الاعلام الجديد سمحت بإثبات ذاته و ذلك من خلال مشاركتهم منشوراتهم الخاصة فعندما يحب الناس المنشورات أو يكتبون تعليقات ايجابية يمكن أن تعلّي من شعور احترام الذات لدى الفرد بحيث لا يلق نفس الشعور من قبل الآخرين في الحياة الواقعية. ولكن هذه ليست أرضاً مستقرة تستند إلى شعور بالقيمة الذاتية . فيصبح الفرد يتمتع بثقة عالية بالنفس.

رفعت وسائل الاعلام الجديد من طموحاتي بنسبة 58.2% ،تعتبر وسائل التواصل الاجتماعي وسيلة لتلبية الرغبات والحاجات النفسية في الحياة الافتراضية ،و ذلك من خلال المشاركة في مجموعات حسب ميولاتهم ، ايضا يشعروا بقيمتهم عن طريق التعبير عن ارائهم من خلال التعليقات على منشورات في مختلف المجالات ، و توسيع دائرة المعارف حيث تتيح مواقع التواصل الاجتماعي التعرف على أشخاص آخرين في مناطق مختلفة لتوسيع دائرة المعارف خارج حدود المنطقة أو البلدة الصغيرة التي يعيش فيها ، صقل المهارات فتوفر هذه المواقع فرص للاستفادة من تجارب الآخرين الذين يمتلكون نفس الاهتمامات والتعلم منهم مما يصقل المواهب والمهارات، مثل تعلم التصوير الفوتوغرافي، والكتابة الإبداعية، ومهارات الطبخ، والفنون، والشعر، زيادة الوعي حيث تساهم هذه المواقع أيضاً في زيادة الوعي عن طريق تعلم المزيد عن فرص التطوع، أو دعم المنظمات التي لديها تأثير إيجابي على العالم، أو التواصل مع أشخاص في كل مكان لديهم قيم متشابهة ويعطون الأولوية لنفس القضايا .

34.3% لا تؤمن بالعواطف الالكترونية لأن الكثير من العلاقات غير صحيحة، بل مزيفة فالعديد من الأشخاص يدلون بمعلومات مغلوبة عن أنفسهم وهويتهم ومستواهم الاجتماعي، وبأسماء وهمية.. لذا، فإن نجاح أي علاقة على الإنترنت مرتبط بمستوى الثقة ونوع المستخدم والميولات المشتركة والآراء. ومهما طالت العلاقة الافتراضية، يجب أن تنزل إلى الواقع، وهناك قد يحدث الانقلاب في وجهات النظر، وتتكشف الحقائق التي زيفت عبر شاشة الكمبيوتر، ليبقى الواقع هو الفاصل في تحديد مصير العلاقات.

الفصل الخامس: عرض وتحليل النتائج وتفسيرها

44.8% لم يساعدهم الاعلام الجديد على فهم نفسياتهم و ذلك لانه لايمكن أن نقرن ما يحدث في الحياة الافتراضية مع ما يحدث في الواقع و بالتالي لا يمكن فهم الذات لا تتأثر نفسياتهم بمنشورات الاعلام الجديد بنسبة 37,3% فلا يمكن اعتبار الاشباع النفسية على أنها إرضاء الحاجات الداخلية المرتبطة بنفسية المبحوثين و التي شكلت السبب النفسي الكامن وراء استخدام مواقع التواصل الاجتماعي ومدى أثر على علاقات الفرد بأسرته وأصدقائه وبالعالم الخارجي

يشير جدول أعلاه إلى أن المتوسط الحسابي العام لفقرات متغير القيم الدينية للعمال قدر ب 1.53، والانحراف المعياري لهذا المحور هو 0.24 وقدر معامل الاختلاف ب 26.19 % هذه النسبة أقل من (50%) مما يعني اتفاق إجابات عينة الدراسة، وكان متغير القيم النفسية منخفض مادام الاتجاه العام للبعد نحو عدم التأكيد.

: اختبار فرضيات الدراسة:

اختبار الفرضية الأولى:

سوف نتطرق في هذا الجزء إلى تحليل معطيات الفرضية الأولى:

$H_0$ : هناك استقلالية بين تطبيق الفيسبوك ومظاهر التغير القيمي لدى الشباب الجامعي عند مستوى معنوية 0.05،

$H_1$ : ليس هناك استقلالية بين تطبيق الفيسبوك ومظاهر التغير القيمي لدى الشباب الجامعي عند مستوى معنوية 0.05"

عن طريق دمج جميع مؤشرات بعد الفيسبوك ببرنامج spss ثم حساب كاي تربيع لهذا البعد وهذا ما يسمح بقبول الفرضية الصفرية أو الفرضية البديلة.

