



جامعة محمد بوضياف - المسيلة -
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

الرقم التسلسلي:

قسم: الإعلام والاتصال

رقم التسجيل:

تخصص: اتصال

أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه ل م د تخصص اتصال

بعنوان:

الأمن الفكري للمجتمع الجزائري والتحديات الراهنة
- دراسة في التأثيرات السلبية المحتملة للمكون الإعلامي والاتصالي
العالمي على عينة من الشباب الجزائريين -

الأستاذ المشرف:

- د. عبد الوهاب زاوي

إعداد الطالب:

- محمد الطاهر لعلوي

أمام لجنة المناقشة المتكونة من السادة:

الصفة	الجامعة	الرتبة العلمية	الإسم واللقب
رئيسا			
مشرفا ومقررا	المسيلة	أستاذ محاضر أ	عبد الوهاب زاوي
ممتحنا			
ممتحنا			

لسنة الجامعية: 2021 - 2022

﴿رب أوزعني أن أشكر نعمتك التي أنعمت
علي وعلى والدي وأن أعمل صالحا ترضاه
وأصلح لي في ذريتي إني تبت إليك وإني من
المسلمين﴾

سورة الأحقاف 15

إهداء

الحمد لله الذي بنعمته تتم الصالحات"

وبعد، أهدي عملي هذا:

❖ إلى من حرما نفسهم لذة الحياة لأتذوقها، إلى من أهديا لي دعائه ا ورضاهما، إلى
إلى من دفعاني للعلم دفع المخلصين، إلى من حلم دائما برؤية ثمرة نجاحي، إلى مصدرى
فخري وعزى، إليكما يا أحن وأعظم قلين **أمى وأبى**، احفظه ا رب وأكرمى برضاهما،
رب أطل فى عمرهما ومتعنى بصحبتهما أمدا طويلا، وأدم لهما صحتهما وقوتهما أبدا ما
أحييتهما، وأسعدهما فى الدنيا والآخرة.

❖ إلى من كن أمهات لي قبل أن يكن أخوات، إلى من ربينى وعلمنى، إلى رموز العطاء
والإيثار، إلى من أعجز عن سداد دينهن وإيفاء حقهن: **أخواتى الحبيبات** حفظهن الله ورعاهن
وأزواجهن وأولادهن.

❖ إلى قرئى عيني: زوجتى الحبيبة وابنتى الغالية حفظهما الله ورعاهما.

❖ إلى كل من علمنى حرفا، إلى أساتذتى الأفاضل من الابتدائية إلى الجامعة، وكل من له
حق على، جزاهم الله عني خير الجزاء.
❖ إلى كل طلبة العلم وخدامه.

شكر وتقدير

- ❖ أشكر الله العلي القدير الذي هداني لطريق العلم، وأعانني على السير فيه، ومن علي بإتمام هذه الأطروحة، فالحمد لله حمدا كثيرا، والشكر له على توفيقه ونعمه.
- ❖ أتقدم بخالص الشكر والعرفان لأستاذي المشرف، الدكتور " عبد الوهاب زاوي " جزاه الله عني خير الجزاء.
- ❖ كل الشكر والامتنان لأبي وأمي ومن بعدهم زوجتي على صبرهم معي وتشجيعهم لي طيلة هذه السنوات.
- ❖ شكر جزيل إلى الأصدقاء الذين ساعدوني في توزيع استمارات البحث.
- ❖ كما أشكر كل من أسهم بجهد أو وقت أو رأي في سبيل إنجاز هذا العمل، وكل من شجعني ولو بكلمة طيبة، أعطتني دفعة للأمام في سبيل إتمام هذا العمل
- ❖ جزا الله الجميع عني خير الجزاء.

و الحمد لله ربّ العالمين



الحمد لله

إن رقي الأمم وازدهارها، لا يتأتى إلا من خلال ضمان وتحصيل أمن أفرادها ومجتمعاتها من كل ما يهدد سلامته من مخاطر وآفات، فنجد النص القرآني يعبر عن هذه الحقيقة في قول الله تعالى: ﴿فليعبدوا رب هذا البيت الذي أطعمهم من جوع وآمنهم من خوف﴾ قرش 3-4، وموضوع الأمن هنا يتعدى المفهوم البسيط الذي يم كن أن يخطر على بال عامة الناس من كونه ينحصر في انتفاء أوجه التهديد لسلامة الأفراد في أنفسهم وممتلكاتهم، بل إن مفهوم الأمن واسع وشامل للعديد من المجالات، فشموليته تقتضي تحصيل كل شروط تحقيقه دون فقدان أي منها أو اختلالها، ومن المفاهيم البسيطة للأمن كما أرفدنا بالقول، سلامة الأفراد في أنفسهم وكل ما يمتلكونه من كل ما يهددهم بالخطر، ومن مجالاته الواسعة، نجد الأمن الاجتماعي الذي نقصد به ضمان سلامة المجتمع، والأمن الغذائي الذي يقصد به ضمان سلامة قوت الأمة، والأمن القومي الذي نقصد به ضمان سلامة المصالح الاستراتيجية للدولة ومستقبلها، والأمن السيبراني الذي يحيل إلى ضمان سلامة الأنظمة الإلكترونية من الاختراق والقرصنة، وغير هذا الكثير من المجالات التي تحتاج توفير أعلى درجات مقومات الأمن فيها...

ومن بين أهم المجالات الواجب توفير الأمن فيها، والذي نجد أنه مغيب بشكل كبير في أدبيات البحث وموروثها الفكري، أمن فكر الفرد والمجتمع والعناية بسلامته، ونقصد بـ "الأمن الفكري" هنا؛ انتفاء كل أوجه التهديدات التي يمكن أن تلحق بفكر الفرد أو بالوعاء الفكري للمجتمع، حيث تأتي أهمية الأمن الفكري بداية من كونه ضرورة بالغة وشرطا أساسا لتحقيق الأمن في المجالات الحياتية الأخرى، فسلامة الفكر بداية هو أساس بناء الإنسان ونهضة الأمة وحفظ أمنها العام.

ثم إن أهمية تناول الأمن الفكري بالدراسة وإخضاعه للبحث العلمي، مرده ليس فقط أهميته الموضوعية والاستراتيجية، ولا النقص الظاهر في عناية الدراسات الأكاديمية والبحوث المتخصصة بموضوعاته، إنما يرجع أيضا لمتطلبات زمنية راهنة، تتمثل في تعاظم للتهديدات المحيطة به، والتي من أبرزها تهديدات المكون الإعلامي والاتصالي الحالي له، والذي يحيل في مفهومه لمختلف الأجزاء والمكونات والفواعل المشكلة للمشهد الإعلامي والاتصالي الحالي، بدءا من الوسيلة الإعلامية أو الاتصالية وما لحقها من تغييرات تقنية معاصرة زادت من فعالية الإعلام في التأثير الاجتماعي والفردى، مروراً للمضامين الإعلامية والاتصالية السلبية التي تهدد سلامة الأمن الفكري للمجتمع في أبعاده الأساسية، وصولاً إلى التغييرات التي طرأت على البيئة الإعلامية الاتصالية في حد ذاتها، والتي حولتها إلى واقع افتراضي تعيش في أكنافه أعداد هائلة من الأفراد، أضحت أهميته لديهم تضاهي أهمية الواقع المعاش حتى اتخذ بهذا تسمية الواقع البديل، ويحتكم هذا الواقع الافتراضي الذي أوجبه البيئة الإعلامية والاتصالية الحالية للفوضى وانعدام للمعايير الأخلاقية في كثير من تجلياته.



تأتي هذه الدراسة لتبحث في العلاقة التأثيرية السلبية للمكون الإعلامي والاتصالي الحالي على الأمن الفكري للمجتمع الجزائري في أبعاده الأساسية، وذلك من خلال البحث في التهديدات التي يسوقها له هذا المكون وسيلة ومحتوى، لتتخذ هذه الدراسة من الشباب الجزائري عينة للدراسة، على افتراض أن الشباب من أكثر الفئات الاجتماعية نفاذية واستخداما لوسائل الإعلام والاتصال في أشكالها الحالية، وبالتالي فهم أكثر عرضة لمضامينها.

إن من الشروط المنهجية الأساسية التي تقوم عليها الدراسات والأبحاث العلمية في ميادين وحقول العلوم الإنسانية والاجتماعية، وبالأخص منها الدراسات الميدانية والتطبيقية، هي ضرورة الثبات الكلي على أبعاد المفاهيم الأساسية للدراسة، وبيان هذه الأبعاد بشكل واضح منذ بداية الخوض في دراسة ما، هو دلالة قوية وبيان واضح على اتسامها بتراطبات منطقي ومعالجة سلسلة للمشكلة البحثية التي يتغني الباحث الوصول إلى حلول وإجابات بخصوصها.

لهذا فقد حرصنا في هذه الدراسة على بناء فصولها بالشكل الذي يجعل منها ترابطا فكريا منطقيًا يهدف لتفسير الظاهرة المدروسة، والوصول لإجابات عن الأسئلة المصاغة في إشكالية الدراسة، من خلال خمسة فصول شكلت متنا لهذه الأطروحة، وقد جاءت فصول الدراسة كالتالي:

الفصل الأول؛ وتم فيه تناول الإجراءات المنهجية للدراسة من خلال ما يلي، استعراض إشكالية

الدراسة من خلال تبيان المتغيرين الأساسيين في الدراسة وهما المكون الإعلامي والاتصالي، والأمن الفكري، وبيان العلاقة التأثيرية المراد دراستها من خلالهما، ومن ثم طرح للتساؤل الرئيسي الذي تهدف الدراسة لإجابة عنه، تبعه تجزئة هذا السؤال إلى تساؤلات فرعية بحيث أن كل تساؤل منها عبر عن محور من محاور أداة جمع البيانات، بحيث تم استيقاء هذه الأبعاد من خلال عملية التحليل المفهومي للمتغير التابع، بعد ذلك تم استعراض أهداف الدراسة، ومن بعدها تم التفصيل في الأسباب الذاتية والموضوعية التي دفعت الباحث لاختيار الموضوع، ومن ثم استعراض أهميته النظرية والتطبيقية والزمنية، ثم استعراض المفاهيم والاصطلاحات المعتمدة في الدراسة، وإعطاء تعريفات إجرائية للمفاهيم الرئيسية منها، ومن بعد ذلك تم التطرق للإجراءات الميدانية للدراسة ممثلة في منهج الدراسة، أدوات جمع البيانات، عينة الدراسة، ليختتم الفصل بالتطرق للدراسات السابقة التي تناولت مواضيع مشابهة لموضوع هذه الدراسة، وتحديد أوجه هذا التشابه وكذا أوجه الاختلاف بينها، وبعد ذلك إبراز مكامن الاستفادة من كل دراسة من هذه الدراسات.

الفصل الثاني؛ والذي تم فيه التفصيل في المقاربات النظرية التي اعتمدها هذه الدراسة، حيث تم التطرق في المبحث الأول من هذا الفصل إلى إشكالية دراسة تأثيرات وسائل الإعلام؛ من خلال تبيان السياقات التاريخية لهذه الدراسات، ومن بعدها تبيان مجالات دراسة آثار وسائل الإعلام، تبع هذا المبحث أربعة مباحث عبر كل مبحث منها عن مقترب من المقتربات النظرية التي اعتمدها هذه الدراسة وهي: مقارنة

الاستخدامات والإشباع، مقارنة الفئات الاجتماعية كمصدر للفروقات الفردية عند المتلقين، مقارنة الحتمية القيمة، مقارنة الحتمية التكنولوجية، حيث تم في كل مبحث من هذه المباحث التعريف بالنظرية، وذكر تطبيقاتها البحثية، وتجلياتها في هذه الدراسة.

الفصل الثالث؛ تم من خلاله تناول أول بعد من أبعاد المكون الإعلامي والاتصالي الحالي وهو الإعلام التقليدي، وقد روعي في هذا الطرح التغيرات الراهنة التي طرأت على هذا النوع الإعلامي، فحاء عنوان الفصل: الإعلام التقليدي وتجلياته المعاصرة، بحيث احتوى الفصل أربعة مباحث؛ المبحث الأول تم التطرق فيه للتحديات الراهنة التي تواجه الإعلام التقليدي، المبحث الثاني جاء بعنوان التلفزيون وتجلياته الحالية، تناول هذا المبحث مراحل تطور التلفزيون، التحليلات الجديدة للتلفزيون من خلال أهم التغيرات التي طرأت عليه على مستوى تطوير التجربة السمعية البصرية، تطوير المواصفات الخارجية للتلفزيون، تطور وظائفه، تطوير مستوى المحتويات السمعية البصرية التي يقدمها، ثم تم استعراض الأدوار التأثيرية الجديدة للتلفزيون في العنصر الأخير من المبحث، المبحث الثاني تناول الإذاعة وتجلياتها المعاصرة، من خلال استعراض التطور التاريخي للإذاعة بداية، ثم تناول ميزات الإذاعة، وبعدها الانتقال لبيان التحليلات الراهنة للإذاعة، اختص المبحث الثالث بالحديث عن الصحافة المطبوعة وتجلياتها الراهنة، من خلال بيان التحليلات الراهنة للصحافة المطبوعة ورهانات المستقبل بالنسبة لها، واستعراض العلاقة بين التكنولوجيات الجديدة والمتطلبات الراهنة في مهنة الصحافة، ثم في الأخير تم بيان الأدوار السوسيوثقافية التي يمكن للصحافة المطبوعة أن تؤديها في المجتمع.

الفصل الرابع؛ تناول هذا الفصل الشق الثاني من الإعلام المعاصر وهو الإعلام الجديد، واستعرض إمكانياته وخصائصه فيما يخص التأثير الاجتماعي، بيد أن العلاقة محل هذه الدراسة تتمحور حول شكل من أشكال التأثير الاجتماعي لوسائل الإعلام، فحمل الفصل عنوان الإعلام الجديد والتأثير الاجتماعي بحيث تكون من أربعة مباحث؛ المبحث الأول تناول التحليلات الحالية للبيئة الإعلامية والاتصالية الجديدة و بعضاً من أهم إشكالياتها الأخلاقية المعاصرة، المبحث الثاني؛ تناول السمات الرئيسية للإعلام الجديد، المبحث ثالث: تناول مواقع التواصل الاجتماعي كأهم تجليات الإعلام الجديد من خلال التعرض لنشأتها وتطورها ومن ثم استعراض التحليلات الحالية لهذه المواقع، ليطم التطرق في المبحث الرابع والأخير من هذا الفصل إلى الأثر الاجتماعي للإعلام الجديد.

الفصل الخامس؛ تناولنا فيه محددات الأمن الفكري للمجتمع الجزائري والتهديدات الإعلامية الاتصالية المتصلة بها، حيث تكون الفصل من ثلاثة مباحث، فصلنا من خلالها في المنظومة القيمية للمجتمع الجزائري بما هي محددات للوعاء الفكري الجمعي للمجتمع الجزائري، وبيننا تهديدات المكون الإعلامي والاتصالي الحالي لكل بعد منها، وهي ثلاثة أبعاد أساسية، تنبثق عنها أبعاد فرعية، بحيث تناولنا كل واحد منها ضمن مبحث مستقل، وقد قسمنا هذه الأبعاد كما يلي:

أولاً- البعد المتضمن قيم الدين الإسلامي وتتضمن؛ القيم الغيبية، القيم العلمية والفكرية، القيم الأخلاقية، القيم السيكولوجية النفسية، قيم الوسطية وتقبل الآخر

ثانياً- البعد المتضمن القيم السوسيوثقافية وتتضمن؛ اللغة العربية واللهجات المحلية، العادات والتقاليد والأعراف، الموروث التاريخي والحضاري المشترك، رمزية مؤسسات التنشئة الاجتماعية.

ثالثاً- البعد المتضمن القيم المدنية ويشمل؛ المواطنة، الوطنية وتغليب المصلحة العامة.

الفصل السادس؛ يجوي الفصل الإطار الميداني للدراسة، ويتكون من ستة مباحث يستعرض كل مبحث منها محورا من محاور الاستبيان، في حين يسبقها مبحث يعرف بمحاور الاستبيان والمقاييس الإحصائية التي اعتمدها الدراسة، وجاءت مباحث الفصل الخامس كالتالي: المبحث الأول؛ تناول محاور الاستبيان والمقاييس الإحصائية المعتمدة في الدراسة، المبحث الثاني: تناول تحليل الجداول الخاصة باستعراض البيانات الشخصية للمبحوثين، المبحث الثالث: تم فيه استعراض وتحليل الجداول الخاصة باستخدامات وإشباعات المبحوثين من وسائل الإعلام والاتصال، المبحث الرابع: تناول بالعرض والتعليق والتحليل، الجداول المتعلقة بالمحتويات السلبية المهددة للأمن الفكري ومدى مصادفة المبحوثين لها في وسائل الإعلام والاتصال التي يستخدمونها، المبحث الخامس: تم فيه استعراض الجداول المتعلقة ببيانات الأسئلة حول ردود أفعال المبحوثين الاعتيادية إزاء متابعة المحتويات السلبية المتضمنة في محتويات وسائل الإعلام والاتصال، المبحث السادس: تم فيه استعراض البيانات المتعلقة بالتأثيرات السلبية لمحتويات وسائل الإعلام والاتصال على الأمن الفكري للمبحوثين من خلال إجاباتهم والتعليق على هذه البيانات وتحليلها.

وقد اختتمت فصول الدراسة باستعراض النتائج العامة المتوصل إليها، وكذا توصيات الدراسة التي تم اقتراحها على ضوء هذه النتائج، ثم في الأخير تم استعراض خاتمة هذه الدراسة.



الفصل الأول

مشكلة الدراسة

وإجراءاتها الميدانية

الفصل الأول: مشكلة الدراسة وإجراءاتها الميدانية

أولاً - مشكلة الدراسة

✓ تحديد إشكالية الدراسة

✓ تساؤلات الدراسة

✓ أهداف الدراسة

✓ أسباب اختيار الموضوع

✓ أهمية الموضوع

✓ تحديد المفاهيم

ثانياً - الإجراءات المنهجية للدراسة

✓ منهج الدراسة

✓ أدوات جمع البيانات

✓ عينة الدراسة

الإشكالية:

يشهد المجتمع الإنساني المعاصر تغيرات متسارعة طرأت على البنيات القيمية لمختلف المجتمعات المحلية المشكلة له، حيث يتميز كل مجتمع منها بميزات ومحددات لبنيته القيمية، وبمكونات لهوية متفردة تميزه عن غيره من المجتمعات وتضفي التماسك على أركانه، وتجسد هذه الميزات والمحددات والمكونات المتفردة وعاءاً فكرياً جمعياً على درجة كبيرة من التناسق والانسجام، حيث يمثل الحفاظ على هذا التناسق حتمية أمام هذه المجتمعات لضمان الأمن فكري لها، بما يمثله هذا الأخير من شرط أساسي للأمن القومي للأمة واستقرارها وازدهارها بشكل عام، ويمكن أن نلاحظ مخلفات هذا التغير في البنيات في مظاهر عدة - على مستويات فردية واجتماعية - تحيل في كثير من جوانبها إلى تنميط في الثقافة الإنسانية على نحو وشكل واحد ملغي لسنة الاختلاف الكونية بما يطلق عليه مسمى العولمة الثقافية، حيث تلاشت من خلال هذه الأخيرة الحدود التي كانت تفصل بين المجتمعات المحلية، وتضاءلت الفروقات الثقافية بينها، مما أدى إلى تفككك في البنيات القيمية الأخلاقية والثقافية والمدنية والهوية المجتمعية لها على نحو كبير بما يهدد أمنها الفكري وحتى أركانها بالزوال، ومن جهة أخرى تشهد المجتمعات الإنسانية انتشار فكر التطرف والعنف ومعاداة الآخر على نطاق واسع، مما يضع المجتمعات المحلية أمام تحديات كبيرة للدفاع عن أمنها الفكري وثقافتها ومحليتها ومقومات وعاء الفكر الجمعي والهوية المجتمعية لها، ضد كل ما يغذي عملية تغريب الفكر المعاصر واتجاهاته المتسارعة نحو التحرر من المحلية والانتماء للمجتمع المحلي، بما من شأنه أن يحض على تهديد أمنها واستقرارها.

إن كل هذه التغيرات الطارئة التي تحدثنا عنها وكل هذه التهديدات للأمن الفكري للمجتمعات الإنسانية بفعل العولمة الثقافية وعمليات التغريب الفكري وتنميط الفكر الإنساني وانتشار فكر التطرف، لم يكن لها أن توطن بدون وجود هذا الكم الهائل من الفواعل الإعلامية والاتصالية الحالية التي دأبت على نشر هذه الثقافة العالمية المنمطة من جهة، ونشر العديد من مرجعيات الفكر المتطرف والمهدد للاستقرار الاجتماعي والأمن الفكري للمجتمعات من جهة أخرى، وقد تعاضم دور المكون الإعلامي والاتصالي في تغيير البنيات القيمية للمجتمعات المحلية بفعل تكنولوجيات الإعلام والاتصال الجديدة التي أفرزت بيئة إعلامية جديدة زادت من حجم التعرض للمضامين الإعلامية، وزادت من قدرتها على التأثير الفكري وبالتالي زادت حجم التهديدات التي تواجه خصوصيات المجتمعات الإنسانية وأمنها الفكري.

إن الأمن الفكري للمجتمع الجزائري على غرار باقي المجتمعات الإسلامية له خصوصياته الواضحة التي تميزه عن المجتمعات الغربية التي نجد لها استعدادات كبيرة لمسايرة تنميط الثقافة العالمية، بيد أن هذا التنميط ذاته هو صناعة غربية وفقاً لمكونات الثقافة الغربية، التي لها من الفروقات المحلية والاختلافات الكبيرة مع مقومات الفكر والثقافة والهوية الإسلامية بالحجم والشكل اللذان لا يمكن معهما أن تخضع

المجتمعات المسلمة لهذا التنميط ولا أن تسايهه وتتكيف مع تجلياته، وعليه تبرز ضرورة الحفاظ على سلامة الأمن الفكري للمجتمع الجزائري المسلم تبعا لهذه الخصائص، كواحدة من أهم شروط تحقيق النهضة الحضارية لهذا المجتمع وتحقيق التقدم والازدهار له والحفاظ على أمنه واستقراره، فما يعكسه الواقع اليوم أن هنالك العديد من التحديات التي تواجه المجتمع الجزائري وتهدد أمنه الفكري، فما نشهده من تغريب في ثقافة وفكر الشباب الجزائري وتراجع لولائه اتجاه قيم مجتمعه وإزاء هويته وأصالته، وتراجع للحس المدني لدى أفراد المجتمع، وما يلحظه المراقبون من حملات إعلامية وخطط منظمة تستهدف مقومات الفكر الجماعي للمجتمعات المسلمة بشكل عام وهوياتها المتفردة، من أقوى الدوافع للبحث في مهددات الأمن الفكري للمجتمع وسبل الوقاية منها، دون نسيان ما واجهته الجزائر خلال تسعينات القرن الماضي من مآسي وما كان للفكر المنحرف فيها من أدوار، وما تواجهه الكثير من الدول العربية والإسلامية اليوم من دمار وما للانحرافات الفكرية التي تبث إعلاميا من دور رئيس فيها، فكل هذه الوقائع الماضية والراهنة، تجعل من البحث في مهددات الأمن الفكري وسبل التعامل معها أمرا هاما وضروريا.

تأتي هذه الدراسة لتبحث في علاقة نظرية تبدو وطيدة بين المكون الإعلامي الاتصالي الحالي بمختلف محدداته من مؤسسات إعلامية ووسائط تكنولوجية اتصالية ومضامين إعلامية جديدة، في ظل بيئة إعلامية متعددة الأقطاب تشكل أكبر تحديا للمجتمع الجزائري في سبيل حفاظه على أمنه الفكري، وبين الشباب الجزائري الذي يعتبر أكثر شرائح المجتمع نفاذا وتعرضا واستخداما لهذا المكون، وبالتالي يكون أكثر قابلية للتعرض لتهديدات الأمن الفكري من بقية شرائح المجتمع، وللبحث في مكان هذه العلاقة تأتي هذه الدراسة للبحث في هذه المشكلة العلمية، من خلال محاولة الإجابة على التساؤل التالي: **ما هو أثر المكون الإعلامي والاتصالي الحالي على الأمن الفكري للشباب الجزائريين؟**

تساؤلات الدراسة:

- 1- ما هي استخدامات الشباب الجزائريين للوسائط الإعلامية والاتصالية في الوقت الراهن؟
- 2- ما أثر الوسائط الإعلامية والاتصالية ومحتوياتها الحالية على القيم الإيمانية العقائدية للشباب الجزائريين؟
- 3- ما أثر الوسائط الإعلامية والاتصالية ومحتوياتها الحالية على القيم الفكرية (العلمية) للشباب الجزائريين؟
- 4- ما أثر الوسائط الإعلامية والاتصالية ومحتوياتها الحالية على القيم الأخلاقية للشباب الجزائريين؟
- 5- ما أثر الوسائط الإعلامية والاتصالية ومحتوياتها الحالية على القيم السيكولوجية النفسية للشباب الجزائريين؟
- 6- ما أثر الوسائط الإعلامية والاتصالية ومحتوياتها الحالية على قيم الوسطية والاعتدال الفكري للشباب الجزائريين؟
- 7- ما أثر الوسائط الإعلامية والاتصالية ومحتوياتها الحالية على منظومة عادات وأعراف المجتمع عند الشباب الجزائريين؟
- 8- ما أثر الوسائط الإعلامية والاتصالية ومحتوياتها الحالية على قيمة الموروث التاريخي والحضاري المشترك عند الشباب الجزائريين؟
- 9- ما أثر الوسائط الإعلامية والاتصالية ومحتوياتها الحالية على قيمة اللغة العربية لدى الشباب الجزائريين؟
- 10- ما أثر الوسائط الإعلامية والاتصالية ومحتوياتها الحالية على رمزية مؤسسات التنشئة الاجتماعية لدى الشباب الجزائريين؟
- 11- ما أثر الوسائط الإعلامية والاتصالية ومحتوياتها الحالية على قيم المواطنة عند الشباب الجزائريين؟
- 12- ما أثر الوسائط الإعلامية والاتصالية ومحتوياتها الحالية على قيمة اللغة العربية لدى الشباب الجزائريين؟
- 13- ما هو أثر الوسائط الإعلامية والاتصالية ومحتوياتها الحالية على الأمن الفكري للشباب الجزائريين تبعاً لمتغيرات التفتية الاجتماعية؟
- 14- ما هو أثر الوسائط الإعلامية والاتصالية ومحتوياتها الحالية على الأمن الفكري للمجتمع الجزائري، تبعاً للاختلاف في استخدامات وسائل الإعلام ومحتوياتها؟

أهداف الدراسة:

- ✓ التعرف على استخدامات الشباب الجزائري للوسائط الإعلامية والاتصالية الحالية.
- ✓ تقييم تأثير الوسائط الإعلامية والاتصالية ومحتوياتها الحالية على القيم الدينية والعقائدية للشباب الجزائريين.
- ✓ التعرف على أثر الوسائط الإعلامية والاتصالية ومحتوياتها الحالية على تماسك الشباب الجزائريين بقيم ثقافتهم المجتمعية.
- ✓ معرفة التأثيرات الحالية للوسائط الإعلامية والاتصالية ومحتوياتها الحالية على القيم المدنية التي يحملها الشباب الجزائريين.
- ✓ التعرف على تأثيرات الوسائط الإعلامية والاتصالية ومحتوياتها الحالية في البنية القيمية الأخلاقية للشباب الجزائريين.
- ✓ التعرف على التأثيرات النفسية لوسائل الإعلام والاتصال ومحتوياتها الحالية على الشباب الجزائريين.
- ✓ تقييم أثر الوسائط الإعلامية و الاتصالية ومحتوياتها الحالية في نشر الفكر المتطرف في أوساط الشباب الجزائريين.
- ✓ ومن كل هذه الأهداف الفرعية تهدف الدراسة لتقييم التأثيرات السلبية للوسائط الإعلامية والاتصالية ومحتوياتها الحالية على الأمن الفكري للشباب الجزائريين وحصر أبعاد المشكلة والتنبؤ بمساراتها المستقبلية.
- ✓ تقديم توصيات بما هي حلول للمشكلة للجهات ذات الوصاية والأطراف ذوو الصلة تمكنهم من اتخاذ قرارات سليمة إزاء المشكلة المطروحة.

أسباب اختيار الموضوع:

أ- الأسباب الذاتية:

- ✓ ميولنا للمشكلات البحثية المتسمة بالجددة، والمهادفة لحل مشكلات اجتماعية راهنة.
- ✓ استشعارنا بمسؤوليتنا إزاء أمن واستقرار وازدهار وطننا ومجتمعنا، حيث أن الأمن الفكري محل إشكالية هذه الدراسة يعد من أهم مقومات هذا الاستقرار والازدهار، محفزين بما نلاحظه من مخاطر وتحديات تواجهه في الوقت الراهن.
- ✓ الرغبة في إثراء مكتبة علوم الإعلام والاتصال بدراسة تتميز بالأصالة والجددة، وتعالج مشكلة بحثية لها فائدة اجتماعية راهنة ومستقبلية كبيرة.

ب- الأسباب الموضوعية:

- ✓ ما نشهده من هيمنة فكرية وثقافية وهوياتية للمجتمع الغربي، ومحاولة تكريس هذه الهيمنة وفرضها على المجتمعات المحلية بشكل عام، وعلى المجتمعات المسلمة والعربية بشكل خاص، موظفة المكون الإعلامي والاتصالي الحالي بمختلف مكوناته في هذه العملية، يبرز ضرورة البحث في مكان هذا التوظيف، من خلال محاولة معرفة الأدوار التي يؤديها هذا المكون في تهديد الأمن الفكري للمجتمع الجزائري كمجتمع محلي عربي ومسلم.
- ✓ إن من أسباب اختيار هذا الموضوع للدراسة هو ما تشهده الكثير من البلدان العربية والإسلامية ودول الجوار من تفكك في منظوماتها الاجتماعية ودمار على كافة المستويات، وما للمكون الإعلامي والاتصالي الحالي من أدوار في الوصول بها إلى هذا الحال، هذه البلدان التي تتشابه خصائص مجتمعاتها وبنياتها القيمية مع خصائص المجتمع الجزائري وبنيتها القيمية، مما يجعل إلى ما يواجهه المجتمع الجزائري من تحديات إزاء الحفاظ على أمنه الفكري في الوقت الراهن، واحتمالية الانقياد إلى ما آلت إليه هذه البلدان.
- ✓ هنالك العديد من الخلفيات التاريخية التي شكلت دافعا لاختيار هذه المشكلة البحثية كموضوع للدراسة، فما عايشته الجزائر من احتلال دام مئة وثلاثين سنة استهدفت فيه كل محددات الأمن الفكري لمجتمعها من هوية وأصالة وبنيات قيمية، وما شهدته الجزائر في تسعينات القرن الماضي من أزمة عنيفة كان لها أبعاد مدمرة مزالت آثارها ملاحظة إلى الآن، وما كان لاختلال الأمن الفكري من أدوار فيها، كل هذه الوقائع التاريخية تعطي صورة عن الأضرار البالغة التي تنجر عن المساس بالأمن الفكري للمجتمع، بما جعلها حافزا قويا لإنجاز هذه الدراسة، أملا في تشخيص مواطن التهديد وسبل الوقاية.

- ✓ لقد أصبحنا نشهد اليوم العديد من البدائل التكنولوجية الاتصالية والإعلامية الجديدة التي أتاحت عادات جديدة وفرص أكبر للتعرض للمضامين الإعلامية بشكل واسع، وأوجدت أنماطا جديدة من آليات الغرس الثقافي والتي هددت أكثر من أي وقت مضى مقومات الأمن الفكري للمجتمع الجزائري، وبالتالي وجب البحث في ماهية هذه التهديدات وانعكاساتها على الأمن الفكري والمنظومة القيمية لهذا المجتمع.
- ✓ الاغتراب الفكري الذي أضحي ملاحظا لدى فئة الشباب بالذات والتي أصبحت منقادة ومتعاطفة مع الثقافة الغربية المنافية في كثير من جوانبها للمنظومة القيمية للمجتمع الجزائري، ومن جهة أخرى ما نلاحظه من اختلالات فكرية ولدها الانفتاح الإعلامي واستخداماته الجديدة والتي أنتجت فكرا متطرفا وعنيفا لدى هذه الفئة.
- ✓ يعتبر الشباب من أكثر فئات المجتمع استخداما لمختلف الوسائط الإعلامية والاتصالية خصوصا الجديدة منها وأيضا من أكثر الفئات المجتمعية نفاذا للمضامين الإعلامية و أكثرها مرونة في التعامل مع أشكال العولمة الثقافية وانقيادا لمظاهر الثقافة العالمية المنمطة، لذا جاءت هذه الدراسة للبحث في التأثيرات السلبية للمكون الإعلامي والاتصالي الحالي على الأمن الفكري لهذه الفئة والاستدلال بها لمعرفة مدى تأثيراته على الأمن الفكري للمجتمع ككل.

أهمية الدراسة:

إن الفائدة التي يسفر عليها أي بحث إنما ترتبط بالأهداف المبتغاة وراء الدراسة، فإذا كانت الدراسة مركزة على مشكلة معينة، فإن النتيجة المرجوة هنا تتمثل في محاولة الوصول إلى حل للمشكلة، (خضر، 1992) وتتوقف أهمية البحث على أهمية الظاهرة التي يتم دراستها، وعلى قيمتها العلمية وما يمكن أن تحققه من نتائج يمكن الاستفادة منها وما يمكن أن تخرج به من حقائق يمكن الاستناد إليها، كذلك تتوقف أهمية الدراسة على ما يمكن أن تحققه من نفع للعلم وللباحث ولقراء البحث من الناحية العلمية، وما يمكن أن تحققه من فائدة للمجتمع من الناحية العلمية والتطبيقية (مسعد، 2000)

ويجب أن يكون البحث ذا أهمية عملية أو نظرية فيقوم بإيضاح بعض القضايا الغامضة، أو يردم بعض الفجوات بين المعلومات والحقائق فيجعلها تتسلسل على نحو طبيعي مما يسهل فهمها، أو يقوم بالبرهنة على نظرية من النظريات، أو يقوم بتعديل أو تصحيح بعض المعلومات والحقائق المعروفة أو يوصل لحقائق جديدة أو يسمح لنا بالتنبؤ بالحوادث المستقبلية على نحو أدق أو أكثر احتمالاً، أو بالسيطرة والتحكم فيها، أو بالتطبيق العملي. (مروان، 2000)

وأما غايته فهي لا تخرج من أحد هذه الأمور التالية: اختراع معدوم، أو جمع متفرق، أو تكميل ناقص، أو تفصيل مجمل، أو تهذيب مطول، أو ترتيب مختلط، أو تعيين مبهم، أو تبيين خطأ. (سلام، 1995)

على ضوء هذا التوصيف المنهجي المتبنى من طرف علماء المنهجية لما يجب أن تشكله الدراسة من أهمية، يمكن القول أننا نستطيع بيان أهمية هذه الدراسة بإيجاز، بذكر ما يلي:

يعتبر الأمن الفكري من أهم وأولى متطلبات أمن واستقرار وازدهار المجتمع وضمان وحدته وقوة أركانه، والحفاظ عليه يعتبر من أهم الغايات التي تسعى الأمم لتحصيلها، وعليه فإنه من الضروري للباحثين خصوصاً في الدرجات الأكاديمية العليا تحمل مسؤولياتهم الاجتماعية إزاء المشكلات والتحديات التي تواجه المجتمع والأمة، والبحث في سبل تقييمها ومواجهتها والتنبؤ بانعكاساتها المستقبلية ثم إن هذه الدراسة تستمد أهميتها من العلاقة النظرية الوطيدة التي تجمع بين متغيراتها، فالتحديات التي يواجهها المجتمع في سبيل حفاظه على أمنه الفكري اليوم ما هي إلا نتاج للمكون الإعلامي والاتصالي الحالي الذي هو مزيج بين انفتاح إعلامي واسع ذو مضامين إعلامية كثيفة ومتعددة تلاشت من خلالها أبعاد المحلية وقيم الهوية للمجتمع، وبين تكنولوجيات الإعلام والاتصال الجديدة التي أضفت على الظاهرة الإعلامية أبعاداً جديدة وأعطت للمكون الإعلامي قوة أكبر في التأثير الفكري والصناعة الثقافية بشكل عام.

تستمد الدراسة أهميتها أيضاً من الأوضاع الراهنة التي تحيط بالمجتمع المدروس، فالمشكلة البحثية محل الدراسة في إطارها الزمكاني الحالي هي في ذروة نشاطها، والتماسها وملاحظتها وملاحظة أبعادها

وانعكاساتها في الوقت الحالي أسهل بمكان أكثر من أي وقت مضى، فمن الواضح للعيان ذلك التفكك الحاصل في المنظومة القيمية للمجتمع الجزائري، والتغريب لثقافة أفرادها، وانتشار أشكال متعددة من الانحرافات الفكرية المتطرفة في أوساطه على غرار باقي المجتمعات العربية الإسلامية.

أما الأهمية التطبيقية لهذه الدراسة فتكمن في النتائج المرجو التوصل إليها والتي يمكن من خلالها معرفة حجم المشكلة التي يواجهها المجتمع الجزائري فيما يخص التأثير الفكري الثقافي السلبي المحتمل للوسائط الإعلامية والاتصالية الحالية على أهم شريحة من شرائحه وهي فئة الشباب، وتشريح هذه المشكلة ومعرفة أبعادها ومسبباتها، مما قد يتيح إمكانية التنبؤ بمساراتها مستقبلا، بالإضافة إلى هذا فالدراسة تهدف للتوصل لتوصيات موجهة للجهات ذات العلاقة والوصاية للحد من المشكلة والمساعدة في وضع قاعدة تسهم في وضع استراتيجية لمواجهة الظاهرة.

منهج الدراسة:

البحث استقصاء عن موضوعات أو مسائل معينة، يتبع فيها الفكر منهجا علميا في إطار منهج منطقي عام، يطبق في كل منهما منهجا أو أكثر من مناهج أعمال الفكر، للكشف عن الحقيقة في العلوم، بواسطة طائفة من القواعد العامة التي تهيمن على سير العقل وتحدد عملياته حتى يصل إلى نتيجة معلومة، لهذا فإن منهج البحث هو عصب البحث العلمي، ويظهر في عرضه حدق ومهارة الباحث لصنعة تصميم هذا البحث. (دويدري، البحث العلمي: أساسياته النظرية وممارسته العملية، 2000)

وليس هناك بحث علمي دون منهج واضح يتم وفقا لقواعده دراسة المشكلة محور البحث وتحليل أبعادها ومسبباتها ومعرفة جوانبها وتأثيرها وتأثرها بالظواهر المحيطة، ووفقا لأدواته يتم قياسها والتنبؤ بحركاتها والوصول إلى معالجات ونتائج محددة يمكن تطبيقها لتصحيح القصور القائم المسبب للمشكلة أو إعادة توجيهه وتخصيص العوامل الحركية لإحداث توازن متناسب يعالج الاختلال المنشئ للقضية البحثية أو إضافة تحليل موضوعي لعرض وبحث القضية محل البحث، فالبحث دون منهج علمي موضوعي يرتبط بالواقع العملي أو بالبيئة البحثية يصبح عامل اغتراب وانعزال، حيث يتحول إلى درب من دروب التفكير التنظيري الذي يحتاج إلى واقع عملي يؤكد سلامته ويؤيد صحة نتائجه، (عبد الغني و الحضييري، 1992) فاكشاف المعارف بشتى أنواعها لا يتأتى إلا بتحديد كيفية أو طريقة تكون كفيلا بتحقيق الأهداف التي يرحوها الباحث من بحثه (بومهدي، 2004-2005)

والمنهج هو مجموعة من القواعد التي يتم وضعها بقصد الوصول إلى الحقيقة في العلم، أو الطريقة التي يتبعها الباحث في دراسته للمشكلة من أجل اكتشاف الحقيقة، أو هو فن التنظيم الصحيح لسلسلة من الأفكار، أو الإجراءات من أجل الكشف عن الحقيقة التي نجهلها أو البرهنة عليها للآخرين الذين لا يعرفونها (شروخ، 2003)

إن إخضاع موضوع دراستنا؛ الأمن الفكري للمجتمع الجزائري والتحديات الراهنة - دراسة في التأثيرات السلبية المحتملة للمكون الإعلامي الاتصالي على عينة من الشباب الجزائريين-، لإجراءات المنهج الوصفي، يتطلب توصيفا لمتغيري الدراسة كل على حدة في إطاره المنعزل والمستقل، ومن ثم ربط العلاقة بين المتغيرين خدمة لأهداف الدراسة المصاغة في الإشكالية و تبعا لإطار العلاقة المحدد في عنوان الدراسة، من خلال توصيف التأثيرات السلبية للمكون الإعلامي على الأمن الفكري للمجتمعات المحلية، ومن ثم التدرج للوصول لمجتمع الدراسة في علاقته بهذا المكون، وذلك بربط العلاقات النظرية بين متغيرات الدراسة وتوصيفها بالاستعانة بالتراث الأدبي ذو الصلة بموضوع الدراسة، وبعد ذلك النزول إلى الميدان وإخضاع عينة البحث للمسح بغية إثبات العلاقة النظرية بين المتغيرات وأبعادها والتحقق منها في الميدان، وبالتالي فإن المنهج الأنسب لهذه الدراسة دون غيره هو المنهج المسحي الوصفي.

ويمكن تعريف المنهج المسحي بأنه أسلوب من أساليب البحث المرتكز على معلومات كافية ودقيقة عن الظاهرة أو موضوع محدد من خلال فترة أو فترات زمنية معلومة وذلك من أجل الوصول إلى نتائج عملية تم تفسيرها بطريقة موضوعية وبما ينسجم مع المعطيات الفعلية للظاهرة. (عبيدات، أبو ناصر، و مبيضين، 1999)

وعليه فإن هذه الدراسة سيتم إنجازها تبعا لمراحل المنهج المسحي: (دويدري، رجاء وحيد دويدري، البحث العلمي: أساسياته النظرية وممارسته العملية، 2000)

1- تفحص الموقف المشكل ودراسته دراسة وافية؛ حيث تم اختيار الموضوع تبعا لأسباب ذاتية وموضوعية، وتم التأكد من الأهمية النظرية والعملية للدراسة باعتبارها شرطا أساسيا لإنجاز البحث العلمي، وكذا التأكد من وجود مشكلة علمية، ووجود علاقة نظرية قوية بين متغيرات الدراسة_ المكون الإعلامي والاتصالي الحالي والأمن الفكري للشباب الجزائري_ تتطلب تحققا ميدانيا لإثبات وجودها وأبعادها.

2- تحديد وضبط المشكلة العلمية بدقة، حيث تمت صياغة إشكالية للدراسة تم على ضوءها طرح تساؤلات معبرة بشكل واضح على الأهداف المرجو تحقيقها في الدراسة.

3- اختيار عينة مناسبة واختيار مواضيع فحصها، حيث وقع الاختيار على عينة ممثلة من الشباب الجزائري موزعة عبر الوطن.

4- تحديد طرائق جمع البيانات التي ينبغي الوصول إليها.

5- تصنيف البيانات المراد الوصول إليها؛ وذلك بغرض المقارنة والتوصل إلى أوجه التشابه والاختلاف، وتبيان العلاقات.

6- اختيار أدوات البحث التي يستخدمها في جمع البيانات؛ حيث تمت الاستعانة بوحدة من أدوات المنهج المسحي الوصفي المعروفة وهي أداة الاستبيان تبعا لمزايا وطبيعة المنهج المعروف، وكذا طبيعة البيانات المراد تحصيلها.

7- القيام بملاحظات وجمع البيانات بطريقة موضوعية ودقيقة.

8- تحديد النتائج المتوصل إليها، وتصنيفها ثم تحليلها وتفسيرها بدقة وبساطة، ومن ثم وضع توصيات لتحسين الواقع المدرس، أي توصيات حول سبل مواجهة التأثيرات السلبية للمكون الإعلامي والاتصالي الحالي على الأمن الفكري للمجتمع الجزائري و من ثم سبل الحفاظ عليه من هذه التأثيرات أو تقليل تداعياتها.

أدوات جمع البيانات:

إن جمع المعلومات الوافية والكافية والشاملة لكل الجوانب الخاصة بموضوع البحث ومشكلته، هو جهد مهم يحتاج إلى مهارة وانتباه من قبل الباحث، (قنديلجي، 1999) وبما أنه من الصعوبة بمكان أن تفي المصادر المكتوبة بجميع الاحتياجات التي يتطلبها البحث الميداني، فلا بد أن يلجأ الباحث إلى جمع البيانات ميدانياً بوسائل متعددة (أحمدي، 1997)

فضلاً أن البحوث التطبيقية وهي البحوث التي تحقق أغراض المجتمع في الإنتاج وابتكار المخترعات، (نعمان و النمرى، 1998) دعامتها الأساسية في جمع البيانات، أدوات تختلف باختلاف مشكلة البحث (بدر، 1996)، والمنهج المتبع من طرف الباحث... واستناداً لما سبق يجب أن يلم الباحث بالأدوات والأساليب المختلفة لجمع بيانات البحث، وأن يعرف طبيعة البيانات التي تنتجها ومزاياها وعيوبها والمسلمات التي تستند إليها ومدى صدقها وثباتها وموضوعيتها، وبالإضافة إلى ذلك يجب أن يكتسب الباحث مهارة إعداد هذه الأدوات واستخدامها وتفسير الأدوات التي تكشف عنها، ويستخدم الباحث في المنهج الوصفي مجموعة من وسائل جمع البيانات منها ما يلي: المقابلة، الملاحظة، الاستفتاء (الاستبيان). (عوض و خفاجة، 2002)

وسنستعين في هذه الدراسة الميدانية بأداة الاستبيان، وتم اختيار هذه الأداة تبعاً للمزايا التي تتمتع بها والتي تؤهلها دون غيرها لتحصيل البيانات المطلوبة خدمة للأهداف البحثية المصاغة في إشكالية الدراسة، ولمواءمتها لخصائص المجتمع محل المسح والدراسة.

ويقصد بالاستبانة مجموعة من الأسئلة المصممة لجمع البيانات اللازمة عن المشكلة تحت الدراسة، وهي أهم الوسائل الفعالة في جمع البيانات، (الصيرفي، 2001)... وهي أيضاً وسيلة من وسائل جمع البيانات، تعتمد أساساً على استمارة تتكون من مجموعة من الأسئلة ترسل بواسطة البريد، أو تسلم إلى الأشخاص الذين تم اختيارهم لموضوع الدراسة ليقوموا بتسجيل إجاباتهم عن الأسئلة الواردة فيه وإعادة ثانياً (الشريف، 1996).

وتعتمد هذه الدراسة على الاستبيان المغلق المعتمد الأسئلة المغلقة ذات الأجوبة الاحتمالية المحددة، يتخللها عدد محدود من الأسئلة المفتوحة، ويوزع الاستبيان على عينة من الشباب موزعة على مناطق مختلفة من الجزائر، على افتراض أن الشباب من أكثر فئات المجتمع نفاذاً واستخداماً للوسائط الإعلامية والاتصالية الحالية وبالتالي أكثرها تعرضاً للتأثيرات السلبية للمكون الإعلامي التي تهدد الأمن الفكري للمجتمع.

عينة الدراسة:

مما لا شك فيه أن لكل بحث مجتمع تدور حوله الدراسة، وعادة ما يواجه الباحثون مشكلة الأعداد الكبيرة للمجتمع محل الدراسة، وهو ما يصعب من دراسته لما يترتب عنه من مصاريف مالية وإهدار للوقت والجهد، إضافة إلى الصعوبات التي تواجه الباحث أثناء جمع البيانات من كل أفراد المجتمع، (لبصير) لذلك يعتمد الباحثون في الكثير من دراساتهم على انتقاء عينات ممثلة للمجتمع الكلي وإخضاعها للدراسة تبعا للأسباب المذكورة آنفا؛ أي: (مداس، 2003) (عينة تحضا بنفس توزيع الخصائص الملائمة الموجودة لدى المجتمع الذي سحبت منه).

وهذا ما يعرف بأسلوب العينة والذي يقصد به طريقة جمع البيانات والمعلومات من وعن عناصر وحالات محددة يتم اختيارها بأسلوب معين من جميع عناصر مفردات ومجتمع الدراسة. (عليان و غنيم، 2000)

والعينة المطلوبة للمسح والدراسة في هذا الموضوع هي عينة من الشباب الجزائري الذين تنحصر أعمارهم ما بين 18 سنة إلى 36 سنة، والعينة موزعة عبر مناطق الوطن، تغطي الفروقات الفردية على مستوى الجنس، السن، المستوى التعليمي، المستوى المادي، الوضعية الاجتماعية، المهنة... ليكون العدد النهائي لمفردات العينة محل المسح والدراسة هو 400 مفردة.

وبالتالي فنوع العينة المناسب لحصر مفردات الدراسة هو العينة المساحية area sample وهي: (دويدري، 2000، صفحة 312) إحدى العينات العشوائية الاحتمالية، حيث أنها عينة متعددة المراحل لها أهمية كبيرة في الحصول على عينات ممثلة للمناطق الجغرافية المختلفة كما لا يتطلب في هذه الحالة إعداد قوائم كاملة بجميع الأفراد والعناصر داخل المنطقة الجغرافية، هذا وتختار المناطق نفسها بطريقة عشوائية، لكن يجب أن تمثل في كل منطقة إقليمية مختارة كل الفئات الاجتماعية المتميزة، إذا تطلب البحث ذلك، إلا أننا اعتمدنا هذا النوع من العينة بتصرف، حيث اعتمدنا على طريقة السحب القصدية الغير عشوائية، محافظين على خاصية التوزع الجغرافي المتنوع لمفردات العينة.

تحديد المفاهيم:

1- الأمن الفكري:

1-1- الأمن:

أ- لغة: يقال أَمِنْتُهُ وَأَمْنِيهِ غَيْرِي، وهو في أمن منه وأمنة، (الزخشري، 1998) وَأَمِنَ، أَمِنًا وَأَمَانًا؛ بمعنى سلم واطمأن ولم يخف، (المنجد في اللغة العربية المعاصرة، 2001) فيقال في المثل العربي: (القاسمي، 2008) "أمن من حمام مكة / الحرم"، ويقال "أمن من الأسد أي سلم منه" (الأحمدي، 1979)، وجاء في قوله تعالى: ﴿إِنَّ عَذَابَ رِيحٍ مَّأْمُونٍ﴾ (المعارج 28)؛ أي غير مأمون العواقب ولا يطمأن لنتائجها، (عمر، 2008) وفي قوله عز وجل: ﴿إِنَّ الْمُتَّقِينَ فِي مَقَامٍ أَمِينٍ﴾ (الدخان 51)؛ أي قد أمنوا فيه الغير. (قعدان، 2011)

وأمن البلد يأمن أماناً وأمناً وأماناً وأمانة، أي اطمأن به أهله. (البستاني، 1990) والأمن هو السلام والحماية، والتحرر من الشك أو القلق أو الخوف. (قاموس أطلس الموسوعي، 2002، صفحة 1147)

ومرادف الأمن: الأمان والطمأنينة والاطمئنان والدعة والسكينة، وضده: الخوف والخشية والاحتراس والفرع والاتقاء والمحاذرة. (الضناوي و مالك، 2013، صفحة 96)

ب- إصطلاحاً:

الأمن مفهوم عام لا اختلاف في اصطلاحه بخروج عن نص التعريف اللغوي، فنجد أنه مهما اختلف استخدامه فإن اصطلاحه في الأغلب يبقى واحداً يحيل إلى المعنى اللغوي الذي تم تبيانه في التعاريف اللغوية سالفة الذكر، حيث يعرفه شريف الجرجاني في قوله: (الجرجاني، 2000، صفحة 38) "الأمن هو عدم توقع مكروه من الزمان الآتي".

والأمن أيضاً هو الشعور بالسلامة والاطمئنان، واختفاء أسباب الخوف على حياة الإنسان وما تقوم به هذه الحياة من مصالح يسعى إلى تحقيقها. (الزبون و آخرون، 2018، صفحة 90)

والأمن يشمل ويحتوي كل جوانب الحياة، وهو عامل نفسي يرتبط بالشعور بالطمأنينة لدى الأفراد والأسر والجماعات والمجتمعات والدول والعالم في كل ما يهددهم في أجسادهم وغذائهم وفكرهم وأوطانهم، وضده الخوف وفقدان هذا كله وهو مسؤولية المجتمع كله. (عز الدين مسعود و سلماني، 2018، صفحة 90)

ويعرف الأمن العام على أنه النشاط الحكومي الذي يهدف إلى استقرار الأمن في البلاد، ويتضمن ذلك أعمال الدفاع الاجتماعي والدفاع المدني، وتنظيم حركة المرور، ورعاية الآداب العامة وإطفاء الحرائق، واستقرار الأمن صفة لازمة للإنتاج والرخاء. (عبد الفتاح، صفحة 1276)

1-2- الفكر:

أ- لغة:

الفكر والفكر؛ إعمال الخاطر في الشيء، والفكرة كالفكر، وقد فكر في الشيء وأفكر فيه وتفكر فيه بمعنى، ورجل فكير مثال فسيق، وفكّر كثير الفكر، والفكري على وزن فعلي؛ إسم واستخدامه قليل، قال يعقوب: "يقال: ليس لي في هذا الأمر فكر أي ليس لي فيه حاجة"، قال والفتح فيه أفصح من الكسر، (ابن منظور، 2009، الصفحات 76-77) والفكر والفكرة؛ التأمل، فجاء في حديث عن أنس ذكر في الجامع الكبير للسيوطي: « أفضل الزهد في الدنيا ذكر الموت، وأفضل العبادة التفكر ». (الثعالي، 2015، صفحة 347)

وفكر في الشيء أو فكر يفكر فكرا أو فكرا؛ أي أعمل النظر فيه وتأمله، والفكر بالقلب تردد القلب بالنظر والتدبر بطلب المعاني والأفكار، (البستاني، 1990، صفحة 474) والفكر تردد الخاطر بالتأمل والتدبر، ومنه فقه الأمر يفقهه؛ أي أحسن إدراكه، قال الله تعالى ﴿وَيَتَفَكَّرُونَ فِي خَلْقِ السَّمَاوَاتِ وَالْأَرْضِ﴾ آل عمران 191. (إبراهيم، 1998، صفحة 404)

ب- اصطلاحا:

التفكير نشاط يستطيع من خلاله الفرد فهم موضوع معين، أو على الأقل فهم بعض مظاهر هذا الموقف أو ذلك الموضوع. (الحميدي و العوي، 2010، صفحة 89)

والفكر استعداد عقلي يقض يعين على توارد المعاني، والتأمل والمحاكاة، وهو نظرة عميقة توصل صاحبها لرأي عميق يختلف عن آراء الآخرين. (التونجي، 1999، صفحة 690)

وهو يحيل أيضا إلى جملة النشاط الذهني، وأسمى صور العمل الذهني، بما فيه من تحليل وتركيب وتنسيق. (الزبون و آخرون، 2018، صفحة 90)

في لغة علم الاجتماع والعلوم السياسية يسمح مفهوم "الفكري" بالدلالة على المجموعة غير المحددة تماما من المهن الفكرية في مقابل المهن اليدوية؛ كالأدباء والفلاسفة والعلماء والأساتذة، ويفترض على أعضاء هذه الفئات الاجتماعية وعيا جماعيا وأسلوبا مشتركا في العمل السياسي. (آرون و آخرون، 2012، صفحة 810)

هو عند قدامة: مقوم من مقومات النطق في الإنسان، يقصد به الجانب المعنوي فيه، المتمثل في العقل. (كبابه، 2012، صفحة 433)

يعرفه أبو حامد الغزالي على أنه: "إحضار معرفتين في القلب ليستثمر منها معرفة ثالثة"، أي أنه يجعل من الفكر معرفة منظمة، تفتضي ربط العلاقات بين متغيرين للوصول إلى نتيجة كانت مجهولة، وهو منهج العلم وأسلوبه. (الكتاني، الصفحات 1880-1881)

ويعرفه ابن خلدون: " أنه ما ميز الله تعالى به الإنسان عن الحيوان، وهو التصرف في الصور الحسية وراء الحس وجولان الذهن فيها بالانتزاع والتركيب "

والفكرة عند أفلاطون: " النموذج العقلي للأشياء الحسية، فهو الوجود الحقيقي"، وعند أرسطو: " هي الصورة الذهنية المستمدة من العالم الخارجي ". (وهبة، 1984، صفحة 276)

أما الأمن الفكري فيعرف على أنه: "جملة ما يتعلق بمخزون الذاكرة الإنسانية من الثقافات والقيم والمبادئ الأخلاقية التي يتغذى بها الإنسان من المجتمع الذي ينشأ فيه ويعيش بين أفرادهِ. " (عز الدين مسعود و سلماني، 2018، صفحة 90).

ومن منظور إسلامي يعرفه عيسى الفيبي فيقول: " إن الأمن الفكري لهذه الأمة، يعني أن يعيش أهل الإسلام في مجتمعهم آمنين مطمئنين على مكونات شخصيتهم، وتميز ثقافتهم ومنظومتهم الفكرية المنبثقة من كتاب ربهم ومن سنة نبيهم، وتأتي أهميته من كونه يستمد جذوره من عقيدة الأمة ومسلماها، ويحدد هويتها ويحقق ذاتيتها، ويراعي مميزاتا وخصائصها وذلك بتحقيق التلاحم والوحدة في الفكر والمنهج والسلوك والغاية، وهو عند المسلمين أن يعيش أهل الإسلام في مجتمعهم آمنين مطمئنين على مكونات شخصيتهم وتميز ثقافتهم ومنظومتهم الفكرية المنبثقة من الكتاب والسنة. (الفيبي، بدون تاريخ، صفحة 04)

وهو أيضا؛ إعداد الفرد إعدادا فكريا صحيحا من خلال اتخاذ العقيدة الإسلامية مصدرا لذلك الإعداد، والعلم الحقيقي مرهلا، والمعارف المفيدة موثلا، والغاية النبيلة الشريفة مرشدا، وموجها، وتحصين ذلك البناء تحصينا قويا من خلال بناء السياج الفلئوي الرصين الذي يملك الفرد من النقد، والتمييز، والفرز، والتمحيص لكل ما يعترضهم من تيارات عصرية ذات طابع فكرية، وغير فكرية، غايتها هدم ذلك الكيان القويم واستبدالها بكيان آخر يخدم أهدافها المنحطة، المنحرفة (المحضر، 2018، صفحة 133).

الأمن الفكري يعني أيضا الحماية للعقول من الأفكار الشائبة، والمعتقدات الخاطئة التي تتعارض مع العقيدة التي يؤمن ويدين بها المجتمع، وتكافل كل مؤسسات المجتمع لبذل الجهود لتحقيق هذا النوع من الحماية. (بني عطى، 2017، صفحة 63)

وهو يعني أيضا الحفاظ على المكونات الثقافية الأصيلة في مواجهة التيارات الثقافية الوافدة، أو الأجنبية المشبوهة، فهو يصب في صالح الدعوة لتقوية هذا البعد من أبعاد الأمن الوطني، وحماية وصيانة الهوية الثقافية من الخارج، ويعني أيضا الحفاظ على العقل من الاحتواء الخارجي وصيانة المؤسسات الثقافية في الداخل من الانحراف. (الفيبي، بدون تاريخ، صفحة 04).

كما يعرف بأنه "الحماية الفكرية اللازمة للفرد، للحفاظ على مخزونه الفكري الأصيل، والتصدي للهجمات الفكرية المنحرفة، مع وضع المعايير والأسس اللازمة للفهم الصحيح، ليعيش حياة آمنة في

وطنه وخارجه، وتجعله قادرا على تصحيح مساره إلى الوسطية والاعتدال. (خبراني و الزهراني، 17-18 جوان 2008، صفحة 134)

ويعرفه محمد الحضيف، أنه إحساس المجتمع أن منظومته الفكرية ونظامه الأخلاقي، الذي يرتب العلاقات بين أفراد داخل المجتمع ليس في موضع تهديد من فكر وافد، بإحلال لا قبل له برده، سواء من خلال غزو فكري منظم، أو سياسات مفروضة. (الفيفي، بدون تاريخ، صفحة 05)

ويعرفه أيضا المجدوب بأنه " حماية فكر المجتمع وعقائده من أن ينالها عدوان أو ينزل بها أذى، لأن ذلك من شأنه إذا حدث أن يقضي على ما لدى الناس من شعور بالهدوء والطمأنينة والاستقرار ويهدد حياة المجتمع." (الشهوان، 2018، صفحة 372)

1-3- التعريف الإجرائي للأمن الفكري:

هو الاطمئنان على سلامة المنظومة القيمية للمجتمع الجزائري ووعائه الفكري الجمعي كمجتمع عربي مسلم، بمختلف محدداته من قيم دينية عقائدية بما تتضمنه؛ من قيم إيمانية غيبية، وقيم علمية فكرية، وقيم أخلاقية، وقيم سيكولوجية، وقيم الوسطية الفكرية وتقبل للآخر، بالإضافة إلى القيم السوسيوثقافية؛ بما تتضمنه من لغة ولهجات محلية، وعادات وتقاليد وأعراف، وموروث تاريخي وحضاري مشترك، ومؤسسات تنشئة اجتماعية، وكذا القيم المدنية، من وطنية بما تحمله من معاني حب الوطن وتغليب لمصلحته العامة، ومواطنة، وحماية هذه المنظومة من الأخطار والتهديدات التي يسوقها له المكون الإعلامي والاتصالي بأشكاله المعاصرة الحالية، في تعاطي الشباب معها، من خلال استخداماتهم لهذا المكون وتعرضهم الدائم لمضامينه.

2- المجتمع:

أ- لغة:

في اللغة العربية الجُمُعُ: تأليف المتفرق، وأيضا جماعة الناس، وجماع الناس من كل شيء جُمُعُ أصله: كل ما تجمع وانظم بعضه إلى بعض، (الفيروزيادي، 2013، الصفحات 729-730)

وفي اللغة الإنجليزية المجتمع "community"؛ هو عبارة عن مجموعة من الأشخاص الذين يعيشون في نفس المنطقة وتحت وصاية نفس السلطة، (The american heritage dictionary of the english language, 2000)

وفي اللغة الفرنسية المجتمع "communauté"؛ يحيل إلى الجماعات الاجتماعية ذات الاهتمامات المشتركة. (librairie Larousse, p. 343)

ب- اصطلاحا:

المجتمع يدل على البشرية أو الجنس البشري، وهو مرادف لما يعبر عنه بالأمة، ويعرفه هوب هاوس بأنه مجموعة من الأفراد تقطن على بقعة جغرافية محددة من الناحية السياسية ومعترف بها، ولها مجموعة من

العادات والتقاليد، والمقاييس، والقيم، والأحكام الاجتماعية، والأهداف المشتركة، المتبادلة التي أساسها الدين واللغة والتاريخ والعنصر. (بولزاود، 2013، صفحة 20)

المجتمع أيضا مجموعة من الأفراد عاشوا معا فترة طويلة من الزمن تسمح بنشأة قواعد وأحكام تنظم علاقاتهم الاجتماعية، ويظهر شعور جماعي يجمع هؤلاء الأفراد في وحدة اجتماعية تتميز عن غيرها، (بولزاود، 2013، صفحة 23) وهذه المجموعة التي لم يتم اختيار أفرادها، يوظفون كفاءتهم بشكل تلقائي لخدمة الجماعة (Géré, 2011, p. 201).

والمجتمع جماعة الناس لهم ثقافة مشتركة ومتميزة، تحتل حيزا إقليميا محددًا وتمتع بشعور الوحدة، وتنتظر إلى ذاتها ككيان متميز، ويشبه المجتمع كل الجماعات الأخرى في اشتماله على بناء من أدوار مترابطة وسلوك محدد تفرضه المعايير الاجتماعية، ومع ذلك فالمجتمع يعتبر نموذجًا خاصًا للجماعة تتميز بنسق اجتماعي شامل ينطوي على جميع المؤسسات الاجتماعية الأساسية اللازمة لمواجهة الحاجات الإنسانية الضرورية. (غيث، 2006، صفحة 257)

والمجتمع أيضا مجموعة من العلاقات الاجتماعية المعقدة ضمن توجهات ذات أطر خاصة؛ دينية، اقتصادية... (Bouudon & autres, 2012, p. 35)

ويستخدم مصطلح المجتمع أحيانا للإشارة إلى الإنسانية أو النوع البشري ككل أو ظاهرة التجمع الإنساني، (غيث، 2006، صفحة 526) ومنه نحيل إلى المجتمعات ذات الخصائص الهوياتية والسوسيوثقافية المتفردة بـ "المجتمعات المحلية"، وقد اعتمدت هذه الدراسة مصطلح المجتمع المحلي في كذا من موضع للتعبير عن المجتمع الجزائري وهويته الجماعية المتفردة.

ويعرف ميرسر B.E, MERCER المجتمع المحلي بأنه: (عبد الرحمان و آخرون، 2013، صفحة 112) "تجمع لأشخاص تنشأ بينهم صلات وظيفية، ويعيشون في منطقة جغرافية محلية خلال فترة من الزمن، كما يشتركون في ثقافة عامة، ويوحد بينهم البناء الاجتماعي، ويظهرون وعيا بذاتهم المستقلة كجماعة"، فأفراد المجتمع كالعائلة الكبيرة؛ فهم ينحدرون من نفس الأب ويعيشون نفس الحياة، فهم كأعضاء الجسم، وهو ما اقترحه أرسطو للتنظيم السياسي لمدينته الفاضلة. (Bouudon & autres, 2012, p. 81)

3- التحديات الراهنة:

3-1- التحديات:

أ- لغة:

نقول تحدا؛ تحرش به وتصدى له ليثيره، وأيضا تحداه تحديا؛ طلب مبارياته في لعبة رياضية أو مبارزة. (جبران، 2001، صفحة 315)

وفي اللغة الفرنسية "défi" تعني رفض الرضوخ. (librairie Larousse, p. 343)

ب- إجرائيا: استخدم اصطلاح التحديات في هذه الدراسة للدلالة على ما يواجه الأمن الفكري من مخاطر إعلامية واتصالية.

3-2- الراهنة:

أ- لغة: أنا رهن بكذا، أو رهين، أو رهينة؛ أي مأخوذ به، وأصل التركيب دال على الثبات، ومنه "الراهن" أي الثابت الدائم. (المطرزي، صفحة 119) ويقال: "هو رهن أوامري"؛ أي خاضع لأوامري (جبران، 2001، صفحة 639).

ب- إجرائيا: استخدم اصطلاح الراهن للدلالة على ارتحان العلاقة محل الدراسة بالزمن الحالي (الراهن)، أي أن استخدامها كان للدلالة على الإطار الزمني لهذه الدراسة.

3-3- في المعنى الإجرائي:

نقصد بالتحديات؛ جملة العقبات، والعراقيل، والتهديدات والأخطار، والتأثيرات السلبية التي يسوقها المكون الإعلامي والاتصالي الحالي للمجتمع الجزائري، والتي تهدد سلامة أمنه الفكري. الراهنة: الحالية، أي دراسة هذه الأخطار والتهديدات في سياقها الزمني الحالي، من خلال وضع الإطار الزمني الخاص بإجراءات الدراسة الميدانية.

4- التأثيرات:

أ- لغة:

في اللغة العربية أثر فيه؛ ترك فيه أثرا، وتأثر أثثر منه وبه؛ أي حصل فيه أثر منه، (والأعلام، 1996، صفحة 03) وفي اللغة الفرنسية التأثير " effet "؛ إسم مذكر، يعني ما يحدث، أو ينتج بفعل سبب أو عامل ما. (langlois, 1996, p. 204)

في اللغة الإنجليزية التأثير " influence " يحيل إلى السطوة والسلطة والنفوذ، (مصلح، 2012، صفحة 41) ويرادف أيضا كلمة " effect " التي تعني؛ التغيير الذي يحدث جراء فعل أو سبب ما (oxford university press, 1998, p. 385).

في اللغة الفرنسية التأثير " effet "؛ مصطلح جد عام يحيل إلى النتيجة التي تحدث لسبب ما (Pougoise, p. 152).

ب- إصطلاحا:

إن التأثير في المعنى الواسع للكلمة، يمكن تعريفه مثل أي شكل للفعل من قبل (أ) (المؤثر) يمارس بطريقة فعالة على (ب) (المتأثر)، ينتمي التأثير إذا إلى فئة علاقات السلطة، وأن يكون لدى (أ) تأثيرا - كما لو كان لديه سلطة- يعني بالنسبة له القدرة على تبديل فعل (ب) في اتجاه اختاره (أ) عن قصد لأنه يعتبر التوجه الجديد لـ (ب) أكثر ملاءمة لمصالحه الخاصة، إن ممارسة التأثير على (ب) يعني بالنسبة لـ (أ) جعله يتعاون عبر إقناعه أو على العكس عبر رده. لكن التأثير يتميز عن السلطة بطبيعة الموارد التي

يستخدمها؛ حيث تستند السلطة في المعنى الضيق للكلمة على "موجب إكراهي،" bidding obligation" حسب بارسونز، في حين يستعير التأثير دوافع مختلفة. (حداد، 2007، صفحة 116) أي أن التأثير يميل إلى قدرة كيان ما على تحويل اتجاه أو تفكير أو سلوك طرف معين لما يخدم مصالح هذا الكيان أو مصالح من يسيره.

5- المكون الإعلامي والاتصالي الحالي:

5-1- المكون

لغة: كَوْن الشيء: ركبه وألف بين أجزائه (جبران، 2001، صفحة 1062)

5-2- الإعلام:

أ- لغة:

من عَلم، والعلم نقيض الجهل، وجاء من باب: عَلمَ علماً فهو عالم، ورجل عالم وعَليم من قوم عُلَماء. (المشاقبة، 2014، صفحة 71)

ب- اصطلاحاً:

الإعلام عملية دينامية تهدف إلى توعية وتنقيف وتعليم وإقناع مختلف فئات الجماهير التي تستقبل موادها المختلفة، وتتابع برامج وفقراته، ويجب أن يكون هنالك فكرة محددة تدور حول معنى معين يهدف مرسلها إلى توصيلها إلى تلك الجماهير. (الفار، 2014، صفحة 270)

وهو أيضاً إنتاج المعلومات وإيصالها والبحث عنها، وأرشفتها بشكل تقليدي، أو رقمي عبر الشبكات ووسائل الإعلام المختلفة (cacaly & autre, p. 36)

ويستخدم الإعلام للدلالة على عمليتين في وقت واحد تكمل إحداها الأخرى، فهو يشير من جهة إلى عملية استقاء واستخراج المعلومات والحصول عليها من خلال التواجد السريع والفوري في مكان الحدث، أو الغوص في أعماق صاحب المعلومة طويلاً وعرضاً لاستخلاص المعلومات، ومن جهة أخرى يشير إلى إعطاء وبث هذه المعلومات للآخرين؛ أي نقل المعلومات والآراء والاتجاهات من شخص إلى آخر من خلال الوسيلة المناسبة والتي تعمل على إشباع ذلك من خلال الحواس المختلفة. (حجاب، 2004، صفحة 61)

5-3- الاتصال:

عملية نقل الرسالة message (الفحوى أو المعنى الكامل لما يتضمنه الخطاب إلى المتلقي)؛ وتعتمد درجة فاعلية هذه العملية على مدى ما تحققه من تجانس بين قصد المرسل و(المتكلم أو الكاتب) وفهم المتلقي (السامع أو القارئ). (Abdul Sahib، 2007)

وهو كمصطلح أساسي يقصد به العملية الرئيسية التي يمكن أن ينطوي عنها كافة أوجه النشاط الإعلامي والدعائي والتوعوي، بالإضافة إلى أنشطة العلاقات العامة، والمعلومات التي تتفق جميعها فيما بينها في أنها عمليات. (حجاب، 2004، صفحة 06)

الاتصال عملية يتم بمقتضاها تفاعل بين مرسل ومستقبل ورسالة في مضامين اجتماعية معينة، وفي هذا التفاعل يتم نقل أفكار ومعلومات ومنبهات بين الأفراد عن قضية أو معنى مجرد أو واقع معين. (التميمي، 2014، صفحة 05)

ويعرف أيضا على أنه بث رسائل واقعية، كالمعلومات والأخبار التي تنشرها وسائل الإعلام على مجموعات كبيرة من الناس على اختلاف مستوياتهم، الاقتصادية، السياسية والاجتماعية والثقافية، وعلى اختلاف أماكن تواجد هذه المجموعات. (الفار، 2014، صفحة 08)

وجاء في قاموس oxford أن الاتصال communication، أو بلفظ الجمع communications؛ يحيل إلى طرق نقل المعلومات كالرسائل والمكالمات الهاتفية والوسائط الإلكترونية وحتى وسائل السفر. (oxford university press, p. 86)

والاتصال أيضا يعني الفعل الذي ينطوي على إرسال معلومة (رسالة)، في وضع محدد (سياق)، بمساعدة نظام من الوحدات (إشارات، علامات، رموز)، بحيث تصدر المعلومة من مصدر (مرسل/متحدث)، وتوجه إلى هدف (مستقبل/مستمع)، والرسالة الناتجة تمر عبر قناة (هاتف، راديو، جريدة)، وتكون للرسالة على العموم وظائف معينة. (Rayal, p. 106)

4-5- المكون الإعلامي والاتصالي الحالي، المعنى الإجرائي:

نقصد به ذلك الكل المركب من الأجزاء المتحددة وظيفيا، والمشكلة للبيئة الإعلامية الاتصالية الحالية، والذي يستخدمه الشباب الجزائري اليوم لتحقيق إشباعاته، حيث تستخدم كلمة "مكون" عادة للدلالة على أجزاء اتحدت وترابطت فيما بينها وظيفيا مشكلة "كُلًّا" متجانسا، وهي تحيل في هذه الدراسة إلى المحددات الحالية للإعلام في الوقت الراهن، بشقيه التقليدي والجديد، وكذا الوسائط الاتصالية المستخدمة اليوم في عملية التواصل الاجتماعي، والمحتويات الإعلامية المتعددة الأشكال، في علاقتها التأثيرية بالمجتمع الجزائري فيما يخص موضوع أمنه الفكري، مع التركيز على وسائط الإعلام والاتصال الجديدة على افتراض أنها الأكثر استخداما من طرف شريحة الشباب -عينة الدراسة-، والأكثر تأثيرا اجتماعيا.

6- الأعراف (السنن): المعايير الاجتماعية التي توفر المستويات الأخلاقية للسلوك في الجماعة والمجتمع، ويشعر أعضاء الجماعة بارتباط عاطفي بأعرافها ويرون أن الحفاظ عليها ضروري لرفاهية الجماعة، ويشير المصطلح في الغالب، إلى مستويات السلوك التي تعتمد على الجزاءات الغير رسمية، والتي يمكن أن تدرج حتى في قانون محدد. (غيث، 2006، صفحة 270)

- 7- القيمة value: - قياس كمي أو درجة وقيمة الشيء. - هدف اجتماعي يعتبر مقبولا ومرغوبا فيه، وهي مجموع العادات والأعراف ومعايير السلوك والمبادئ المرغوبة التي تمثل ثقافة مجموعة من الناس أو جماعة أو فرد (حامد، 2012، صفحة 481)، و القيمة جمعها قيم وهي درجة الأهمية النسبية للشيء (حبران، 2001، صفحة 1023)، ويشمل مفهوم القيمة مفاهيم الوحدة والذات الملموسة والواقع (نوفو، 2012، صفحة 359).
- 8- المعايير Norms: المعيار نموذج أو مقياس مادي أو معنوي لما ينبغي أن يكون عليه الشيء، فهو في الأخلاق نموذج السلوك الحسن وقاعدة العمل السديد، والمعايير في الخدمة الاجتماعية هي قواعد السلوك السوي المقبول اجتماعيا والتوقعات المشتركة بين أفراد ثقافة أو جماعة أو منطقة أو مجتمع، وتعمل على توجيه سلوك أفرادها في المواقف الاجتماعية المختلفة. (حامد، 2012، صفحة 518)
- 9- الثقافة: يعرف مصطلح الثقافة بالكل المركب الذي يتكون من المعرفة والمعتقدات والفن، والأخلاق، والقانون، والعادات وغيرها من المقدرات والأعراف التي يكتسبها الإنسان بصفته عضوا في مجتمع. وتعرف في علم الاجتماع بأنها البيئة التي خلقها الإنسان بما فيها المنتجات المادية وغير المادية التي تنتقل من جيل إلى آخر فهي بذلك تتضمن الأنماط الظاهرة والباطنة للسلوك المكتسب عن طريق الرموز. (عدنان، 2006، صفحة 158)
- 10- العقيدة: هي القوة المحركة والموجهة للسلوك الإنساني فردا أو مجتمعا سواء كانت هذه العقيدة أعرافا وقواعد سلوكية أفرزتها المراحل التاريخية والاقتصادية التي مر بها المجتمع، أم كانت معتقدات ومفاهيم وقيم دينية يعتنقها أفراد ذلك المجتمع. (عدنان، 2006، صفحة 343)
- 11- اللغة: أصوات يعبر بها كل قوم عن أغراضهم. (الفيروزبادي، 2013، صفحة 1337)
- 11- الأخلاق: هي دراسة وتقييم السلوك الإنساني على ضوء القواعد الأخلاقية التي تضع معايير السلوك. (مصطفى، 2012، صفحة 40)

الدراسات السابقة:

من الخطوات الرئيسية التي يجب اتباعها في إعداد خطوات البحث، الاطلاع على ما كتب من بحوث سابقة، والاطلاع على كل الدراسات السابقة التي لها علاقة بموضوع البحث، والاطلاع على الدراسات السابقة له عدة فوائد بالنسبة للباحث والموضوع الذي يريد أن يبحثه، ومن أهم هذه الفوائد: (الشريف، 1996، صفحة 37)

- يتجنب الأخطاء التي تعرضت لها البحوث السابقة.
 - توفير الوقت للباحث للتعرف على مهارات جديدة.
 - يتجنب الباحث التكرار في دراسة مواضيع قد أُنجزت من قبل.
 - يستطيع الباحث أن يقارن موضوع بحثه مع البحوث الأخرى في ميدان تخصصه.
- وتعتبر القراءة التحليلية لمختلف الدراسات السابقة حول موضوع الدراسة، المساعد الرئيس للباحثين لتكوين أفكار واضحة عن ما يتحتم عليهم من واجبات في هذا المجال، وذلك من خلال تحديد الأبعاد التي تتطلب تركيزاً أكبر بالمقارنة مع تلك الأبعاد التي تحتاج تركيزاً أقل نظراً لضعف أهميتها، كما يتطلب هذا الأمر تحديداً للمنهجيات الأكثر ملاءمة لاتباعها في هذا البحث أو الدراسة ولمذا، بالإضافة إلى أوجه النقص البارزة في هذا الموضوع أو الحقل أو الموضوع التي لم يتطرق لها الباحثون من قبل. (عبيدات، أبو ناصر، و مبيضين، 1999، صفحة 26)

ويكون الهدف من استعراض الدراسات السابقة *review of literature*؛ هو تعريف الباحث بكافة الدراسات التي سبق إجراؤها في موضوع البحث، مع عرضها بطريقة منطقية وأمينية مع الأخذ في الحسبان أوجه التشابه وأوجه الاختلاف في نتائجها، ومحاولة بيان أسباب أوجه الاختلاف بينها إن وجدت. (عبد المنعم، 1996، صفحة 88)

وقد تم التوصل لمجموعة من الدراسات السابقة المشابهة لهذه الدراسة، سواء على مستوى متغيرات الدراسة، أو مجتمع البحث ومنهج الدراسة، أو العينة المعتمدة، ويأتي بيان هذه الدراسات كالتالي:

1- دراسة الهزاني (2017) بعنوان: **الشبكات الاجتماعية وأثرها في تعزيز الأمن الفكري لدى طالبات جامعة نورة بنت عبد الرحمان**؛ وقد استهدفت الدراسة التعرف إلى أثر الشبكات الاجتماعية في تعزيزها للأمن الفكري لدى طالبات الجامعة محل الدراسة، وذلك من خلال محاولة الإجابة على التساؤل الرئيسي الذي تمت صياغته في إشكالية الدراسة وهو: ما واقع استخدام الشبكات الاجتماعية وأثرها على الأمن الفكري لدى طالبات جامعة الأميرة نورة؟، وقد تمت معالجة مشكلة البحث بالاعتماد على إجراءات المنهج المسحي الوصفي (المسح بالعينة)، وذلك من خلال عينة قصدية قوامها 348 مفردة بحث من طالبات البكالوريوس بالجامعة (مستوى اليسانس)، باستخدام استمارة الاستبيان كأداة لجمع البيانات، وقد حددت الدراسة ثلاثة متغيرات أساسية تم على أساسها بناء محاور أداة جمع

البيانات وهي؛ الآثار السياسية، الآثار الاجتماعية والنفسية، الآثار الدينية والأخلاقية، أما بالنسبة لنتائج الدراسة فإن أهم نتيجة توصلت إليها هي أن أثر الشبكات الاجتماعية في تعزيز الأمن الفكري لدى مجتمع الدراسة - طالبات جامعة الأميرة نورة- جاء بدرجة متوسطة.

- التعليق على الدراسة:

تتفق هذه الدراسة مع دراستنا في العديد من النقاط، أهمها أنها تربط العلاقة بين أحد أهم عناصر المكون الإعلامي الحالي - شبكات التواصل الاجتماعي - وبين الأمن الفكري، بالإضافة إلى التشابه على مستوى إشكالية الدراسة التي تمحورت حول نقطتين رئيسيتين وهما الاستخدامات والتأثيرات، كما تتشابه الخصائص العمرية لمجتمعتي الدراستين - طالبات الجامعة والشباب الجزائري-، وكذلك الأمر بالنسبة للمنهج المتبع وهو المنهج المسحي الوصفي، وأداة جمع البيانات المعتمدة وهي أداة الاستبانة، وعلى الرغم من هذه التوافقات فإن لدراستنا اختلافات محورية عن هذه الدراسة، نذكرها فيما يلي:

المتغير المستقل في الدراسة المشابهة يقتصر على شبكات التواصل الاجتماعي، في حين يشمل المتغير المستقل في دراستنا كل محددات المكون الإعلامي والاتصالي المشكل للبيئة الإعلامية والاتصالية الحالية.

المتغير التابع في الدراسة المشابهة يقتصر على الإناث - الطالبات-، في حين أن دراستنا هذه تعتمد عينة موزعة الخصائص بين الجنسين، بالإضافة إلى أن المستوى العلمي لمجتمع الدراسة المشابهة يؤخذ بعين الاعتبار كمتغير وسيط يؤثر على نتائج الدراسة، ويجعلها قد تختلف إذا ما وسع نطاق البحث إلى فئات غير متعلمة أو فئات ذات مستويات تعليمية أدنى.