جدول رقم (15): تحليل استقلالية بعد الفيسبوك عن التغير الاجتماعي باستخدام اختبار

## كاي 2.

الاختبار الاحصائي	
الفيسبوك	
30.925 <sup>a</sup>	Khi-carré
9	درجة الحرية
.000	الدلالة المعنوية

الفصل الخامس: عرض وتحليل النتائج وتفسيرها

المصدر: إعداد الطالب من مخرجات برمجية Spss v25

من خلال الجدول رقم (13) نلاحظ أن قيمة كاي تربيع تساوي 30.925 ودرجة الحرية مساوية لـ 9 بينما الدلالة المعنوية أقل من 0.05 من جهة ومن جهة أخرى ومن خلال الجدول السابق رقم (13)

نرفض الفرضية الصفرية ونقبل الفرضية البديلة  $H_1$  أي أنه لا توجد استقلالية بين بعد الفيسبوك والتغير القيمي عند مستوى معنوية 0.05

#### اختبار الفرضية الثانية:

سوف نتطرق في هذا الجزء إلى تحليل معطيات الفرضية الثانية:

$H_0$ : هناك استقلالية بين تطبيق اليوتيوب ومظاهر التغير القيمي لدى الشباب الجامعي عند مستوى معنوية 0.05،

$H_1$ : ليس هناك استقلالية بين تطبيق اليوتيوب ومظاهر التغير القيمي لدى الشباب الجامعي عند مستوى معنوية 0.05

عن طريق دمج جميع مؤشرات بعد اليوتيوب ببرنامج spss ثم حساب كاي تربيع لهذا البعد وهذا ما يسمح بقبول الفرضية الصفرية أو الفرضية البديلة.

جدول رقم (16): تحليل استقلالية بعد اليوتيوب عن التغير الاجتماعي باستخدام اختبار كاي 2.

الاختبار الاحصائي	
اليوتيوب	
.746 <sup>a</sup> 18	Khi-carré
9	درجة الحرية
062.	الدلالة المعنوية

من خلال الجدول رقم (14) نلاحظ أن قيمة كاي تربيع تساوي 8.746 ودرجة الحرية مساوية لـ 9 بينما الدلالة المعنوية أكبر من 0.05 من جهة ومن جهة أخرى ومن خلال الجدول السابق رقم (14).

نقبل الفرضية الصفرية ونرفض الفرضية البديلة  $H_1$  أي أنه توجد استقلالية بين بعد الفيسبوك والتغير القيمي عند مستوى معنوية 0.05

#### اختبار الفرضية الثالثة:

الفصل الخامس: عرض وتحليل النتائج وتفسيرها

سوف نتطرق في هذا الجزء إلى تحليل معطيات الفرضية الثالثة:

$H_0$ : هناك استقلالية بين تطبيق التيك توك ومظاهر التغير القيمي لدى الشباب الجامعي عند مستوى معنوية 0.05،

$H_1$ : ليس هناك استقلالية بين تطبيق التيك توك ومظاهر التغير القيمي لدى الشباب الجامعي عند مستوى معنوية 0.05"

عن طريق دمج جميع مؤشرات بعد التيك توك ببرنامج spss ثم حساب كاي تربيع لهذا البعد وهذا ما يسمح بقبول الفرضية الصفرية أو الفرضية البديلة.

جدول رقم (17): تحليل استقلالية بعد التيك توك عن التغير الاجتماعي باستخدام اختبار كاي 2.

الاختبار الاحصائي	
التيك توك	
618.17 <sup>a</sup>	Khi-carré
9	درجة الحرية
056.	الدلالة المعنوية

من خلال الجدول رقم (17) نلاحظ أن قيمة كاي تربيع تساوي 7.618 ودرجة الحرية مساوية لـ 9 بينما الدلالة المعنوية أكبر من 0.05 من جهة ومن جهة أخرى ومن خلال الجدول السابق رقم (17)

نقبل الفرضية الصفرية ونرفض الفرضية البديلة  $H_1$  أي أنه توجد استقلالية بين بعد الفيسبوك والتغير القيمي عند مستوى معنوية 0.05  
اختبار الفرضية الرئيسية:

سوف نتطرق في هذا الجزء إلى تحليل معطيات الفرضية الرئيسية

$H_0$ ق4: هناك استقلالية بين وسائل الاعلام الجديد ومظاهر التغير القيمي لدى الشباب الجامعي عند مستوى معنوية 0.05،

$H_1$ : ليس هناك استقلالية بين وسائل الاعلام الجديد ومظاهر التغير القيمي لدى الشباب الجامعي عند مستوى معنوية 0.05"

الفصل الخامس: عرض وتحليل النتائج وتفسيرها

عن طريق دمج جميع ابعاد وسائل الاعلام الجديد ببرنامج SPSS ثم حساب كاي تربيع لهذا البعد وهذا ما يسمح بقبول الفرضية الصفرية أو الفرضية البديلة.

جدول رقم (18): تحليل متغير وسائل الاعلام الجديد عن طريق اختبار كاي 2.

الاختبار الاحصائي	
وسائل الاعلام الجديد	
<sup>a</sup> 425.26	Khi-carré
23	درجة الحرية
78.0	الدلالة المعنوية

من خلال الجدول رقم (18) نلاحظ أن قيمة كاي تربيع تساوي 26.425 ودرجة الحرية مساوية لـ 23 بينما الدلالة المعنوية أقل من 0.05 من جهة ومن جهة أخرى ومن خلال الجدول السابق رقم (18)

نقبل الفرضية الصفرية نرفض الفرضية البديلة  $H_1$  أي أنه توجد استقلالية بين متغير وسائل الاعلام الجديد والتغير القيمي عند مستوى معنوية 0.05.