تناول الدراسة المشابهة العلاقة بين المتغيرين، المستقل - شبكات التواصل الاجتماعي-، والمتغير التابع -الأمن الفكري لطالبات الجامعة محل الدراسة-، من الناحية الإيجابية وهي تعزيز الأمن الفكري، في حين أن دراستنا هذه تبحث في العلاقة السلبية بين المتغيرين، وهي التأثير السلبي للمتغير المستقل على المتغير التابع.

وبغض النظر عن هذه التشابهات والاختلافات بين الدراستين، فإن دراستنا هذه استفادت -على العديد من المستويات والأوجه- من هذه الدراسة السابقة، وأهم أوجه هذه الاستفادة كان مقارنة الإجراءات المنهجية المعتمدة في هذه الدراسة المشابهة، وكذا أبعاد ومؤشرات المفهوم للمتغير التابع في الدراسة -الأمن الفكري-، مع ما اعتمد في مقابله في دراستنا الحالية، أيضا فقد عززت هذه الدراسة المشابهة فرضية تفضيل استخدام الشباب لوسائط الإعلام الجديد على حساب التقليدي، حيث توصلت الدراسة إلى أن ما نسبته ب 53.2% من الطالبات المبحوثات يستخدمن شبكات التواصل الاجتماعي لأكثر من عشر ساعات أسبوعيا، وأن 32.8% منهن يستخدمنها ما بين خمسة وستة ساعات

أسبوعياً، في حين لا تتجاوز نسبة من يستخدمون هذه الشبكات لأقل من ساعتين 2.6% من النسبة الإجمالية للمبحوثات.

بالإضافة إلى هذا فقد تم استخلاص بعض المؤشرات الإحصائية المتعلقة ببعض الجزئيات فيما يخص نتائج هذه الدراسة المشابهة، منه ما هو مصرح به في النتائج، وهو أن أثر الشبكات الاجتماعية في تعزيز الأمن الفكري لدى مجتمع الدراسة - طالبات جامعة الأميرة نورة- جاء بدرجة متوسطة، ووسطية القيم الإحصائية هنا لها دلالة على أن هنالك تأثيرات سلبية غير محددة في هذه الدراسة، ثم أن هنالك بعض القيم الإحصائية المستخلصة والتي لم يتم التطرق لها بالتحليل من طرف الباحث في هذه الدراسة السابقة، وتشير إلى وجود آثار سلبية للشبكات الاجتماعية على الأمن الفكري للمجتمع المدروس، رغم أن توجه الدراسة كان إلى بيان الآثار الإيجابية لها، نذكر منها؛ أن إجابات المبحوثين حول سؤال يتعلق برأيهم حول أن شبكات التواصل الاجتماعي تنشر الإشاعات والأفكار الخاطئة التي تضر بالمجتمع، كانت موافقة لهذا الطرح بنسبة 48% في مقابل 14.4% غير موافقة، في حين كانت باقي النسبة من المبحوثين ذات رأي محايد، كما جاءت نسبة آراء المبحوثين في محور يتعلق بالآثار الدينية والأخلاقية لشبكات التواصل الاجتماعي موافقة بنسبة مرتفعة لمجمل العبارات المعبرة عن التأثير السلبي لهذه الشبكات، ما بين 37.4% و 54% في حين تراوحت نسبة الإجابات الغير موافقة لهذه العبارات ما بين 5.8% و 23% وهي نسب صغيرة، وقد جاءت عبارات هذا المحور كالتالي: كثرة استخدام الشبكات يؤدي إلى التقصير في العبادات، إتاحة الفرصة لمناقشة الأمور الدينية والجدلية، نشر الشبهات المثارة حول الرسول صلى الله عليه وسلم، نشر أفكار الفرق المنحرفة التي تحمل صفة الإسلام، نشر المقاطع الإباحية المخلة بالآداب، تسهيل عمليات التجسس على الآخرين للحصول على معلومات بقصد توظيفها في تخويفهم، وقد جاءت إجابات المبحوثين حول عبارات محور الآثار السياسية على نفس التوجه.

2- دراسة خبراني والزهراني (2018) بعنوان: ممارسات مرتادي وسائل التواصل الاجتماعي

وخطرها على الأمن الفكري؛ وقد استهدفت الدراسة الكشف عن تحديات وسائل التواصل الاجتماعي للأمن الفكري، من خلال رصد ممارسات طلبة الدراسات العليا في جامعة الملك عبد العزيز من مرتادي وسائل التواصل الاجتماعي، وكذا رصد آرائهم حول هذه العلاقة، حيث طرحت الدراسة تساؤلاً رئيسياً يعبر عن المشكلة المطروحة وهو: ما هي ممارسات مرتادي وسائل التواصل الاجتماعي وما هو خطرها على الأمن الفكري؟، وقد اعتمدت الدراسة المنهج الوصفي بأسلوبه المسحي، مستخدمة أداة الاستبانة الإلكترونية، والتي أخضعت لها عينة قصدية من طلبة الدراسات العليا بجامعة الملك عبد العزيز بدولة السعودية، وقد حددت الدراسة أهدافاً لها تمثلت في: معرفت أسباب استخادام طلبة الدراسات العليا بجامعة الملك عبد العزيز لمواقع التواصل الاجتماعي، معرفت مفهوم الأمن الفكري لدى

طلبة الدراسات العليا بجامعة الملك عبد العزيز، معرفة مفهومات الشائعات لدى طلبة الدراسات العليا بجامعة الملك عبد العزيز، هذا وقد توصلت الدراسة لحملة من النتائج:

- نسبة كبيرة من أفراد عينة الدراسة المتمثلة في طلاب الدراسات العليا، يستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي للأسباب التالية: (التواصل مع الأهل والأصدقاء، الترفيه والتسلية، متابعة آخر الأخبار المحلية والعالمية، دعم المناهج التعليمية).
- هنالك معرفة من الطلاب بضرر وسائل التواصل الاجتماعي المتمثل في نشر الشائعات بشكل سريع.

- يشارك الطلاب المحتوى الذي يحتوي روابط أو صور أو فيديو مع الأهل والأصدقاء دون التأكد أحيانا من مصدره؛ وذلك لثقتهم في المحتوى الذي يشاركونهم فيه أهلهم وأصدقائهم.
- يدرك الطلاب أهمية الأمن الفكري؛ حيث يرون بأن وسائل التواصل الاجتماعي يمكن أن تزعزع الأمن الفكري لديهم وتغير من معتقداتهم وتفكيرهم.

التعليق على الدراسة:

تتلاقى هذه الدراسة السابقة مع دراستنا في العديد من النقاط، حيث أنها تدرس العلاقة التأثيرية السلبية لوسائل التواصل الاجتماعي على الأمن الفكري لدى طلبة الجامعة، أي أن الدراستان تتشابهان من ناحية متغيري الدراسة الرئيسيين، وكذا من ناحية العلاقة بين المتغيرين، وأيضا من ناحية تشابه خصائص عيني الدراستين -متغير العمر (فئة الشباب)-، بالإضافة إلى هذا فهذه الدراسة المشابهة تعتمد على نفس الإجراءات المنهجية المعتمدة في دراستنا، من حيث المنهج المعتمد (المنهج المسحي الوصفي)، ومن حيث أداة جمع البيانات (الاستبانة)، ونوع العينة، وعلى الرغم من نقاط التوافق هذه فإن هذه الدراسة المشابهة لها اختلافات مع دراستنا في العديد من النقاط؛ يقتصر المتغير المستقل في الدراسة المشابهة على مواقع التواصل الاجتماعي في حين أن دراستنا تجعل من المكون الإعلامي والاتصالي المشكل للبيئة الإعلامية التواصلية الحالية بمختلف محدداته متغيرا مستقلا.

إن العلاقة التأثيرية بين متغيري الدراسة الرئيسيين في هذه الدراسة ترتبط هنا بمتغير وسيط هو "الممارسات" أو ممارسات رواد التواصل الاجتماعي من عينة الدراسة، وبالتالي فإن هذه الدراسة تجعل من التأثير السلبي لمواقع التواصل الاجتماعي على الأمن الفكري للطلبة كعلاقة خاضعة للدراسة، متوقفا على طبيعة ممارسات رواد هذه المواقع، على عكس المقاربة البحثية لدراستنا والمبنية على أن العلاقة التأثيرية السلبية للمتغير المستقل على المتغير التابع نابع من الخصائص الموضوعية للمتغيرين على حد سواء.

أيضا وفيما يتعلق بمفهوم الأمن الفكري في هذه الدراسة المشابهة فإنه يتحدد على أساس آراء الباحثين، بحيث لم تضبط أبعاد واضحة للمفهوم في هذه الدراسة قبل إجراء الدراسة الميدانية، بالإضافة إلى التركيز على "الإشاعات" كمصدر واحد لتهديدات مواقع التواصل الاجتماعي للأمن الفكري، في حين أن دراستنا قد ضبطت أبعاد واضحة لمفهوم الأمن الفكري تمثلت في القيم الدينية، القيم السوسولوجية، القيم المدنية.

3- دراسة بومعزة (2006) بعنوان: أثر وسائل الإعلام على القيم والسلوكيات لدى الشباب-

دراسة استطلاعية في منطقة البلدة-؛ تطرح هذه الدراسة إشكالية تأثير وسائل الإعلام على القيم والسلوكيات، وتسقطها على فئة عمرية محددة وهي فئة الشباب، وقد جاءت هذه الدراسة في ستة فصول؛ فصل أول حدد فيه الإطار المنهجي للدراسة، الفصل الثاني استعرض فيه الباحث الإطار النظري لدرسته من خلال بيان المقاربات النظرية المختلفة التي تعنى بدراسة تأثيرات وسائل الإعلام، وحددها الباحث في مقترب الاستخدامات والإشاعات، المقترب المعرفي، مقترب أدوار وسائل الإعلام في التنمية، بينما تناول الفصل الثالث إشكالية دراسة القيم والسلوكيات عند الشباب، أما الفصل الرابع الذي مثل بداية استعراض الإطار الميداني للدراسة فقد تناول نتائج الاستعمال والتعرض، والفصل الخامس قام فيه الباحث بتحليل نتائج القيم، فيما تضمن الفصل السادس والأخير تحاليل نتائج السلوكيات.

وقد اعتمدت الدراسة جملة من الفرضيات، بحيث جعل الباحث الهدف من دراسته هو الإجابة عليها، وحدد الباحث خمسة محاور أساسية بنا على أساسها فرضيات دراسته: عادات استخدام وسائل الإعلام، المضامين التي تنال اهتمام الشباب أكثر، العلاقة بين استخدام وسائل الإعلام والارتباط بالقيم، العلاقة بين استعمال الإعلام وسلوك الشباب، ارتباط الشباب بالقيم أو الابتعاد عنها ومدى تجاوزهم لبعض السلوكيات، ونذكر هنا بعض أهم الفرضيات التي طرحتها الدراسة؛

إن الشباب يتعرضون لمضامين الخيال في التلفزيون، أكثر من تعرضهم لمضامين الواقع.

إن وسائل الإعلام لا تساعد على ارتباط الشباب بالقيم، نظرا لكون مضامين هذه الوسائل

الإعلامية تميل أكثر إلى الترفيه والاستهلاك والخطاب السياسي، باستثناء بعض المضامين المحدودة مثل الوثائقيات والبرامج الدينية والتعليمية

وسائل الإعلام تساعد الشباب على تجاوز بعض السلوكيات السلبية

إن ارتباط الشباب بالقيم أو الابتعاد عنها ومدى تجاوزهم لبعض السلوكيات يتوقفان على

خصائصهم الديموغرافية والسوسيو-ثقافية والاقتصادية.

أما فيما يخص الإجراءات المنهجية للدراسة فقد اعتمدت هذه الدراسة على المنهج المسحي

الوصفي، باستخدام الاستبيان كأداة لجمع البيانات من عينة دراسة قوامها 415 مفردة، وما يلفت

للاتباه هنا أن الدراسة اعتمدت على المقابلة المقننة باستخدام نفس استمارة الاستبيان مع أفراد العينة

ذوو المستوى التعليمي الأدنى (الإبتدائي)، وذلك بغرض ضمان فهمهم لأسئلة الاستمارة، بحيث يتم طرح العبارات المتعلقة بالقيم والسلوكيات بشكل مبسط وواضح لهذه الفئة، أما في ما يخص طريقة توزيع استمارة الاستبيان فقد تم الاعتماد على طريقة ما يسمى بكرة الثلج، أي توزيع الاستمارة على نواة صغيرة من المبحوثين من المناطق الجغرافية المقرر أن تتوزع عليها مفردات العينة، مع إتاحة الفرصة لهم للاستفسار عن كل ما يجدونه غامضاً من أسئلة وعبارات الاستمارة، ومن ثن يطلب منهم المساعدة في توزيع الاستمارات في المناطق الجغرافية التي يقطنونها.

أما بالنسبة لعينة الدراسة فقد تم الاعتماد على نظام العينة الغير عشوائية مع الأخذ بعين الاعتبار توزيع مفردات العينة وفقاً لمجموعة من الخصائص، حرصاً على جعل العينة ممثلة لمجتمع الدراسة، وتمثل هذه الخصائص في؛ التمثيل الجغرافي الذي تم تقسيم مفردات العينة على أساسه تبعاً للكثافة السكانية للمنطقة إلى حصص غير متساوية ضمن سبعة مناطق مختلفة، متغير الجنس بحيث تم تقسيم حجم العينة لخصتين متساويتين بين الإناث والذكور، بالإضافة إلى مراعاة توزع مفردات العينة بشكل يجعلها تتوزع وفقاً لمتغير المستوى التعليمي.

وقد توصلت هذه الدراسة إلى جملة من النتائج أهمها:

وسائل الإعلام لا تؤثر سلباً على قيم الشباب وإنما تعززها، كما أن أغلبية الشباب من الجنسين يوافقون على أن وسائل الإعلام تساعدهم على الارتباط بالقيم.

أغلبية مفردات عينة الدراسة أجابوا بالموافقة على أن استعمالهم لوسائل الإعلام والتعرض لمحتوياتها جعلهم يرتبطون أكثر بالقيم موضوع الدراسة، وبنسب مرتفعة جداً فيما يتعلق بثلاث أبعاد (شخصية، اجتماعية ودينية).

كلما كان المستوى التعليمي أدنى لدى الشباب إلا واعتبروا وسائل الإعلام مصدراً لتعزيز القيم عندهم، باستثناء بعض القيم التي لها علاقة بالتقاليد والبيئة الاجتماعية

- التعليق على الدراسة:

تبحث هذه الدراسة في تأثيرات وسائل الإعلام على قيم وسلوكيات الشباب، وقد اعتمدت على نفس المنهج وأداة جمع البيانات المعتمدين في دراستنا، كما تشترك مع دراستنا في المتغير المستقل وهو وسائل الإعلام، وكذا في السمة الأساسية لعينة الدراسة وهي السمة العمرية (الشباب)، وعلى الرغم من المدة الزمنية الكبيرة نسبياً - 14 سنة- التي تفصل بين الإطارين الزميين للدراستين، والتي قد يأخذها البعض على أنها من الممكن أن تؤثر على قيمة هذه الدراسة كدراسة سابقة يستفاد منها، إلا أنه قد تم تفضيل اعتمادها كدراسة سابقة دون غيرها من الدراسات التي تقاربها منهجاً وموضوعاً على الرغم من جدتها، وذلك لما يُلتمس في هذه الدراسة من ترابط وتماسك في معالجتها لإشكالية البحث من النواحي

النظرية والإجرائية والميدانية، حيث هنالك العديد من النقاط في هذه الدراسة التي شكلت دعامة انطلاق وبناء لدراستنا، يمكن توضيحها فيما يلي:

بالنسبة للجوانب النظرية للدراسة، فإن هذه الدراسة السابقة قد اعتمدت طرحا متميزا من خلال بيانها لمختلف المقاربات النظرية التي يمكن من خلالها تناول موضوع تأثيرات وسائل الإعلام، حيث تم التطرق إلى مقارنة الاستخدامات والإشباعات والتي أسقطها الباحث على المحور الأول للإطار الميداني لدراسته، بالإضافة إلى هذه المقاربة فإن مقترب دور وسائل الإعلام في التنمية التي طرحتها هذه الدراسة السابقة يعد منطلقا فكريا آخر يمكن اعتماده في دراسات التأثير الإعلامي، من حيث تناول نظرياته ورواده لعلاقة وسائل الإعلام بالتغيير الاجتماعي والثقافي والمحلية والعملة، انطلاقا من هذا كله فإنه يمكن القول أن هذه الدراسة السابقة شكلت نموذجا نظريا واضح المعالم، استعنا به - في بعض أجزائه - لبناء الإطار النظري لدراستنا.

كذلك فإن الضبط النظري والمفاهيمي لتغيري الشباب والقيم في هذه الدراسة السابقة، يشكل نقطة استفادة أخرى لدراستنا من الناحية النظرية.

كما أن الدراستان تشتركان في كونهما يدرسان مجتمعا واحدا "المجتمع الجزائري"، وهذا الأمر يشكل فرصة لمقارنة نتائج الدراستين لمعرفة التغييرات التي طرأت على استخدامات الشباب الجزائري لوسائل الإعلام والإشباعات التي يتغونها من هذا الاستخدام، بالإضافة إلى التغييرات التي تخص القيم التي يحملونها بين الإطارين الزمانيين المتباعدين والمشكلين للحدود الزمنية للدراستين.

أما في ما يخص الإجراءات المنهجية، فإن اعتماد هذه الدراسة السابقة على المقابلة المقننة لاستخلاص البيانات من مفردات البحث ذوي المستوى التعليمي الضعيف، تعتبر فكرة جيدة تحتذي بها هذه الدراسة على غرار الدراسات التي تهدف إلى استخلاص بيانات من مبحوثين بنفس هذه الخصائص، فاستقاء البيانات باعتماد توزيع استمارة الاستبيان على مبحوثين ذوو مستويات تعليمية دنيا دون توضيح عباراتها وأسئلتها لهم قد يجعل من إجاباتهم لا تعبر حقيقة عنهم وعن اتجاهاتهم وسلوكياتهم. كما أن نظام العينة المعتمد من هذه الدراسة السابقة، رغم التحفظات والمآخذ التي ترفع عادة حول نظام العينات الغير عشوائية والانتقادات التي تطال نتائج الدراسات التي تعتمد عليها، والتشكيك في إمكانية تعميم نتائجها، إلا أن الباحث في هذه الدراسة السابقة استطاع أن يضبط عينة دراسته الغير عشوائية إلى أبعد حد، وذلك باعتماده توزيع عينته وفقا لخصائص متعددة بالشكل الذي يضمن لها أن تغطي جل الخصائص الرئيسية لمجتمع الدراسة، وتمثل هذه الخصائص في توزيع العينة بمحصر متساوية وفقا للجنس، توزيع العينة بمحصر غير متساوية وفقا للكثافة السكانية للمناطق الجغرافية، وكذلك فقد حرص الباحث في هذه الدراسة أن تمثل العينة مختلف المستويات التعليمية.

ما يجب التنويه به في هذه الدراسة أيضا، ما يتعلق بعبارات محور الاستخدامات والإشباع في أداة جمع البيانات -استمارة الاستبيان- لهذه الدراسة، حيث نجد أن هذه العبارات قد غطت كل ما يتعلق بهذا المحور وعبرت بشكل دقيق عن ما يمكن أن تكون عليه عادات وكمييات استخدام وسائل الإعلام لدى الشباب والإشباع التي ينشدها من وراء هذا الاستخدام.

وحتى إن أسهنا في ذكر أوجه الاستفادة من هذه الدراسة السابقة منهجيا ونظريا، فإن هذا لا يعني وجود فروقات بين الدراستين، حيث نجد العديد من نقاط الاختلاف بين دراستنا وهذه الدراسة السابقة، هته الفروق تجعل من الدراستين تمايزان كل في سياقها وموضوعها وإجراءاتها، ويمكن إيضاح هذه الفروقات فيما يلي:

من الناحية الموضوعية فإن الاختلاف واضح بين الدراستين، فالمتغير التابع للدراسة السابقة هنا هو القيم والسلوكيات، في حين أن المتغير التابع لدراستنا هو الأمن الفكري،

رغم أن الدراستان تشتركان في نفس المتغير المستقل وهو وسائل الإعلام، إلا أن ماهية هذه الوسائل تختلف بينهما، فالمكون الإعلامي الحالي الذي يعتبر الإعلام الجديد ووسائطه الاتصالية الحالية أهم أركانه، يختلف عن المكون الإعلامي في السياق الزمني للدراسة السابقة التي أُنجزت قبل 14 سنة، والتي كان الإعلام التقليدي بوسائله طاغيا على الإعلام الجديد فيها، هذا الاختلاف يفرض فروقات بين الدراستين بداية بالضبط الإجرائي لمفهوم المكون الإعلامي، مروراً بمكوناته، ووصولاً لعادات استخدامات هذا المكون المختلفة بين السياقين الزمنيين للدراستين.

استخدام أسلوب كرة الثلج في الوصول لمفردات العينة، والمستخدم من هذه الدراسة السابقة نجد أنه غير مبرر منهجيا، فبتقديرنا فإنه لا توجد مبررات منطقية للاستعانة بهذا الأسلوب الذي يمكن أن يجعل من تركيبة الحجم الكلي للعينة يوجه بطريقة غير مقصودة وفقا لسمات غير ظاهرة منها ما هو سوسيولوجي ومنها ما هو سيكولوجي، فمن البديهي أن نفترض أن تلك النواة الصغيرة من الباحثين، والتي اعتمدها الباحث في الوصول إلى الأعداد الأخرى من مفردات البحث، سينتقون لا إراديا مبحثين مشابهيين لهم من حيث بعض السمات السوسيولوجية والسيكولوجية كالمستوى المعيشي ونمط التفكير والسمات النفسية... وغيرها، هذا الأمر قد يؤثر في النهاية على نتائج البحث.

إن النتائج التي توصلت إليها هذه الدراسة السابقة والتي عبرت في مجملها على وجود دور إيجابي لوسائل الإعلام في ما يخص تعزيز تمسك الشباب بالقيم، والتي استخلصها الباحث من إجابات المبحثين، نرى بأنها كانت نتيجة لصياغة العبارات الموجهة للمبحثين بصيغة موجبة، وهو ما أثر في إجاباتهم وجعلها تنحاز إلى الموافقة على معظم العبارات الموجهة لهم، بالشكل الذي يجعلها -حسب تقديرتنا-، غير معبرة عن حقيقة آرائهم، وما يعزز هذه الفرضية أن المبحثين الأكثر موافقة على عبارات

القيم الموجبة كانوا من ذوي المستوى التعليمي الضعيف، حيث أنه كلما زاد المستوى التعليمي للمبحوثين كلما قلت درجة موافقتهم لهذه العبارات كما جاء ضمن نتائج هذا المحور.



الفصل الثاني

المقاربات النظرية

للدراسة

الفصل الثاني: المقاربات النظرية للدراسة

المبحث الأول: إشكالية دراسة تأثيرات وسائل الإعلام

1- السياقات التاريخية لدراسات تأثيرات وسائل الإعلام

2- مجالات دراسة آثار وسائل الإعلام

المبحث الثاني: نظرية الحتمية القيمية

1- الحتمية القيمية في الإعلام -التعريف بالنظرية-

2- الحتمية القيمية وبحوث تأثير وسائل الإعلام

3- تجليات نظرية الحتمية القيمية في هذه الدراسة

المبحث الثالث: مقرب الوسيلة - نظرية الحتمية التكنولوجية-

1- الأسس النظرية للمقرب

2- تجليات نظرية الحتمية التكنولوجية في هذه الدراسة

المبحث الرابع: مقرب الاستخدامات والإشباعات

1- المفاهيم الأساسية لنظرية الاستخدامات والإشباعات

2- المنطلقات النظرية لمقرب الاستخدامات والإشباعات

3- علاقة مقرب الاستخدامات والإشباعات ببحوث التأثير في وسائل الإعلام

4- تجليات مقرب الاستخدامات والإشباعات في هذه الدراسة

المبحث الخامس: الفئات الاجتماعية كمصدر لفروقات تأثير وسائل الإعلام

الفصل الثاني: المقاربات النظرية للدراسة

إن من الضروري في الدراسات الأكاديمية التطبيقية والميدانية، أن تبني وفقا لإطار نظري واضح، يحده معالم هذه الدراسات ويضبطها وفقا لأعراف وقواعد البحث العلمي، بالشكل الذي يجعلها حلقة مناسبة ضمن سلسلة طويلة من الجهود البحثية والدراسات التي تتسم بالتراكمية، والتي تنطلق كل منها من نتائج ونهايات وصلت إليها ما سبقها من دراسات، والمعالم أن لكل علم نظرياته ومقارباته وقوانينه الخاصة، وعلم الإعلام والاتصال كغيره من العلوم، أدبياته حافلة بالنظريات المفسرة لأبعاد الظاهرة الاتصالية والإعلامية المختلفة من زوايا متعددة ومنطلقات مختلفة، وتعدد زوايا التنظير للظاهرة الإعلامية الاتصالية، وتعدد مقاربات التخصص التي نظرت في علوم الإعلام والاتصال كانت نتاجا لسببين: أولاً؛ لا يخفى أن الإعلام والاتصال كميدان بحث مستقل، علم مستجد نسبيا إذا قارناه بباقي العلوم الإنسانية والاجتماعية، لذلك نجد أن جل نظرياته المشكلة لمجمل تراثه النظري والتي شكلت أولى محاولات البحث في الظاهرة الإعلامية والاتصالية، جاءت في إطار ميادين بحث أخرى، بحكم أن الباحثين في مجال الظاهرة كانوا باحثين من مختلف التخصصات والميادين البحثية؛ كعلم الاجتماع، علم النفس، الأنثروبولوجيا، التاريخ، الأدب، علم السيميولوجيا واللسانيات، وحتى البيولوجيا، وبالتالي تعددت المنطلقات البحثية والنظرية التي دعمت علوم الإعلام والاتصال، بالشكل الذي جعل من نظرياتها الأساسية تنضوي ضمن مقاربات متعددة التخصصات، فاصطبغت تفسيرات الظاهرة الإعلامية والاتصالية بالخلفيات الفكرية وتخصص الباحثين الذين جعلوا منها موضوعا لدراساتهم، فنجد مقاربات وتفسيرات سوسولوجية للظاهرة الإعلامية الاتصالية، وأخرى سيكولوجية، وأخرى سيميولوجية... ثانياً، إن الظاهرة الإعلامية الاتصالية شديدة التعقيد، سواء من حيث الكم الكبير للفواعل والمتغيرات المشكلة لهذه الظاهرة، أو من حيث حجم هذه التفاعلات والعلاقات المتشابكة التي تربط بين هذه الفواعل، هذه الخصائص جعلت كل نظرية من النظريات المشكلة للتراث الفكري التنظيري لعلوم الإعلام والاتصال تركز على فاعل واحد من هذه الفواعل، أو علاقة واحدة، تأسس من خلالها لتفسيرات حول هذه الظاهرة، فنجد أن هذه التفسيرات تتسم بالجزئية لعدم قدرة أي واحدة من هذه النظريات على الإحاطة بالظاهرة الإعلامية الاتصالية كلية، فنجد نظريات تأسس تفسيراتها تبعا لدراسات المرسل أو القائم بالاتصال، وأخرى على مضمون الرسالة، وغيرها على الوسيلة الاتصالية، ومنها ما يفسرها انطلاقا من المتلقي للرسالة الإعلامية... مما يجعل وفي الكثير من الأحيان هذه النظريات تتعارض فيما بينها وحتى أنها تتناقض في بعض الأحيان مما شكل هوة بينها، وما فتئت هذه الهوة في الاتساع يوما بعد يوم، وبالتالي يجعل هذا الأمر من المتعمق في هذه النظريات والمقاربات يستشف إخلالا بالتماسك المنطقي الضروري لأي ميدان بحث لكي يكون ناضجا.

حيث يؤكد "جريك" أن الاتجاهات الجديدة في مجال نظرية الإعلام والاتصال توحى بتناقض ظاهر، ويفسر ذلك بقوله "إنه على الرغم من أن علم الإعلام والاتصال تطور ويبلغ مرحلة تقترب من النضج، وأن الباحثين فيه أسهموا في بناء ملامح نظريات جديدة في العقود الماضية، فإن ثمة تزايدا ملحوظا في الغموض الذي يكتنف دراسات هؤلاء الباحثين يتمثل في التناقض في الآراء والجدال الظاهر فيما يتعلق بالبناء المعرفي المناسب للظاهرة الإعلامية والاتصالية. (الدردير الشريف، 2015، صفحة 30)

ولذلك فإن هذه الدراسة عمدت إلى معالجة الظاهرة المدروسة وفقا للعديد من المقاربات النظرية المختلفة، حيث كان الاعتماد على هذه المقاربات اعتمادا جزئيا وفقا لمقتضيات ومتطلبات البحث في الإشكالية المدروسة، تجاوزا للتناقضات المشار إليها آنفا، وللإلمام بالصورة الكلية للظاهرة المدروسة بجزئياتها المختلفة، بحيث خرجت الدراسة بنموذج خاص يوفق بين هذه المقاربات خدمة لمتطلبات البحث، وأهدافها المصاغة في إشكالية الدراسة، "حيث وكما هو معروف فإنه يتم دراسة النظرية الإعلامية وتوظيفها في البحث العلمي الإعلامي لعدة أسباب": (الدردير الشريف، 2015، الصفحات 53-52)

- وضع وتفسير نتائج الظواهر الإعلامية محل الدراسة، وكذلك نقد وتوحيد القوانين الإعلامية لتناسب وتتلاءم وتتطابق مع البيانات والمعلومات الواردة في الدراسة التي ينوي الباحث اعتمادها، بالإضافة إلى التوجيه لاكتشاف قوانين وتعميمات جديدة أكثر قوة.
- التوصل إلى بناء يفسر العلاقات بين الظواهر أو الأحداث والمواقف الإعلامية محل الدراسة، وتحليل النتائج التي يتم التوصل إليها من خلالها.
- تحديد الظروف التي تعيق عملية التفسير للنتائج والظروف التي تجعل من العملية البحثية في مجال الإعلام ناجحة.
- تقنين المعرفة وضبط التحيز الشخصي والذاتي في الملاحظة، وتفسير النتائج من قبل الباحث في مجال الإعلام.
- تصنيف المواقف والأحداث والظواهر وعزلها تماما تمهيدا لفهمها والكشف عن قوانينها.
- تنظيم المعلومات والبيانات الإعلامية وتركيزها.
- المساعدة في صياغة الحد الأدنى قدر الإمكان من التعريفات والمفاهيم والمصطلحات والفروض والتساؤلات التي يتطلبها الوصف والتفسير والتحليل في الموضوعات الإعلامية قيد البحث أو الدراسة.
- تقديم أطر نظرية وتصورية تسهل عملية الملاحظة الصحيحة والوصف الموثوق به للظاهرة أو للموقف وللحدث الإعلامي محل الدراسة التحليلية والميدانية.
- تتيح للباحث الإعلامي إعادة صياغة المفاهيم والمصطلحات والركائز الرئيسة في النظرية الإعلامية التي اعتمدها في بحثه وتسهل له كذلك بالضرورة رؤية جوانب وأركان مهمة من الحقيقة الاجتماعية

والثقافية والإعلامية والسياسية والاقتصادية، ... للظاهرة أو الموقف أو الحدث الإعلامي المدروس، والتي قد يغفل عنها أو قد تفوّت على الباحث فرصة إدراكها في بعض الأحيان بوسائل وطرق وأساليب تقليدية أخرى.

- إيجاد تساؤلات جديدة بالبحث العلمي الإعلامي، إضافة إلى استكشاف واستنباط طرق وأساليب جديدة له، وأيا كان الأمر فالنظرية الإعلامية حتما تلعب الدور الرئيس في البحث العلمي الإعلامي، وهنا يمكننا اعتبارها من بين أهم المعايير الأكثر منهجية لإجراء وخدمة وتقييم البحوث والدراسات العلمية الإعلامية خصوصا من ناحية الإطار النظري.

لهذه الأسباب فإن هذه الدراسة عمدت إلى الاعتماد على أربع مقاربات نظرية مختلفة وظفناها ضمن نموذج خاص، لضمان التسلسل المنطقي للمادة العلمية المقدمة في هذا العمل، وسلاسة الانتقال بين المتغيرات المدروسة، وهذه المقاربات هي:

- ✓ مقارنة الاستخدامات والإشباع
- ✓ مقارنة الفئات الاجتماعية كمصدر للفروقات الفردية عند المتلقين
- ✓ مقارنة الحتمية القيمية.
- ✓ مقارنة الحتمية التكنولوجية.

المبحث الأول: إشكالية دراسة تأثيرات وسائل الإعلام

1- السياقات التاريخية لدراسات تأثيرات وسائل الإعلام:

إن إشكالية دراسة تأثيرات وسائل الإعلام ليست بالاهتمامات الجديدة، حيث أن الدراسات والبحوث التي عنت بهذا الموضوع ترجع إلى الأربعينيات من القرن الماضي، حيث اشتغل الباحثون والعلماء الأمريكيون في ذلك الوقت بدراسة أساليب الدعاية التي استخدمها الحزب النازي الألماني في الحرب العالمية الثانية لتعبئة الجماهير، وتوجيهها بما يخدم أهداف السياسة العامة للنازية، هته الأساليب التي حققت نتائج مبهرة وأهداف كبيرة بالاعتماد على وسيلتين من وسائل الإعلام الجماهيري الطاغية في ذلك الوقت (الراديو والجراند)، هذا ما دفع بالأمريكيين للبحث في الأساليب التأثيرية المعتمدة في تلك الفترة، وقد استمرت هذه الدراسات بعد انقضاء الحرب العالمية، وامتدت إلى العقدين المواليين. في بداية ستينيات القرن الماضي بدأت ملامح تغييرات اجتماعية كبيرة في المجتمع الأمريكي تظهر للعيان، فبالانتشار الواسع للتمييز العنصري واضطهاد العرق الأسود في الولايات المتحدة الأمريكية، ظهرت موجات مضادة وحركات اجتماعية من طرف السود الأمريكيين كرد فعل اجتماعي على هذه الممارسات طالبت في البداية بوقف الاضطهادات ضد السود، ثم تطورت للمطالبة بتمكين السود من حقوقهم المدنية والمساواة مع العرق الأبيض، بالإضافة إلى هذا فقد ظهرت حركات وأصوات منادية بتحرير المرأة وتوفير حقوق أكثر لها، وكان من نتائج هذا الحراك الاجتماعي ظهور انتقادات كبيرة لوسائل الإعلام واتهامها باتخاذ أدوار سلبية في هذه القضايا، انطلاقاً من هذه الأحداث تغيرت اتجاهات أبحاث ودراسات تأثيرات وسائل الإعلام من التأثير الإيجابي إلى التأثير السلبي، حيث انتشرت هذه الدراسات خلال هذه الفترة منتهجة بالأخص منهج تحليل المحتوى لتحديد الأدوار التي تؤديها وسائل الإعلام في هذه القضايا.

ومع النمو المتزايد للاقتصاد العالمي في العقود اللاحقة، وزيادة تنافس الشركات الاقتصادية في ما بينها على تصريف سلعتها ومنتجاتها، وما كان لوسائل الإعلام في هذه البيئة من أدوار اقتصادية متزايدة، تمثلت بالأساس في الإعلان والترويج، ظهرت اتجاهات جديدة في دراسة تأثيرات وسائل الإعلام، ركزت على القدرات التأثيرية الإقناعية لوسائل الإعلام في مجال الإشهار والتسويق والإعلان التجاري. أما آخر الإشكاليات المتعلقة بتأثيرات وسائل الإعلام فقد ارتبطت بالتطورات التقنية للوسيلة الإعلامية، أكثر من ارتباطها بسياقات سياسية أو اجتماعية، وتحدث هنا عن دراسات التأثيرات السلبية لوسائل الإعلام على بنية المجتمعات المحلية والقيم المحلية المشكلة للهوية الجمعية له، وكذا تهديد خصوصيات المنظومات الفكرية لهذه المجتمعات بالاختراق والزوال التدريجي، تحت طائلة القدرات التأثيرية الجديدة "للسيلة" الإعلامية التي أضحت مركبا من تكنولوجيات الأقمار الصناعية وتكنولوجيات

الحاسب الرقمي، هذه التغيرات في بنية الوسيلة، أوجدت واقع القرية الكونية التي التس تسير وفق منطق يكون فيه البقاء للأقوى، هذا الواقع فرض تنميطة للمجتمعات وللثقافات على قالب واحد هو القالب الغربي المهيمن والقوي عسكريا واقتصاديا وتكنولوجيا.

2- مجالات دراسة آثار وسائل الإعلام:

إن استعراضنا للتطور التاريخي لدراسات آثار وسائل الإعلام، يبين لنا أن السياقات التاريخية قد بينت أن هذه الدراسات مرت بأحداث تاريخية جعلها تتدرج في تناول مواضيع التأثير، وفقا لأربعة مجالات أساسية تمثلت في:

- تأثيرات وسائل الإعلام في مجال الدعاية السياسية.

- التأثيرات الاجتماعية السلبية لوسائل الإعلام بخصوص التوجيه السلبي للرأي العام في قضايا

الأقليات والحريات.

- تأثيرات وسائل الإعلام في مجال الدعاية والإعلان التجاريين.

- تأثيرات وسائل الإعلام والاتصال بين الوسيلة والمضمون

إلا أن ما يهمننا في هذه الدراسة أكثر، ليس تصنيف مجالات تأثير وسائل الإعلام إلى سياسية واجتماعية واقتصادية، بل تهمنا طبيعة التأثيرات التي تحدثها هذه الوسائل سواء على المستوى الفردي السيكولوجي، أو على المستوى الجماعي السوسولوجي، وعلى هذا الأساس في التصنيف يمكن القول بأن تأثيرات وسائل الإعلام يمكن دراستها وفقا لثلاث مجالات: (مكاوي و السيد، 2001، الصفحات 396-397)

أ- آثار وسائل الإعلام على المعرفة cognition، والإدراك perception، والفهم comprehension.

ب- آثار وسائل الإعلام على تغيير السلوك behavior change، سواء كان السلوك الضار اجتماعيا antisocial، أو السلوك المفيد اجتماعيا prosocial.

ج- آثار وسائل الإعلام على الاتجاهات attitudes، وتغيير القيم values change.

وستنطرق بقليل من التفصيل للمجال الثالث من دراسات آثار وسائل الإعلام، بيد أن دراستنا هذه تسعى لدراسة تأثيرات وسائل الإعلام على القيم المشكلة لأبعاد الأمن الفكري في المجتمع الجزائري، أي تأثير وسائل الإعلام على تغيير القيم values change:

تشير معظم الدراسات الغربية إلى أن وسائل الإعلام تقوم بدور ملموس في تكوين الآراء، أكثر مما تساهم في تغيير الآراء، وأحد أسباب قيام وسائل الإعلام بتدعيم المعتقدات الموجودة بالفعل، هو اتجاه البشر الطبيعي لحماية أنفسهم من خلال التعرض الانتقائي والإدراك الانتقائي، فنحن نميل إلى تعريض أنفسنا للرسائل التي تتفق مع أفكارنا ومعتقداتنا واتجاهاتنا، وكذلك تجنب الرسائل التي لا تتفق

مع توجهاتنا المسبقة، وقد درس عالم النفس "ليون فستنجر" هذه الظاهرة وأطلق عليها إسم التنافر المعرفي، والافتراض الأساسي في هذه النظرية، هو أن شعور الفرد بالتنافر النفسي يحفز على محاولة التخلص من هذا التنافر حتى يحقق الانسجام النفسي من خلال السعي بإيجابية ونشاط لتجنب المواقف والمعلومات التي تزيد التنافر، وفي دراستهما لآثار وسائل الإعلام على القيم الاجتماعية، لاحظ "لازرسفيلد" و"ميرتون" أن وسائل الإعلام لا تدعم معتقداتنا السابقة فقط، وإنما تدعم اتجاهات وأنماط سلوك المجتمع أيضا، فالنشر الإعلامي يسد الفجوة بين الاتجاهات الفردية الخاصة والآداب العامة السائدة في المجتمع. (مكاوي و السيد، 2001، صفحة 398)

إن آراء هؤلاء الباحثين، الذين يذهبون إلى أن وسائل الإعلام تعزز الاتجاهات والقيم السائدة أكثر من كونها تغيرها، تمثل وجهات نظر غربية استنبطت من دراسات ونظريات طبقت على مجتمعات غربية، ولا يمكن أن نجعل من هذه الدراسات مرجعية للدراسات المطبقة على المجتمعات العربية والمسلمة بصفة عامة، ودراستنا هذه بصفة خاصة، وذلك لعدة اعتبارات حسب وجهة نظرنا:

أولاً؛ إننا وعندما نتحدث عن دراسة تأثيرات وسائل الإعلام على قيم واتجاهات الأفراد في المجتمعات العربية والمسلمة، فإن المتغير التابع فيها هنا هو المجتمع العربي أو الفرد العربي ذو الخصوصيات الهوياتية والثقافية والقيمية المتفردة والأصيلة، والمتغير المستقل فيها لا يعدوا أن يكون واحدا من الإثنين: محتوى إعلامي غربي دخيل مستورد أو محتوى محلي مستعرب ومغترب؛ لذلك فإنه ليس من المنطقي أن نسلم بأن الدخيل سيعزز الأصيل بكل التناقضات التي يمثلانها.

ثانياً؛ إن نظرية "ليون فيستنجر" المسماة بنظرية التنافر المعرفي، لا نرى أن افتراضها يصلح للتطبيق دائما، خاصة عند الحديث عن الإعلام الجديد بقدراته التأثيرية الجديدة، فشعور الفرد بالتنافر النفسي نتيجة المواقف الاتصالية التي تجعل منه في مواجهة مضامين تتنافر معرفيا مع ما يحمله من إدراكات قبلية، يحفز على محاولة التخلص من هذا التنافر حتى يحقق الانسجام النفسي، لكن طريق التخلص من هذا التنافر لا يعني بالضرورة سعيه لتجنب المواقف والمعلومات التي تزيد التنافر، بل قد يقوده هذا الشعور بوساطة المحتويات الإعلامية المتكررة والمتخذة للعديد من الأشكال (السمعية والبصرية والمكتوبة) إلى طريق آخر هو التخلي عن مدركاته القبلية تدريجيا من دون وعي بذلك.

ثالثاً؛ إن مقولة التعرض والإدراك الإنتقائيين للفرد بصفته كائن واعى وحر، هي حقيقة نسبية، لا تنطبق في بعض المواقف الاتصالية الراهنة التي يكون الإعلام الجديد طرفا فيها، فنجد الكثير من الإعلانات الإلكترونية على سبيل المثال تظهر بشكل آلي أمام مستخدمى الواب، حيث يجد المتصفح نفسه أحيانا وبشكل مفاجئ ومتكرر في مواجهة نوافذ إلكترونية منبثقة عن المساحة الإعلامية التي كان يتصفحها (تكون في الأغلب دعائية وممولة)، تظهر له محتويات أخرى وبشكل متكرر، قد يقوده في النهاية إلى تصفحها هي الأخرى...، وقد يرى البعض أن هذا الموقف الاتصالي في حد ذاته هو سلوك

واعي وانتقائي من طرف المتصفح (المتلقي)، لكن السؤال المطروح هنا هو على أي أساس تم هذا الانتقاء؟

رابعا؛ إن رأي "لازرسفيلد" و"ميرتون" حول أن النشر الإعلامي يسد الفجوة بين الاتجاهات الفردية الخاصة والآداب العامة السائدة في المجتمع، فيه قول أيضا؛ فدائما ما كانت وسائل الإعلام تجعل من الجنس والعنف والتهويل والإغراء أساليب لجذب جماهيره، بالتالي فإن التسليم بوجود فجوة بين الاتجاهات الفردية الخاصة والآداب العامة السائدة فالمجتمع، يقودنا لأن نجزم على أن وسائل الإعلام بأساليبها المذكورة لا تسد هذه الفجوة بل توسعها بانحيازها دائما لإشباع رغبات الفرد الخاصة حتى وإن تعارضت مع الآداب العامة لمجتمعها.

ويضع "برنارد بيرلسون" نموذج الشهير للإجابة عن الأسئلة الخاصة بآثار الاتصال: (مكاوي و السيد، 2001) بعض أنواع الاتصال، لبعض أنواع القضايا، تؤدي لاهتمام بعض البشر بمحتوى وسائل الإعلام، في ظل بعض الظروف، مما ينتج عنه بعض أنواع الأثر.

كما يضع كل من "هيبيرت أونجوريت" hiebert ungurait و"بون" Bohn لفهم ودراسة آثار وسائل الإعلام، ويتضمن هذا النموذج ثمانية عناصر رئيسية منها خمسة متغيرات تؤدي إلى وجود ثلاث أنواع من الآثار وهي كالتالي: (مكاوي و السيد، 2001، صفحة 405)

1- متغيرات البيئة Environment variables

2- متغيرات المحتوى content variables

3- متغيرات الوسيلة Medium variables

4- متغيرات الجمهور Audience variables

5- متغيرات التفاعل interaction variables

تنتج عن هذه المتغيرات الخمسة ثلاثة أنواع من الآثار هي:

6- الاستثارة Arousal

7- الآثار قصيرة الأمد Short-term effects

8- الآثار طويلة الأمد Long-term effects

ويمكن التعبير عن هذه الدراسة وفقا لإطار "بيرلسون" وبناء على نموذج "هيبيرت و بون" كالتالي:

بعض أنواع الاتصال (متغيرات الوسيلة): التأثيرات السلبية للوسيلة الإعلامية.

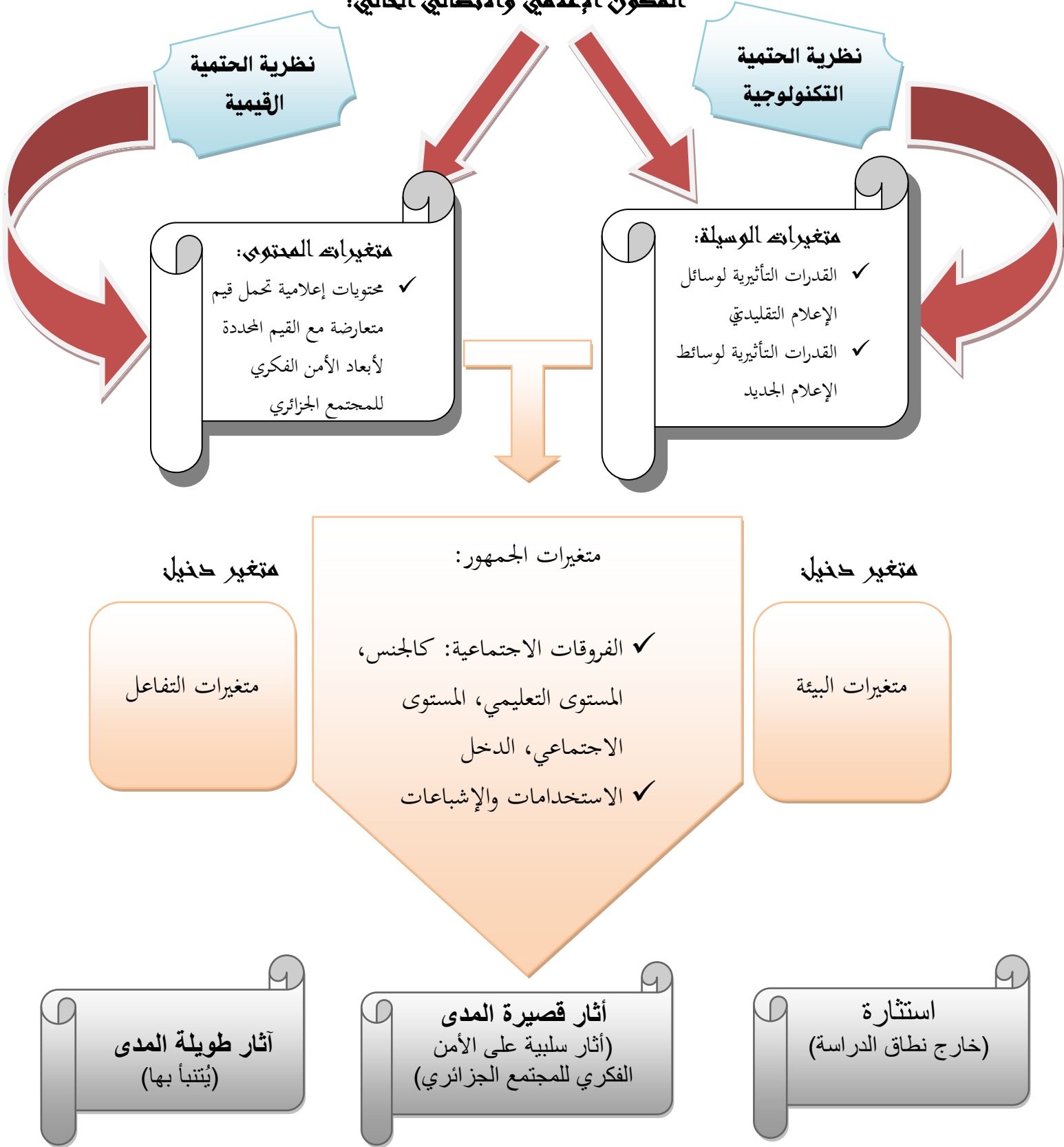
بعض أنواع القضايا (متغيرات المحتوى): القيم السلبية التي تحملها مضامين المكون الإعلامي

والاتصال الحالي.

تؤدي لاهتمام **بعض** البشر (متغيرات الجمهور) بمحتوى وسائل الإعلام (السليبي) : الفروقات الفردية كالجنس والسن والمستوى التعليمي والمستوى الاجتماعي، وكذا الفروقات من حيث استخدامات الشباب للمكون الإعلامي والاتصالي الحالي والإشباع المترتبة عن هذا الاستخدام. في ظل **بعض** الظروف (متغيرات البيئة)؛ خارج نطاق الدراسة مما ينتج عنه **بعض** أنواع الأثر (آثار قصيرة المدى، وأخرى طويلة المدى): آثار سلبية على الأمن الفكري للمجتمع الجزائري.

ولقد وضعنا مخططا خاصا يوضح الإطار النظري العام للدراسة وفقا للمقاربات النظرية المنتهجة، بناء على نموذج هيبيرت ويون كما هو موضح في الشكل رقم 01، فلقد وضعنا هذا النموذج لبيان العلاقات المختلفة التي تربط بين المتغيرات الفاعلة، والتي نرى بأنها تخدم العلاقة المدروسة، وتحقق مقتضيات البحث وتمكن من الإجابة على التساؤلات المطروحة والمصاغة ضمن إشكالية الدراسة، حيث وضعنا في هذا النموذج محددات المتغير المستقل الرئيسي في الدراسة، وكذا المتغيرات الوسيطة التي تدعم علاقته التأثيرية بالمتغير التابع فيها، كما يوضح النموذج المقاربات النظرية المختلفة التي اعتمدت الدراسة كل واحدة منها لتفسير العلاقة التي تناسبها، حيث جعلنا من هذا النموذج مقارنة وسطية بين النظريات الإعلامية المتناحرة والتي تناقض بعضها البعض في كثير من الأحيان.

المكون الإعلامي والاتصالي الحالي:



الشكل رقم 01: نموذج يوضح الإطار النظري العام للدراسة وفقا للمقاربات النظرية المنتهجة.

المبحث الثاني نظرية الحتمية القيمية

إن إفرادنا لمبحث مستقل لهذه النظرية دون أن نجعلها متضمنة في مقرب نظري من المقتربات النظرية المعروفة، راجع لكوننا نرى في هذه النظرية استقلالاً عن أي مقارنة نظرية، فهي تشكل استثناءاً في الفكر العربي الذي يعنى بالإعلام والاتصال، بما هي تجاوز للتراث الفكري الغربي المسيطر على هذا الحقل المعاصر، وسنستعرض ضمن هذا المبحث تقديماً مبسطاً لهذه النظرية وما يرتبط بها من مفاهيم، مع بيان أوجه الاعتماد عليها و مكان ارتباطها بهذه الدراسة.

1- الحتمية القيمية في الإعلام - التعريف بالنظرية:-

نظرية الحتمية القيمية هي نظرية عربية خالصة تنسب لعدد من الباحثين العرب وعلى رأسهم الباحث الجزائري عبد الرحمان عزي، وقد جاءت هذه النظرية لتمثل انتفاضة فكرية على الفكر التنظيري الغربي في مجال الإعلام والاتصال وعلاقته بالإنسان والمجتمع، وكذا لتعبر عن رفض لتعميم كل ما ينتج هذا الفكر على المجتمعات العربية والإسلامية خاصة، والمجتمعات المحلية على وجه العموم، فكانت إسهامات عزي عبد الرحمان في هذا المجال تعكس ذاتية مفكر ناقد يتعامل مع ما بين يديه من تراث فكري غربي بعين ناقدة وعقل مستقل، فلا يكاد يتجاوز هذا التراث حقيقة أنه تراكم معرفي يصلح لبناء أسس نظرية جديدة تتجاوزه، وهذه هي سنة العلم.

وترتكز نظرية الحتمية القيمية في الإعلام على مسلمات أهمها، أن القيمة هي أساس الفعل الاتصالي وأساس العمل الإعلامي كله، فكما جعل مارشال ماكلوهان من الوسيلة رسالة، جعل عزي عبد الرحمان من القيمة رسالة.

ويُقصد بالقيمة في نظرية الحتمية القيمية في الإعلام الارتقاء، أي ما يسمو في المعنى، والقيمة معنوية قد يسعى الإنسان لتجسيدها عملياً كلما ارتفع بفعله (سلوكياته) وعقله إلى منزلة أعلى، وفي منظور عبد الرحمن عزي فإن القيمة ما يعلو عن الشيء ويرتبط بالمعاني الكامنة في الدين، وإعلامياً؛ فإن دراسة الأثر أو تأثيرات وسائل الإعلام لا تتم في منظور عزي من دون مرجعية تربط محتويات وسائل الإعلام بالقيمة. (بوعلي، مفاهيم نظرية الحتمية القيمية في الإعلام عند عبد الرحمان عزي: مقارنة نقدية، بدون تاريخ، صفحة 89)

أما الحتمية فقد أطلقت منذ القرن التاسع عشر على كل النظريات التي تحولت إلى علوم مستقلة وما الشعور بالحتمي إلا الشعور بالنسق أو النظام الأساسي كما يقال، فثمة في الواقع حتمية رياضية وأخرى فيزيائية للكون ويتضح أن الحتمية الرياضية المبنية على النتائج لا تنطبق على حتمية فيزيائية مبنية أساساً على الأسباب. وكذلك يمكن الحديث عن حتمية علم الكيمياء التي تبرهن ذاتها في أجسام منتقاة ويقصد من الحتمية اعتبار متغير واحد أنه المحرك الأساس في تفسير أو فهم أي ظاهرة، والمتغير الرئيس أو

الأساس في هذه النظرية هو القيمة (Value) ، أما الظاهرة فتخص الإعلام والاتصال؛ يعني ذلك أن أي عنصر أو ظاهرة إعلامية يُفسر أو يُفهم من حيث قرينه أو تناقضه أو بُعده من القيمة أما المتغيرات الأخرى مثل الفعل الاجتماعي والاقتصادي والتاريخي والسياسي فهي متغيرات مكتملة أي تابعة . وهذا النهج يميز الحتمية القيمة عن الحتميات الأخرى مثل الحتمية التكنولوجية المنتسبة إلى ماكلوهان التي تعتبر أن الوسيلة هي الرسالة (The Medium is the Message) بينما تعتبر الحتمية القيمة المنتسبة إلى عزي عبد الرحمن أن الرسالة هي القيمة (The Message is the Value). (بوعلبي، مفاهيم نظرية الحتمية القيمة في الإعلام عند عبد الرحمن عزي: مقارنة نقدية، بدون تاريخ، صفحة 88).

2- الحتمية القيمة وبحوث تأثير وسائل الإعلام:

يقول عزي عبد الرحمن: "إن التأثير يكون إيجابياً إذا كانت محتويات وسائل الإعلام وثيقة الصلة بالقيمة، وكلما كانت الوثائق أشدّ كان التأثير إيجابياً، وبالمقابل يكون التأثير سلبياً إذا كانت محتويات وسائل الإعلام لا تتفق بأية قيمة أو تتناقض مع القيمة، وكلما كان الابتعاد عن القيمة أكثر كلما كان التأثير السلبي أكبر".

ونفسر مقولة عزي هنا بأنه كلما كانت وسائل الإعلام ومضامينها مرتبطة بقيم المجتمع الأساسية فإنها ستؤدي أدواراً إيجابية في هذا المجتمع، وكلما تخلت وسائل الإعلام عن تقديس قيم المجتمع أو حاولت أن تناقضها بإدخال قيم بديلة شاذة عن القيم الأصلية كلما كان دورها سلبياً. وبالتالي فعزي هنا يربط تأثير وسائل الإعلام بالقيمة، شأنها شأن أي ظاهرة إعلامية تخضع للدراسة، ونظرية الحتمية القيمة كما أسلفنا الذكر سابقاً تفسر الظاهرة الإعلامية بمختلف أشكالها ومحدداتها وتفاعلاتها، ومهما كان مجالها الزمكاني تفسيرا قيماً، أي جعل القيمة معياراً لتفسيرها. ومنه فنظرية الحتمية القيمة أعطت زاوية مقارنة جديدة لدراسة تأثير وسائل الإعلام تركز على المضمون وتجعل من القيمة فيه معياراً للحكم على هذا التأثير وتقييمه، بدلاً من التركيز على الوسيلة الإعلامية.

وبالتالي فإن أهم ما أضافته نظرية الحتمية القيمة لبحوث التأثير في وسائل الإعلام والاتصال، هو أنها أعطت لسياقات البحوث التي تتخذ من المجتمعات العربية والمسلمة ميداناً لبحثها خصوصيتها المحلية، فالنظرية كما يقال وليدة بيئتها، وعليه فإننا نرى في هذه النظرية مقارنة ضرورية لبحوث الإعلام والاتصال في العالم العربي والإسلامي.

3- تجليات نظرية الحتمية القيمة في هذه الدراسة:

ما نلاحظه في مقولة عزي عبد الرحمن السابقة أنه يتحدث عن محتوى وسائل الإعلام، الذي يدرس وفقاً لإجراءات منهج تحليل المحتوى المعروفة، أما دراستنا هذه فهي على غرار الدراسات الاتصالية التي تعنى بدراسة تأثيرات وسائل الإعلام على المجتمع تعتمد إجراءات المنهج المسحي الوصفي، وعليه قد

يفهم البعض أن الجدوى من هذه النظرية تتحقق فقط في الدراسات المتخذة لتحليل المحتوى الإعلامي منهجا وأداة لها، إلا أن الأصح هو أن هذه النظرية تشكل مقارنة نظرية ضرورية لكل البحوث التي تدرس تأثيرات وسائل الإعلام والاتصال، والتي تتخذ من المجتمعات العربية ميدانا لها كما أسلفنا الذكر سابقا.

وموضوع دراستنا هذه الذي يبحث في التأثيرات السلبية للمكون الإعلامي والاتصالي الحالي على الأمن الفكري للمجتمع الجزائري، يجعل من القيم أبعادا أساسية لمتغير الأمن الفكري، حيث أنه وبعد القيام بعملية التحليل المفهومي للأمن الفكري وجدنا أنه يتجسد في الأبعاد التالية: سلامة القيم الدينية، سلامة القيم السوسيو-ثقافية، سلامة القيم المدنية، وعليه فإن أثر هذا المكون يتحدد تبعاً للمؤشرات المرتبطة بأبعاد هذا المفهوم من جملة القيم سابقة الذكر، وبالتالي تتحدد درجة سلبية تأثير وسائل الإعلام هنا تبعاً للنتائج التي تعكسها هذه المؤشرات، ويحدد عززي عبد الرحمان جدولاً يوضح فيه بدقة أبعاد القيمة المختلفة في بحوث الإعلام والاتصال والمؤشرات التي تعبر عنها:

القيمة	المجال
الإيمان بالله، أداء العبادات، العمل الصالح، الإخلاص في العمل، التفقه في الدين... الخ	1- البعد الإيماني للقيمة
حسن التواصل مع الآخر، إتباع أسلوب الحوار مع الآخر، ممارسة الإقناع بدل التسلط على الآخر، توظيف فن التفاوض والحلول الوسطى، الجدل بالتي هي أحسن، التبسم للآخر... الخ	2- البعد التواصلية
احترام الوقت، أداء العبادات في أوقتها، أداء العمل في وقته، إعادة الدين في وقته... الخ	3- البعد الزمني
العناية بالمكان الداخلي (البيت)، العناية بالفضاء العام، حب المكان، الوعي بأهمية البيئة... الخ	4- البعد المكاني
استخدام الكلمات الإيجابية (القيمية) في الحديث، حفظ اللسان، ستر الآخر... الخ	5- البعد اللساني
الرضا، ضبط النفس، الرجاء، الصدق، الأمانة، الحلم، ترشيد الاستهلاك، الوقار، الاعتدال، الصبر، القناعة، تقدير الذات، الاستقامة الحياء، الاحتشام، الوفاء، التواضع، الحلم، الزهد، الثقة في النفس، كتم السر... الخ	6- البعد النفسي
حسن الحوار، التعاون، الصداقة، العمل التطوعي، مساعدة المحتاج، محبة الناس، التكافل الاجتماعي، احترام الآخرين، الإيثارة، النصيحة، توقير الكبير، الرفق بالصغير، بر الوالدين، احترام المرأة،	

7- البعد الاجتماعي	التسامح، حسن الظن بالآخرين، صلة الرحم، حسن الجوار، التواضع، الصداقة، رعاية الأبناء،... الخ
8- البعد الاقتصادي	حب العمل، إتقان العمل، الاستثمار الحلال، الكسب الحلال، الاعتدال في الإنفاق، الادخار، الوفاء بالدين، الإنفاق في سبيل الله، القناعة، احترام ملكية الآخر،... الخ
9- البعد التربوي	حب العلم، طلب العلم، تقدير العلماء، الأمانة العلمية،... الخ
10- البعد السياسي	العدل، الشورى، الحرية، الأمر بالمعروف، النهي عن المنكر،... الخ
11- البعد الجمالي	الذوق، الجمال،... الخ
12- البعد الإنساني	احترام الإنسان كإنسان، احترام التنوع الثقافي واللغوي والسياسي والعرقي، احترام الأديان الأخرى،... الخ

الجدول رقم 01: أبعاد القيمة في بحوث الإعلام والاتصال عند عزي عبد الرحمان والمؤشرات التي

تعبر عنها (عزي، 2013، صفحة 89)

ما يمكن ملاحظته في هذا الجدول أن القيم عند عزي عبد الرحمان بمختلف مجالاتها لا تعدو أن تكون متضمنة في القيمة الدينية، حيث جعل عزي من الإسلام بشموليته مصدراً لكل القيم الأخرى. ويفيدنا تصنيف القيم ومجالاتها في هذا الجدول، في استخلاص بعض المؤشرات التي تعبر عن أبعاد القيم المحددة في دراستنا والتي ستظهر في استمارة الاستبيان ضمن الإجراءات المنهجية للدراسة. وتدعم نظرية الحتمية القيمية، نظرتنا للمكون الإعلامي والاتصالي الحالي على أنه يتكون في مجمله من إعلام جديد ووسائط اتصالية تفاعلية، وقليل من مظهرات الإعلام التقليدي بصور معاصرة تقترب من أن تجعله يدخل في تصنيف الإعلام الجديد.

وفي هذا السياق يقول الأستاذ نصير بوعلي في دراسة له حول نظرية الحتمية القيمية في الإعلام: "يتضح كافتراض أولي أنّ زمن المشاهدة التلفزيونية وزمن الإبحار في شبكة الإنترنت يعملان تدريجياً في القضاء على الأزمنة الأخرى: القراءة والاستماع...، إن وسائل الإعلام هي التي أوجدت هذه الأزمنة الإعلامية، فظهور الكتابة قديماً أوجد في الإنسان زمن القراءة، وهكذا انتشرت القراءة مع ظهور الكتاب وأصبحت القراءة جماهيرية مع ظهور الطباعة ومن ثم المجلة والجريدة، وفي الثلاثينيات من القرن الماضي عندما ظهرت الإذاعة (الراديو) أوجدت في الفرد زمناً إعلامياً جديداً يقوم على حاسة السمع وهو زمن الاستماع الذي قلل بعض الشيء من الزمن الأوّل (أي زمن القراءة)، وفي الخمسينيات من القرن الفائت عندما ظهر التلفزيون أوجد في الإنسان زمناً إعلامياً واسعاً هو زمن المشاهدة الذي قلل بعض الشيء من الزمنين السابقين (زمن القراءة وزمن الاستماع)، ومع ظهور الكمبيوتر وشبكة الإنترنت أوجد في الإنسان زمناً جديداً هجيناً هو زمن التصفح أو الإبحار، وتنصهر في هذا الزمن الإعلامي الأزمنة السابقة

والكل بنوع من السطحية." (بوعلي، مفاهيم نظرية الحتمية القيمة في الإعلام عند عبد الرحمان عزري: مقارنة نقدية، بدون تاريخ، صفحة 97)

يعمل الزمن الإعلامي، بصفة عامة، على تصوير مظاهر الحياة، فهو بذلك يعمل على تشكيل وإعادة تشكيل الزمن الاجتماعي بأسلوب رمزي، وعلى حدّ قول عبد الرحمن عزري فإن الاجتماعي ينعكس رمزياً في الإعلامي، كما أن الزمن الإعلامي يؤثر تراكمياً في الزمن الاجتماعي من خلال تغيير أنماط المعيشة والسلوك نتيجة الإقبال المتزايد على ثقافة هذه الوسائل، ويختبر الزمن القيمي في منظور عزري الأساس؛ وتتفرع من هذا الزمن أزمنة فرعية أخرى حيث يبقى هو الأصل والمرجع في نفس الوقت (الحتمية القيمة)، ولأنّ الأزمنة الأخرى فروع، فهي كأغصان الشجرة تتداخل في ما بينها، فنجد الزمن الديني في تناحر مع الزمن اللاديني (أي اللاهوتي)، والزمن الأصيل في صدام مع الزمن الدخيل، والزمن الإعلامي ومدى تعبيره عن الزمن الاجتماعي وهكذا... (بوعلي، مفاهيم نظرية الحتمية القيمة في الإعلام عند عبد الرحمان عزري: مقارنة نقدية، بدون تاريخ، صفحة 98)

انطلاقاً من هذا الطرح نجد أن نظرية الحتمية القيمة في الإعلام تعبر بشكل ممتاز عن إشكالية دراستنا هذه، انطلاقاً من ثلاثية الزمن الإعلامي، والزمن الاجتماعي، والزمن القيمي؛ فالزمن الإعلامي (استخدامات المكون الإعلامي والاتصالي الحالي) يؤثر تراكمياً على الزمن الاجتماعي (محددات الأمن الفكري في الوقت الراهن)، ومعيار هذا التأثير هنا هو الزمن القيمي أي (مدى سلامة القيم الأساسية المشكلة لأبعاد الأمن الفكري للمجتمع الجزائري في استخدام أفراده للمكون الإعلامي في حدود الأزمنة سالفة الذكر)، وهذه العلاقة المتناحرة هنا بين هذه الأزمنة تشكل روح هذه المشكلة العلمية (التحديات الراهنة للحفاظ على الأمن الفكري للمجتمع الجزائري).

المبحث الثالث: مقترَب الوسيلة -نظرية الحتمية التكنولوجية-

1- الأسس النظرية للمقترَب:

إن دلالة مفهوم "الحتمية" في الفكر التنظيري عامة تحيل إلى رفع درجة متغير واحد، وجعله السبب والتفسير الوحيد لظاهرة ما، وبالتالي فإن المتغيرات الأخرى التي يراها الغير على أنها متغيرات مستقلة وأسباب رئيسية للظاهرة، تصبح في إطار هذه الحتمية متغيرات تابعة، أو متغيرات وسيطة -في أحسن الأحوال- تدعم فقط علاقة السببية أو التأثير للمتغير المستقل الوحيد "الحتمي" على المتغيرات التابعة في الظاهرة المدروسة.

وقد قدم نظرية الحتمية التكنولوجية، مارشال ماكلوهان Marshal Macluhan في ستينات القرن الماضي، وهي عبارة عن تصورات نظرية لتطور وسائل الاتصال وتأثيراتها على المجتمعات الحديثة، وقد بدأ العلماء والباحثون في مجال الاتصال الاهتمام بكتابات ماكلوهان في ثمانينات القرن العشرين لأنه من أوائل كتاب الحدائث الذين يرون أن المجتمع أصبح مجتمع معلومات تتولى قيادته أجهزة الحاسوب والإلكترونيات، هذه التكنولوجيا أحدثت ثورة في شتى مناحي الحياة بما فيها العمل والاقتصاد والسياسة والثقافة والفن، ويرى أيضا ماكلوهان أن كل تغيير حاصل في المجتمعات الإنسانية مرده إلى قوة الوسيلة التكنولوجية والاتصالية، وقد عرض ماكلوهان أفكار نظريته أول مرة سنة 1962 في كتابه "مجرة غوتنبرغ"؛ وتعتبر نظرية الحتمية التكنولوجية Technological Determinism Théorie من النظريات المادية التي اهتمت بتأثير تكنولوجيا وسائل الإعلام على شعور وتفكير وسلوك الأفراد وعلى التطور التاريخي للمجتمعات، ويرى أن مضمون وسائل الإعلام لا ينظر إليه مستقلا عن تكنولوجيا وسائل الإعلام نفسها، فطبيعة وسائل الإعلام التي يتصل بها الإنسان تشكل الأفراد و المجتمعات أكثر مما يشكلها مضمون الاتصال، لذلك يفترض في نظريته أن تكنولوجيا الاتصال تكبل حرية الإنسان الذي يصبح تابعا لها. (قرناني، بدون تاريخ، صفحة 67)

وبالتالي فماكلوهان يرى أن الوسيلة الإعلامية بما هي تكنولوجيا هي المتغير الحتمي والوحيد الذي يشكل الفرد والمجتمع، وأن المضمون الإعلامي لا يعدو أن يكون متغيرا وسيطا في هذه العلاقة في أحسن الأحوال.

2- تجليات نظرية الحتمية التكنولوجية في هذه الدراسة:

وترتكز نظرية الحتمية التكنولوجية على العديد من الأفكار الأساسية التي يتكرر ذكرها عند أي حديث حول هذه النظرية، والتي نالت شهرتها في أوساط الباحثين في مجال الإعلام والاتصال؛ مثل الحتمية التكنولوجية، الوسيلة هي امتداد للحواس، الوسيلة هي الرسالة، الوسائل الساخنة والباردة، القرية العالمية

ولهذه الأفكار العديد من التحليلات في دراستنا هذه، حيث اعتمدنا على أفكار هذه النظرية في البحث عن الآثار السلبية لوسائل الإعلام على الأمن الفكري للمجتمع الجزائري، بما هي وسائل متفردة ومختلفة الخصائص، مما قد يجعل تأثيراتها تتمايز وتختلف بغض النظر عن مضامينها، وستتطرق لتحليلات هذه الأفكار في دراستنا، ومكان الاعتماد الجزئي على هذه النظرية، وكذا بيان ما لا تأخذ به دراستنا بما نراه غلو في بعض أفكارها يجب تداركه:

أ- الحتمية التكنولوجية، الوسيلة هي الرسالة:

حسب ماكلوهان فالتكنولوجيا ممثلة في وسائل الإعلام، هي المتغير المستقل الوحيد والحتمي في الظاهرة الإعلامية في علاقتها السببية والتأثيرية بالفرد والمجتمع، وإنما نلاحظ اليوم تأثير هذه التكنولوجيا على البشرية، أين أضحت جزء لا يتجزأ من الثقافة المجتمعية، وحتمية لا مناص منها في الحياة اليومية للأفراد

وعند الحديث عن إشكالية دراستنا هذه فإن ظهور المتغير التكنولوجي كفاعل ومتغير مستقل يتجلى بداية في تعريفنا الإجرائي لمفهوم "المكون الإعلامي والاتصالي الحالي" في دراستنا، حيث حددنا هذا المفهوم ب"المحددات الحالية للإعلام في الوقت الراهن، بشقيه التقليدي والجديد، وكذا الوسائط الاتصالية المستخدمة اليوم في عملية التواصل الاجتماعي، والمحتويات الإعلامية المتعددة الأشكال"؛ أي أن المكون الإعلامي والاتصالي في هذه الدراسة نقصد به الوسيلة والمضمون على حد سواء، وبالتالي تتجلى هنا حقيقة أننا نركز على التأثيرات السلبية التي ترتبط بالوسيلة، لكننا أيضا لا نهمّل الأدوار التأثيرية للمضمون، لذلك اعتمدنا نظرية الحتمية القيمية كدعامة نظرية لدراسة تأثيرات المحتويات الإعلامية والاتصالية الحالية

وعليه فإننا نرى في الحتمية التكنولوجية بمفهوم ماكلوهان الذي يتجاهل أدوار وتأثيرات المحتوى مغالاة غير مبررة للوسيلة والتكنولوجيا، والتسليم المطلق بهذه الفكرة يجعل من بحوث الإعلام والاتصال بصفة عامة، وبحوث التأثير بصفة خاصة تأخذ الحقيقة بصورة جزئية غير كاملة، بإغفالها لتغيرات مستقلة أساسية أخرى لا تقل أهمية عن متغير الوسيلة ضمن إشكالية تأثيرات وسائل الإعلام، أهمها متغير "المحتوى".

كما تتجلى أفكار هذه النظرية في دراستنا أيضا، في الإطارين النظري والميداني على حد سواء، ففي الإطار النظري للدراسة عمدنا إلى التفصيل في الحديث عن وسائل الإعلام المختلفة، كما حاولنا أيضا إبراز الفروقات التأثيرية النظرية بين وسائل الإعلام المختلفة والتي تحدثت عنها أدبيات البحث السابقة، بالإضافة إلى التطرق إلى آخر التطورات التكنولوجية التي تعرفها وسائل الإعلام حاليا، أما في الإطار الميداني للدراسة فإننا حاولنا من خلال تحليل إجابات المبحوثين على عبارات الاستبانة أن نبحث عن

دلالات إحصائية تعبر عن وجود فروقات في التأثير بين وسائل الإعلام والاتصال المستخدمة من طرف الشباب، وكذا وجود فروق في حالة استخدامهم لتكنولوجيات اتصال مختلفة.

ب- وسائل الإعلام امتداد للحواس:

يقول "ماكلوهان" أن وسائل الإعلام التي يستخدمها المجتمع أو يضطر إلى استخدامها ستحدد

طبيعة

المجتمع وكيف يعالج مشاكله، وأي وسيلة جديدة هي امتداد للإنسان، تشكل ظروفًا جديدة محيطة تسيطر على ما يفعله الأفراد الذين يعيشون في ظل هذه الظروف، وتؤثر على الطريقة التي يفكرون ويعملون وفقًا لها "أي أن الوسيلة امتداد للإنسان"، فالملابس والمسكن امتداد لجهازنا العصبي المركزي، وكاميرا التلفزيون تمد أعيننا، والميكروفون يمد آذاننا، والآلات الحاسبة توفر بعض أوجه النشاط التي كانت في الماضي تحدث في عقل الإنسان. (تواقي، 2013، صفحة 184)

ولما كانت الحواس هي الأداة التي يستطيع الإنسان من خلالها التعرف على العالم الخارجي واختبار ما يحيط به من محسوسات، وبالتالي فهي مصدر معارفه واتجاهاته، والتي يبنى فيما بعد على أساسها سلوكياته، ولما جزم ماكلوهان بأن الوسيلة الإعلامية كتكنولوجيا هي امتداد لحواس الإنسان؛ فهو يسلم بأن هذه الوسيلة هي مصدر لتشكيل معارف، وإدراكات، وفكر، واتجاهات، وسلوكيات الإنسان، وينعكس هذا التأثير الفردي للوسيلة بهذا الشكل ليؤثر على المجتمع ككل، في فكره وبنيته القيمية، وهويته الثقافية...

إن اعتبار وسائل الإعلام والاتصال امتداد لحواس الإنسان، نراه حقيقة واضحة وجلية في عصرنا الحالي، فأصبح الإعلام اليوم هو العين التي يرى بها الإنسان والأذن التي يسمع بها، والحضارة الغربية اليوم بتحكمها في الإعلام فهي تتحكم بالإنسان، فإرضاء منطلق "لا أريكم إلا ما أرى"؛ فعن طريق تكنولوجيات الإعلام الجديدة التي استطاعت أن تدمج بين الإعلام التقليدي والجديد، أضحت كل ما يتنافى مع قيم ومبادئ الحضارة الغربية ونمط التفكير والعيش الغربي المنمط مهدداً بالزوال والانصهار في هذا النمط العالمي المفروض، والأمن الفكري للمجتمع الجزائري كمجتمع عربي وإسلامي محلي بخصوصياته المتفردة، أصبح هو الآخر في مرمى هذا التهديد.

فالوسيلة الإعلامية والاتصالية اليوم بما هي امتداد لحواس الإنسان فهي تشكل له عالمه المحسوس وفقاً لما يراه المهيمون على هذه الوسائل، حيث يجعلون الواقع كما يرونه لا كما هو حقيقة، وهذا الواقع المحسوس المشكل والمزيف في كثير من الأحيان، يصطدم بالعالم المجرد الذي يشكل التصورات القبلية، والمعتقدات، والمقدسات الفكرية للفرد والمجتمع، خاصة عند الحديث عن المجتمعات العربية أو أي مجتمع محلي ذو خصوصيات مختلفة عن الحضارة الغربية.

ج- القرية العالمية:

يتكرر ذكر "القرية العالمية" كلما تم الحديث عن نظرية الحتمية التكنولوجية. وقد كان مارشان ماكلوهان تحدث عن مشروع القرية العالمية أول مرة بعد الحرب العالمية الثانية، ليتضامن العالم من أجل إزالة ما خلفته الحرب من دمار في العالم، ويعبر حالياً عن التغييرات التي حدثت في العالم من نمو هائل للتكنولوجيا وخصوصاً في حقل الاتصالات التي ألغت الحواجز والعوازل الجغرافية والثقافية بين مختلف المجتمعات مما جعل العالم كله بمثابة قرية صغيرة وخلق هذا ظاهرة الاتصال الأممي التي ربطت شعوب العالم بسرعة فائقة. (سويقات و عبد الإله، 2016، صفحة 891)

إن العالم أضحي بالفعل قرية صغيرة، لكن هذا التعبير يسقط في دراستنا ضمن زاوية تختلف عن ما يعبر عنه ماكلوهان ودوائر الفكر الغربية، فنحن نرى أن ما يجمع شمل هذه القرية الكونية وما يوحدتها - بفعل الحتمية التكنولوجية طبعاً-، هو تنميط ونمذجة العالم بمجتمعاته المختلفة وخصوصياتها المتفرقة ضمن قالب واحد مفروض بفعل تحكم جزء صغير من هذه القرية بمكامن القوة التكنولوجية والتي آلت للتحكم في المجالات السياسية والاقتصادية والعسكرية، وعليه فإن هذه القرية العالمية ما هي إلا نظام مصطنع تخضع فيه المجتمعات المحلية لتهديدات اضمحلال هوياتها وخصوصياتها المشكلة لماهيتها، بما فيها تهديد أمنها الفكري.

د- أما ما يتعلق بتصنيف ماكلوهان وسائل الإعلام إلى وسائل ساخنة وأخرى باردة، فإن هذه الفكرة الأخيرة لا يوجد له أثر أو تجلي في هذه الدراسة، حيث أننا نرى أن هذا التصنيف لا يخدم العلاقة التي تبحث فيها الدراسة، ولا يسهم في الإجابة على الأسئلة المصاغة في إشكاليته. لكن الدراسة تأخذ برأي ماكلوهان الذي يحدد العلاقة بين وسائل الإعلام الجديدة وما سبقها من وسائل؛ حيث وضع ماكلوهان قانوناً افتراضياً لما يحدث عند ولادة وسيلة إعلامية جديدة، فحدد أربع وظائف محتملة لهذه الوسيلة في مقابل الوسائل التقليدية، أولها أنها تقوم بتمديد وسيلة أخرى قائمة يجعلها أكثر فائدة مما كانت عليه قبل ظهور الوسيلة الجديدة أو رفع قيمتها، والثانية أن الوسيلة الجديدة تلغي وسيلة قائمة أو تقلل بشكل كبير من أهميتها، والثالثة أنها عند تفعيلها بأقصى طاقة تعمل على موازنة وسيلة قائمة، والرابعة أنها تعيد إحياء وسيلة تقليدية غابت أو تراجعت أهميتها بصورة كبيرة قبل ظهور الوسيلة الجديدة (سويقات و عبد الإله، 2016، صفحة 884).

وتبحث الدراسة في هذه الوظائف من خلال بيان الأشكال الحالية لوسائل الإعلام التقليدية في ظل البيئة الإعلامية الحالية، وبيان استخدامات هذه الأشكال من طرف الشباب، وكذا فإن هذه الدراسة تثير إشكالية أخرى حول هذا الموضوع، وهي التساؤل حول إن كانت هذه الأشكال الإعلامية بصفتها الحالية إعلاماً تقليدياً أو إعلاماً جديداً؟ ومثال هذه الأشكال، الجرائد الإلكترونية، والإذاعة عبر النات، وخدمات التلفزيون التفاعلي.. وغيرها.

المبحث الرابع: مقترب الاستخدامات والإشباعات

1- المفاهيم الأساسية لنظرية الاستخدامات والإشباعات:

الاستخدامات uses: الاستخدام عملية واعية وهادفة، فهي سلوك ولا يوجد سلوك غير واعى، والهدف أو الدافع أو الحاجة أو الإشباع، إنما هي مسائل ذاتية أو شخصية بالنسبة لمدخل "U&G" (نسبة لإلياهو كاتز وجروفيتش)، وحينما يتعدى الهدف الدوافع والحاجات والإشباعات الذاتية أو الشخصية، فإنه بذلك يتجاوز الحاجات الفردية ويرتفع فوقها ليصل إلى مصاف القيمة. (أبو الحمام، 2017، صفحة 101)

ونجد أن هذا التعريف الذي يورده الباحث هنا، وهو بالمناسبة يأتي في دراسة عنونها: المقاربة القيمية في نظريات غربية وعربية، يحاول أن يوجد نقاط تقارب بين مقارنة الاستخدامات والإشباعات، ونظرية الحتمية القيمية، فيجعل من الإشباع المترتب والمبتغى وراء الاستخدام يتجاوز الحاجات الشخصية إلى الدوافع المتعلقة بالقيم.