## خلاصة:

اتبعنا في دراستنا الحالية أسلوب الاستبيان وذلك عن طريق اختيار عينة منظمة من الطلبة كما قمنا بدراسة تجانس أفراد العينة من حيث المتغيرات وجمع المعلومات الخاصة بعينة البحث واعتمدنا على الحاسوب الآلي في تفرغ البيانات بعد أن تم وضعها في شكل جداول إحصائية ومن ثم قمنا بتحليل النتائج التي تحصلنا عليها.

تتمثل أهم النتائج التي توصلنا إليها من خلال دراستنا فيما يلي:

- ✓ استقلال الوسائل الإعلام الجديدة عن التغير القيمي لدى الشباب الجامعي
- ✓ توصلنا إلى أن الإعلام الجديد يلعب دور كبير في دعم الشباب الجامعي ونشر الوعي الثقافي
- ✓ أهم الوسائل التي يعتمد عليها الإعلام الجديد في نشره الوعي الثقافي لدى الشباب الجامعي المتمثلة في مواقع التواصل الاجتماعي .
- ✓ مساهمة الإعلام الجديد في تشكيل الثقافة الاجتماعية للشباب الجامعي بالدرجة الأولى.
- ✓ يتصفح الشباب الجامعي مواقع التواصل الاجتماعي بالدرجة الأولى للتزود بالثقافة الاجتماعية.

## الاستنتاج العام:

لقد شهد العالم تغيرا كبيرا و واضحا في شتى المجالات و كان لوسائل الإعلام الجديد النصيب الأكبر في مساهمته في هذا التغير سواء بالإيجاب أو بالسلب وقد مس هذا التغير القيم. يحتل مفهوم القيم في العلوم الاجتماعية أهمية كبيرة باعتباره محددًا هامًا من محددات سلوك الفرد ، وتعتبر القيم كذلك من أكثر السمات تأثرا بالإطار الثقافي والاجتماعي لأي مجتمع هذا ما قد تناولناه في دراستنا هذه . فلكل مجتمع نسقه القيمي الخاص ويتغير هذا النسق تبعًا لما يحصل في هذا المجتمع من تغيرات وتحولات، والمجتمع الجزائري على غرار المجتمعات البشرية الأخرى لديه نسقه القيمي الخاص وعرف هو الآخر العديد من التحولات بوتيرة سريعة أثرت على كيانه الاجتماعي، كما اثر على دور القيم و مكانتها كضابط من الضوابط الاجتماعية أدى هذا التغير ظهور قيم جديدة داخلية على المجتمع الجزائري وهذا ما حاولنا إبرازه في عملنا هذا فقد تطرقنا إلى أهم التغيرات التي عرفها المجتمع الجزائري والتي كان لها دور في تغير منظومة القيم وظهور قيم جديدة وتراجع دور قيم تقليدية في هذا المجتمع . فالإعلام الجديد يحمل ثقافة خاصة به فيمكن اعتباره مجتمع كباقي المجتمعات يحمل العديد من الأفكار والقيم والمعتقدات ونظرا لقدرته على إعادة تشكيل كيان الإنسان في ذاته وثقافته ومجتمعه ، غيران تلك التغيرات والتحولات تختلف من مجتمع إلى آخر، مما يحتم النظر إلى أبعاده المتعددة في الحياة الاجتماعية سواء من جهة انتشارها وسيطرتها سواء من جهة أثارها على المجتمع ، فالإعلام الجديد أصبح ضرورة حتمية في حياة الإنسان ، فلا يمكن لأي فرد من أفراد المجتمع الاستغناء على وسائل التواصل الاجتماعي أو الابتعاد عنها فقد باتت عنصر أساسي و ركيزة روتينية في حياته.فهو ينمو معه و بداخله ويزرع فيه أفكار و قيم جديدة غربية وبعيدة كل البعد عن قيم مجتمعه .

فالإعلام الجديد يستهدف فئة الأطفال وفئة الشباب فينمي فيهم أفكار ويزرع فيهم قيمه . استهدفت دراستنا فئة الشباب باعتبارها المحرك الأساسي والممثل الرسمي لأي مجتمع ، وباعتبار أن لهم أوضاعهم الاجتماعية ومواقفهم المختلفة عن نظائرها عند الشرائح العمرية

الأخرى ، الأمر الذي يدفع إلى ظهور مجموعة من القيم او المعايير التي تتوافق مع احتياجات هذه الفئة ولأنهم الأكثر عرضة للتحديات الفكرية والثقافية سواء الداخلية او الخارجية والتي تكون عبر الإعلام الجديد اذا الشباب له علاقة وطيدة مع وسائل الاعلام الجديد ؛ فتمسكه بها وعدم قدرته على الاستغناء عنها و ادمانه عليها انما يدل على حجم حاجته لها وعلى حجم غوصه فيما تحمله من افكار وقيم، و اذا اكدنا على الحتمية التكنولوجية من الجانب المحسوس و على ادمان وسائل الاعلام نساء و رجالا ، كبارا و صغارا ، وهذا ما لا يعبر عن الواقع كما هو بل جزء منه وبالتالي تكون النتائج جزئية .وجب علينا التعمق اكثر في مضمون ورسائل واهداف وسائل الاعلام الجديد وكذا في مخلفاته واثاره .و قمنا بدراسة تحليلية للرسالة الاعلامية وارتباطها بالقيم فالاعلام يعتبر رسالة وان اهم معيار في تقييم الرسالة هو القيمة التي تتبع اساسا من المعتقد . لذلك فان تاثير وسائل الاعلام يكون ايجابيا اذا كانت محتوياتها وثيقة الصلة بالقيم كلما كانت الوثائق اشد كلما كان التأثير ايجابيا وبالمقابل يكون التأثير سلبا اذا كانت محتوياتها لا تتقيد باي قيم ، او تتناقض مع القيم وكلما كان الابتعاد عن القيمة اكبر كان التأثير السلبي اكثر . لذ اوجب التركيز علي القيم كاساس في عملية البناء الاعلامي. وفي المقابل نجد ان الجزائر دولة مستهلكة حتى للثقافات والقيم . ومن جهة اخرى شبابها يواجه صراع مع افكار مجتمعه وقيمة وعلى ما هو موجود فيا وسائل الاعلام الجديد . وبات يؤمن بالقيم الجديدة معتقدا انها هي القيم الحققة الاصلية إلا أنه نمى وتربى في وسطها على غرار الجيل القديم الذى يعي جيدا مدي تغير منظومة القيم في الجزائر فجيل السبعينات و جيل الثمانيات و التسعينيات لا يمت بأي صلة بالجيل الجديد جيل الالفية ، و ان بحثنا جيدا و تعمقنا لاوجدنا ان منظومة القيم طرا عليها تحولات و تغيرات كبيرة ، و ان القيم التقليدية اصبحت منبوذة و غير مرحب بها لدى الجيل الجديد . و رغم ان نتائج الدراسة تثبت عكس ما نرى و ان كان هذا راجع لعدة اسباب منها ان الجيل الجديد لا يعرف القيم الاصلية الحققة و لم يتربى و يتشبع عليها وانما تربى و نمى على القيم الجديدة فاصبح يؤمن بها معتقدا انها هي القيم الاصلية، و ان

القيم لم تتغير و ان وسائل الاعلام الجديدة لم تمس منظومة القيم . ورغم انه من خلال الدراسة الميدانية تم تأكيد فرضية ان تطبيق الفيس بوك له علاقة بالتغير القيمي لدى الشباب ، و رفض فرضية ان تطبيق التيك توك و تطبيق اليوتيوب لهما علاقة بالتغير القيمي ، و كذا رفض او نفي الفرضية الرئيسية ان الاعلام الجديد له علاقة بالتغير القيمي لدى الشباب الجامعي . لربما يكون رايهم صحيح يحتمل الخطا و رايي خطأ يحتمل الصحة ، لان الدراسة الميدانية اتت ثمارها عكس منظوري و اعتقادي ،لربما هذا راجع الى مكان الدراسة الا و هي جامعة المسيلة ،باعتبار ان ولاية المسيلة ولاية محافظة نوعا ما ،ولم تعرف ذلك الانفتاح الثقافي الواسع ،فاظن انه لو تم تطبيق الدراسة الميدانية في ولاية من الولايات الكبرى مثل الجزائر العاصمة لتم تأكيد ان هناك العلاقة بين الإعلام الجديد ومظاهر التغير القيمي لدى الشباب الجامعي.

خاتمة

## خاتمة:

مما لا شك فيه أن تكنولوجيا الاعلام و الاتصال واستخداماتها قد أحدثت تقدما علميا كبيرا وثورة معلوماتية هائلة وتنوعا في وسائطها، مما جعل استخدامها ضرورة حياتيه ولغة العصر التي لا يمكن الاستغناء عنها، وهذا لما تقدمه من مزايا متعددة، حيث منحت للشباب الحرية، فبات من السهل أن يحصل على ما يشاء وقت ما يريد، وقد أتاحت الفرصة للتواصل وتبادل الآراء والأفكار مع الآخرين، وفتحت أبواب للنقاش والحوار في شتى المواضيع، والتي ترتب عنها اكتساب الشباب القيم إيجابية وخاصة فيما يخص التفتح على الغير، والتعاون والشجاعة، إضافة إلى احترام الآخرين وبالرغم من ضخامة دور تكنولوجيا الإعلام و الاتصال إلا أن الشكوى عليها في تزايد مستمر من سوء استخدام وسائطها ووقوع الشباب في ملازمة هذه الوسائط من هواتف نقالة قضاء ساعات في الدردشة غير النافعة عبر شبكة الانترنت، وبقاء ساعات طويلة على مواقع التواصل الاجتماعي ، وتهافت الكثير منهم على التسلية و الترفيه، وقد أثر في قيم الشباب سلبا وخاصة فيما يخص الادمان على السهر والتقليد الأعمى وإهمال الدراسة والفرائض الدينية.