الإشباعات Gratifications: (أبو الحمام، المقاربة القيمية في نظريات اتصال غربية وعربية: مدخل الاستخدامات والإشباعات ونظرية الحتمية القيمية، 2017، صفحة 102) وهي ما يتحقق من الحاجات، وما يشبع من الدوافع ذات الصلة باستخدام وسائل الإعلام، ووفق ماسلو فإن الإشباعات تلعب دوراً مهماً في نظرية التحفيز، فإن تحقيق الإشباعات يؤدي إلى توقف الحاجات عن لعب دورها المحدد أو المنظم للسلوك، وهناك علاقة ما بين الحاجات والدوافع، فالحاجات هي كل ما يحتاج إليه الفرد سواء كانت تلك حاجات أو دوافع، بينما تشكل الدوافع حالة مؤقتة من التوتر النفسي أو الجسمي تنشأ إثر استشارة حاجة معينة وتوجه لتحقيق هدف معين، وتصنف الإشباعات في هذه النظرية إلى:

- إشباعات ناتجة عن التعرض لمحتوى وسائل الإعلام، وهي إشباعات المحتوى وهذا ما تؤكدته نظرية الحتمية القيمية، على أساس أن الرسالة هي أهم من الوسيلة، وهي تشكل جوهر عملية الاتصال نفسها.

- إشباعات ناتجة عن عملية الاتصال نفسها، واختيار وسيلة إعلامية معينة، وهي إشباعات العملية.

2- المنطلقات النظرية لمقترب الاستخدامات والإشباعات:

تعتبر نظرية الاستخدامات والإشباعات من بين المرجعيات النظرية التي تتخذ لفهم استخدام الجمهور لوسائل الإعلام إلى جانب مختلف النظريات المفسرة لذلك، وقد تأسست نظرية الاستخدامات والإشباعات على أنقاض نظريات التأثير، وحولت نظرة الباحثين من مجرد البحث فيما تفعل وسائل الإعلام بالجمهور، إلى تحوير السؤال إلى ماذا يفعل الجمهور بوسائل الاعلام؟

وطرح أهو كاتز Elihu Katz مدخل الاستخدامات و الإشباعات عام 1959 في مقال رد فيه على رؤية برنار بربلسون Bernard Berelson الذي حكم على أبحاث حقل الإعلام بالموت في حين رد عليه كاتز بأن حقل الأبحاث المرتبطة بالإقناع هو الذي مات، كون تلك الفترة عرفت الاهتمام ببحوث الإقناع ، وكيفية تمكن وسائل الإعلام التأثير على الجمهور، في حين أظهرت النتائج آنذاك ضعف تأثير الاتصال الجماهيري في إقناع الجمهور، ثم تطور مفهوم الاستخدامات والإشباعات في دراسة بلومر و كاتز Blumer et Katz سنة 1969، التي قامت على دراسة الانتخابات العامة البريطانية عام 1964 من خلالها تم التعرف على أسباب المشاهدة و أسباب عدمها، بعدها سنة 1984 تم تحديد من طرف كاتز ، بلومر و قورفيتش Katz Blumer et Gorvitch أن مدخل الاستخدامات و الإشباعات يقوم على دراسة الجوانب النفسية و الاجتماعية للأفراد لتحديد الاحتياجات و التوقعات من وسائل الإعلام والمصادر الأخرى، كما يذهب الباحث "الهوكاتز" إلى التأكيد بأن مهما بلغت قوة تأثير الوسيلة الإعلامية، إلا أن الجمهور هو الذي يبقى المقرر و الحاسم في مدى تأثيره بها؛ إذ يعتبر كلا من منطلقا الانتقائية و العلاقات الشخصية من بين المتغيرات المهمة التي من خلالها أسس لمدخل الاستخدامات والإشباعات. (رايس علي، 2016)

ويرى كاتز وزملاؤه أن منظور الاستخدامات والإشباعات يعتمد على خمسة فروض لتحقيق ثلاثة أهداف رئيسية، وتتضمن فروض النموذج فيما يلي: (مكاوي و السيد، 2001، صفحة 240)

أ- إن أعضاء الجمهور مشاركون فعالون في عملية الاتصال الجماهيري، ويستخدمون وسائل الاتصال لتحقيق أهداف مقصودة تلي توقعاتهم.

ب- يعبر استخدام وسائل الاتصال عن الحاجات التي يدركها أعضاء الجمهور، ويتحكم في ذلك عوامل الفروق الفردية، وعوامل التفاعل الاجتماعي، وتتنوع الحاجات باختلاف الأفراد.

ج- التأكيد على أن الجمهور هو الذي يختار الرسائل والمضمون الذي يشبع حاجاته، فالأفراد هم الذين يستخدمون وسائل الاتصال، وليست وسائل الاتصال هي التي تستخدم الأفراد.

د- يستطيع أفراد الجمهور دائما تحديد حاجاتهم ودوافعهم، وبالتالي يختارون الوسائل التي تشبع تلك الحاجات.

هـ- يمكن الاستدلال على المعايير الثقافية السائدة من خلال استخدامات الجمهور لوسائل الاتصال، وليس من خلال محتوى الرسائل فقط.

3- علاقة مقرب الاستخدامات والإشباعات ببحوث التأثير في وسائل الإعلام:

ترتبط مقارنة الاستخدامات والإشباعات بدراسات تأثير وسائل الإعلام من خلال نتائج وعواقب العملية الإعلامية وعلاقتها باستخدامات وسائل الإعلام، إذ تتخذ علاقة "الاستخدام/النتيجة" أشكالا متنوعة على النحو التالي: (بومعيزة، 2005-2006، الصفحات 66-67)

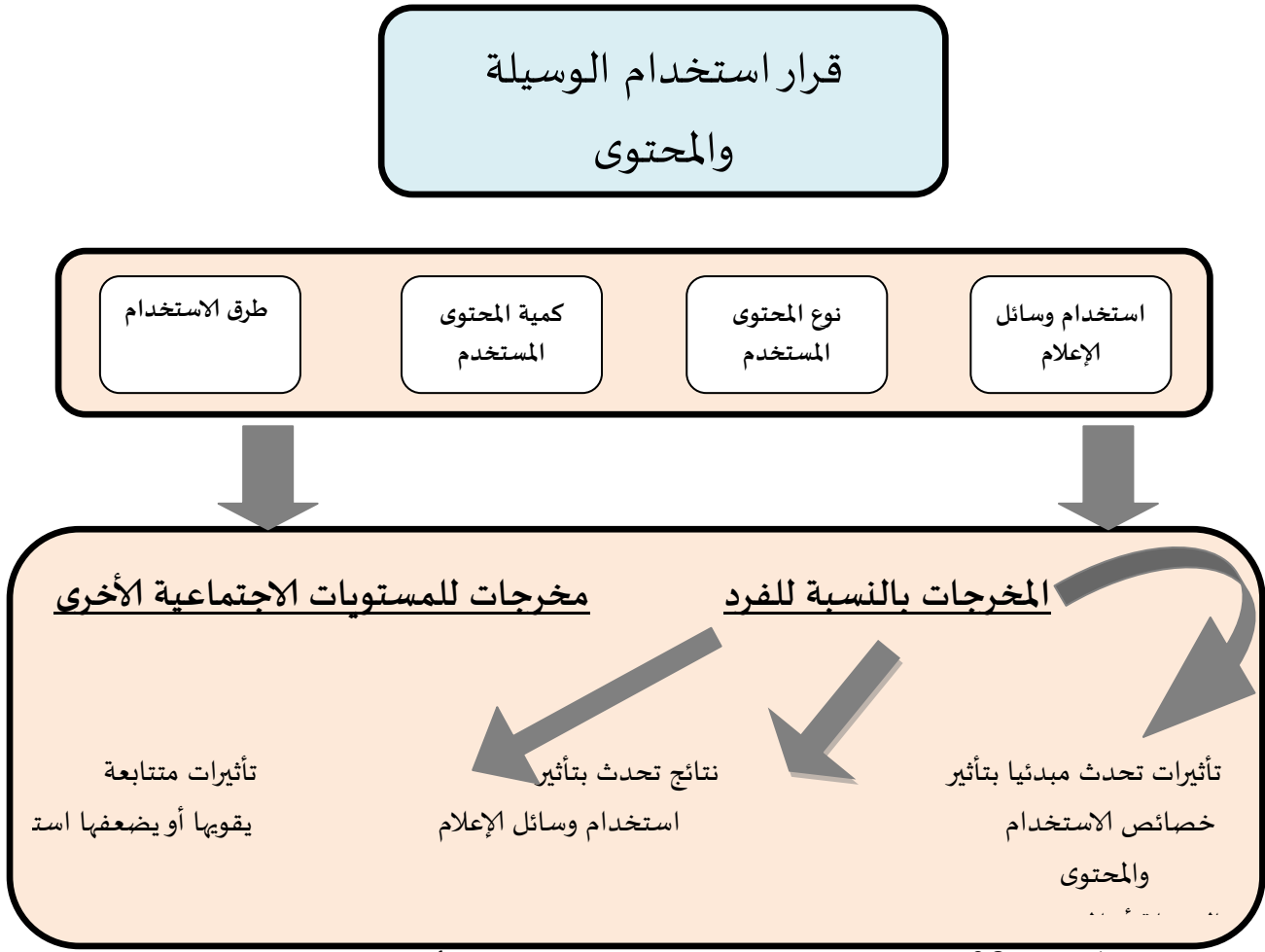
أ- في معظم بحوث التأثير، فإن خصائص محتوى وسائل الإعلام تحدد معظم النتائج، في مثل هذه الحالات، يمكن أن ينظر إلى استعمال وسائل الإعلام (الاستخدام) على أنه عامل وسطي، ونتيجة مثل هذه العملية تسمى "تأثيراً"، وبالتالي تلعب عملية الاستعمالات والإشباعات دور الوسيط، أي تعزز تأثيرات المحتوى أو تضعفه.

ب- في العديد من العمليات، فإن النتائج ترجع إلى الاستعمال أكثر مما تعود إلى خصائص المحتوى؛ فاستعمال وسائل الإعلام يمكن أن يقصي نشاطات أخرى أو يمنعها أو يقلصها، كما يمكن أن يكون له عواقب مثل الاعتماد على وسائل إعلام معينة، وعندما يكون الاستعمال هو السبب الرئيسي للنتيجة يسمى "عاقبة".

ج- هناك نتائج تتحدد في جانب منها بمحتوى وسائل الإعلام (أي وساطة الاستعمال)، وفي جانب آخر بالاستعمال كسبب رئيسي "عاقبة".

انطلاقاً من هذا نجد أن بحوث التأثير الإعلامي تتخذ من الاستخدامات كمتغير وسيط يربط ويعزز علاقة التأثير بين المتغير المستقل وهو مضمون وسائل الإعلام وبين المتغير التابع وهو جمهورها، لذلك نجد أن هذه البحوث والدراسات دائماً ما تعنى بتوصيف هذه الاستخدامات ضمن فصولها النظرية، كما تسعى لاستخلاص بيانات الاستخدام من المبحوثين في الأغلب ضمن محور أول لأداة جمع البيانات، وتعمل فيما بعد عبر تحليل هذه البيانات ووضعها في الجداول المركبة للبحث عن دلالات إحصائية تبحث وجود فروقات في الأثر الإعلامي بين المبحوثين ذوي الاستخدامات المختلفة لوسائل الإعلام، وبالتالي بيان دور الوساطة لهذه الاستخدامات في إحداث التأثير الإعلامي.

أما فيما يخص الشق الثاني من المقاربة وهو الإشباعات التي ينشدها الجمهور من استخداماتهم لوسائل الإعلام فتلتقي مع بحوث التأثير الإعلامي في كونها دوافع نفسية سيكولوجية واجتماعية سوسولوجية، وعادة ما تربط العلاقة في بحوث تأثيرات وسائل الإعلام بين الإشباعات ونتائج الاستخدام أو (التأثير)، خصوصاً التأثيرات السيكولوجية والسوسولوجية، ونجد أن ربط هذه العلاقة يقود إلى نفس النتيجة السابقة؛ أي تصبح الإشباعات متغير وسيط شأنها شأن الاستخدامات، بالإضافة إلى خاصية أخرى تميزها عن الاستخدامات، وهي أنه يمكن مقارنتها بما هي أسباب لاستخدامات المبحوثين، بنتائج التأثير وبالتالي معرفة مدى توافقهما أو تعارضهما، وقد وضع "وندال" نموذجاً يبين فيه العلاقة بين استخدام، وتأثيرات وسائل الإعلام:



الشكل رقم 02: نموذج "وندال" يبين فيه العلاقة بين استخدام، وتأثيرات وسائل الإعلام (مدفوني، 2019، صفحة 71)

4- تجليات مقرب الاستخدامات والإشباع في هذه الدراسة:

إن تجليات مقرب الاستخدامات والإشباع في هذه الدراسة يلحظ على العديد من المستويات فيها؛ فبداية نجد أن المتغير المستقل في هذه الدراسة محدد بـ "المكون الإعلامي والاتصالي الحالي"، وتحديد مكونات هذا المتغير تتداخل فيها اعتبارات كثيرة، فبالإضافة إلى الزمن الإعلامي في علاقته بالزمن الاجتماعي كما ستحدث عنه في علاقة الدراسة بنظرية الحتمية القيمية، نجد أن هذا المتغير يتحدد بالاستخدامات الحالية لوسائل الإعلام من طرف عينة الدراسة، أي أن تحديد ماهية هذا المكون الإعلامي والاتصالي وإعطاء التعريف الإجرائي الأنسب له يتحددان على أساس نسبة الاستخدام الافتراضية لكل عنصر من عناصر هذا المكون، وببسيطة للمعنى، افترضنا في هذه الدراسة أن وسائل الإعلام الجديد هي الأكثر استخداما من الشباب، دون أن ينفي هذا أن هناك استخداما لوسائل الإعلام التقليدي ولكن بدرجة أقل، وعلى هذا الأساس وللتأكد من هذا الفرض تمحور السؤال الأول ضمن التساؤلات الفرعية لإشكالية الدراسة حول ماهية استخدامات الشباب الجزائري للوسائل الإعلامية والاتصالية الراهنة؟

ومن ناحية الإجراءات الميدانية للدراسة فقد حُصص المحور الثاني من أداة جمع البيانات الاستبيان-، لاستقاء البيانات المتعلقة باستخدامات الشباب الجزائري لوسائط الإعلام والاتصال الحالية، وقد أُعتمدت بيانات هذا المحور والمعبرة عن الاستخدامات لاحقاً باستخدام جداول مركبة مع بيانات المحاور اللاحقة والمعبرة عن محددات وأبعاد الأمن الفكري، لبيان مدى قابليتها لتمثيل كمتغيرات بسيطة تدعم العلاقة بين المتغيرين الرئيسيين للدراسة.

أما فيما يخص "الإشباعات"، فإنها تتجلى في هذه الدراسة كمتغيرات بسيطة أيضاً من حيث ما هي دوافع للاستخدام، فعلاقة التأثير للمكون الإعلامي والاتصالي الحالي على الأمن الفكري للمجتمع قد تتغير من الحالة الموجبة إلى السلبية أو العكس إذا ما تغيرت دوافع الاستخدام (الإشباعات)، وبالتالي فالإشباعات هنا تحدد اتجاه هذا التأثير بلعبها دور المتغير الوسيط، فمثلاً لو كان الإشباع المترتب عن استخدام وسيلة إعلامية ما، أو التعرض لمضمون اتصالي معين هو الحصول على المتعة الثقافية أو الجمالية فإن هذا قد يقود إلى جعل التأثير الإعلامي هنا إيجابياً على عكس لو كان الإشباع يتعلق بالتنفيس العاطفي أو الإثارة الجنسية...، وعلى عكس هذه الإشباعات الواضحة الاتجاهات والواضحة النتائج، نجد هنالك إشباعات أخرى لا يمكن التنبؤ باتجاه التأثير المترتب عن وساطتها العلائقية إلا إذا أعطيناها مؤشرات تمكننا من الوصول إلى أقصى درجات التجسيد لها، فإشباعات مثل: البحث عن نماذج السلوك، أو التماهي مع الآخر ذو القيمة في الوسيلة الإعلامية، أو التقمص الاجتماعي، فإن كل هذه الإشباعات غير واضحة اتجاهات التأثير (سلبية أو إيجابية) ما لم نحدد نماذج السلوك المراد اتباعها، أو الآخر المراد التماهي معه، أو النموذج الاجتماعي المراد تقمصه.

وقد قدم (McQuail, 1987)، الأسباب العامة النمطية لاستعمال التلفزيون، ونحن نرى أن هذه الأسباب لم تتغير رغم قدم هذا التصنيف؛ فالإشباعات ترتبط بالطبيعة البشرية التي تتسم على العموم بالثبات، فنرى أن الاستخدامات تختلف وتتغير والإشباعات واحدة لا تتغير.

وقد حدد McQuail هذه الأسباب في ما يلي: (بومعيرة، 2005-2006، صفحة 68)

1- الإعلام:

- الإطلاع على الأحداث والظروف الهامة في المحيط القريب، وفي المجتمع والعالم.

- البحث عن النصيحة حول مسائل عملية، أو عن الرأي وخيارات اتخاذ القرار.

- إشباع الفضول والاهتمام العام.

2- التربية والتعليم الذاتي:

- الحصول على الأمن عن طريق المعرفة.

3- الهوية الشخصية:

- البحث عن تعزيز القيم الشخصية.

- البحث عن نماذج للسلوك.
 - التماهي مع الآخر ذي القيمة (في وسائل الإعلام).
 - اكتساب تبصيرات حول الذات.
 - 4- الاندماج والتفاعل:
 - اكتساب تبصيرات حول ظروف الآخرين، التقمص الاجتماعي.
 - التماهي مع الآخرين واكتساب حس الانتماء.
 - البحث عن أرضية للمحادثة والتفاعل الاجتماعي.
 - نيل بديل عن المرافقة في الحياة الحقيقية.
 - 5- التسلية:
 - الهروب، أو التسلي من المشاكل.
 - الاسترخاء
 - الحصول على المتعة الثقافية والجمالية.
 - ملئ وقت الفراغ.
 - التنفيس العاطفي.
 - الإثارة الجنسية.
- و قد استخدمت دراستنا هذه العديد من هذه الإشباعات كعبارات موجهة للمبحوثين ضمن المحور الثاني في استمارة الاستبيان، لاستخلاص دوافع استخدامهم لوسائط الإعلام والاتصال الحالية، بالإضافة إلى عبارات أخرى خصصناها للإشباعات المترتبة عن استخدام وسائط الإعلام الجديد، حيث ورغم أننا نرى أن الإشباعات المتعلقة باستخدام وسائل الإعلام ثابتة زمنياً، وثابتة أيضاً بين الإعلام التقليدي والجديد، إلا أن خصوصيات هذا الأخير فرضت على الدارسين لتأثيرات الإعلام الجديد إعادة تصنيف لهذه الإشباعات، ولو أن هذا التصنيف لا يجعل من الإشباعات المترتبة عن استخدام الإعلام الجديد تتناقض مع الإشباعات المترتبة عن استخدام نظيره التقليدي.
- وتتمثل الإشباعات التي تتحقق لدى الجمهور المستخدم للأنترنيت والإعلام بالوسائط الجديدة فيما يلي: (مدفوني، 2019، صفحة 85)
- استكشاف كل ما هو جديد في العالم الخارجي (Browsing and explring) : يؤدي التحول في مواقع الأنترنيت بالمستخدم إلى استكشاف العالم الخارجي، إضافة إلى معرفة الجديد من أخبار ومعلومات، سواء عن طريق الإبحار أو المشاركة بواسطة البريد الإلكتروني والدرشة.

- البحث عن المعلومات (Information seeking): فشبكة الأنترنت قادرة على تلبية حاجات المستخدمين المعرفية، فبفضلها أصبح بإمكان المستخدمين الإحاطة بكل أنواع المعلومات سواء المحلية الخاصة بالمحيط الاجتماعي، الأحداث العالمية السياسية، الاقتصادية، الرياضية والثقافية.
- الاستمتاع والتسلية (Entertainment): تتمثل في إيجاد المستخدمين لفضاءات الترفيه والاستمتاع بما توفره وسائل الاتصال الرقمية من الألعاب والنكت والأغاني والمنوعات.
- الاتصال بالآخرين (Communication with others): تختلف مجالات الاتصال في الأنترنت، بفضل تعدد الأدوات المخصصة لهذا الغرض، إضافة لتعدد مجالات تطبيقها، حيث يسعى الكثير من مستخدمي الأنترنت للدخول في مختلف أشكال الاتصال؛ من مجالات شخصية واجتماعية، وأنشطة بحثية علمية، أو اتصال افتراضي.
- تحقيق الوجود الافتراضي (virtual presence): حيث مكنت شبكة الويب مستخدميها من الانتقال من الوجود الفعلي المادي إلى العالم الافتراضي؛ ويتجلى ذلك في تشكيل الجماعات المتخصصة كجماعات الصحفيين، المصممين، النقاد، الأطباء، المهندسين...، فحسب دراسة Bonds Raackes، التي أعدت سنة 2008، فإن مواقع الشبكات الاجتماعية تمثل فضاءات افتراضية، تلي حاجيات مجموعات محددة من الأشخاص الغير قادرين على تلبية حاجاتهم في العالم الفيزيائي.

المبحث الخامس: الفئات الاجتماعية كمصدر لفروقات تأثير وسائل الإعلام

الإنسان كائن اجتماعي بطبعه، وهذه الفطرة والغريزة الاجتماعية تجعله دائم التأثر بالمتغيرات الاجتماعية التي تحيط به، فنجد أن هذه المتغيرات تنعكس حتى على سماته السيكولوجية النفسية التي تعتبر من العمليات الداخلية الصرفة التي تحدث في داخل الإنسان، والحديث عن تأثيرات وسائل الإعلام كمؤثر خارجي مستقل عن ذات الإنسان، يقودنا للتساؤل عن الأدوار التي يؤديها المتغير الاجتماعي في هذه العملية التأثيرية، ونحدث هنا عن متغير واحد ومحدد يتمثل في "الانتماء"، فلطالما أثار هذا المفهوم اهتمام العديد من الباحثين للتقصي حوله فمنهم من تعامل معه على أنه متغير سوسيلوجي خارجي بحت، ومنهم من يرى فيه شعورا نفسيا وبالتالي فطريقة التعامل الأمثل معه على هذا الأساس هي دراسته وفقا للمقاربة السيكولوجية، ونقصد بـ"الانتماء" هنا - معتمدين المقاربة السوسيلوجية - : خاصية أو مجموعة من الخصائص الاجتماعية المشتركة أو المتماثلة بين البشر، والتي تمكننا من تفيئة وتمييز مجتمع ما إلى فئات اجتماعية فرعية متميزة في خاصية رئيسية بينها، مما يولد اختلافات نسبية بين هذه الفئات مردها اختلافها في هذه الخصائص، ويفرز هذا الاختلاف واقعا أساسه أن كل فرد من المجتمع سينتمي حتما وبالضرورة إلى فئة من هذه الفئات الاجتماعية.

في وقت مبكر من القرن العشرين بدأ علماء الاجتماع في تطوير عملية "الاستقصاء بالعينات"، كأسلوب منهجي رئيسي لبحوثهم، وأصبح متوافرا كماً دائماً التطور من المفاهيم والنظريات الإحصائية، وأصبحت المقارنات الإحصائية لسلوك البشر على أساس الفئات الاجتماعية إستراتيجية شائعة، وكانت النتيجة النهائية التي تكرر الوصول إليها هي: "أولئك الذين يتقاسمون هوية عامة بلغة الانتماء الاجتماعي الطبقي يتصرفون غالبا بأساليب متشابهة، وكان لهذه القاعدة أهمية كبيرة في التطورات النظرية الأخيرة في دراسة الاتصال الجماهيري، وتراكم المعارف المتعلقة بالتركيب المعقد للمجتمعات المعاصرة وتمييزها الاجتماعي واسع المدى، ظهر من خلال البحوث الاجتماعية مفهوم مهم هو الثقافات الفرعية subcultures، ومن خلال استخدام أسلوب "الملاحظة بالمشاركة" المقتبس عن طريق الدراسات الميدانية في علم الأنثروبولوجيا، وفيها يعيش ملاحظون بالغوا الدقة بين الناس في كل فئة يمكن تحليلها في الحياة والبيئات الاجتماعية مثل: ساكنو الأحياء الفقيرة، المساجين، مدمنوا المخدرات، الجماعات العرقية، الجنود، الفلاحون، الأطباء... وغيرهم، واجه الباحثون دائما حقيقة أن البشر في هذه الفئات يتقاسمون أسلوبا مميذا في الحياة مما شكل نوعا من الثقافات الفرعية التي تختلف عن المجتمع الأشمل، وبصفة عامة فتلك الجماعات الفرعية كانت نتاج التنوع والتباين الاجتماعي، وهي تلعب دورا مهما في تكوين الأنماط السلوكية لكل فئة. (مكاوي و السيد، 2001، الصفحات 237-238)

وارتبطت مفاهيم "الانتماء للفئات الاجتماعية" و"الثقافات الفرعية" ببحوث تأثيرات وسائل الإعلام، حيث اشتغل الباحثون في هذا المجال بالبحث حول موقع هذه المفاهيم كمتغيرات في عملية التأثير الاجتماعي والفردية لوسائل الإعلام، وعمد بعض الباحثين في هذا المجال إلى الاستدلال بهذه المتغيرات لإثبات التأثيرات المحدودة لوسائل الإعلام، حيث عظم هؤلاء الباحثون من الأدوار التي تؤديها هذه المتغيرات الاجتماعية كفروقات تؤدي بالضرورة إلى تمايز في طرق تفكير الأفراد، وكذا إلى تباين وانتقائية في استخدامات وسائل الإعلام في حد ذاتها وتمايز في الإشباع التي يبتغونها، أما وفي اتجاه آخر فإن بعض الباحثين تعاملوا مع مفهومي الفئات الاجتماعية والثقافات الفرعية داخل المجتمع على أنها لا تعدوا أن تكون متغيرات فرعية وسيطة تدعم علاقة التأثير الإعلامي على المستويين الفردي والاجتماعي،

لكن كلا الاتجاهين يتفق حول ضرورة عدم تحييد هذه المتغيرات في دراسات تأثير وسائل الإعلام، والأخذ بعين الاعتبار أدوارها في هذه العملية.

وتم تطبيق هذا على السلوك المتعلق بوسائل الإعلام، وحتى قبل الحرب العالمية الثانية، كشفت مقارنات الأنماط المختلفة لسوك الناس الإعلامي، أن جماهير القراء والمستمعين المنتمين لفئات اجتماعية معينة، كانوا على الأرجح ينتقون مضمونا مختلفا من وسائل الإعلام، ويفسرون نفس الرسالة بطرق مختلفة عن أسلوب الفئات الاجتماعية الأخرى، ويتذكرون الرسائل بطريقة انتقائية، ويتصرفون بطريقة مختلفة تماما كنتيجة لعرضها. (مكاوي و السيد، 2001، صفحة 238)

وهنالك العديد من الخصائص التي يمكن على أساسها تفيئة مجتمع البحث، ويكون الهدف من هذه التفيئة هو البحث عن الفروقات في نتائج التأثير بين هذه الفئات وبالتالي معرفة أدوار هذه الخصائص في إحداث الفروقات المتعلقة بالتأثيرات الاجتماعية والفردية لوسائل الإعلام، وفي دراستنا هذه اعتمدنا التفيئة الاجتماعية لعينة الدراسة المتكونة من الشباب الجزائري، وقد ركزنا بالأساس على متغيرات أساسية في عملية التفيئة هذه، وهي: الجنس، الفئة العمرية (المراهقة/ما بعد المراهقة)، المستوى التعليمي، مكان الإقامة (الريف/المدينة)؛ بحيث تم تقسيم حجم عينة البحث وفقا لهذه الخصائص بشكل متوازن نسبيا، أما طريقة التفيئة في هذه الدراسة فقد تمت بطريقة بسيطة من خلال طرح سؤال واحد في استمارة الاستبيان ليبر عن معيار واحد من معايير التفيئة المذكورة، وبعد استرجاع الاستمارات وتفريغ البيانات، تم استعراض البيانات المتعلقة بمعايير التفيئة، كل منها في جدول مستقل، ثم تم بعد ذلك استخراج الدلالات الإحصائية التي تكشف عن وجود فروقات دالة فيما يتعلق بالتأثير السلبي للمكون الإعلامي والاتصالي الحالي على محددات الأمن الفكري لعينة الدراسة حسب الفئات الاجتماعية المذكورة، وذلك باستخدام الجداول المركبة التي تجمع بين بيانات الفئات الاجتماعية وبيانات القيم المحددة للأمن الفكري، أو استخدامات المكون الإعلامي والاتصالي الحالي.

وبالتالي فإن هذه الدراسة تجعل من متغيرات التفتية الاجتماعية: الجنس، الفئة العمرية، المستوى التعليمي، مكان الإقامة، متغيرات وسيطة محتملة قد تحمل دلالات إحصائية تعبر عن فروقات في التأثيرات السلبية للمكون الإعلامي والاتصالي الحالي على الأمن الفكري لعينة الشباب المدروسة تبعاً لاختلاف خصائصها التي تمثل معايير التفتية المذكورة.

وتندرج هذه الفروقات الناتجة عن الاختلافات بين الفئات الاجتماعية، وأدوارها ضمن علاقة تأثير وسائل الإعلام على المجتمع والفرد في نموذج "هيبرت أونجوريت" و"بون" الذي اعتمدهنا سابقاً لبناء النموذج الخاص بهذه الدراسة، ضمن متغيرات الجمهور Audience variables (أنظر صفحة 43).

وقد بينا أننا نرى فيها متغيرات وسيطة تدعم العلاقة المدروسة.



الفصل الثالث الإعلام التقليدي وتجلياته المعاصرة

الفصل الثالث: الإعلام التقليدي وتحدياته المعاصرة

المبحث الأول: الإعلام التقليدي والتحديات الراهنة

المبحث الثاني: التلفزيون وتحدياته الحالية

1- مراحل تطور التلفزيون

2- التحديات التكنولوجية الحديثة للتلفزيون

المبحث الثاني: الإذاعة وتحدياتها المعاصرة

1- التطور التاريخي للإذاعة

2 - التحديات الراهنة للإذاعة

المبحث الثالث: الصحافة المطبوعة

1- التحديات الراهنة للصحافة المطبوعة ورهانات المستقبل

2- التكنولوجيات الجديدة والمتطلبات الراهنة في مهنة الصحافة

3- الأدوار السوسيوثقافية للصحافة المطبوعة

الفصل الثالث: الإعلام التقليدي وتجلياته المعاصرة

يتطرق هذا الفصل إلى أحد مركبي المكون الإعلامي الحالي وهو الإعلام التقليدي بأشكاله المعروفة: التلفزيون، الإذاعة، والصحافة المطبوعة، ويتم تحليل كل عنصر من هذه العناصر الثلاث، من خلال تعريفها، إبراز التطورات التاريخية لها، بيان مميزاتها وخصائصها، والأهم من هذا بيان تجلياتها وصور وجودها في البيئة الإعلامية الاتصالية الحالية، فما هو واضح اليوم أن الإعلام التقليدي بأشكاله الثلاثة في صورته الحالية شهد العديد من التغيرات التي طرأت على بنيته وخصائصه وأشكال ممارساته، حتى أصبحنا نشهد أشكالاً إعلامية لا يكاد أحد منا يستطيع أن يجزم إن كان تصنيفها يقع تحت دائرة الإعلام التقليدي أو نظيره الجديد، وبالتالي فهذا الفصل يتطرق أيضاً إلى هته التداخلات الراهنة بين الإعلام التقليدي والإعلام الجديد، فالإعلام التقليدي بتجلياته الحالية أصبح "إعلاماً تقليدياً رقمياً" إن صح التعبير، فهو يحتفظ بمسمياته التقليدية واهتماماته وبعض خصائصه المرجعية، لكنه في تغير مستمر في بنيته ودعائمه التكنولوجية، وحوامله الرقمية، وأساليبه المهنية، وإتاحته لإمكانية تفاعل المتلقي مع مضامينه؛ هذا التكيف جعل من الإعلام التقليدي يستمر وينمو رغم أن العديد من الباحثين والمتابعين راهنو على سقوطه وعلى أن الإعلام الجديد سيحل مكانه كلية.

المبحث الأول: الإعلام التقليدي والتحديات الراهنة:

إلى زمن ليس بالبعيد كُنَّا نتابع وبشكل متواتر شهادات وتصريحات لنخبة من الخبراء والمختصين في الشأن الإعلامي ومستقبلات الاتصال بأنه مع حلول سنة 2020 أو حتى قبلها ستنتهي الصحافة الورقية، والبعض ذهب إلى أن سنة 2040 هي السنة التي معها ستكون الصحافة المكتوبة قد انقرضت كلياً، يمكن وصف مثل هذا الخطاب بخطاب النهايات: نهاية التلفزيون ونهاية الشاشة الكبيرة ، نهاية ثقافة المكتوب ونهاية الصحافة الورقية، نهاية الإذاعة، نهاية الجمهور ونهاية التلقي؛ حيث إنها أضحت حالة من التَنجيم الدائم وكأنَّ المسألة باتت سباقاً في قراءة الغيب ، لكن علينا أمام هذا الخطاب القائم على النهايات القول بأنه حتى مع النهايات توجد دائماً بدايات، فإلى اليوم ما زالت تُؤسَّس صحفٌ وتُبَعَثُ مجلات في كل أرجاء الأرض، وتُؤسَّس كذلك تلفزيونات وإذاعات وبأموال طائلة وبجمهور متعطش، في ذات الإطار فإن استطلاعاً لمؤسسة ريدر ديجست أظهر أن 70% من القراء الأمريكيين يعتبرون قراءة الكتاب الإلكتروني مُجْهِدَةً، وأن عدد الناشرين تضاعف ثلاث مرات خلال السنوات العشر الأخيرة، وأن أكثر من ثلث هؤلاء يحقق نسب توزيع تتراوح بين 200 إلى 400 ألف نسخة، كما أن الجمهور المهتم بالأخبار في اتساع كبير، بل يوجد حتى من يسعى إلى شراء الأخبار إلكترونياً رغم فائض الأخبار المجانية التي تشهدها الشبكة ، وتمر السنين والعشريات وما هو باق هو حاجة الناس الدائمة إلى الصحافة من أخبار وآراء (مركز الجزيرة للدراسات، 2017).

إن هذه الأرقام تبرز أن الإعلام التقليدي بمؤسساته المرجعية مزال قائماً، وأن الصناعة الإعلامية في شقها التقليدي مازالت مزدهرة، ولم تتأثر بالنفوذ المتزايد للإعلام الجديد وتطبيقاته في البيئة الإعلامية والاتصالية الحالية، وفي الحياة اليومية للأفراد والمجتمعات؛ كما أن توقعات الباحثين وكذا الإعلاميين الذين كانوا يرون أن الإعلام التقليدي آيل إلى الزوال مع بداية العقد الجديد الذي نحن في بدايته، تبين خطأها فمازالت الصحف تطبع والإذاعات تبث، والقنوات التلفزيونية تنتج وتدر الأرباح، ولقد كان لهذه التنبؤات والتشاؤمية بخصوص مستقبل الإعلام التقليدي ما يبررها في الوقت التي راج الكثير منها مع بداية الألفية؛

ففي عام 2006 وجد "مركز بيو للأبحاث في العلاقة بين الناس والصحافة" حسب ما جاء في كتاب "الأخبار والرأي العام آثار الإعلام على الحياة المدنية" الذي ترجمه الدكتور محمد صفوت حسن أحمد، أن ما يقارب 40% فقط ممن أجريت عليهم الدراسة كانوا يداومون على قراءة الصحف، ثم تقلصت هذه النسبة إلى 34% عندما تم فصل قراءة النسخ المطبوعة من الصحيفة عن باقي المشاركين، ويلاحظ

أن نسب القراء في 2006 قد انخفضت بواقع 18 نقطة عما كانت عليه في عام 1994، كما أن مستويات 1994 كانت انعكاساً لتدهور حاد في عدد القراء كان قد حدث في الثمانينات وأوائل التسعينات، وإذا عدنا إلى عام 1970، كان يقدر عدد قراء الصحف اليومية بنحو 78% من الشعب الأمريكي طبقاً لمؤسسة الصحافة الأمريكية. (ماكومز و آخرون، 2012، صفحة 76)

وعلى الرغم من أن الأرقام الحالية تبين استمرارية الإعلام التقليدي واستقرار إنتاجيته، إلا أنها لا تغطي على واقع تقلص المجال الحيوي للإعلام التقليدي في البيئة الإعلامية الحديثة، والتي يواجه فيها تحديات كبيرة للحفاظ على استمراريته والحفاظ على قاعدته الجماهيرية، في ظل المنافسة الشديدة من الإعلام الجديد وتطبيقاته المتجددة، فلا يخفى على أحد أن ذلك الزخم والاهتمام الجماهيري الذي كان يحضى به التلفزيون أو الجريدة أو الإذاعة في تسعينات القرن الماضي أو حتى في بداية الألفية الجديدة لم يبقى بذلك الحجم في الوقت الحالي، وهو أمر طبيعي في ظل التكنولوجيات الحالية التي أعطت للظاهرة الإعلامية الاتصالية أبعاداً جديدة، بحيث طغت الوسيلة على المضمون، وأضحى تعلق واهتمام جماهيري بالإعلام مرتبطاً في أحيان كثيرة بالوسيلة التكنولوجية، التي أصبحت من مقتضيات الأنماط المعيشية للإنسان حتى وإن دار الحديث على المجتمعات النامية الأقل نفاذاً للتكنولوجيا.

ففي هذا السياق نشرت مؤسسة "رويترز" لدراسة الصحافة نتائج بحث ميداني مفادها أن مواقع التواصل، مثل الفيسبوك، باتت المصدر الأول للأخبار بالنسبة للشباب، وأنها صارت تحول بين المؤسسات الصحفية الكبرى والعائد المالي من الأخبار التي تنتجها. الدراسة أكدت جملة من الحقائق والنتائج المثيرة والتي باتت اليوم متداولة، لعل أهمها: (مركز الجزيرة للدراسات، 2017)

- تتعرض المؤسسات الصحفية في جميع أنحاء العالم لاضطرابات غير مسبوقه في نماذج العمل وذلك مع الصعود المتواصل لتأثيرات مواقع التواصل الاجتماعي.
- الهجرة والانتقال في قراءة الأخبار إلى الهواتف الذكية وتزايد الإعلانات على شبكة الإنترنت باتت حقيقة تقنية واقتصادية ومجتمعية.
- أمست القصص الخبرية للمؤسسات الصحفية، في بلدان مثل كندا وبريطانيا، تحظى بمتابعة أكثر دقة عند نشرها على مواقع التواصل الاجتماعي.

ولم يكن لوسائل الإعلام التقليدي أن تفرض وجودها في ظل هذه البيئة التنافسية الإعلامية الجديدة لولا الجهود الكبيرة التي بذلت لتكييف هذه الوسائل مع متطلبات العصر، ومتطلبات هذه البيئة، ويمكن رصد هذه التطورات التي مكنت الإعلام التقليدي من التكيف والاستمرارية في بيئة النشاط الإعلامية الحالية المطلوبة، من خلال تقسيمها إلى نوعين:

- تطورات تكنولوجية تخص الوسيلة الإعلامية في حد ذاتها؛ حيث أن التلفزيون الذي نتحدث عنه اليوم هو التلفزيون الرقمي التفاعلي الذكي متعدد الاستخدامات، والإذاعة التي نتحدث عنها اليوم هي

مزيج بين أثير الراديو بموجات " FM " والإذاعة الرقمية عبر النات، والجرائد هي النسخ الإلكترونية التي تدعم المطبوع وتوسع من الحيز الجماهيري والزمكاني الذي تشغله.

- تطورات تخص أساليب العمل من خلال توسيع آفاق العمل وابتكار آليات جديدة تعزز موقع وسائل الإعلام التقليدي وتكيفها مع متطلبات بيئة النشاط الجديدة، وذلك من خلال الاستفادة من آليات الإعلام الجديد في حد ذاته والتعاطي معها بإيجابية بدلا من محاربتها، حيث أن هنالك العديد من التغييرات التي طرأت على أساليب العمل الإعلامي التقليدي، فنجد اليوم مؤسسات الإعلام التقليدي سواء كانت قنوات تلفزيونية أو محطات إذاعية، أو مؤسسات صحافة ورقية، تتعاطى مع الإعلام الجديد وتنظر إليه كمكمل لنشاطها الإعلامي التقليدي، فتحرص على أن يكون لها وجود في بيئة التواصل الجديدة؛ من خلال خلق مواقع إلكترونية، ومدونات خاصة بها، وكذلك فهي تحرص على أن يكون لها وجود قوي عبر منصات التواصل الاجتماعي المختلفة، فتنشئ صفحات عبر الفيسبوك والتويتر والإنستغرام...، وتنشئ إعلانات ترويجية عبر الفاير والماسنجر... وكل فضاء إلكتروني متاح، بالإضافة إلى إنشاء قنوات رسمية خاصة بها عبر اليوتيوب وغيرها من منصات تداول الفيديو الشهيرة زد على هذا فإن العديد من هذه المؤسسات الإعلامية التقليدية أضحت تضمن محتوياتها وبرامجها الإعلامية مواضيع تتعلق بمواقع التواصل الاجتماعي ونشاطات روادها، وأهم القضايا التي تنال اهتماماتهم، فأضحينا نرى عبر قنوات التلفزيون حصص تهتم بهذه المواضيع، ونلاحظ الجرائد الورقية تخصص صفحة منها لهذا الغرض.