لقد انصبت دراستنا على فئة الشباب الجامعي كمجتمع بحث أساسي للتعرف على تأثير عملية تعرضهم لتكنولوجيا الإعلام والاتصال وانشغالنا بدراسة فئة الشباب راجع إلى ما تحتضى به هذه الفئة من اهتمام داخل المجتمع ، و قد حاولنا من خلالها معرفة دور وسائط الاتصال الجديدة (الفايسبوك , اليوتيوب،التيك توك) في التغيير الاجتماعي على مستوى القيم والسلوكيات لدى الشباب الجزائري، التي طبقناها على عينة من طلاب جامعة ، توصلنا من خلال إتباع خطوات منهجية في دراستنا، وبالاعتماد على عدة دراسات و مراجع استطعنا توفير ها توصلنا إلى جملة من النتائج و الحقائق التي تفسر لنا ظاهرة التغيير الاجتماعي لدى الشباب، وقد اتضح من خلال النتائج المتوصل إليها أن غالبية الشباب (ذكور و إناث ) يقبلون بشكل كبير لتصفح وسائط الاتصال الجديدة ، و فعلا توصلنا إلى أن الشباب يكتسبون معلومات وقيم و سلوكيات جديدة من جراء استخدامهم لهاته الأخيرة وأن

تعرضهم المستمر للمحتويات و المضامين الاجتماعية يعزز و يكرس تلك القيم و السلوكيات لاسيما الايجابية منها.

## ملخص الدراسة

موضوع الدراسة تناول دور الإعلام الجديد في تنمية الوعي الثقافي لدى الشباب الجامعي بالخصوص فئة الطالب الجامعي الجزائري وانطلاقا من أن الإعلام الجديد وسيلة مهمة في إشباع حاجات المختلفة للشباب فهو يعمل على تشكيل ثقافته، وذلك من خلال نسقه الاجتماعي واهتمامه بفترة الشباب كونه فاعل اجتماعي مؤثر في عملية التغيير الاجتماعي، ولهذا يعمل هذا الإعلام الجديد بكل الطرق الممكنة من أجل هذه الفئة، مستخدما كل التقنيات التكنولوجية الحديثة في الجذب والإثارة من أجل تشكيل ثقافة معينة، ودراستنا تطمح للبحث عن حدود مساهمته هذا الإعلام الجديد في تشكيل ثقافة الشباب الجزائري والجامعي بالخصوص.

هدفت هذه الدراسة إلى الكشف عن تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على قيم المجتمع الجزائري من خلال الدراسة على عينة من طلبة الإعلام والاتصال جامعة مسيلة، وتتبع الدراسة إلى البحوث الاستطلاعية، حيث اعتمدنا فيها على المنهج المسحي، وقد تم جمع البيانات من خلال استمارة الاستبيان، وتم تفرغ بيانات الاستبيان وتحليلها، وتمثل مجتمع البحث في جميع طلبة الإعلام والاتصال بجامعة مسيلة المستخدمين لمواقع التواصل الاجتماعي.

غالبية أفراد العينة تكرست لديهم قيم : الطموح ، الإحساس بالانتماء إلى الوطن ، احترام الآخرين احترام الذات ، الصدق والنزاهة .... من جراء استخدامهم للفيسبوك، التيك توك واليوتيوب . استخدام أفراد العينة للفيسبوك، التيك توك واليوتيوب يقودهم إلى تصرفات وسلوكيات إما بالقيام بها أو معارضتها ، من بينها : السهر ، إهمال العمل مساعدة الآخرين والمحتاجين- ..... توصلت الدراسة إلى أن الشباب في أغلبيتهم لا يمكنهم الاستغناء عن وسائط الاتصال الجديدة (الفيسبوك، التيك توك و اليوتيوب) وان هذه الوسائط مستقلة عن تغير القيمي لدى الطلاب الجامعيين.

**الكلمات المفتاحية :** الدور ، الفيسبوك ، اليوتيوب، التيك توك، شبكات التواصل الاجتماعي ، التغيير الاجتماعي ، القيم ، السلوكيات ، الشباب.

### Study summary

The subject of the study take up the role of the new media in developing cultural awareness among university youth، especially the Algerian university student group، and based on the fact that the new media is an important means of satisfying the various youths، as it works to form its culture، through its social system and its interest in the youth period as it is a social actor influencing the process of change This is why this new media works in all possible ways for ... this group، using all modern technological techniques to attract and excite in order to form a specific culture، and our study aspires to search for the limits of its contribution to this new media in shaping the culture of Algerian and university youth in particular.

This study aimed to reveal the effect of social media on the values of the Algerian company، Facebook، as a model through the study on a sample of media and communication students from the University of msila. Data from the questionnaire was

extracted and analyzed, and the research community represented all students of media and communication of the University of msila users of social media sites.

The majority of respondents changed their conviction, behavior and values due to exposure to new media.

- The majority of the respondents have values: ambition, sense of belonging to the homeland, respect for others self

-esteem, honesty and integrity .... because of their use of Facebook and YouTube. - The use of respondents to Facebook , Tik Tok and YouTube leads them to behaviors and behaviors either by doing or opposing them, including: vigilance, neglect work help others and needy ...

The study found that young people in the majority can not do without the new media (Facebook ,Tik Tok and YouTube) And that these media are independent of the value change of university students.

**Keywords:** role, Facebook, YouTube ,Tik tok, social media, social change, values, behaviors, young people.

# فائمة المراجع

## المراجع

1. إسماعيل سليمان أبو جلال. (2012). الإذاعة ودورها في الوعي الأمني. عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع.
2. اكرام بركان. (2015). دور الإعلام التواصلي الجديد في تحريك الثورات العربية. البغدادية.
3. أكرم حمو. (2022، 12 22). [www.blogspot.com](http://www.blogspot.com). تم الاسترداد من مدونة الكترونية سعودية: [www.blogspot.com](http://www.blogspot.com)
4. أكرم عبد القادر عبد الله فراونة. (2015). فعالية استخدام مواقع الفيديو الالكترونية في اكتساب مهارت تصميم الصور الرقمية لدى طالبات كلية التربية في الجامعة الاسلامية . فلسطين: غزة.
5. أمينة شوف. (2011). تأثير الفيس بوك على اللغة العربية. البصيرة.
6. بطريق غادة. (2012). دور القنوات الفضائية العربية في نشر ثقافة العولمة. القاهرة: الزقازيق .
7. بن بلعباس بدرالدين. (2015). شبكات التواصل الاجتماعي، الهوية الثقافية عند الطلبة الجامعيين. الاسكندرية: دار موازين العلم.
8. تابعي المكاوي. (2016). علم الاجتماع العام. القاهرة: دار النشر الإلكتروني.
9. ثامر القزاز. (2007). مدخل إلى الثقافة والنقد الثقافي. الاردن: دار نافع .
10. ثريا التركي، وهدي زريق. (1995). تغير القيم في العائلة العربية. مجلة المستقبل العربي.
11. حارب سعيد. (2004). الثقافة التربوية والثقافية الإعلامية. القاهرة: دار الأزهار للنشر.
12. حارث عبود، مزهر العاني. (2015). الاعلام والهجرة إلى العصر الرقمي. الأردن: دار الحامد.
13. حجازي عزت. (2008). الشباب العربي ومشكلاته. سلسلة عالم المعرفة.
14. حسونة خليل. (2001). الحرب والثقافة. غزة: دار المقداد للطباعة والنشر.
15. حسين شفيق. (2011). التضليل الإعلامي والغيوبه المهنية. القاهرة: دار فكر وفن للطباعة والنشر.
16. حسين عبد الحميد أحمد رشوان. (1993). تطور النظم الاجتماعية وأثرها في حياة الفرد. الإسكندرية: المكتب الجامعي الحديث.
17. حسين عبد الحميد رشوان. (2003). أصول البحث العلمي. الإسكندرية: مؤسسة شباب الجامعة.
18. حلمي خضر ساري. (2008). تأثير الاتصال عبر الانترنت في العلاقات الاجتماعية. دمشق : مجلة الجامعة.
19. خالد غسان يوسف المقدادي. (2013). ثورة الشبكات الاجتماعية. الأردن: دار النفائس للنشر والتوزيع.
20. دبله عباسي. (2015). ثقافة الشباب بين التأطير المعرفي والواقع الاجتماعي. مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية.

21. رحاب طلعت. (2012). مواقع التواصل الاجتماعي. بيروت: دار المعز .
22. سامية حسن. (1988). الثقافة والشخصية. بيروت: دار النهضة العربية.
23. سراج الدين إسماعيل. (2009). الشباب ودور الإعلام في تحقيق ثقافة السلام والأمن والتنمية. الإسكندرية : مكتبة الإسكندرية .
24. سعيد باني. (2022، 12 25). [http:// Futureae.com](http://Futureae.com). تم الاسترداد من المستقبل: [http:// Futureae.com](http://Futureae.com)
25. سليمان عدنان. (1998). مقارنة أولية لتداعيات العولمة على المجتمع العربي. مجلة الفكر العربي.
26. سليمان عيدي. (2022، 12 23). [www.Mawd003.com](http://www.Mawd003.com). تم الاسترداد من [www.Mawd003.com//maindoc](http://www.Mawd003.com//maindoc)
27. سليمة فيلاي. (06 مارس، 2013). بنية الهوية الجزائرية في ظل العولمة. دار الانسان، الصفحات 153-170.
28. سناء الخولي. (2003). التغيير الاجتماعي والتحديث. عمان: دار المعرفة الجامعية.
29. سيد حسن البهلول. (01 12، 2023). [www.new-educ.com](http://www.new-educ.com). تم الاسترداد من استخدام اليوتيوب في التعليم: [www.new-educ.com](http://www.new-educ.com)
30. طارق عبد الرؤوف عامر. (2015). الشباب واستثمار وقت الفراغ. القاهرة: دار الجوهرة للنشر والتوزيع.
31. طارق عبد الرؤوف. (2015). الشباب واستثمار وقت الفراغ. القاهرة: دار الجوهرة للنشر والتوزيع.
32. طبال لطيفة. (2012). التغيير الاجتماعي ودوره في تغير القيم الاجتماعية. مجلة العلوم الانسانية والاجتماعية.
33. طلال عبد المعطي مصطفى. (جوان، 2015). متغيرات بناء ثقافة الشباب. مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية، الصفحات 112-113.
34. عبد الرحمان بن ابراهيم الشاعر. (2015). مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك الانساني. عمان: دار صفاء.
35. عبد الرحمن مختار. (2018). دور الصحافة الالكترونية في تنمية الوعي الثقافي . الجزائر: جامعة أدرار.
36. عبد الرزاق محمد الدليمي. (2013). الإعلام الجديد والصحافة الالكترونية. عمان: دار وائل للنشر والتوزيع.
37. عبد الغني عماد. (2009). سوسيولوجيا الثقافة المفاهيم والإشكاليات من الحداثة إلى العولمة. بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية.