في هذا الصدد يقول " محمد البابا "؛ كاتب صحفي في صحيفة الأيام الفلسطينية ومصور فوتوغرافي في وكالة الأنباء الفرنسية: " إن التطور والسرعة فرضت على وسائل الإعلام التقليدية الاندماج في ساقية الإعلام المفتوح، فذهبت هذه الوسائل للانتقال إلى الإلكتروني كأول خطوة لدمج أعمالها بالإعلام الجديد سواء من خلال نشر مقاطع دعائية قصيرة لأعمالها، أو الاستفادة من ميزات التكنولوجيا كالبث المباشر ونشر الصور بشكل مباشر". (شنينو، 2018)

المبحث الثاني: التلفزيون وتحليلاته الحالية

1- مراحل تطور التلفزيون:

عرف التلفزيون عدة مراحل من التطور قبل أن يصل لشكله الحالي، وذلك من خلال تضافر عوامل عدة استفاد منها، مثل تقنية الراديو والترددات الهوائية، الذي عمل على تهيئة الأرضية وتسهيل العقبات التقنية والمالية أمامه، ولعل أهم الأبحاث والدراسات التي ساعدت على ظهور وتطور التلفزيون هي أعمال الأمريكي إيدسون، التي أمنت تحويل الطاقة المضيئة إلى صورة كهربائية منذ 1897، وأعمال الألماني نيكوف الذي اخترع عام 1884 أسطوانة مثقوبة لتركيب الصورة، يمكن للضوء الذي يمر من خلالها أن يقسم الأجسام المصورة كهربائيا إلى عناصر خطية، ويمكن ظهور تكنولوجيا الإلكترونيات مع بداية العشرينيات من حل العديد من المشاكل التي كانت تعترض جهود تطوير التلفزيون، ومثلت سنة 1927 موعد ظهور تاريخ أول إرسال لبرنامج تلفزيوني على الهواء مباشرة بين ولايتي نيويورك وواشنطن، تلاه في السنوات اللاحقة، عدة نماذج أكثر تطورا من ما سبق، تعكس تطور الصناعة في مجال التلفزيون، أما فيما يخص البث التلفزيوني المنتظم نسبيا فقد بدأ كما هو معروف سنة 1939 حيث تمكنت بريطانيا وألمانيا من تغطية أربع ساعات من البث اليومي، أما في الولايات المتحدة الأمريكية فلم يتم انتشار التلفزيون جماهيريا إلا بعدما سمحت لجنة الاتصالات الفيدرالية الأمريكية باستخدام التلفزيون في المنازل، ولم يحل عام 1970 حتى عمت أجهزة الاستقبال % 90 من البيوت الأمريكية وعم الإرسال التلفزيوني معظم بلاد العالم ولم يعد حكرا على الدول المتقدمة. (عايد، 2017، صفحة 94)

إن هذه التطورات المتلاحقة للتلفزيون قد حدثت بمعية تطورات تكنولوجية تخص علوم الفضاء في هذه الفترة، حيث شهدت هذه الفترة منافسة كبيرة بين الدول الغربية فيما يخص هذه العلوم، والصناعات المرتبطة بها، وبالأخص صناعة الأقمار الصناعية وتكنولوجياها، ففي تاريخ الرابع من أكتوبر عام 1957 أطلق الاتحاد السوفياتي (سابقا) أول قمر اصطناعي في العالم يدور حول الأرض في الفضاء (سبوتنيك1) Sputnik1 ، ولم تتوقف الإنجازات السوفياتية في مجال الصناعة الفضائية عند سبوتنيك1، حيث وفي نفس السنة نجح السوفيات في إطلاق قمرهم الصناعي الثاني (سبوتنيك 2) Sputnik2، وقد شكلت هذه الإنجازات بداية المنافسة بين الاتحاد السوفياتي والولايات المتحدة الأمريكية في مجال الصناعة الفضائية، هذه الأخيرة التي رأت في هذه النجاحات السوفياتية تهديدا لأمنها القومي، فأصبحت هذه الصناعة بذلك حربا، أطلق عليها "حرب النجوم"، حيث وبعد بضعة أشهر ردت الولايات المتحدة الأمريكية بإطلاق القمر الصناعي explorer1 في 31 فيفري 1958،

وتوالت بعد ذلك الإنجازات في هذا المجال، حتى تجاوز عدد الأقمار الصناعية (COSMOS) في عام 1971 أربعين قمرا صناعيا وارتفع العدد إلى 53 قمرا عام 1973. (بوعلي، 2003، صفحة 52)

وقد كان لاستفادة التلفزيون من تكنولوجيا الأقمار الصناعية دورا كبيرا في تطوره، حيث انتقل التلفزيون إلى مرحلة البث الفضائي المباشر المعتمد على تقنية الاتصالات اللاسلكية.

وعلى الصعيد العربي، كان التحول الجذري في إطار البث التلفزيوني العربي هو دخول القطاع الخاص غير الحكومي إلى ميدان البث التلفزيوني، وقد مهّد لهذا التحوّل جملة من الخطوات على صعيد الوطن العربي كان أبرزها ولادة منظمة عربية رسمية عام 1969 عرفت باتحاد إذاعات الدول العربية، وكان إنشاء هذا الاتحاد خطوة من أجل بناء مؤسسة عربية أخرى ترعى إنشاء قمر صناعي عربي يؤمّن الاتصالات ومنها التبادل الإخباري بين الدول الأعضاء في جامعة الدول العربية، ولهذا الغرض تأسست عام 1976 المنظمة العربية للتواصل الفضائي (أسكو) للإشراف وتشغيل نظام التبادل الإخباري العربي عبر الأقمار الصناعية، وتطور العمل العربي المشترك في هذا الميدان إلى توقيع الأقطار العربية قرار تأسيس المؤسسة العربية للاتصالات الفضائية (عربسات) كمؤسسة مستقلة في إطار جامعة الدول العربية، وتبع ذلك إنشاء منظمة محطات أرضية والتعاقد مع شركات عالمية لتصنيع ثلاثة أقمار صناعية وإطلاقها لتغطي مساحة واسعة من الوطن العربي وبعض البلدان المجاورة للوطن العربي. (صباح، 2006، صفحة 61)

ولقد كان استخدام الأقمار الاصطناعية في الاتصال والإعلام "استجابة لضرورة عصرية ملحّة نابعة من أهمية الإعلام والاتصال في عالم اليوم على النطاقين المحلي والعالمي، فقد برز الاتصال والإعلام وأصبح إحدى أهم قنوات التواصل والتفاعل بين شعوب العالم، دون أدنى اعتبار للنطاقات الجغرافية أو الحدود السياسية أو السيادة الوطنية، أو حقوق الدول في السيطرة على ما يقدم لشعوبها من معلومات عبر قنوات الاتصال المختلفة، مما أدى إلى ظهور ظاهرة عالمية الاتصال، وانتشار القنوات الفضائية الحكومية والتجارية، واحتدام المنافسة بينها في مجالي التسويق السياسي والتجاري، كما أدى إلى تجدد الدعوات لإقامة نظام إعلامي جديد على المستويين الوطني والدولي بعد أن أصبحت تحت تصرف الإنسان أنماط جديدة وقوية للاتصال.

أما الجزائر، قد كانت من بين أولى الدول العربية والإفريقية التي توفرت على التلفزيون الذي ادخله المختل الفرنسي في البداية، كما كانت الجزائر من بين الدول الأولى في الوطن العربي والعالم الثالث التي انتقلت بصفة نهائية في بث البرامج بالأبيض والأسود وتحويلها إلى برامج ملونة وكان ذلك سنة 1979 وقد كان مرسوم 1967 نقطة تحول لقطاعي الإذاعة والتلفزة بوضعهما آنذاك تحت وصاية وزارة الإعلام، والانطلاق وفق القانون الأساسي الجديد في عملية النشر الإذاعي والتلفزيوني عبر جميع أنحاء الوطن، وابتداء من 1970 حرصت التلفزة الجزائرية على الاعتماد على نفسها في مجال تكوين إطاراتها وشهدت هذه السنة تخرج أول دفعة من التقنيين والفنيين والمصورين سرعان ما تلتها دفعات أخرى في

مختلف التخصصات، تلقت تكوينها بعدة بلدان خارج الوطن كفرنسا وإنجلترا وغيرها. (منتديات ستار تايمز، 2009)

2- التجليات التكنولوجية الحديثة للتلفزيون:

أضحت التكنولوجيا اليوم جزءاً رئيساً من الحياة اليومية للإنسان المعاصر، وعند الحديث عن البيئة الإعلامية والاتصالية الحالية فإن من الضروري بيان الأدوار التي تلعبها التكنولوجيا في هذه البيئة، فاعتمادنا لطرح نظرية الحتمية التكنولوجية في هذه الدراسة يحتم علينا أن نفصل في التكنولوجيات الإعلامية الاتصالية الحالية التي اختلفت صورتها اليوم اختلافاً جذرياً عما تحدث عنه ماكلوهان، ونفصل أيضاً في تجلياتها الحالية وأدوارها، فنجد أن التطور التكنولوجي في مجال الإعلام والاتصال اليوم يبرز لنا واقع مفاده أن الحتمية التكنولوجية في الظاهرة الإعلامية الاتصالية تتعزز يوماً بعد يوم. إن التلفزيون كغيره من وسائل الإعلام قد تأثر بفعل التكنولوجيا التي غيرت في الكثير من ملامحه، وقد مست هذه التغييرات شكله الخارجي، حيث أضحت كبريات الشركات التكنولوجية المتخصصة في صناعة التكنولوجيات المنزلية في العالم تتنافس في ابتكار أشكال ونماذج جديدة منه تتسم بالابتكارية والاختلاف الكبير عن الشكل التقليدي المعروف لهذا الجهاز، كما مست هذه التغييرات جودة التجربة البصرية التي يتيحها التلفزيون كوسيلة إعلامية سمعية بصرية، حيث طرأت في السنوات القليلة الماضية العديد من التغييرات التي جعلت من الصورة التلفزيونية أقرب للمثالية، بالإضافة إلى هذا فقد أدخلت العديد من تقنيات الذكاء الاصطناعي على جهاز التلفزيون والتي جعلت منه يؤدي وظائفاً جديدة وغير اعتيادية إلى جانب وظائفه التقليدية، كما أصبح التلفزيون اليوم أيضاً أداة لعرض مختلف المحتويات الرقمية التي كان عرضها حكراً على أجهزة الكمبيوتر والهواتف واللوحات الذكية، وسنستعرض مختلف مستويات التغيير التي طرأت على التلفزيون فيما يأتي.

أ- تطوير التجربة السمعية البصرية:

ونقصد بالتجربة السمعية البصرية، الإمكانيات التقنية التي يتوفر عليها التلفزيون ومحتوياته، والتي تسمح بتقديم أفضل الأشكال من الوسائط السمعية البصرية، بجعل الصورة المعروضة في التلفاز أكثر واقعية وأكثر تأثيراً على المشاهد، وقد سمحت التطورات الهائلة التي شهدتها التلفزيون في هذا المجال في تطوير التجربة البصرية لمستويات كانت مصنفة إلى وقت قريب على أنها جزء من الخيال العلمي البحت، وهناك ثلاث مستويات تقنية أساسية عمل عليها الفاعلون في مجال الصناعات السمعية البصرية لتطوير التجربة البصرية للتلفزيون وجعلها بالمستوى الذي نشهده اليوم؛

يتمثل المستوى الأول في إبتكار تكنولوجيات عرض جديدة جعلت من مكونات شاشة التلفاز تتغير بشكل جذري فمرت شاشات التلفاز بالعديد من الابتكارات في هذا المجال بدءاً من الشاشة التقليدية

CRT، ثم شاشة البلازما، مروراً بشاشات LCD ثم LED، وصولاً إلى شاشات OLED كأحدث شاشة تلتها في الأسواق العالمية الحالية.

فيما يمثل المستوى التقني الثاني المسهم في تطوير التجربة السمعية البصرية، في ابتكار تقنيات جديدة تسهم في تحسين الصورة، فهوت الصورة التلفزيونية بالعديد من التغيرات بحث كانت في البداية مقتصرة على عرض اللونين الأسود والأبيض، ثم دخلت الصورة التلفزيونية عالم الألوان، لكن مستوى الصورة لم يلبي التطلعات في البداية عندما كان التلفاز يعمل وفقاً لتقنية الـ SD، وشكل ابتكار تقنية الـ HD في الصور أو "تقنية الصور عالية الجودة" طفرة في مسار تطوير التجربة البصرية للتلفزيون، بالشكل الذي جعلها بداية لمسار تطوير الصورة التلفزيونية التي انتقلت إلى مستوى أعلى مع ظهور تقنية الصورة ثلاثية الأبعاد 3D، والصورة كاملة الجودة full HD، هذه التقنيات التي ارتقت بالصورة التلفزيونية إلى مستوى الواقع، لكن هذه المستويات لم يكن لها أن تشجع نهم الشركات المنافسة في هذا المجال، ليصلوا بالصورة لمستوى الكمال Ultra HD، ومزال التنافس بين الشركات في هذا المجال إلى اليوم حيث تعتبر تقنيتي Ultra HD 4K و Ultra HD 8K، آخر التطورات التقنية التي تشهدها الصورة التلفزيونية في الوقت الحالي.

أما المستوى التقني الثالث الذي أسهم في تطوير التجربة المشهدية، البصرية للتلفزيون فيتعلق بتطوير معدات التصوير المستخدمة في إنتاج المادة السمعية البصرية، حيث أضحى الشركات المنتجة للمحتويات التلفزيونية تستخدم تقنيات وتجهيزات عالية تسهم في إخراج المادة السمعية البصرية في أنقى صورها، حيث يجري الحديث اليوم عن بدء بعض هذه الشركات في توفير محتوى Ultra HD 8K، كآخر التطورات التقنية في عالم الصورة.

إنه وباعتبار التلفزيون وسيلة إعلامية متخصصة في إنتاج المحتويات السمعية البصرية، وعرضها وترويجها، فإن مستوى التجربة البصرية التي تتيحها للمشاهدين تعتبر الحجر الأساس في عملها، فوجود المحتوى الإعلامي المقدم في التلفزيون ترتبط ارتباطاً وثيقاً بجودة الصورة وجماليتها عرضها، وبالتالي تصبح الصورة المشهدية هنا أكثر تأثيراً على المشاهد بما تقدمه له من تجربة تقارب الواقع الملموس، ثم إن التنافس الشديد الذي تشهده البيئة الإعلامية الاتصالية الحالية في مجال إنتاج وترويج المحتويات السمعية البصرية من طرف وسائط الإعلام الجديد يحتم على التلفزيون كوسيلة إعلامية تقليدية أن ترفع من مستوى المحتوى الذي تقدمه لضمان استمراريتها في هذه المنافسة، ويرتبط مستوى المحتوى السمعي البصري بدرجة وثيقة كما وضحناه بمستوى الصورة المشهدية المقدمة، وإذا أردنا تقييم مستوى التجربة البصرية التي تتيحها التلفزيون اليوم ومقارنتها بما تتيحها وسائط العرض السمعية البصرية الأخرى المختصة في عرض محتويات الإعلام الجديد، نجد أن التلفزيون يتفوق عليها بشكل واضح، من خلال العديد من

الميزات التي أضحى يوفرها التلف يون الحديث للمشاهد، والتي تجعل التلفزيون يحتفظ بمكانته كوسيلة إعلامية لا مجال للاستغناء عنها، وكجزء أساسي من الأجزاء المركبة للمكون الإعلامي والاتصالي الحالي. وسنبين أبرز ميزات الشاشات التلفزيونية الحديثة المستخدمة في الوقت الحالي وهي LCD و البلازما و LED و OLED: (مسلم، 2017)

- شاشة البلازما:

تحتوي البلازما على مئات الآلاف من الخلايا ذاتية الإضاءة أي أنها لا تحتاج إلى مصادر خلفية للضوء وتحتوي هذه الخلايا على غاز الكزنيون والنيون وأقطاب تجعل هذه الغازات تشع بالأشعة فوق البنفسجية كما يحصل داخل مصابيح الفلورسنت ، ولاكتمال عملها في عرض الصور الملونة تحتوي هذه الخلايا على غرف بها فسفور ملون بالألوان الثلاثة ، وتطلق البلازما نسبة إشعاع أكبر من ال LCD لكنها أقل من نسبة إشعاع شاشة التلفزيون العادي RCT، وتتحكم شاشة البلازما في الألوان بواسطة رقاقة سيليكونية مزودة ببرنامج خاص لأداء هذه المهمة ويكون ذلك بإطفاء غرفة لون ما للحصول على لون فرعي أو إطفاء الغرف الثلاثة غرفة الأزرق - غرفة الأخضر - غرفة الأحمر، للحصول على اللون الأسود.

- شاشة LCD:

تحتوي شاشة LCD على طبقتين من البلور تحصران كمية من الكريستال السائل وطبقة أخرى مصبوغة بالألوان الثلاثة الأزرق والأحمر والأخضر وتتمتع كل خلية بوجود هذه الألوان الثلاثة ، وحتى يكتمل عمل هذه الطبقات وجد وراءها مصابيح تشبه مصابيح الفلورسنت المعروفة، وتتحكم شاشة ال LCD بالألوان على غرار ال LED وال OLED بواسطة تحريك حبيبات الكريستال وتقليبها بشحنات كهربائية لحجب الضوء أو تسريبه وحجب الضوء معناه اللون الأسود ودخول الضوء بالتساوي على الغرف الثلاثة معناه الضوء الأبيض.

- شاشة LED:

شاشة ال LED هي شاشة LCD لكن الاختلاف في مصدر الضوء، فإذا كانت ال LCD تأخذ ضوءها من أنابيب الفلورسنت، تأخذ شاشة LED ضوءها من مئات من قطع الديود الضوئي LED RGB، وتوجد ثلاثة أنواع أساسية من شاشات LED، وتوضع الليدات على لوحة خلف شاشة العرض وتكون ألوانها زرقاء وخضراء وحمراء.

:LED EDGE

تكون الليدات محيطة بشاشة العرض من كل الجهات أو من جهتين ولا يستعمل منها غير اللون الأبيض وتعمل لوحة عاكسة على نشر الضوء على كامل نقاط الشاشة وظهرت هذه التقنية في 2008 وأدت إلى صنع شاشات بالغة النحافة.

:FULL

LED

يستعمل هذا النوع التقني الأولى لكنه استبدل الألوان الثلاثة للبدات باللون الأبيض ووفرت هذه التقنية مستوى عاليا من التباين، حيث ظهرت سنة 2014.

- شاشة OLED:

شاشة OLED هي شاشة LCD تعتمد في إضاءتها على الديود الضوئي العضوي (الليد العضوي)، ويتكون من مواد عضوية صلبة، تتركب في صنعها على طبقتين أو ثلاثة، وحين تتعرض لتيار كهربائي مستمر تصبح مشعة، ويمكن صبغها بالألوان للحصول على ألوان مختلفة من الأضواء، وفي شاشة ال OLED توضع لوحة الإضاءة خلف شاشة العرض وتكون هذه اللوحات مجهزة لإصدار اللون الأحمر والأزرق والأخضر للحصول على جميع الألوان.

ويمكن إبراز العديد من الفروقات في الإمكانيات التقنية التي توفرها كل شاشة والتي تحدد مستوى الصورة المشهدة التي تتيحها كل شاشة فمن حيث التباين الذي هو الفرق بين أعلى درجة للون الأبيض وأعلى درجة للون الأسود استطاعت البلازما أن تتفوق طويلا على ال LCD ووصل الفارق إلى درجات مرتفعة وذلك لقدرتها الكبيرة على إظهار اللون الأسود، وكانت ال LCD يأتي فيها اللون الأسود مائلا إلى الرمادي لكن الأجيال الحديثة من شاشات LCD تغلبت على هذه المشكلة وأصبحت الفوارق متقاربة، لكن شاشات LCD تتفوق على شاشات البلازما في إظهار الألوان بأكثر نقاوة وشدّة.

أما بالنسبة لسرعة الاستجابة التي تقاس بالملي ثانية 1 (ملي ثانية = ثانية مقسومة على 1000)، وعندما تكون الاستجابة بطيئة تكون الشاشة عاجزة على مجاراة المشاهد السريعة كأفلام الحركة مثلا وتحدث انفصالات للمشاهد وتوقفات للصورة وترتبع البلازما على الريادة في هذا المعيار ووصلت سرعة استجابتها إلى أقل من 7 ملي ثانية، في أوقات تراوحت فيها ال LCD بين 16 و 25 ملي ثانية، لكن اليوم تمكنت من الوصول إلى 2 ملي ثانية في شاشات التلفزيون وأقل من ذلك في شاشات الكمبيوتر. وبالنسبة لزوايا الرؤية فإن شاشات البلازما بفضل اعتمادها على الإضاءة الذاتية فإن صورها لا تفقد الجودة مع النظر إليها من أماكن مائلة واستطاعت أن تصل درجة زاوية الفرجة لديها إلى 160 درجة في وقت كانت تعاني فيه ال LCD من فقدان جودة صورها عند الابتعاد عن الزاوية 90 لكن اليوم تمكن المصنعون من التغلب على هذا المشكل وأصبحت الزاوية تقارب ال 180 درجة ولا فرق بين الاثنين. وتقوم الشركات العالمية منذ سنوات بتحسين الصورة بأجهزة التلفاز الحديثة، وأوضح "سباستيان كلوس"، المتحدث الإعلامي باسم الجمعية الألمانية للاتصالات وتكنولوجيا المعلومات "Bitkom"، أن تحسين الصورة يعتبر من أهم الموضوعات، إن لم يكن أهمها على الإطلاق، وأضاف الخبير الألماني

قائلاً: "تعتمد الشركات العالمية حالياً على وظيفة تعلم الآلة؛ حيث يتعرف الجهاز على ما يحصل عليه للإشارات، وكيف يتم تشغيلها بشكل مثالي." (منتديات مصراوي، 2019)

إن التقنيات الحديثة التي امتازت بها شاشات التلفاز "فائقة الشدة في الوضوح" أو UHDTV والتي تبلغ قوتها 3840x2160 بيكسل قد تؤدي إلى تغيير كامل في الطريقة التي نشاهد بها التلفزيون في المستقبل. ويؤكد بيتر كنانك من جمعية "شتيفتونج فارنيتيست" الألمانية لحماية المستهلك أن شاشات UHD ستكون هي الشاشة السائدة للأجهزة التي يزيد مقاسها عن 100 سنتيمتر، ويوصي المستخدمين الذين يفكرون في شراء جهاز تلفزيون مقاسه كبير، لغرفة صغيرة باختيار الشاشة UHD، ويوضح الخبير الألماني أن "أي شخص بقوة إبصار عادية أو يرتدي نظارة طبية، يستطيع في الظروف العادية ملاحظة ترتيب النقاط اللونية المكونة للصورة (البيكسل) على الشاشة عالية الوضوح (HD) من مسافة قصيرة، لكن الأمر لن يكون كذلك في حالة الشاشة UHD"، وهو ما يعني أن الصورة ستكون أفضل بكثير بالنسبة للمشاهد، وستغير من وضعيات المشاهدة لها مقارنة بالتلفزيون التقليدي، وفيما يتعلق بالشاشات المسطحة هناك مصطلح آخر مهم يتردد على الألسن، وهو المجال الديناميكي العالي أو (إتش.دي.آر) والذي يشير إلى قوة التباين بين اللونين الأبيض والأسود على الشاشة، والذي يضمن مشاهدة أفضل بحسب "كريستوف دي ليوف" من مجلة "كمبيوتر بيلد" الألمانية، وأضاف "دي ليوف" أن هذا التباين القوي بين اللونين يؤدي بالضرورة إلى مجال أوسع للألوان التي تظهر على الشاشة، وهذا سيساعد في ظهور الأفلام بصورة أكثر طبيعية وأقرب إلى الصورة الحقيقية التي تراها العين. (Deutsche Welle، 2016)

- تقنية 4K Ultra HD و 8K Ultra HD:

مصطلح K4 والمعروف أيضاً بـ Ultra HD يشير إلى دقة 3840x2160 بيكسل، الذي هو أكثر بأربع مرات من دقة 1920x1080 بيكسل الموجودة في Full HD، ويعبر K4 عن دقة 4096x2160 بيكسل التي قدمت لأول مرة في السينما، بينما UHD تشير إلى دقة 3840x2160 التي تجدها في شاشات 9:16، وهو فعلياً ما تحصل عليه في المنزل، وهذا يعني أن K4 هو مصطلح خاطئ بالنسبة لشاشات ومحتوى 3840x2160 بيكسل، ولكن يتم استخدامه بشكل كبير وضاع التمييز بينهم. وبالنسبة إلى عامة الناس فإن المصطلحين متشابهان ويمكن تبديلهما. (منصة أبو عمر "التقنية ببساطة"، 2017)

ويتم عرض المحتويات على الشاشات K4 الجديدة (3820 x 2160 بيكسل) بجودة فائقة، على الرغم من أن هذه المحتويات ذات دقة وضوح منخفضة، ولم يتم تصويرها بواسطة تقنية HDR، وبمجرد انتشار أجهزة التلفاز K4 في غرف المعيشة، ظهرت الموديلات الحديثة بتقنية K8؛ ولتوضيح هذه

التقنية، فإن تقنية K4 تعني دقة وضوح تبلغ 8 ميجابيكسل (2160 x 3840)، في حين أن تقنية K8 تعني دقة وضوح 33ر2 ميجابيكسل (4320 x 7680 بيسكل). (متنديات مصراوي، 2019) إذن فتلزيون 8K هو تليفزيون يحتوي على شاشة مميزة بعدد وحدات بكسل تبلغ 7680 أفقياً و4320 رأسياً، ما إجماله 33 مليون وحدة بكسل على وجه التقريب، ويشير الحرف "k" إلى "كيلو" أي (1000 وحدة)، مما يعني أن دقة هذا التلفزيون الأفقية تبلغ قرابة 8000 بكسل. (SAMSUNG.com)

وكانت شركة شارب اليابانية قد كشفت عن أول أجهزة تلفاز K TV8 خلال فعاليات مؤتمر CES 2013، حين عرضت جهاز تلفاز بقطر 85 بوصة. وبالتأكيد لم يتم إتاحة هذا التلفاز للبيع الجماهيري لا في عام 2013 ولا فيما تلاه من أعوام، وهو أمر طبيعي فيما يتعلق بالتقنيات المستقبلية التي يتم الكشف عنها في مثل هذه المعارض، وفي الأعوام التالية على كشف شركة شارب، قامت عدة شركات أخرى بعرض نماذجها من أجهزة تلفاز K TV8 والتي لم تتاح أيضاً للبيع الجماهيري، وفي عام 2016 قامت الشركة اليابانية NHK بإطلاق بث فضائي بتقنية K8، وفي العام نفسه قامت الشركة ذاتها بتسجيل بعض لقطات دورة الألعاب الأولمبية في ريو دي جانيرو بتقنية K8 وتم عرضها في دور عرض مخصصة لهذه التقنية، ومنذ معرض CES 2013 استغلت الشركات التقنية فعاليات الأعوام التالية منه للكشف عن نماذجها لأجهزة تلفاز K TV8، وفي عام 2018 كشفت الشركات الكبرى في عالم صناعة أجهزة التلفاز مثل إل جي، سامسونج وشارب بالكشف عن أجهزة تلفاز فعالية تعمل بالتقنية والجودة ذاتها. (عاصم، 2018)

وبالحساب البسيط يمكن استنتاج أن أجهزة تلفاز K TV8 تعمل بضعف جودة أجهزة K4، لكن الحساب البسيط غير دقيق في هذه العملية لأن الواقع ليس هكذا، فعند حساب جودة أجهزة التلفاز يجب أن نضع في الحسبان أننا نقيس شيء يخضع لبعدين، خطوط طولية وأخرى عرضية. ومن هنا تختلف العملية الحسابية لينتج عنها أن جودة K8 تعادل أربعة أضعاف جودة K4 و16 ضعف جودة HD، حيث يبلغ معدل الجودة 4320×7680 في أجهزة K8 أي ما يساوي 33 مليون بيكسل، بينما جودة K4 تساوي 2160×3840 أي ما يساوي 8 ملايين بيكسل. لتبسيط الأمر يمكن القول إن أجهزة تلفاز K8 تساوي أربعة أجهزة K4، و16 جهاز HD، وتجدد الإشارة إلى أن محتوى K8 غير متوفر بقدر كبير، إلا أن هناك بالفعل محتوى ملائم لهذه الأجهزة ذات الجودة الفائقة، ففي نوفمبر 2017 قام موقع الفيديو Vimeo بإضافة دعمها لجودة K8 مع توفير عدد من المقاطع المتوافقة، أما شركة NHK اليابانية التي قامت بعرض مقاطع من دورة ألعاب ريو 2016 في دور عرض سينمائية خاصة، قامت بعرض مجموعة أخرى من المقاطع في دور العرض في ديسمبر الماضي، وعلى الرغم من هذا لا يبدو أن المحتوى الملائم لأجهزة تلفاز K TV8 سيتوفر بالقدر الكافي في

المستقبل القريب، وهناك عدة أسباب لهذا التوقع، أولها أن محتوى K4 لم يحقق الانتشار الكافي الموازي لمحتوى UHD، وثانيها هو ارتفاع أسعار الكاميرات ومعدات تسجيل المحتوى الملائم بجودة K8، وثالث هذه الأسباب هو تركيز صناع الفيديو على محتوى تقنية HDR، وهو ما سيقبل من تركيزهم على إنتاج محتوى مستقبلي. (عاصم، 2018)

وقد ظهرت خلال العام الماضي بالفعل الموديلات الأولى من هذه الأجهزة، ولا تزال باهظة التكلفة، ومن المتوقع ظهور المزيد منها خلال العام الجاري. ويرى كلوس أن الموديلات 8K الجديدة ستكون مثيرة لاهتمام الكثيرين، حتى إذا كانت أجهزة التلفاز K4 تكفي احتياجات المستخدمين حالياً، ولا تتوفر حتى الآن محتويات بدقة وضوح K8، ولكن زادت مقاسات الشاشات، التي يتم وضعها في غرف المعيشة، ومن أجل الحصول على صورة خالية من التشويش فلا بد من زيادة عدد نقاط الصورة على الشاشة، لذلك تعتمد شركة سامسونج في موديلاتها الجديدة، التي قدمتها بمعرض التقنيات IFA 2019، على الذكاء الاصطناعي، والذي يقوم بتحويل أي صور فيديو إلى مقاطع فيديو K8 التفصيلية، وللقيام بذلك يستخدم النظام قاعدة بيانات جيدة التدريب مع أمثلة للصور لا حصر لها، وبعد ذلك يتم إنشاء صورة التلفاز بدقة فائقة الوضوح في الزمن الحقيقي من بيانات المصدر، ومن المقرر أن يتم بث مباريات دورة الألعاب الأولمبية في طوكيو بدقة K8، على أن يتبعها العديد من المحتويات الأخرى، وليس هناك أية معلومات محددة عن موعد انتشار تقنية K8 على أجهزة التلفاز العادية. (منتديات مصراوي، 2019)

ب- تطوير المواصفات الخارجية للتلفزيون:

تشكل المعايير والمواصفات الخارجية للتلفزيون، ميدان تنافس آخر للشركات المصنعة والمطورة لأجهزة التلفزيون، ففي معرض الإلكترونيات CES 2019 بمدينة لاس فيغاس الأمريكية كشف النقاب عن الكثير من أجهزة التلفزيون المتطورة، والتي تهدف إلى دمج الأجر. هزة الإلكترونية في قطع الأثاث أو جعلها ضم.ن عناصر الديكور في غرف المعيشة، فمثلا سلطت شرك.ة LG الضوء على تلفزيون Signature OLED TV R بشاشة قياس 65 بوصة والقابل للطي في قاعدة لا يزيد ارتفاعها عن ارتفاع الركبة، والذي يعتبر بمثابة قطعة أثاث أنيقة في غرفة المعيشة إلى جانب العديد من الوظائف التقنية الأخرى، وسارت شركة سامسونج أيضاً على نفس الدرب من قبل خلال العام الماضي، وقدمت التلفزيون The Fram، والذي يبدو كإطار للصور في غرفة المعيشة، ويمكنه عرض اللوحات الفنية كعناصر ديكور في المنزل (الخبر بين لحظة وضحاها 24، 2019)

ويستمر الاتجاه نحو عرض أجهزة التلفاز الحديثة كإطار للصور أو الموديلات القابلة للطي، والتي لا تبدو في الواقع مثل أجهزة التلفاز، ومن الأمثلة الجديدة الشاشة الشفافة؛ حيث قدمت شركة باناسونيك جهاز تلفاز بشاشة OLED شفافة خلال فعاليات نفس المعرض، وقد قامت الشركة اليابانية بإخفاء

التجهيزات التقنية اللازمة لهذا التلفاز في إطار خشبي، ولم يتم الكشف عن أية بيانات بخصوص موعد إطلاق التلفاز الجديد أو أسعاره المتوقعة، حيث عادة ما تتوفر مثل هذه الموديلات بتكلفة باهظة (منتديات مصراوي، 2019).

وتكمن أهمية تطوير المعايير والمواصفات الخارجية للتلفزيون في كونها تغير تدريجياً من عادات استخدامه كوسيلة إعلامية، فوضعية التلفزيون التقليدية حيث كان يوضع فوق قطعة من الأثاث على مستوى ارتفاع متر أو أكثر بقليل يجعل من وضعية الاستخدام الأمثل له هي وضعية الجلوس على الكرسي أو الأريكة، بينما أدى تطوير بعض أجزاء تثبيت جهاز التلفزيون بالشكل الذي سمح بقابلية تعليقه في أعلى الحائط، إلى تغير الوضعيات المفضلة للمشاهدة، بالشكل الذي أعطى أريحية أكبر للمشاهد من خلال أنه يمكن له أن يستلقي بشكل مريح وبالوضعية التي يريد ويشاهد محتوياته المفضلة، كما أن الشكل المقعر لبعض أنواع الشاشات الحديثة يتيح للمشاهد أن يجلس في أي زاوية يريدونها دون أن تكون هنالك ضرورة للجلوس مقابل الشاشة مباشرة..، إن هذه التحسينات أعطت أريحية أكبر في استخدام التلفزيون، وعززت من أدواره كوسيلة إعلام باردة، يتم تلقي مضامينها بكل أريحية وفي وضعية استرخاء تامة وبدون بذل أدنى جهد، كما قلصت من مستوى الإجهاد الذي تسببه وضعيات الاستخدام التقليدية، وبالتالي فقد يؤدي هذا إلى زيادة الحجم الساعي للمشاهدة اليومية للتلفاز، "حيث يصف بعض الخبراء اليوم متابعة العروض على التلفزيون بأنها "تجربة الجلوس المسترخي"، بالمقارنة مع عملية متابعة العروض على شاشة الكمبيوتر التي توصف بتجربة "الجلوس المتأهب"، ففي الحالة الأولى تكون المتابعة سلبية لأن المشاهد يتلقى تلقائياً دفعات العروض التلفزيونية، أما في الحالة الثانية فإن مستخدم الكمبيوتر يتعامل إيجابياً مع العروض على شاشته" (الموسوي، 2006، صفحة 109)، كما تدخل هذه التطويرات إلى جانب التحديثات الأخرى في جملة الأسباب التي قد تجعل العديد من مستخدمي المكون الإعلامي والاتصالي الحالي يفضلون التلفزيون على غيره من الوسائل الإعلامية، وهذا ما سنحاول معرفته من خلال الإطار الميداني لهذه الدراسة.

ج- تطوير وظائف التلفزيون:

لم تعد وظيفة التلفاز اليوم تقتصر على توفير تجربة مشاهدة البث التلفزيوني؛ حيث توفر الموديلات الجديدة، التي ظهرت بأروقة معرض التقنيات IFA 2019 بالعاصمة الألمانية برلين، العديد من الوظائف المتنوعة بفضل منافذ التوصيل المختلفة والوصول إلى الإنترنت؛ وهناك قائمة طويلة المصادر، التي يمكن تشغيلها على أجهزة التلفاز الحديثة، مثل القنوات التلفزيونية و Netflix و DAZN و Prime و Waipu و Joyn و Maxdome، وعلى الرغم من تراجع مبيعات أجهزة استقبال الأقمار الصناعية وأجهزة تشغيل أسطوانات البلوراي، إلا أن أعداد خدمات البث الرقمي تتزايد باستمرار، بالإضافة إلى تدشين خدمات Warner و Disney و Warner، وتعمل شركة أبل على

توسيع باقة الأفلام والمسلسلات الخاصة بها، وبالإضافة إلى خدمات البث يتوافر حاليا العديد من الوظائف الجديدة بأجهزة الريموت كنترول، فبدلا من وجود زر Netflix في السابق، أصبحت هذه الأجهزة تشتمل على زرین أو ثلاثة لخدمات البث، علاوة على تغيير البرامج باستمرار؛ حيث يمكن للمستخدم حاليا متابعة جميع القنوات، ويتعامل برنامج التلفاز من سامسونج مثلا مع كل مصدر على أنه قناة تليفزيونية، فعندما يقوم المستخدم بتشغيل التلفاز فيتم عرض آخر برنامج كان يشاهده، بعض النظر عما إذا كان ذلك قناة تليفزيونية أو جهاز ألعاب أو خدمة بث. (منتديات مصراوي، 2019) وبذلك قد تحولت أجهزة التلفزيون الآن إلى نقطة وصول مركزية إلى جميع محتويات الميديا الرقمية، حيث تعمل أجهزة التلفزيون الذكية مع أفلام أي تيونز والمسلسلات التليفزيونية ومحتويات نتفليكس ومكتبات الميديا، بالإضافة إلى دعم تقنية أبل AirPlay 2 ، وبالتالي يمكن تشغيل الموسيقى ومقاطع الفيديو من هاتف أي فون على شاشة التلفزيون، إلى جانب تطبيقات المساعد الرقمي مثل غوغل آسيستنت أو أمازون أليكسا فإنه يمكن التحكم في الأجهزة المتصلة بالشبكة المنزلية عن طريق الأوامر الصوتية. (الخبر بين لحظة وضحاها 24، 2019)

ويتم الاعتماد على أجهزة التلفاز منذ فترة طويلة مع جهاز الألعاب لتشغيل ألعاب الفيديو، ومن المتوقع أن يصبح جهاز التلفاز أكثر أهمية خلال عام 2020؛ حيث يمكن للمستخدم الاستماع بالألعاب حتى بدون جهاز ألعاب، وذلك بفضل خدمة الألعاب السحابية جوجل Stadia ؛ حيث يتم بث صورة الفيديو فقط، بينما تتم عملية الحوسبة بواسطة حواسيب فائقة الأداء في مراكز حوسبة كبيرة، وتشتتر جوجل توفر اتصال إنترنت بسرعة 10 إلى 25 ميغابت في الثانية للاستفادة من هذه الخدمة، ويحتاج أصحاب أجهزة التلفاز إلى جهاز البث جوجل Chromecast Ultra وجهاز تحكم، ويمكن تشغيل الألعاب المعنية نظير تكلفة محددة. (منتديات مصراوي، 2019)

إن تعددية الوظائف جعلت من التلفزيون الحديث حتمية تكنولوجية في الحياة اليومية للفرد، حيث أن تعدد استخداماته جعله يتخطى الوظائف التقليدية التي كانت مقتصرة على البث التلفزيوني التقليدي، ليصبح وسيطا إلكترونيا مميز يمكن له تشغيل العديد من أنواع الوسائط الرقمية والتفاعلية ، وبالتالي أصبح التلفزيون يتمتع بخصائص الوسائط الإعلامية والاتصالية الحديثة، في الوقت الذي يحافظ فيه على خصائص التقليدي الأصيل، كوسيلة إعلام تقليدية ذات استخدامات حديثة، وتجليات معاصرة،

تطوير تلفزيون بذكاء الاصطناعي:

في معرض الإلكترونيات الاستهلاكية الذي أقيم سنة 2018، عرضت شركة "إل جي إلكترونيكس" مجموعة من التقنيات المتقدمة التي ترتقي بتجربة استخدام التلفزيون، من أهمها إدخال تقنية الذكاء الاصطناعي "ThinQ" التي توفر لجهاز التلفزيون القدرة على فهم مئات الأوامر الصوتية اعتمادا على منصة LG الذكية وخدمات الذكاء الاصطناعي المقدمة من شركة أخرى، ويتيح هذا

لمستخدمي جهاز التلفزيون "إل جي" إصدار أوامر صوتية لأجهزة التلفاز بالتحدث مباشرة إلى أجهزتها للتحكم عن بعد والاستفادة من المزايا المتقدمة لتقنية المساعد الصوتي المتوفرة اليوم، كما تتيح أجهزة التلفاز الجديدة المعالجة المتقدمة للصور بتقنية 4K، هته التقنيات التي دمجتها الشركة في أحدث طرازات أجهزة التلفاز التي تنتجها من تشكيلة "oled" و "super uhd"، كما تتيح تقنية "ثينك" للذكاء الاصطناعي لأجهزة التلفزيون بالإضافة إلى وظيفتها الأساسية، أن تصبح مركز تحكم بغيرها من المنتجات المنزلية الذكية من المكناس الكهربائية الروبوتية ومكيفات الهواء وأجهزة تنقية الهواء وإضاءة المنزل الذكية ومكبرات الصوت والعديد من الأجهزة الأخرى التي تتصل بجهاز التلفزيون لاسلكيا عبر تقنية "الواي فاي" أو "البلوتوث"، ومن حيث تحسين تجربة المشاهدة، تعتمد أجهزة تلفزيون إل جي الجديدة أحدث معالجاتها "ألفا 09" التي تتيح أفضل تجربة من ناحية الصورة، خاصة مع اعتمادها على النظام الفريد "المصفوفة الكاملة للحجب المحلي" لإظهار اللون الأسود بدرجة أذكى، وتوليد الألوان ببراءة أزهى، فضلا عن إظهار التفاصيل الدقيقة للصورة في الظل، لتبدو وكأنها نافذة على الواقع الحي. (البوابة العربية للأخبار التقنية، 2018)

ليصبح التلفزيون بفضل هذه الجهود التطويرية المتواصلة، جزءا لا يمكن الاستغناء عنه ضمن متطلبات المنزل الذكي.