38. عبد الله عبد الخالق. (1999). العولمة جذورها وفروعها وكيفية التعامل معها. مجلة عالم الفلك.
39. عدلي أبو طاحون. (1997). في التّغير الاجتماعي. الإسكندرية: المكتب الجامعي الحديث.
40. عزت حجازي. (1985). الشباب العربي ومشكلاته. سلسلة عالم المعرفة.
41. علي ليلة وآخرون. (2010). التغيير الاجتماعي والثقافي. عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة.
42. عوض أحمد. (2018). حقيقة الصراع بين الاعلام الجديد والتقليدي. بيروت: دار الحكمة.
43. غيث محمد عاطف. (1995). علم الاجتماع. الإسكندرية: دار المعرفة الجامعية.
44. فادية عمر الجولاني. (بلا تاريخ). التّغير الاجتماعي-مدخل النظرية الوظيفية لتحليل التّغير-.
45. محمد حسن غامري. (2009). الثقافة والمجتمع. الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية.
46. محمد سيد. (2018). تيك توك. القاهرة: الهرم للنشر والتوزيع.
47. محمد وليد البطش، موسى جبريل. (2012). التغيرات التي تحد في القيم الغائية والوسيلية بحسب المراحل النمائية لدى الأفراد في البيئة الأردنية. مجلة أبحاث اليرموك.
48. نبيل علي. (1999). صورة الثقافة والحضارة العربية الإسلامية في الانترنت. تونس: المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم.
49. نورهان منير حسن دهمي. (1999). القيم الدينية للشباب من منظور الخدمة الاجتماعية. الإسكندرية: المكتب الجامعي الحديث.
50. ياس خضير البياتي. (2012). الغزوات الرقمية. عمان: دار الاروى.
51. يوسف مرزق. (2006). الإذاعة الإقليمية وتحقيق أهداف التنمية. الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية.
52. . (14، 12، 2022). Http://www.teedoz.com. تم الاسترداد من Http://www.teedoz.com
53. . (05، 01، 2023). www.tna.gov.ae/assets/dms.com
- www.tna.gov.ae/assets/dms.com تم الاسترداد من www.tna.gov.ae/assets/dms.com
54. youtube.com. (14، 12، 2022). تم الاسترداد من موقع اليوتيوب: youtube.com



# فائمة الملاحف

تخصص: علم اجتماع التربية

قسم: علم الاجتماع

استبيان حول:

## دور الإعلام الجديد في التغير القيمي لدى الشباب الجامعي

إشراف الأستاذ: تالي جمال

إعداد الطالبة: غربي فاطمة الزهراء

السلام عليكم ورحمة الله تعالى وبركاته وبعد: يسعدني أن أضع بين أيديكم هذا الاستبيان الذي يدخل ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر في علم الاجتماع تخصص تربية، والغرض من هذه الدراسة هو

معرفة علاقة الإعلام الجديد بالتغير القيمي لدى الشباب الجزائري؟

أرجو منكم الإجابة بكل مصداقية على الأسئلة التي ستطرح عليكم، ونعلمكم بأن البيانات التي سيتم جمعها سوف تكون لأغراض البحث العلمي فقط وسنتعامل بسرية تامة، وشكرا لكم على منحكم لي جزءا من وقتكم.

للإشارة فقط: مصطلح "الإعلام الجديد" في هذا الاستبيان يعني: جميع الوسائل العصرية لنقل المعلومات والاتصال والتواصل بين أفراد المجتمع بجميع شرائحه.

## المحور الأول: البيانات الشخصية

	الجنس	
	أنثى	ذكر
العمر	18 إلى 25 سنة	26 إلى 35 سنة
	36 فما فوق	
المستوى الدراسي	ليسانس	ماجستير
	دراسات عليا	
الحالة العائلية	أعزب/عزباء	متزوج (ة)
		مطلق (ة)
		أرمل (ة)

## المحور الثاني: الاعلام الجديد

### الفيس بوك FACEBOOK

- نعم  لا
- أقضي وقتاً في تصفح محتوى هذا التطبيق.  
إذا كان الجواب بنعم. لماذا؟
- .....
- .....
- نعم  لا
- نعم  لا
- أزور موقع الفيس بوك يومياً أكثر من مرة.  
أقضي أوقات الفراغ في تصفح المنشورات بالتطبيق.  
إذا كان الجواب بنعم. لماذا؟
- .....
- .....
- نعم  لا
- نعم  لا
- نعم  لا
- نعم  لا
- أشارك المنشورات وفق اهتماماتي.  
أتابع باهتمام التحديثات التي تطرأ على صفحات المتابعة.  
يمر الوقت دون أن أشعر به عند استعمالي للتطبيق.  
استفيد شخصياً من انضمامي للمجموعات المختلفة.  
إذا كان الجواب بنعم. لماذا؟
- .....
- .....
- نعم  لا
- يحظى هذا التطبيق بانتشار واسع لدى فئة الشباب الجامعي.

## التيك توك TIK TOK

نعم  لا

أقضي وقتاً في تصفح محتوى هذا التطبيق.  
إذا كان الجواب بنعم. لماذا؟

نعم  لا

أزور موقع التيك توك يومياً أكثر من مرة.

نعم  لا

أقضي أوقات الفراغ في تصفح المنشورات بالتطبيق.  
إذا كان الجواب بنعم. لماذا؟

نعم  لا

أشارك المنشورات وفق اهتماماتي.

نعم  لا

أتابع باهتمام التحديثات التي تطرأ على صفحات المتابعة.

نعم  لا

يمر الوقت دون أن أشعر به عند استعمالي للتطبيق.

نعم  لا

استفيد شخصياً من انضمامي للمجموعات المختلفة.  
إذا كان الجواب بنعم. لماذا؟

نعم  لا

يحظى هذا التطبيق بانتشار واسع لدى فئة الشباب الجامعي.

## اليوتيوب YOUTUBE

نعم  لا

أقضي وقتاً في تصفح محتوى هذا التطبيق.  
إذا كان الجواب بنعم. لماذا؟

نعم  لا

أزور موقع اليوتيوب يومياً أكثر من مرة.

نعم  لا

أقضي أوقات الفراغ في تصفح المنشورات بالتطبيق.  
إذا كان الجواب بنعم. لماذا؟

نعم  لا

أشارك المنشورات وفق اهتماماتي.

نعم  لا

أتابع باهتمام التحديثات التي تطرأ على صفحات المتابعة.

نعم  لا

يمر الوقت دون أن أشعر به عند استعمالي للتطبيق.

نعم  لا

استفيد شخصيا من انضمامي للمجموعات المختلفة.

إذا كان الجواب بنعم. لماذا؟

نعم  لا

يحظى هذا التطبيق بانتشار واسع لدى فئة الشباب الجامعي.

### المحور الثالث: التغيير القيمي

#### القيم الدينية

نعم  لا

تعتقد ان وسائل التواصل الاجتماعي عززت فهمك للدين.

نعم  لا

تبحث عن الفتوى في امور الدين من خلال الفضاء الإعلامي الجديد.

إذا كان الجواب بنعم. لماذا؟

نعم  لا

تجد مرجعيتك في امور الدين في هذا الفضاء الإعلامي الجديد.

نعم  لا

تؤمن بمفهوم التدين الرقمي.

#### القيم الاجتماعية

نعم  لا

أشارك المنشورات التي تنشر القيم الاجتماعية.

نعم  لا

أشارك المنشورات التي يطلب أصحابها المساعدة (عملية جراحية؛ شراء دواء؛ طلب تدخل....)

نعم  لا

اتلقى برحابة صدر تعليقات الآخرين على منشوراتي.

نعم  لا

اتفاعل مع منشورات الأصدقاء التي تدعو للمشاركة المجتمعية وأدعمها.

نعم  لا

اثرت وسائل الاعلام الجديد على دائرة علاقاتك الاجتماعية

إذا كان الجواب بنعم كيف ذلك ؟

#### القيم الاقتصادية

نعم  لا

حفزتك وسائل الاعلام الجديد على العمل في البيئة الافتراضية.

إذا كان الجواب بنعم. كيف ذلك ؟

نعم  لا

ساهمت وسائل الاعلام الجديد على ترشيد الاستهلاك ونبذ التبذير .

نعم  لا

عززت وسائل الاعلام الجديد محافظتك على المال العام (كممتلكات الجامعة)

نعم  لا

تساعدك وسائل الاعلام الجديد في استثمار الوقت في العمل .

إذا كان الجواب بنعم. كيف ذلك؟

## القيم السياسية

لا  نعم

عززت وسائل الاعلام الجديد مشاركتك السياسية.

إذا كان الجواب بنعم.، لماذا؟

لا  نعم

نمت وسائل الاعلام الجديد مبدأ المساواة بين الجميع في الحقوق والواجبات.

لا  نعم

رفعت وسائل الاعلام الجديد من روح الوحدة الوطنية.

لا  نعم

كرست وسائل الاعلام الجديد مبدأ الحرية

لا  نعم

ساهمت وسائل الاعلام الجديد في تعزيز الانتماء الوطني

إذا كان الجواب بنعم ، لماذا؟

## القيم النفسية.

لا  نعم

سمحت وسائل الاعلام الجديد بإثبات ذاتي.

لا  نعم

رفعت وسائل الاعلام الجديد من طموحاتي

لا  نعم

تؤمن بالعواطف الالكترونية

إذا كان الجواب بنعم ، لماذا؟

لا  نعم

ساعدك الاعلام الجديد على فهم نفسك

لا  نعم

تتأثر نفسك بمنشورات الاعلام الجديد

إذا كان الجواب بنعم، لماذا؟

شكرا على حسن تعاونكم