هـ- تطوير مستوى المحتويات السمعية البصرية التي يقدمها التلفزيون:

إن كل الإمكانيات التقنية والتكنولوجية التي تحدثنا عنها سابقا، والتي أضحت التلفزيون اليوم يتمتع بها، قد انعكست على مستوى المحتوى السمعي البصري الذي يقدمه، سواء المستوى الفني، أو الموضوعي، أو الابتكاري، ففي هذا الاتجاه تحول التلفزيون إلى أداة تعمل بكفاءة عالية، سواء تعلق الأمر بعرض المحتويات تقليدية المصدر، أو المحتويات ذات الطبيعة رقمية، وفي هذا المجال فإن صناعة المحتوى السمعي البصري التلفزيوني لم يعد مقتصرًا على المؤسسات الإعلامية التقليدية بل إن العديد من المؤسسات المختصة في التكنولوجيا الرقمية، وأخرى في صناعة المحتوى الرقمي، قد انخرطت في هذه الصناعة، فنجد شركات ضخمة مثل: جوجل، نيتفليكس، ميكروسوفت، آبل، وارنر، سامسونج وأمازون...، قد دخلت في سوق الصناعة التلفزيونية الرقمية، سواء بصناعة المحتويات، أو توفير تقنيات وخدمات العرض الرقمية المناسبة.

حيث تقوم بوابة البث أمازون Fire TV مثلا، بالبحث عن المحتويات المرغوبة في جميع التطبيقات وخدمات البث المتوفرة، ولا تقتصر على تطبيقات أمازون، وتقوم تقنية سامسونج Smart Hub بوظيفة مشابهة، بالإضافة إلى توفر إمكانية التحكم الصوتي عن طريق تطبيقات المساعد الصوتي؛ حيث شهدت فعاليات معرض IFA 2019 كشف النقاب عن جهاز أمازون Fire TV Edition

والعديد من موديلات الشركات الأخرى، التي يتم التحكم فيها بالكامل بواسطة المساعد الصوتي أمازون Alexa.

بالإضافة إلى هذا فإن طبيعة المحتوى التلفزيوني اليوم تغيرت هي الأخرى، حيث نجد أن القنوات التلفزيونية أصبحت تعمل على بث برامج حول المحتويات الرائجة في وسائط الإعلام الجديد، بالأخص منها فضاءات التواصل الاجتماعي، ولا تقتصر العلاقة ونقاط التلاقي بين التلفزيون والإعلام الجديد في هذا الأمر فقط، بل أن قنوات التلفزيون تعتمد إلى إنشاء صفحات وفضاءات خاصة بها عبر مواقع التواصل الاجتماعي بالشكل الذي يجعل منها دعاية لها ولبرامجها، وأيضاً فضاء لتوفير فرصة التفاعلية لجمهور هذه القنوات من خلال إبداء آرائهم حول برامجها والتعليق على محتوياتها بما يشكل رجوع صدى للث التلفزيوني، وفي هذا المجال نذكر أن القنوات الإخبارية أضحت تعتمد على ما يسمى صحافة المواطن كمصدر للأخبار والصور، خصوصاً في المناطق التي يصعب الوصول إليها سواء بسبب العراقل الحكومية، أو بسبب الحروب والمخاطر المترتبة عن العمل الميداني في مناطق تشهد توترات أو نزاعات مسلحة، بالإضافة إلى هذا فإن جل المؤسسات الإعلامية التلفزيونية تحوز مواقع إلكترونية خاصة بها تستخدمها لأغراض ترويجية، وتفاعلية، وأخرى تجارية.

3- الأدوار التأثيرية الجديدة للتلفزيون:

إنطلاقاً من ما عرضناه سابقاً حول كل هذه التطورات التقنية والتكنولوجية التي أضحت تطبع صورة التلفزيون اليوم ومحتوياته، فإنه يتبادر إلى الذهن العديد من التساؤلات التي تتمحور حول ما إذا كانت هذه التغيرات العميقة في التلفزيون قد غيرت من أدواره التأثيرية سواء على المستوى الفردي السيكولوجي أو السوسولوجي الاجتماعي، ولعل هنالك العديد من الزوايا التي يمكن من خلالها حصر هذه الإشكالية.

فتسليماً بفروض الحتمية التكنولوجية والأخذ بمسلماتها، يجعلنا نبحت في الأدوار الجديدة التي أضحت التلفزيون كوسيط تكنولوجي يلعبها اليوم في ظل البيئة الإعلامية والاتصالية الحالية، التي تخضع هي الأخرى لتغيرات تقنية وتكنولوجية متتالية، فالمتغير التكنولوجي في الوقت الراهن أضحت أكثر وضوحاً وتجلياً في الظاهرة الإعلامية والاتصالية، وليس أدل على هذا من التطورات التقنية والتكنولوجية الهائلة التي اعتمدت في الصناعة التلفزية اليوم والتي فصلنا فيها قبل هذا، فبفضل التطورات التقنية على مستوى الصورة، أضحت التجربة البصرية المشهدية التي يوفرها التلفزيون أقرب ما تكون إلى الكمال، وأضحى بذلك توصيف ماكلوهان للوسيلة الإعلامية على أنها امتداد للحواس أمراً منطقياً وذو تجلي واضح، يجعل من الصعب حالياً نقد هذه المقولة، كما أن الأدوار التي تؤديها الوسائل الإعلامية كوسائط تكنولوجية في ظل القرية العالمية التي وصفها ماكلوهان، تبدو واضحة جداً مع تكنولوجيات الربط المتعدد التي أصبح يتوافر عليها جهاز التلفزيون الحديث والتي من بينها قابلية الربط بالإنترنت وعرض المحتويات الرقمية، أما

فيما يخص قانون ماكلوهان الافتراضي الذي يعبر به عن العلاقات الاحتمالية التي يمكن أن تحدث عند ولادة وسيلة إعلامية جديدة، والتي حددها بأربع وظائف محتملة لهذه الوسيلة في مقابل الوسائل التقليدية، أولها أنها تقوم بتمديد وسيلة أخرى قائمة يجعلها أكثر فائدة مما كانت عليه قبل ظهور الوسيلة الجديدة أو رفع قيمتها، والثانية أن الوسيلة الجديدة تلغي وسيلة قائمة أو تقلل بشكل كبير من أهميتها، والثالثة أنها عند تفعيلها بأقصى طاقة تعمل على موازنة وسيلة قائمة، والرابعة أنها تعيد إحياء وسيلة تقليدية غابت أو تراجعت أهميتها بصورة كبيرة قبل ظهور الوسيلة الجديدة، فنجد أنفسنا نميل إلى الافتراض الأول وهو أنها تقوم بتمديد الوسيلة التقليدية وجعلها أكثر فائدة مما كانت عليه قبل ظهور الوسيلة الجديدة و ترفع قيمتها حيث نجد من ما سبق طرحه، أن التلفزيون كوسيلة إعلامية تقليدية قد استفاد بشكل كبير من الإعلام الجديد ووظفه لاستمرارته ولتكيف مع مقتضيات البيئة الإعلامية والاتصالية الجديدة والمتسمة بالتغير السريع والمستمر.

أما من منظور مقارنة الاستخدامات والإشباع، فسيكون من المنطقي افتراض أن التغييرات التقنية والتكنولوجية التي طرأت على التلفزيون شكلا ومضمونا، قد غيرت من عادات واستخدامات المشاهدين، وبالأخذ بمسلمات النظرية، والمكانة التي أنزلنا "الاستخدامات والإشباع" بها في الدراسة، باعتبار أننا اعتمدناها متغير وسيط مفترض يدعم العلاقة التأثيرية السلبية للمكون الإعلامي والاتصالي على المجتمع الجزائري، بالأخذ بهذه الاعتبارات فإننا نصل لنتيجة مفادها أن استخدامات الشباب الحالية لوسيلة التلفزيون والإشباع المترتبة عن هذا الاستخدام وبافتراض تغيرها بفعل المتغيرات التكنولوجية سابقة الذكر، فإن هذا سيؤدي (افتراضا) إلى نتائج مختلفة بشكل واضح فيما يتعلق بالعلاقات المراد اختبارها في هذه الدراسة، إذا ما طرحناها للمقارنة مع نتائج الدراسات السابقة زمنيا والتي بحثت في التأثيرات السلبية للتلفزيون، وتبقى هذه الافتراضات قائمة إلى أن يتم بيان صحتها من عدمها، من خلال نتائج العمل الميداني لهذه الدراسة.

وفيما يخص المقاربة القيمية، لعزي عبد الرحمان، فإن هذه التغييرات التقنية والتكنولوجية التي طرأت على التلفزيون كوسيلة إعلامية تقليدية، لا تؤثر على العلاقة المدروسة لا بالوساطة ولا بالاستقلالية، بيد أن المتغير المستقل (الحتمي) عند عزي هو القيم، والتي ترتبط حصرا بمضمون هذه الوسيلة السمعية البصرية، دون الأخذ بالاعتبار التداخلات التكنولوجية أو التقنية للوسيلة، ومع هذا يمكن استشفاف علاقة وسيطة كامنة تبدو غير واضحة التجلي عند الأخذ بهذه المقاربة، وهي أن هذه التغييرات التقنية التي يشهدها التلفزيون بما تشكله من إهمار تكنولوجي غربي بحث، فإنه يمكن افتراض -وبتحفظ كبير- أن يكون لهذا الإهمار الغربي النشأة والمصدر الأثر في زيادة الفجوة القيمية بين القيم التي يعكسها المحتوى الإعلامي التلفزيوني والوعاء القيمي للمجتمع الجزائري، كمجتمع عربي مسلم.

أما فيما يخص الفروقات الاجتماعية التي وظفت في الدراسة كمتغير وسيط مفترض، فإن علاقتها بالخصائص التقنية والتكنولوجية الحالية للتلفزيون قد تُظهر بشكل جلي إشكالية أخرى عند الانتهاء من هذه الدراسة، فبداية يجب أن ننوه أن الكثير مما استعرضناه من تطورات تكنولوجية وحديثة هي بالجدّة والحداثة بالشكل الذي يجعل انتشار استخدامها (في بعض تقنياتها)، مقتصرًا على بعض الدول ذات المستويات المعيشية المرتفعة، حتى أن بعض التقنيات التي فصلنا فيها سابقًا لم تتجاوز بعد المراحل التجريبية، في حين لم تمضي أشهر فقط على إطلاق بعضها وإتاحتها تجاريًا، ويمكن الجزم أن هذا الانتشار لم يتم في المجتمع الجزائري وغيره من المجتمعات النامية بالمستوى الذي يتيح إجراء دراسات حول تأثير هته التقنيات على الفرد والمجتمع، ولو على سبيل البحث في افتراض احتمالية قيامها بدور المتغير الوسيط في عملية التأثير الاجتماعي.

أما ما يشجع على إدراج هذه التطورات التقنية في دراستنا (نظريًا وميدانيًا) –ولو بشكل محدود جدًا–، هو أن جل هذه التقنيات قد راجت في السوق الجزائرية في الوقت الحالي، وأن المجتمع الجزائري يعتبر لعدة اعتبارات ميدان دراسة خصب، لما يتوافر فيه من ميزات الفروقات الاجتماعية التي تجعل أفراده يختلفون في نوع جهاز التلفاز الذي يستخدمونه، وبالتالي اختلاف التجربة البصرية المشهّدية بينهم، انطلاقًا من كون العامل الرئيسي الذي يحدد مستوى التقنية والتكنولوجيا التي يقتنيها الفرد لمنزله هو عامل مادي بحت، حيث أن مستوى الفروقات في جودة ومستوى التكنولوجيا المتاحة يحددها السعر المدفوع من أجلها، ومن هذا المنطلق يبدو جليًا تأثير المستوى المعيشي كواحد من الفروقات الاجتماعية في تحديد مدى قابلية نفاذ الفرد لتكنولوجيا معينة من تكنولوجيات التلفزيون المذكورة والمفصلة سابقًا. وعلى العموم فإنه يمكن القول بأن هذه التكنولوجيات ستسهم وعلى أقل تقدير، في تطوير الميزات التقليدية للتلفزيون، كما تعزز الأدوار التأثيرية التقليدية له، مادامت القدرات التأثيرية لهذه الوسيلة الإعلامية مازالت قيد الدراسة والبحث. ويمكن ذكر بعض الخصائص التأثيرية التقليدية التي تعززت بفعل التكنولوجيا الحالية في النقاط التالية: (اللحياني، 2008، صفحة 09)

– زيادة التأثير في الشباب وجذب اهتمامهم بمحتوياته، لاعتماده على حاسني السمع والبصر وبما يمدّه من صوت وصورة.

– سهولة الوصول لمحتوياتها، وأريحية التلقي لمضامينها دون إجهاد سمعي أو بصري.

– تعزيز تقنيات الاعتماد على عنصر الحركة المرافق لعرض الصورة والصوت تعتبر خاصية جذب

إعلامي أخرى.

– سهولة وصوله إلى أي مكان مما ييسر ويسهل وجوده في كل بيت.

– الإمكانات الفنية الكبيرة التي تتيح له اختصار الزمن بين حصول الحدث وعرضه على الجمهور.

المبحث الثاني: الإذاعة وتجلياتها المعاصرة

1- التطور التاريخي للإذاعة:

تطور الراديو، مثل غيره من الاختراعات، عن النظريات والتجارب التي ساهم فيها العديد من العلماء. وقد وضع العالم الأمريكي جوزيف هنري والفيزيائي البريطاني مايكل فارادي إحدى أهم النظريات في أوائل القرن التاسع عشر، وتسمى هذه النظرية نظرية الحث، وشرح الفيزيائي البريطاني جيمس كلارك ماكسويل هذه النظرية عام 1864م بافتراضه وجود موجات كهرومغناطيسية تنتقل بسرعة الضوء، وفي عام 1880م أثبت الفيزيائي الألماني هينريتش هرتز بتجاربه صحة نظرية ماكسويل، بعدها قام المخترع الإيطالي جوليلمو ماركوني بالجمع بين الأفكار والنظريات السابقة، وأفكاره الخاصة، وتمكن من إرسال أول إشارة اتصال بموجات الراديو عبر الهواء عام 1895م، حيث استعمل الموجات الكهرومغناطيسية، لإرسال شفرات برقية لمسافة تزيد على 1,5 كم. وفي عام 1901م حقق ماركوني أول إرسال للإشارات الشفوية عبر المحيط الأطلسي بين إنجلترا ونيوفاوندلاند، وفي بدايات القرن العشرين طور المهندسون الكهربائيون أنواعًا مختلفة من الصمامات (الصمامات المفرغة) التي استعملت في كشف وتضخيم إشارات الراديو، فقد حصل الأمريكي لي دي فورست عام 1907م على براءة اختراع صمام أسماه الثلاثي، يستطيع تضخيم إشارات الراديو وأصبح العنصر الأساسي في مستقبل المذياع، أما أول بث إذاعي لصوت بشري عبر الهواء، فلغلب المؤرخين يرجعون الفضل فيه للفيزيائي الكندي المولد ريجينالد فسندين، عام 1906م، وقد ساهم المخترع الأمريكي إدوين أرمسترونج كثيرًا في تطوير مستقبلات الراديو؛ ففي عام 1918م طوّر الدائرة المغايرة الفوقية من أجل تحسين الاستقبال في المذياع والتي ما تزال مستعملة حتى اليوم، وأخيرًا طور أرمسترونج عام 1933م البث الإذاعي بتضمين التردد. (المعرفة، بدون تاريخ)

بدأ البث الإذاعي التجريبي نحو عام 1910م، حيث قام لي دي فورست بنقل برنامج من مسرح غنائي في مدينة نيويورك في الولايات المتحدة الأمريكية، وكان نجم البرنامج المغني الشهير إنريكو كاروسو، بدأت خدمات البث الإذاعي في العديد من الدول في عشرينيات القرن العشرين؛ ومن المحطات التجارية الأولى محطة تجارية في مدينة دترويت الأمريكية، التي بثت بشكل منتظم ابتداءً من 20 أغسطس 1920م، ومحطة بث إذاعية تجريبية في مدينة بتسبرج الأمريكية، وهي محطة كدكا، والتي بدأت البث عام 1916م وقامت بنقل نتائج الانتخابات الرئاسية الأمريكية عام 1920م، وقد شكلت الفترة القصيرة الواقعة قبل وبعد الحرب العالمية الثانية (1939م - 1945م) ما اصطلح على تسميته بالعصر الذهبي للمذياع؛ ففي هذه الفترة التي سبقت الانتشار الواسع للتلفاز حظيت البرامج الإذاعية في كل من أمريكا وأستراليا وأوروبا بشعبية كبيرة، واستمر هذا العصر من أواخر عشرينيات القرن العشرين حتى بداية

الخمسينيات؛ ففي هذه الفترة شكل المذيع المصدر الرئيسي لتسليية الجمهور، حيث كانت العائلات تجتمع أثناء فترة البث، للاستماع إلى البرامج الفكاهية والموسيقى وأنواع عديدة أخرى من البرامج الإذاعية، وكان الأطفال يهرعون من المدرسة إلى منازلهم للاستماع إلى البرامج المخصصة لهم ، وفي أثناء النهار كانت ملايين النساء يستمعن إلى مسرحيات أطلق عليها في الولايات المتحدة اسم أوبرات الصابون، لأنها كانت مدعومة من الشركات المنتجة للصابون ، وأبرزت البرامج الفكاهية العديد من مشاهير الكوميديا، أمثال جورج بيرنز، وجراسي ألين، وجاك بني، وبوب هوب في الولايات المتحدة الأمريكية، وآرثر أسكي، وتومي هاندلي في بريطانيا، وازداد جمهور المستمعين الذين جذبتهم أنباء الحرب أثناء الأربعينيات، وخطب قادة الحلفاء أمثال ونستون تشرشل ، وأدخل المذيع الموسيقى بجميع أنواعها إلى المنازل، بدءًا من الكلاسيكية وحتى موسيقى الجاز ، وأصبح قادة الفرق الموسيقية المشهورة، أمثال تومي دورسي وديوك الينجتون وگلن ميلر وهنري هوك وبيلي كوتون، نجومًا إذاعيين ، وأذيعت مسرحيات عديدة أثرت كثيرًا في المستمعين، مثل بك روجرز في القرن الخامس والعشرين، وسوبرمان، والعميل الخاص ديك بارتون، ورحلة في الفضاء. ونالت مسلسلات إذاعية مثل رماة السهم، الذي مازال يذاع في بريطانيا منذ 40 سنة، شعبية واسعة، كما كانت هناك أيضًا برامج حوارية شهيرة، مثل مسؤولية العقول، وبرامج المسابقات. (المعرفة، بدون تاريخ)

وبعد مرور أكثر من 100 عام على أول بث إذاعي، لا يزال الراديو وسيطا إعلاميا مهما في أنحاء العالم كافة. ولم ينحسر دوره أو ينزوي، فقد بسط الراديو سلطانه ليس فقط عبر الأثير بل على الفضاء الافتراضي أيضا، فأصبح بإمكان جماهيره الاستماع إلى مئات المحطات الإذاعية دون حاجة إلى مذيع، عبر الإنترنت من خلال تطبيقات على أجهزة الهواتف الذكية والأجهزة الإلكترونية المحمولة، بل أفاد الراديو ذاته من ثورة التكنولوجيا الرقمية إلى حد كبير ، إذ جعلت تلك التكنولوجيا أدوات الإذاعة والتسجيل أصغر، وأخف وزنا، وأسرع أداء، وأرخص سعرا ، كما خلقت ثورة في طرق تسجيل الأصوات والموسيقى، والتحكم في نوعيتها وسهولة سبل التعامل معها في المونتاج، وبالرغم من توسع رقعة وسائط التواصل الاجتماعي بين الأفراد بعد انتشار الهواتف الذكية في معظم بقاع الأرض، مع من يستطيع تحمل تكلفة الإنترنت وخط الهاتف، فلا يزال الراديو أكثر وسائل الإعلام إتاحة للناس في سهولة ويسر وبأقل تكلفة. فبعد اختراع الأجهزة التي تشحن يدويا ولا تحتاج إلى بطاريات، وتلك التي تشحن بالطاقة الشمسية، أصبح جهاز الراديو متاحا في كل مكان وأخذت الإذاعة تتسلل معه إلى أرجاء جديدة. (العشيري، مستقبل الإذاعة في عصر هيمنة وسائل التواصل الاجتماعي، 2017)

2- التجليات الراهنة للإذاعة:

تعتبر الإذاعة إحدى أهم وسائل الإعلام التقليدية التي لاقت الرواج وبسطت سيطرتها على المشهد الإعلامي في عقود مضت، وتعتبر أيضا أقدم وسيلة إعلامية جماهيرية بعد الصحافة المطبوعة، والتي

استطاعت أن تنقل الكلمة من قيد الورق إلى رحاب الأثير المسموع، كما أنها انفردت بتحقيق ميزة التفاعلية لجمهورها قبل تمكن الجيل الثاني من الواب بتحقيقها بعشرات السنين من خلال أن العديد من برامجها كانت مفتوحة على الجمهور من خلال إتاحة فرصة إجراء المكالمات الهاتفية والتعبير عن آرائهم في هذه البرامج، وكأي وسيلة إعلامية تقليدية فإن هنالك جدل كبير لتثيرة هذه الوسيلة في عصر التكنولوجيا الرقمية، ومرد هذا الجدل هو التساؤل المستمر حول مدى جدوى استمراريتها في ظل البيئة الإعلامية الاتصالية الجديدة، وحول مدى قدرة هذه الوسيلة على التكيف مع متطلبات هذه المرحلة، وفي إطار هذه التساؤلات فهنالك العديد من التنبؤات التي أطلقت حول الإذاعة على غرار وسائل الإعلام التقليدية الأخرى في سنوات ماضية، حيث حددت هذه التنبؤات تواريخ مفترضة يعتقد أصحابها أنها ستمثل نهاية وانقراض هذه الوسيلة ضمن أحداث النهايات التي شاعت مع بداية ثورة التكنولوجيا وما تلاها من أعوام، ولكن ما يبطل أقاويل وتنبؤات هؤلاء أن جل التواريخ والآجال التي حددوها لزوال الإذاعة قد مرت بالفعل، وهامي الإذاعة مستمرة في البث والإنتاج على غرار باقي وسائل الإعلام التقليدية التي كانت مرتبطة بخطب النهايات، كما تؤكد الأرقام والإحصائيات أن الإذاعة مازالت تحتفظ بأعداد كبيرة من الجماهير الوفية لها؛

فحسب تقرير لليونيسكو صدر عام 2013 فإن أجهزة الراديو منتشرة في كل مكان، حيث أن ما لا يقل عن 75 في المائة من الأسر في البلدان النامية لديها قابلية الوصول إلى الراديو، كما أن هناك حوالي 44 000 محطة إذاعية في جميع أنحاء العالم حسب وكالة الاستخبارات الأمريكية، ففي إفريقيا فإن الإحصائيات تشير إلى أن الراديو هو الوسيلة الأكثر سهولة واستعمالاً في زامبيا كمثال، والوصول إلى الإذاعة والتلفزيون في المناطق الحضرية يساوي عندها تقريباً (85 في المائة للإذاعة و 79 في المائة للتلفزيون)، في حين أن الفرق في المناطق الريفية يتعمق أكثر (68 في المائة للإذاعة و 26 في المائة للتلفزيون)، كما قال 83% من التنزانيين إنهم يحصلون على الأخبار والمعلومات من الإذاعة، مما يجعلها في صدارة المصادر الإعلامية وغير الإعلامية، ومن السمات الرئيسية لاستخدام الهاتف المحمول الإفريقي هو تقاربها مع الاستماع إلى الراديو، فمن بين مستخدمي الهواتف المحمولة المنتظمين في زامبيا، قال 33% إنهم يستمعون إلى الراديو عبر هواتفهم على أساس أسبوعي، وقال 25% إنهم يستمعون له بشكل يومي. وعلى عكس استخدام الإنترنت المحمول، ينتشر الاستماع الإذاعي بشكل أكثر توازناً بين المستخدمين في المناطق الحضرية والريفية. أما في أمريكا الجنوبية فأظهرت الدراسات الاستقصائية التي أجرتها اليونيسكو مؤخراً أن هناك أكثر من 10 000 محطة إذاعية مجتمعية لا تزال تنتظر الحصول على تراخيص في البرازيل وحدها، حيث أن سوق الإذاعة البرازيلية هي ثاني أكبر سوق في الأمريكتين خلف الولايات المتحدة، وفي جنوب شرق آسيا، وتتصدر تايلاند الرسوم البيانية في المنطقة مع حوالي 5000 محطة مجتمعية، معظمها يعمل بدون تراخيص. وفي إندونيسيا المكتظة بالسكان، انطلقت الإذاعة

المجتمعية بسرعة، ولكن عدد المحطات يبلغ المئات وليس الآلاف. وتعد الفلبين أكثر من 55 محطة إذاعية مجتمعية مستقلة عن المصالح الحكومية والتجارية العاملة خارج المدن وتستخدم أجهزة إرسال منخفضة الطاقة، وتعتبر الإذاعة هي الوسيلة الإعلامية الأكثر موثوقية لتوزيع الأخبار والمعلومات والترفيه في المناطق الداخلية الريفية في الفلبين، حيث غالبا ما تعيق الجبال طريق الإشارات التلفزيونية مما يحول دون وصولها لهذه المناطق، ووفقاً للجنة الوطنية للثقافة والفنون، تصل الإذاعة إلى 85 في المائة من الأسر المعيشية في البلد، في حين يصل عدد التلفزيون إلى أقل بقليل من 60 في المائة، وفي روسيا فإن إجمالي جمهور وسائل الإعلام التقليدية التي تقدم محتوى إخبارياً يتناقص باطراد حتى في العاصمة موسكو، التي لديها سوق لوسائل الإعلام المطبوعة مع نظام متقدم للمبيعات والتوزيع وعدد مرتفع نسبياً من المواطنين المتعلمين، انخفض متوسط عدد القراء الشهري للصحف اليومية من 18 في المائة من السكان البالغين في كانون الثاني/يناير 2006 إلى 14.9 في المائة في نيسان/أبريل 2010. والنوع الوحيد من وسائط الإعلام التقليدية الذي نما مؤخراً هو الإذاعة، التي ارتفع فيها متوسط مجموع الجمهور اليومي من 37.7 مليون إلى 39.2 مليون (زيادة قدرها 4 في المائة) منذ عام 2008. (unesco, 2013). كما تشير إحصاءات اليونيسكو لعام 2016: (موقع BBC News Arabic، 2017) "إلى أنه في عام 2016 تجاوز عدد مستمعي الإذاعة عدد مشاهدي التلفزيون ومستخدمي الهواتف الذكية و أنه توجد أكثر من 800 محطة إذاعية في البلدان النامية بينما نصف سكان العالم تقريباً (3.9 مليارات شخص) لا يزالون غير قادرين على الاتصال بشبكة الإنترنت.

وفي المغرب، البلد ذو الخصائص السوسيو-ديموغرافية الشبيهة بالجزائر، كشفت آخر إحصائيات "راديو ميترى" لقياس نسب الاستماع للإذاعات المغربية، أن 14.434 مليون شخص، يفوق عمرهم 11 سنة استمعوا إلى الإذاعات الوطنية خلال أكتوبر ود يسمبر الماضيين مرة واحدة على الأقل في الأسبوع، بانخفاض طفيف مقارنة مع الفترة نفسها من السنة الماضية، وأوضحت الإحصائيات نفسها أن 13.348 مليون شخص استمعوا إلى الإذاعات في عطلة نهاية الأسبوع، مقارنة مع 13.738 مليوناً خلال الفترة نفسها من السنة الماضية، في حين شهد البث الصباحي (من السادسة صباحاً إلى العاشرة) ارتفاعاً في عدد المستمعين بزيادة قدرها 390 ألف مستمع، كما بلغ متوسط للاستماع حوالي دقيقتين و51 ثانية، وبلغ متوسط عدد المحطات الإذاعية التي ينتقل بينها كل مستمع في الأسبوع محطتين ونصف، بالمقابل مازالت إذاعة محمد السادس للقرآن الكريم الأكثر استماعاً في المغرب بنسبة 17.91 في المائة علماً أن الإذاعة نفسها حققت في 2017 نسبة 14،20 في المائة مشيرة إلى أن مستمعي الإذاعة نفسها تتراوح أعمارهم بين 25 سنة و 34، حسب استقراء عدد المتصلين بها هاتفياً الذين بلغت نسبتهم 58 في المائة، في يوم واحد من أسبوع. (العطاوي، 2019)

أما في الجزائر (الإطار المكاني للدراسة)، فإن هنالك العديد من المعطيات الإحصائية التي تعطي مؤشرات واضحة عن القطاع التقني والاتصالي للبلد، والذي يؤثر وفقا لأنماط مباشرة وأخرى غير مباشرة على الإذاعة في الجزائر، وننقل هنا تقريراً حديثاً لوكالة الاستخبارات المركزية الأمريكية CIA عن واقع القطاع التقني والاتصالي في الجزائر خلال السنوات الأخيرة: (cia central entelligence agency, 2020) "ففي قطاع الاتصالات الهاتفية، وبالنسبة لعدد الخطوط الهاتفية الثابتة قيد الاستخدام في الجزائر فبلغت سنة 2018، 4,200,919 مشترك، بمعدل 10 مشتركين لكل 100 نسمة، أي هاتف ثابت لكل 10 أشخاص، وهو رقم ضعيف حتى وإن أخذنا بعين الاعتبار أن الهاتف الثابت الواحد يمتلك من طرف العائلة أي أنه ليس ذو استعمال فردي، إلا أن العالم بأسره يشهد تراجعاً في استخدام الخطوط الثابتة في مقابل ارتفاع نسبة استخدام الهاتف المحمول، حيث تحتل الجزائر في هذا المجال المركز 34 عالمياً، وتبين ضعف هذه النسبة عند بيان عدد المشتركين في الهاتف المحمول، الذي بلغ في نفس السنة 47,154,264 مشترك، بمعدل 113 اشراك لكل 100 نسمة، وتحتل الجزائر في هذا المجال المركز 32 عالمياً بين دول العالم، وتعتمد الجزائر خطين لكابلات الاتصالات البحرية؛ "ALPAL-2" وهو نظام كابل الاتصالات البحرية في البحر الأبيض المتوسط الذي يربط بين الجزائر وجزيرة مايوركا الإسبانية، وكابل ثاني "ORVAL" هو كابل بحري إلى إسبانيا، أما بالنسبة لوسائل الإعلام الإذاعية فتدير المؤسسة العمومية للإذاعة وتلفزيون، ووسائل الإعلام الإذاعية وتحمل برامج باللهجات العربية والبربرية والفرنسية؛ وتستخدم الأطباق اللاقطة على نطاق واسع في الجزائر، مما يوفر سهولة الوصول إلى المحطات الفضائية الأوروبية والعربية؛ وتخصي الجزائر حوالي 40 محطة إذاعية إقليمية، أما بالنسبة لأرقام استخدام الإنترنت؛ فيبلغ العدد الإجمالي للأفراد الذين يمكنهم الوصول إلى الإنترنت في المنزل، عن طريق مختلف أنواع الأجهزة (الكمبيوتر أو الهاتف المحمول)، 17 291 463 فرد، بنسبة 42% من العدد الإجمالي للسكان، حسب تقديرات جويليا 2016، ويحتل البلد في هذا المجال المركز 37 وتشمل هذه الإحصائيات المستخدمين الذين يصلون إلى الإنترنت عدة مرات على الأقل في الأسبوع وحتى من يكون اتصالهم مرة واحدة في غضون عدة أشهر، أما العدد الإجمالي للاشتراكات ذات النطاق العريض الثابت الذي هو اتصال سلكي فعلي بالإنترنت (على سبيل المثال، كابل محوري، ألياف بصرية) بسرعات تساوي أو تزيد عن 256 كيلو بت/ثانية (256 كيلوبت/ثانية)، فلا يزيد عدد مشتركيه عن 022 067 3 مشترك، بمعدل 7 اشتراكات لكل 100 نسمة، حسب تقديرات سنة 2018، وهو عدد ضعيف جداً، وتحتل الجزائر في هذا المجال المركز 43 في العالم.

وتعكس هذه الأرقام أن البنية التحتية لتكنولوجيا الاتصال في الجزائر، متطورة نوعاً ما إذا ما قارناها

بالدول الإفريقية سابقة الذكر، إلا أنها تبقى بعيدة عن مستوى دول العالم المتقدم في العديد من

مؤشراتها، وهذا ما ينعكس بالإيجاب على الإذاعة، فضعف عدد المشتركين ذوو النفاذ الدائم والثابت

للأنترنت في الجزائر، وضعف سرعة الأنترنت، توحى بأن البيئة الإعلامية الاتصالية في الجزائر مازالت قيد التطور، وهي في بدايات التحول للصيغ الرقمية التفاعلية، هذا ما يعطي فرصة ووقتا كافيا للإذاعة في الجزائر لكي تتموضع ضمن هذه البيئة الإعلامية والاتصالية الرقمية الناشئة، والتي قد تمتاز بالضعف النسبي في المنافسة من قبل الإعلام الجديد، إذا ما قارناها بالدول الأكثر تطورا في هذا المجال.

وتدل هذه الأرقام بشكل واضح على نجاح الإذاعة في الاستمرارية والمحافظة على عدد كبير من جماهيرها، على الرغم من التراجع الواضح في نسب الاستماع للإذاعة في الوقت الراهن، وهو أمر طبيعي في ظل المنافسة الشديدة التي تحتكم إليها البيئة الإعلامية الاتصالية الحالية والتي تشهد أعدادا كبيرة، وأشكال متنوعة من الوسائط والوسائل الإعلامية التي تتنافس لحجز مكانة ضمن المشهد الإعلامي الراهن، وبالبحث في العوامل والأسباب التي سمحت للإذاعة بالاستمرارية والتكيف مع البيئة الإعلامية الجديدة، نجد أن هنالك عاملين رئيسيين في هذا وهما؛ أولا نجاح الإذاعة في المحافظة على صورتها كوسيلة إعلامية تقليدية أصيلة، من خلال الخصائص والميزات الفريدة التي تتمتع بها، وهو أمر يبحث عنه الكثير من الجماهير في ظل الاغتراب الذي يحسونه وسط بيئة إعلامية اتصالية متغيرة ومتجددة ما فتئت يوما بعد يوم تعبر عن انسلاخ واضح وثورة على كل ما هو قديم، أما العامل الثاني فيتمثل في نجاحها في الاستفادة من التكنولوجيات الحديثة، ومرونتها في التعامل مع وسائط الإعلام الجديد، هذا الأمر جعل من هذه الوسيلة الإعلامية التقليدية تتكيف مع مقتضيات البيئة الإعلامية والاتصالية الجديدة وتضمن استمراريته، وقد انعكس توظيف التكنولوجيا على كل جوانب الإنتاج الإذاعي الذي هو إنتاج في عبارة عن شكل ومضمون، يمثل الشكل القالب أو الإطار الذي يحتوي على المضمون، ويمثل المضمون المحتوى داخل هذا الإطار ويتحدد المحتوى أو المضمون على أساس أهداف الإذاعة كوسيلة إعلامية تهدف إلى الإرشاد والتثقيف والترقية والإعلان، بما انعكس على كل مراحل الإنتاج: (عبده، 2015، الصفحات 136-137)

- 1- تحديد الجمهور المستهدف.
 - 2- تحديد الفكرة أو موضوع البرنامج.
 - 3- الإعداد للبرنامج الإذاعي.
 - 4- مرحله التسجيل النهائي.
- ورغم أن البعض قد يرى أن خصائص الإذاعة قد تكون متضمنة كلها في وسائل الإعلام التي جاءت بعدها، بحكم أن هذه الوسائل شكلت تجاوزا لها من خلال قدرتها على نقل المواد السمعية شأنها شأن الإذاعة مع تفوق على هذه الأخيرة من خلال دمج الصوت مع الصورة، وبالتالي فاستخدام الصوت والصورة معا في وسائل الإعلام السمعية البصرية، التقليدية والحديثة يجعل من هذه الوسائل تتوفر على كل ميزات الإذاعة، مع توافرها على ميزات أخرى خارج نطاق إمكانيات الإذاعة، والأكثر من هذا فإن

وسائط الإعلام الجديد قد أضحت تشكل منصات لبث المضامين المسموعة بالشكل الذي قد يجعل منها بدائل حقيقية للإذاعة، إلا أن هذا الأمر يعاكس الصواب في بعض جوانبه، حيث أن الإذاعة تتمتع بالعديد من السمات والخصائص المميزة التي جعلتها تحافظ على مكانتها وجزء معتبر من جماهيريتها، ويمكن ذكر بعضها فيما يلي:

– الدقة في نقل الأخبار والتحلي بالمصداقية والموثوقية:

حيث تعرف الإذاعة بتفوقها الكبير في هذا المجال، وذلك لعدة اعتبارات، منها ما يتعلق بكونها إحدى وسائل الإعلام التقليدية والتي تتمتع كلها بهذه الميزة، بحكم التسلسل الهرمي الوظيفي لوسائل الإعلام التقليدية والذي يحتم على المضمون الإعلامي المرور بالعديد من المراحل قبل توجيهه للنشر، حي نجد محررين ورؤساء تحرير ومراجعين يمر عليهم المضمون المراد نشره، ويضطلع كل من هؤلاء بدوره في التأكد من سلامة المضمون من أي عوارض قد تحول دون نشره، أما الاعتبار الثاني الذي يسمح للإذاعة بالتفوق في هذا المجال فهو اعتبار تاريخي يتعلق بمراحل من تاريخ الإذاعة والتي كانت فيها هذه الأخيرة مؤسسات حكومية تابعة لأنظمة دكتاتورية ومتسلطة جعلت من الإذاعة أذرا إعلامية لها، هذا الدور جعل الإذاعة تتسم بالانضباط والالتزام المهني الكبير، على الرغم من بعض الأدوار الدعائية المغرضة التي انخرطت فيها الإذاعة خدمة لهذه الأنظمة، إلا أن هذه الأدوار كانت في إطار التزام مهني وواجب سياسي في ذلك الوقت، ومازال هذا الانضباط والالتزام تقليدا دأب القائمون على المؤسسات الإذاعية في العالم على الالتزام به حتى أضحى ميزة من ميزات المؤسسة الإذاعية.

– الأداء الممتاز للمسؤوليات الاجتماعية في الكوارث والأوضاع الإستثنائية:

حيث لطالما مثلت الإذاعة مؤسسة مواطنة بامتياز، حيث معروف عنها تأدية مهام كبيرة في إطار التحسيس والتعبئة، أثناء المحن والكوارث، ولطالما كانت قريبة من المواطن في هذه الظروف، في حين نجد أن وسائط الإعلام الجديد تميل في كثير من الأحيان في الظروف الاستثنائية إلى التهويل الإعلامي وتصبح منبرا للإشاعات ولمختلف أشكال التعاطي السلبي مع الأزمات، بيد أن هذه الوسائط والفضاءات لطالما مثلت رمزا للفردانية والتحرر من الالتزامات الاجتماعية، ولعل أدوار الإذاعة خلال هذه الفترة بالذات والتي تشهد حالة طوارئ عالمية بسبب تفشي فيروس "كورونا" قد توضح بشكل جلي قدراتها وأدوارها في هذا المجال من خلال دراسات مستقبلية قد تجرى حول هذا الموضوع، ولعل تميزها كمؤسسة مواطنة تتمتع بحس عالي من المسؤولية الاجتماعية ينبع من ميزتي الانضباط والالتزام المهنيين والاعتبارات التاريخية سابقة الذكر، وفي هذا السياق تقول المديرية العامة لمنظمة الأمم المتحدة للثقافة والتربية والعلوم – اليونسكو – إيرينا بوكوفا في رسالة لها بمناسبة اليوم العالمي للإذاعة (الراديو) سنة 2017: (موقع BBC News Arabic ، 2017) "تعد الإذاعة في الأوقات العصيبة والأحوال العسيرة، المحفل الدائم القادر على الجمع بين مختلف الأفراد والجماعات و تظل في جميع الأحوال والأوقات، سواء أكنّا في طريقنا إلى

العمل أم في مكاتبنا أو منازلنا أو حقولنا، وسواء أكنّا في زمن السلم أم الحرب أم في حالات الطوارئ، مصدراً مهماً للغاية للمعلومات والمعارف عابراً مختلف الأجيال والثقافات".

– محلية الإذاعة وعالميتها:

حيث استطاعت الإذاعة وبشكل غريب أن توطن نفسها كوسيلة إعلامية محلية بامتياز، وفي نفس الوقت نجدها تعمل بكفاءة عالية في الانفتاح على القضايا العالمية والقضايا الإنسانية المشتركة، فمحلياً نجد أن الإذاعة، ممثلة في فروع الإذاعات المحلية والجهوية، هي الوسيلة الإعلامية الأقرب لمعالجة القضايا ذات النطاق المحلي، وتتعزز مكانتها في هذا المجال عند الحديث على المجتمعات النامية والأقل تطوراً والتي ترتبط بهذه الإذاعات ارتباط وثيق، حيث يعد الاستماع إلى محطة إذاعية أجنبية أمراً غير مألوف عندما تكون وسائل الإعلام المحلية أكثر حرية وتوفر ما يرغب معظم السكان المحليين في سماعه، فوفقاً لأبحاث الجمهور التي أجرتها هيئة الإذاعة البريطانية بي بي سي: (unesco، 2013) "وجدت أن معظم الحالات التي حققت فيها بي بي سي نسبة جماهيرية كبيرة (20٪ وأكثر) خارج بريطانيا، كانت خيارات الخدمات الإذاعية المحلية المتاحة مقتصرة على 5 محطات إذاعية أو أقل، وفي حالة زيادة الخيارات الإذاعية المحلية المتاحة أمام الجماهير فإن نسبة جماهيريتها تنهار"، وهذا ما يبرز أهمية السمة المحلية للإذاعة.

– عاطفة الصوت البشري وتطوير ملكة المخيال لدى المستمع:

حيث أن اعتماد الإذاعة على الصوت فقط كمكون وحيد لمضامينها الإعلامية وكوسيلة سمعية، قد يجعل من الصوت ذو قوة تأثيرية كبيرة لدى المتلقي، ونخص بالذكر هنا الصوت البشري بما يعبر عنه من لغة ومستوياتها اللسانية وما يعكسه من سمات سيميولوجية في نبرة الصوت ومستويات الأداء الصوتي، فافتقار تعاطي المتلقي مع المضامين الإعلامية الإذاعية على حاسة السمع فقط، يجعله في حالة شعورية مميزة وينمي خياله إزاء المواقف الاتصالية التي يتلقاها، فيصبح خياله هو المصدر الوحيد المشكل للصور الذهنية، فيحول الأفكار التي يسمعها إلى صور في ذهنه بما يلائمه دون قيد أو تقييد لملكة الخيال لديه، فتصبح الصورة في هذا الموقف نتاجاً لما يتوافق مع الاستعدادات الفردية المميزة لكل متلقي وفقاً للمخيال الذي يلائمه.

وبالحديث عن هذه الميزة، فقد جاء في افتتاحية رسالة اليونسكو السنوية لعام 2020: (باردون،

2020) "رغم التطورات التي شهدتها في السنوات الأخيرة، تبقى الإذاعة ذلك الصوت الذي لا يمكن تعويضه والذي يُؤثّر وحدتنا ويُشعرنا بأنه يتحدث إلينا وحدنا في حين أنه يتحدث إلى جموع مُتعدّدة، ففي عالم غزته الشاشات، يبدو من المفارقة أن تستفيد الإذاعة بما ليس من خصوصيتها وهي "الصورة"، كما لاحظت رسالة اليونسكو في افتتاحية العدد الذي خصصته للإذاعة في فبراير 1997، وهي ملاحظة لم تفقد شيئاً من مغزاها رغم مرور الزمن، فللميزة الرئيسية للصورة التليفزيونية – الظهور كنسخة من الواقع – هي التي تُمثّل عيبها الرئيسي: ذلك السحر الذي يكبح خيالنا ويحدّ من قدرتنا على أخذ

المسافة من الأشياء، وهذا هو السبب الذي يجعلنا نحتاج دائماً إلى صوت خالٍ من الصورة حتى يبقى لنا الحق في أن نحدد بأنفسنا، كل صباح، المعنى الذي يجب أن نعطيه لأخبار العالم".

كما أن اعتماد الإذاعة على الصوت فقط يجعل من الحيز الإعلامي للتلقي لدى المستمع يتسع، وذلك أنه يستطيع تلقي المضامين الإذاعية دون أن يتفرغ بالشكل التام لها، فيستطيع المتلقي بهذا أن يستمع للبرامج الإذاعية، وهو يؤدي أعماله اليومية، أو يقود سيارته للعمل، وهذه ميزة فريدة لا توفرها أي وسيلة إعلامية أخرى.

– سهولة النفاذ للإذاعة:

حيث أن الإذاعة لا تكلف الكثير لمن يريد أن يتلقى برامجها، وكذا فقد تميزت بأنها وسيلة إعلامية موجهة لكل شرائح المجتمع بغض النظر عن المستوى التعليمي لها، على عكس الإعلام الجديد الذي يتطلب ربطا بالنت، وكذلك معرفة فيما يتعلق بكيفية التعامل مع التقنيات التكنولوجية المتعلقة به، أو برامج التلفزيون التي تتطلب جهاز تلفزيون غالي التكلفة وجهاز استقبال للقنوات التلفزيونية، أو اشتراكات مدفوعة للقنوات الكابلية، وربما ربطا بالإنترنت، وحتى الصحف فهي تستلزم أن يدفع المتصفح ثمنها نقدا كل يوم، وتستلزم أيضا معرفة القراءة وقدر من المعارف والقدرات اللغوية، هذا ويعتبر انعدام التكلفة المرتبط بخيار الإذاعة عاملا آخر لانتشارها الواسع، وفي هذا الصدد فقد استفادت الإذاعة من غياب الإمكانيات التقنية التي تمكن من الاستفادة من باقي وسائل الإعلام في الدول النامية والأقل تطورا وحتى في بعض المناطق النائية لدول تصنف ضمن مستويات لا بأس بها من التطور.

– الإذاعة وسيلة تعليمية بامتياز:

حيث تؤدي الإذاعة أدوارا كبيرة في هذا بشهادة المختصين في هذا المجال، حيث تعكس التقارير والإحصائيات التي تقوم بها المنظمات العالمية التي تعنى بشؤون التعليم والتنمية البشرية قدرات كبيرة للإذاعة في هذا المجال، فأبرز تقرير لليونيسكو لعام 2013: (unesco، 2013) "الأدوار التعليمية والتوعوية للإذاعة من خلال عرضه لنتائج توصل إليها كل من (كيفن بيركنز، دوغ وارد، مارك لوكير) في الدراسة التي نشرتها "راديو فارم أنرناشيونال" والمعنونة ب الحملات الإذاعية التشاركية والأمن الغذائي: كيف يمكن للإذاعة أن تساعد المزارعين على اتخاذ قرارات مستنيرة؟ خلصت الدراسة إلى أن المزارعين المنحرفين في تصميم وتطوير البرامج الإذاعية الزراعية يستفيدون بنسبة 50 في المائة تقريبا من الممارسات الزراعية التي يُعتبر أنها تحسن أمنهم الغذائي بالمقارنة مع المستمعين السلبيين، بالإضافة إلى هذا فقد أشار تقرير الرصد العالمي للتعليم للجميع، سنة 2012، أن أجهزة الراديو تعد إلى جانب الهواتف المحمولة واحدة من أكثر أشكال التكنولوجيا سهولة في الوصول إليها، حيث تغطي أكثر من 70 بالمائة من سكان العالم، ويمكن أن يكون التدريب عن طريق هذه التكنولوجيا مفيدا بصفة خاصة للنساء اللائي يُمنعن من حضور الفصول الدراسية المقررة بانتظام".

ولهذا السبب استغلها أصحاب المبادئ المهيجة لعواطف الجماهير، ممن يعرفون باسم "الشعبيين". وكان هذا اتجاهها جليا في الحملات التي سبقت استفتاء خروج بريطانيا من الاتحاد الأوروبي، وحملة الرئيس الأمريكي رونالد ترامب، وحملات اليمينيين المتشددين في أوروبا التي لا تزال دائرة حتى الآن ، (العشري، 2017)، مما يعكس القوة التأثيرية الكبيرة للإذاعة على المجتمعات.

إن هذه الميزات التقليدية للإذاعة ليست السبب الوحيد الذي مكناها من الاستمرارية والحفاظ على مكانتها الجماهيرية، حيث أن تكيفها مع مقتضيات البيئة الإعلامية الجديدة يعتبر عاملا رئيسا في هذه الاستمرارية، حيث نجد أن الإذاعة قد استفادة من التطور التكنولوجي ليس فقط في مجال تكنولوجيات الإعلام والاتصال، بل حتى في مجال تكنولوجيات الإنتاج، واستغلت هذه التطورات للرفع من مستوى أدائها في ظل هذه البيئة الإعلامية والاتصالية الجديدة والمتغيرة، فاستخدمت التكنولوجيا في عملية الإنتاج والبت والتسويق والدعاية...، ففي دراسة نشرتها راديو فارم إنترناشيونال : (unesco, 2013) بعنوان؛ العصر الجديد للإذاعة، كيف تغير تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الإذاعة الريفية في أفريقيا؟، خلصت الدراسة إلى أنه يمكن للتنبهات النصية القصيرة الأسبوعية المرسلة إلى هواتف المستمعين قبل 30 دقيقة من البث أن تعزز مستمعي الحملة الإذاعية بنسبة تصل إلى 20%.

كما أن الإذاعة جعلت من وسائط الإعلام الجديد مكملا لها، حيث استغلت المؤسسات الإذاعية الفضاء السيبراني للترويج لمحتوياتها وحتى كسوق جديدة لتوسعة بيئة نشاطها التقليدية، حيث نجد اليوم أن المؤسسات الإذاعية تولي أهمية بالغة لفتح وإدارة مواقع إلكترونية خاصة بها، حيث تشكل هذه المواقع واجهة تجارية وترويجية لهذه الإذاعات تعمل من خلالها لتحقيق العديد من الأهداف المختلفة، حيث تشكل هذه المواقع أداة لتعريف الجماهير بمختلف البرامج والمضامين الإذاعية التي تبثها المؤسسة، كما تشكل هذه المواقع منصات تفاعل مثلى لتحقيق رجع صدى من الجماهير بما يستخدم لتحسين الأداء الإعلامي لهذه المؤسسات وتلافي أي جوانب من القصور في منظومتها البرمجية تبعاً لما يبيده جمهورها من آراء وانتقادات، بالإضافة إلى هذه الوظائف فإن المؤسسات الإذاعية تعتمد من خلال مواقعها الإلكترونية إلى وضع مواد مسجلة من برامجها على هذه المواقع بالشكل الذي يتيح لجماهيرها الإطلاع عليها في أي وقت يريدونه، كما تشكل المواقع الإلكترونية الرسمية للمؤسسات الإذاعية سوق إشهار خصبة توفر عائدات مالية إضافية، بالإضافة إلى كونها تستقطب المعلنين لحجز مساحات إشهارية في المنظومة البرمجية للإذاعة، وبالإضافة إلى هذه الوظائف التي تؤديها المواقع الإلكترونية للمؤسسات الإذاعية فإن العديد من المؤسسات الإذاعية العالمية تقدم خدمات إضافية، منها اهتمامها بالبحث العلمي فتجدها تعنى بالدراسات والأبحاث التي تتمحور حول الإذاعة والجدليات الدائرة حول الإعلام التقليدي والجديد، وكذا الإشكاليات البحثية المرتبطة بالتكنولوجيات الجديدة للإعلام والاتصال، ومن الأمثلة على ذلك الموقع الإلكتروني لإذاعة البي بي سي البريطانية.

كما نجد اليوم أن المؤسسات الإذاعية تستغل مواقع التواصل الاجتماعي للتموقع في البيئة الاتصالية الجديدة، فحدها تفتح صفحات عبر مختلف فضاءات التواصل الاجتماعي وتولي أهمية كبيرة لتحديث منشوراتها بالشكل الذي يجعلها في تواصل دائم ومستمر مع جماهيرها، حيث تشكل هذه الصفحات الرسمية بعدد مشتركها وعدد تعليقاتهم على منشوراتها وعدد الإعجابات والتفاعلات، أداة لقياس مدى شعبية هذه المؤسسات ومدى رضا جماهيرها عن أدائها المهني وبرامجها ومضامينها الإعلامية، ونجد أن هذه الفضاءات السيبرانية تشكل أبعادا جديدة للعمل الإعلامي الإذاعي من خلال ابتكار المؤسسات الإذاعية لأساليب جديدة تمكنها من الاستمرارية وتلبية متطلبات البيئة الإعلامية الحالية، فجد مثلا أن المؤسسات الإذاعية أو المذيعين يعملون على تصوير الحصص الإذاعية بتقنية البث المباشر التي يتيحها موقع الفاييس بوك وبالتالي ينقلون الحصص الإذاعية صوتا وصورة في مساحة إعلامية جديدة بالشكل الذي يفتح آفاقا جيدة لهم، ففي هذا الإطار تقوم "مادلين شقلية"، الإعلامية و المقدمه في تلفزيون القدس، وعلى راديو ألوان، بعمل بث مباشر على فاييسبوك أثناء تقديمها لبرنامجها على الراديو، و عن السبب في قيامها بعمل اللايف هذا تقول: (شنيو، 2018) "البث المباشر يعتبر وسيلة للانتشار بشكل أسرع وخصوصاً للعاملين في الراديو، فليس الجميع يسمعك على الراديو، الراديو يسمعه فئة معينة ومحاولتي للخروج ببث مباشر للوصول لأكثر عدد من الجمهور، وفعلا كانت التجربة ناجحة جداً، فالخروج في بث مباشر هو أمر مثير جداً لتقليل المسافات بين وسائل الإعلام التقليدية والحديثة و يحدث تفاعل أكبر ويمكنك قراءته أثناء العمل لذي تقوم به على أي وسيلة كانت".

كما استفادت الإذاعة من التكنولوجيا من خلال تنوع مصادر بثها، ففي الوقت الراهن يمكن للإذاعة أن تبث برامجها ليس فقط عبر موجات ال "FM" أو "AM" بل يمكن التقاط برامجها عبر الساتل أو الأنترنت، كما تتعدد أيضا وسائط تشغيلها، حيث يمكن متابعة البث الإذاعي عبر المذياع المنزلي، أو عبر التلفزيون أو الهاتف أو المذياع المحمول، أو مذياع السيارة، أو الكومبيوتر المحمول...، وعلى الرغم من هذا تبقى الطرق التقليدية الأكثر رواجاً، حيث يوضح تقرير لليونيسكو نشر عام 2013، طرق استخدام الإذاعة، حيث خلص التقرير إلى أن: (unesco، 2013) "الاستماع إلى الراديو عبر موجات AM / FM يمثل ما نسبته 86% من مجموع وقت الاستماع الكلي عن طريق باقي الوسائط لدى البالغين الذين تتراوح أعمارهم بين 25 و 54، بمعدل ثماني مرات أكثر من الاستماع للراديو عبر الأقمار الصناعية وسبع عشرة مرة أكثر من استخدام الإنترنت لسماع الراديو".

ومن الأمثلة الحية لاستفادة الإذاعة من التكنولوجيات الرقمية وتكنولوجيا الواب، تطبيق Radio Garden الذي يتيح للمستخدم الوصول لأي إذاعة في العالم خلال ثوان معدودة، ظهر هذا التطبيق خلال الأيام القليلة الماضية، وانتشر بسرعة البرق بين الناشطين العرب على شبكة التواصل الاجتماعي خصوصا الواتس أب، والتطبيق عبارة عن موقع ويب يمكنك من الوصول إلى كافة إذاعات العالم خلال

ثوان معدودة بدون معرفة اسم المحطة الإذاعية، بل يكفي أن تصل إلى خارطة القُطر أو المدينة الذي تبث منه الإذاعة لتجد المحطات العاملة على شكل نقاط خضراء مضيئة، ومن المؤكد أن المحطة بحاجة إلى الارتباط بالبرنامج قبل أن تظهر على خارطة البرنامج العالمية التي تشبه تطبيق Google Earth، وبالقائه نظرة سريعة على خارطة العالم عبر البرنامج يمكن ملاحظة العدد الضخم من إذاعات أوروبا وأمريكا الشمالية تظهر في البرنامج وكأنها مجرات سماوية مضيئة بحيث يصعب إحصاء عددها، بينما تغيب معظم الإذاعات العربية عن البرنامج باستثناء: ثلاث إذاعات في الإمارات العربية المتحدة، إذاعة سعودية من الرياض، وإذاعة هندية من البحرين، وواحدة من الأردن وأخرى في شمال سوريا، وواحدة في مصر، وثلاث إذاعات تونسية، ومحطتين من الجزائر، وخمس في المملكة المغربية، يعتقد أن مثل هذا البرنامج السهل سيشكل دعماً كبيراً للبث الإذاعي، وهذا ما يعزز من فرضية أن تكنولوجيا الاتصال والمعلومات الحديثة تفتح فرصاً مهمة أمام وسائل الإعلام التقليدية من أجل الاستمرار وتحسين الأداء وتوسيع دائرة الانتشار... يمكن ملاحظة أن الميزة الكبيرة للبث عبر هذا البرنامج هو الدقة العالية في الصوت، إضافة إلى سرعة الالتقاط، وهذا ما لم توفره تقنية البث عبر موجات FM التي ظل معمولاً بها عبر التكنولوجيا الرقمية، لكنها كانت تعاني من بعض المشكلات وأهمها ندرة الترددات الكافية لكل الإذاعات المتكاثرة يوماً بعد يوم، وسيكون من تداعيات هذه النقلة المهمة في البث الإذاعي العديد من الآثار، منها ما يتعلق بالمرجعيات الثقافية وتعزيزها من خلال المتابعة للبرامج الإذاعية المختلفة عبر العالم، أو ما يمكن إدراجه في نطاق التواصل الثقافي بين الشعوب، ثم زيادة التنافسية في البث الإذاعي بحيث تتخطى هذه المنافسة الحدود الوطنية أو الإقليمية، تماماً كما وقع الأمر ذاته في البث الفضائي فلم تعد محطات البث الوطنية (الرسمية) هي المصدر الأهم للأخبار والمعلومات والترفيه، بل إن خيارات المستمع سوف تكون مفتوحة وبلا حدود. (أبو الحمام، 2018)

ويعتبر هذا البرنامج مثالا ممتازاً عن استفادة الإذاعة من التطورات التقنية والتكنولوجية الجيدة، التي كان استخدامها والاستفادة منها إلى وقت قريب، حكراً على أشكال الإعلام الجديد، حيث يعتبر تكيف الإذاعة مع المتطلبات التكنولوجية والتقنية للبيئة التواصلية الجديدة أمراً حتمياً لاستمراريتها، وفي هذا الصدد وفي كلمة للإذاعية البلغارية العاملة في "بي بي سي وممثلة اتحاد جنوب شرقي آسيا" ناتاليا ايليفا، في ندوة مستقبل "الإذاعة عام 2020" في مهرجان العربي للإذاعة والتلفزيون، في مداخلة لها كانت بعنوان: "الإذاعة التي لا تذيع: التطورات التكنولوجية المرتقبة وانعكاساتها على مستقبل الإذاعة" تقول: (مجلة اتحاد كتاب الإنترنت المغاربة، 2012) "إنه لا أمل للراديو إلا بإيجاد صيغة جديدة للتعامل مع مستمعيه والاستفادة مما تقترحه الإنترنت، وعبرت عن تفاؤلها بمستقبله طالما أصبح يضبط علاقته بالمستمعين ويوفر خدمات ومواد جديدة وينطلق من الشارع ومن الاهتمامات القريبة من الحياة اليومية للمواطن والبعيدة عن السياسة".

المبحث الثالث: الصحافة المطبوعة

الصحيفة، هي كل سطح رقيق يكتب عليه، وجمعها صحائف وصحف، والصحيفة والجريدة هي إضمامة من الصفحات أو مجموعة منها، تصدر في مواعيد منتظمة وتحمل في طياتها مادة خبرية وثقافية في السياسة والاجتماع والاقتصاد والعلم والثقافة والفنون والرياضة، والذي يعمل بهذه المهنة يسمى صحفياً وصحافياً. (سعد الدين، 2015، صفحة 06)

وتعتبر الصحافة المطبوعة من أهم وسائل الإعلام التقليدية، والتي لطالما ارتبط ذكر جمهورها بوصف المثقفين، حيث شكلت قراءة الجريدة وعبر مراحل زمنية متلاحقة صورة سيميولوجية لها دلالة مميزة على قدر معين من الثقافة التي يحملها القارئ لصفحاتها، كما ارتبطت أيضاً على قدر معين بالنخبة، وبشر الوعي والثقافة، وربط العلاقة بين المتغيرات الرئيسية محل البحث في هذه الدراسة يحتم علينا أن نفصل في واقع الصحافة المطبوعة اليوم، وكذا الأدوار السوسيوثقافية التي تؤديها هذه الوسيلة الإعلامية التقليدية في المجتمع.

1- التجليات الراهنة للصحافة المطبوعة ورهانات المستقبل:

تعرف الصحافة الورقية في الوقت الراهن أزمة تراجع حادة، وقد بدأت هذه الأزمة مع بداية انتشار الصحافة الإلكترونية وزيادة عدد البشر الذين يملكون قدرة النفاذ إلى شبكة الأنترنت، حيث غيرت الثورة التكنولوجية من العادات لدى جماهير وسائل الإعلام بالشكل الذي جعلهم يتحولون تدريجياً إلى تفضيل الإلكتروني على المطبوع، ويعزو هذا التفضيل، إلى ما توفره البيئة الرقمية من مغريات في هذا المجال، يأتي على رأسها مجانية الحصول على المعلومة، والخيارات اللامتناهية من المصادر الإعلامية التي توفرها هته البيئة، هذا الواقع أدى إلى تخلي تدريجي عن ثقافة المطالعة على الورق في ما يتعلق بالمضامين الإعلامية، وما فتئت هذه الفجوة الجديدة بين القار والمطبوع تتسع جيلاً بعد جيل، هذا ما أدى إلى تراجع كبير في سوق الصحافة المطبوعة.

ومع التطور الهائل الذي لحق بوسائل الاتصال وتكنولوجيا المعلومات؛ تغيرت خريطة المنافسة في عالم الصحافة التي بدأت تتحول إلى متغيرين مختلفين؛ هما: الصحف الورقية، والإلكترونية، بعد أن كانت هذه المنافسة تقتصر على الورقية بين بعضها فحسب، واكتسب هذا النوع الجديد من الصحافة أهمية بالغة منذ ظهوره أوائل التسعينيات من القرن الماضي، وتزايدت أهمية الصحافة الإلكترونية مع توالي الأعوام وانتشار الإنترنت، وتضاعف أعداد مستخدميه، فأصبحت غالبية المؤسسات الصحفية على الصعيدين العالمي والعربي، تمتلك مواقع إلكترونية لمطبوعاتها الورقية، لكن الجديد هو ظهور نوع جديد من الصحف غير التقليدية، وهو ما عُرف ب(الصحف الإلكترونية)، التي يقتصر إصدارها على النسخة الإلكترونية دون المطبوعة، ويعود صدور أول نسخة إلكترونية في العالم إلى عام 1993م؛ حيث أطلقت صحيفة سان

جوزيه ميركوري الأمريكية نسختها الإلكترونية، تلاها تدشين صحيفتي (ديلي تليغراف والتايمز) البريطانيتين لنسختهما الإلكترونية عام 1994م، وعربيًا أصدرت أول صحيفة عربية نسختها الإلكترونية منذ أكثر من ثلاثة عشر عامًا وهي صحيفة الشرق الأوسط الصادرة من لندن، تزامن معها إصدار النسخة الإلكترونية لصحيفة النهار اللبنانية، وتُعد صحيفة إيلاف التي صدرت في لندن عام 2001م أول صحيفة إلكترونية عربية، أما اليوم وبعد مرور كل هذه السنين على هذه التجربة لا نكون مبالغين حين نقول: إن بإمكان متصفح الإنترنت العربي العثور يوميًا على المزيد من الصحف الإلكترونية العربية الوليدة، لم تتعد أعمارها الأيام أو الأشهر، فعلى الرغم من انخفاض نسبة قراءة الصحف بشكل عام - وفقًا للدراسات في هذا المجال - فإن عدد قراء الصحف الإلكترونية - كما تشير الدراسات نفسها - في ازدياد مستمر، ويوضّح تقرير صدر عن مركز بيو للأبحاث مؤخرًا تناول تحديات الصحافة الورقية والإلكترونية ومستقبله م، أن مزيدًا من الأمريكيين يتجهون إلى الإنترنت لمعرفة الأخبار، في مقابل انخفاض قراءة الصحف المطبوعة أو الورقية. (الجمعيدي، 2015)

وفي هذا الصدد ينقل الكاتب السعودي "سعيد الفرحة الغامدي" في مقال له في موقع المدينة الإلكترونية (2019): (الغامدي س.، 2019) أنه خلال رحلة له إلى باريس وكندا في المدة الأخيرة، قد لاقى صعوبة في الحصول على صحيفة ورقية من صحف شهيرة عالمياً، مثل "نيويورك تايمز" و"ول ستريت جورنال" و"التايمز اللندنية"، وتساءل حول ما إذا كان ذلك مؤشر إنذار بأن الصحافة الورقية تختصر، خصوصاً وأن الواقعة منقولة من مدينتين غربيّتين تشهدان حركية ثقافية كبيرة كباريس وتورنتو، كما تحدث عن تطور تداعيات وضع الصحف الورقية عالمياً، ومنها إعلان شركات النشر والتوزيع توقفها عن توزيع الصحف لبعض المناطق لانعدام الجدوى الاقتصادية وتدني مستوى توزيع وبيع الصحف المحلية والاعتماد على التصفح من خلال المواقع الإلكترونية وتقليص الدعم الحكومي كمؤشر آخر على الصعوبات التي تعاني منها الصحافة الورقية اليوم.

كل هذا أثر بشكل واضح في واقع الصحافة الورقية اليوم، ولقد رأينا كيف توقفت صحيفة (ذي لندن بيبر) المسائية المجانية عن الصدور بعد ثلاث سنوات من انطلاقتها وتوزيعها نصف مليون نسخة يوميًا في مركز العاصمة البريطانية ومحطات القطارات، وكانت تتلقفها الأيدي من 700 موزع منتشرين في لندن مجانًا مساء كل يوم، فيما يتركها القراء في القطارات لغيرهم في تقليد عن شيوع القراءة بين المسافرين، كما ذكرت مصادر في إدارة الصحيفة التابعة لشركة الملياردير "روبيرت مردوخ"، أنها خسرت 21.2 مليون دولار أمريكي لغاية السنة المالية المنتهية في حزيران/يونيو 2008، وقالت: إنها ستبلغ العاملين فيها والبالغ عددهم 60 موظفًا وصحفيًا بأمر الإغلاق، وقبلها تم إغلاق أكثر من مئة صحيفة محلية في بريطانيا، بسبب تفاقم الأزمة الاقتصادية والمنافسة الحادة مع الإعلام الإلكتروني، كما تنوي المجموعة الأمريكية الإعلامية (نيوز كورب) التي أعلنت تسجيلها خسائر، فرض رسوم على قراء نسخها

الإلكترونية، وهو قرار قد يدفع بحسب رئيسها روبرت مردوخ إلى تغيير في مبدأ مجانية الإعلام على الإنترنت، وفي العالم العربي نرى مجلة (الأسبوع العربي) التي تصدر منذ 55 عامًا، تتحول إلى النسخة الإلكترونية، نتيجة المشكلات المالية وعوائد التوزيع والإعلان نتيجة تبعات (الثورات العربية) منذ 2010م، وكذلك فإن مجلة الآداب اللبنانية التي تصدر منذ 1953 توقفت عن الإصدار الورقي في عام 2012، وأصبحت تصدر فقط إلكترونيًا ، وقد لجأت مجموعة كبيرة من الصحف ذائعة الصيت إلى تقليص أرقام توزيعها وإلغاء آلاف الوظائف وتسريح عدد كبير من العاملين فيها، بينها صحف واسعة الانتشار، مثل (شيكاغو تريبيون)، و(بوسطن جلوب) و(أنجلوس تايمز)، وحتى المجلة الأوسع انتشارًا في العالم، وهي مجلة تايم الأمريكية الشهيرة، وثمة صحف أخرى، تحولت إلى صحف رقمية، مثل (كريستيان ساينس مونيتور) التي ألغت طبعتها الورقية منذ العام 2008، واكتفت بنسخة رقمية على موقعها على شبكة الإنترنت، وأعلنت (مجلة نيوزويك) الأسبوعية الأمريكية الشهيرة التي تسدل الستار على 80 عامًا كمجلة مطبوعة توقف نسختها الورقية عن الصدور، وبداية عصرها الرقمي، وكشفت مؤخرًا عن غلاف نسختها الأخيرة بالأبيض والأسود، وفيه يظهر مقرها الرئيسي في مدينة مانهاتن مع عبارة # Last Print Issue المستوحاة من نمط التغريدات في تويتر، وفي ذلك إشارة إلى انتصار الإعلام الجديد بمعركة جديدة على منافسه الورقي ، وسبق (نيوزويك) مطبوعات أخرى منها ما أغلق بشكل كامل مثل مجلة (لوس أنجلوس تايمز)، ومنها ما تحول إلى الصيغة الرقمية مثل مجلة الكمبيوتر الشهيرة (بي سي ماغازين).، كما توقفت مجلة (يو أس نيوز أند ريبورت)، وهي الثالثة الأوسع انتشارًا في أمريكا في العام 2010، إضافة إلى المئات من الصحف المحلية الأمريكية، التي اختفت عن الوجود نهائيًا ، وتشير الإحصاءات، إلى أن عدد الوظائف في الصحافة الورقية الأمريكية قد تقلص بحوالي 30% منذ عام 2008، ومن المتوقع أن تستمر هذه العملية بوتائر أسرع في المستقبل المنظور ، ولم تقتصر الأزمة على الولايات المتحدة، ففي بريطانيا تم إغلاق صحيفة (ذي لندن بيبر) بعد الإعلان عن إغلاق أكثر من مئة صحيفة محلية لفشلها في التكيف مع ظروف المنافسة الحادة مع الإعلام الإلكتروني. ويبدو، أن صحيفة (الغارديان) اليومية، واسعة الانتشار على وشك إيقاف القطاع المطبوع من الصحيفة وملحقها الأسبوعي الأوبزيرفر نظرًا لتكبد هذا القطاع خسارة تقدر بحوالي 44 مليون دولار سنويًا. (الجمعيدي، 2015)

ويوما بعد آخر يزداد انحسار الصحافة الورقية أمام الصحافة الإلكترونية التي بات حضورها اتجاه عالمي بين الصحف مع تنامي استخدام الإنترنت وخاصة مواقع التواصل الاجتماعي، وهذا ما فرض على الكثير من الصحف التحول من الشكل المطبوع إلى الشكل الإلكتروني كما هو الحال مع ذي صن"، "ديلي مايل"، "ذي تايمز"، "ذي غارديان"، "ديلي تلغراف"، نيويورك تايمز، واشنطن بوست وغيرها من عمالقة الصحافة العالمية، وكانت "ذي اندبندنت" قد استغنت عن صحيفتها الورقية وحصرت إصداراتها

بالنسخة الرقمية، بعد التدهور الكبير في مبيعاتها خلال السنوات الأخيرة، حسب ما أعلن مالكيها، ولم يكن الإعلان مفاجئاً للكثيرين الذين كانوا يراقبون الأداء المتراجع للأندبندنت خلال السنوات الأخيرة، فبعد أن حققت الصحيفة في الثمانينيات طفرة في المبيعات وصلت إلى 428 ألف نسخة يوميا، انهارت مبيعاتها إلى أقل من 28 ألف نسخة في منتصف الأسبوع خلال العامين الماضيين، وعلى الصعيد نفسه تتجه أكبر صحيفة في إسبانيا لوقف النسخة المطبوعة، فقد قال رئيس تحرير صحيفة "البابيس" الإسبانية صاحبة أكبر توزيع في البلاد إن الصحيفة تتجه لوقف نسختها المطبوعة والاكتفاء بالموقع الإلكتروني وهو اتجاه عالمي بين الصحف القومية تحت ضغط من تنامي استخدام الإنترنت، في سياق ذاته أعلنت "ساوث تشاينا مورنينغ بوست" التي تعتبر من أبرز الصحف الناطقة بالانكليزية في هونغ كونغ أن عملاق الإنترنت الصيني "علي بابا" سيدفع 266 مليون دولار للاستحواذ عليها، في خطوة أثارت مخاوف من أن تؤدي لفقدانها استقلاليتها، وأما صحيفة "واشنطن بوست"، فبعدما كانت تبيع في أيامها الذهبية حوالي مليون عدد يوميا، باتت مبيعاتها حاليا تقارب 400 ألف عدد كل يوم، إلا أن الموقع الإلكتروني للصحيفة بات من أكثر المواقع الإخبارية تصفحا عبر الإنترنت مع حوالي 67 مليون قارئ من حول العالم (الأسدي، 2018)

وفي فرنسا، توقفت جريدة فرانس سوار عن الصدور منذ شهر تشرين الثاني/نوفمبر 2011، واكتفت بنسخة على الإنترنت، وكانت إلى عهد قريب مؤسسة إعلامية مرموقة، عمل فيها مجموعة كبيرة من الإعلاميين على مستوى العالم، وفي إسرائيل توقفت صحيفة (معاريف) عن توزيع طبعتها الورقية في الثالث من أيلول/سبتمبر العام الماضي مع استمرار نسختها الإلكترونية على شبكة الإنترنت، هذا ما جعل الصحافة المطبوعة تدخل على غرار باقي وسائل الإعلام التقليدية تحت طائلة "أحداث النهايات"، حيث يقول مؤلف كتاب (النهاية الحتمية للإعلام الورقي) فيليب ماييرز، أن آخر مطبوع ورقي سيصدر في عام 2043. (المعيدي، 2015)

في الجزائر فإن واقع الصحافة المكتوبة يمكن وصفه بالسيئ، حيث يعاني الصحفيون من آفاق مسدودة في ظل تدني الأجور، وأوضاع مهنية مهينة، إلى جانب معاناة المؤسسات الإعلامية من أزمت مالية عصفت بالكثير منها ودفعت العديد منها إلى تجميد عملياتها بشكل كبير أو حتى إغلاق أبوابها. ففي أغسطس/ أوت الماضي، وبعد مرور 22 عاما من صدور قرار إدارة صحيفة "لاترييون" الناطقة بالفرنسية غلق أبوابها، وتسريح جميع عمالها بسبب الأزمة المالية التي تعيشها في ظل المتاعب المالية الناتجة عن الضرائب، وديون المطابع، وتراجع عائدات الإعلانات، وعلى الرغم من أن غلق الصحيفة العريقة شكل صدمة في الوسط الإعلامي الجزائري، إلا أنه في حقيقة الأمر، كان متوقعا، حيث أن قطاع الإعلام هو واحد من العديد من القطاعات الأخرى التي عصفت بها الأزمة الاقتصادية التي تجلت في حالة التقشف وتراجع مداخيل البلاد، إثر تهاوي أسعار النفط في السوق الدولية بداية من 2014.

وبعد اندلاع الأزمة، أعلن وزير الاتصال السابق، حميد قرين، تقليص حجم الإعلانات الصادرة من المؤسسات الحكومية بنسبة 65% خلال عامي 2015 و2016. ونتيجة لذلك، أعلنت 6 صحف قرار الغلق خلال عام 2016، وتم تسريح عدد كبير من الصحفيين. ومنذ ذلك الحين، استمر الوضع في التصعيد، حيث كان لغلق بعض الصحف مثل صحيفة "لا تريبيون" تأثيراً سلبياً على جودة وسائل الإعلام المكتوبة في الجزائر. (the washington institute, 2018)

وبهذا فإن الصحافة المكتوبة في الجزائر تعيش أزمة غير مسبقة، بعد اتساع دائرة الصحف التي تعاني من أزمات مالية لتصل 40 صحيفة أغلبها موالية للسلطة، ووصل الأمر بها إلى التهديد بتعليق الصدور وتسريح الصحفيين، بفعل تراجع الإعلانات والإشهار التي كانت توزعها الوكالة الحكومية للنشر والإشهار، والتي تحتكر منذ أكثر من 15 سنة توزيع الإشهار الحكومي، والتي تستعملها السلطة كورقة ضغط على الصحف والمؤسسات الإعلامية، التي تحاول الخروج من تحت مظلتها، هذا الواقع عجل بغلق خمس صحف يومية، منها يومية "الأحداث" التي علقت صدورها منذ 16 فبراير/شباط المنصرم، كما طلبت العديد من الجرائد من الطاقم الصحافي العامل لديها بالتوقف عن العمل إلى إشعار آخر، بعد عجزها عن دفع رواتب الصحفيين وباقي العمال لعدة أشهر كما هو حال يومية "اليوم" التي ظل بقاء عمالها دون رواتب لـ 5 أشهر. (كحال، 2016)

بالإضافة إلى هذا فالصحافيين العاملين في قطاع الصحافة المكتوبة في الجزائر، يكونون أكثر عرضة لتضييقات ومتابعات قضائية، كيفت العديد من المساهمات الصحفية في الجرائد الوطنية، كتجاوزات وانتهاكات قانونية جرت العديد من الصحفيين للعدالة، وكانت هذه الممارسات واضحة وبشكل جلي قبل الثورة الشعبية التي غيرت في النظام الجزائري سنة 2019، بالإضافة إلى التضييقات التي تشهدها الصحف من خلال استخدام مداخل الإعلام كأداة ضغط عليها، بحكم أن تنظيم هذه العملية يرجع لهيئة وطنية وحيدة تابعة للدولة.

وجاء في مقال لجريدة الخبر الجزائرية في طبعتها الإلكترونية نشر في 2018: "عندما نتوقف عند مؤشرات سحب الصحافة الورقية في الجزائر، فإن أول ما يشدنا هو النسب الكبيرة في تراجع سحب العناوين اليومية، ولا نستثني من هذا التراجع أي عنوان صحفي، حيث يمس هذا الواقع اليوميات كثيرة السحب واليوميات الأقل سحباً. تراجع كبير لمعدلات سحب كل الصحف في الخمس سنوات الماضية، تراجع يتراوح بين 40 و60 بالمائة، وهي نسب تجرد تفسيراتها في العديد من العوامل والأسباب، ويمكن في هذا المجال تحديد أهم عوامل وأسباب هذه الأزمة وأهم تجلياتها في ثمانية عوامل أساسية، وهي ضعف عائدات الإعلانات، والمنافسة الإشهارية غير النزيهة وغير الأخلاقية لبعض القنوات التلفزيونية الخاصة، وسياسة الابتزاز، والكيل المجاني لصحافة الأنترنت، ومنافسة شبكات التواصل الاجتماعي، وانتشار الهواتف الذكية، إضافة إلى تضاعف تكاليف إنتاج الصحف المكتوبة وتقليص العديد من قاعات التحرير

الورقية لعدد الصحفيين والتأخر في دفع أجور الآخرين، ديون الجرائد لدى المطابع العمومية ، و شركات توزيع الصحافة الورقية ، وفشل قاعات التحرير الورقية في تحدي الانتقال نحو الرقمي، فضلا عن عجز استقطاب العناوين الكبرى للأقلام المحترفة بسبب الراتب الزهيد وكثرة الضغط والمتاعب. (بوعاتي، 2018).

ويعطي الاقتباس أعلاه تشخيصا وافيا لمعيقات الصحافة المطبوعة في الجزائر، ومسببات أزمتها، بيد أنها شهادة تأتي من ممارسين للمهنة، وعموما فإن ما قدمه هذا المقال من وجهات نظر ميدانية من ممارسي الصحافة، يتوافق مع ما نظر له الباحثين في تشريحهم لأزمة الصحافة المطبوعة في الجزائر. وبهذا يثور جدل كبير حول مستقبل الصحافة الورقية، وعمما إذا كان لها حظ من البقاء أو التكيف أمام المنافسة العارمة التي تواجهها من المواقع الإلكترونية، وكاميرات الهواتف النقالة، والإعلام الإلكتروني. ويتنبأ بعضهم أن يبدأ انحسار الصحافة الورقية بشكل متتابع في الدول المختلفة، وأن مصيرها في نهاية المطاف الاختفاء، حيث أكد الاقتصادي النمساوي الأميركي "جوزيف شومبيتر" في نظريته "الهدم البناء"، أن طبيعة التكنولوجيا الحديثة هي هدم الأنماط القديمة، والسلع والخدمات، بأخرى أكثر حداثةً وتطورا وقد أبدى إعجابه الشديد بالمنظمين، أو المستثمرين المخاطرين أصحاب الرؤية المستقبلية، والذين يجددون سلعهم والمواد المستخدمة، والوسائل الإدارية، وأسلوب التسويق، كما يتضح من تجارب القرنين الأخيرين، أو منذ الثورة الصناعية الأولى التي بدأت في منتصف القرن الثامن عشر في المملكة المتحدة، أن النمو غير المتوازن ينجم عن الحاجة إلى تطوير الصناعة السلعية والخدمية، بسبب مشكلات تواجه الإنتاج، أو رغبة في إيجاد سلع وخدمات جديدة، وبهذا النمط تختفي سلع وأنماط إنتاجية وتظهر مكانها أشياء أحدث وأسهل استخداماً وأعلى إنتاجية ، و تتسارع هذه العملية مع الوقت بفعل التطور التكنولوجي الهائل الذي تتسع قاعدته على مستوى الدول والعالم. ولذلك، تتواتر عملية الهدم والبناء بسرعة قصوى، حتى أن السلعة التي تنتج اليوم تصبح بعد أقل من عام موضحة بالية .

ولما برزت صناعة السينما، وتطورت من الأفلام الصامتة إلى الأفلام الناطقة في أواخر العشرينات من القرن الماضي، قيل إن المسرح سوف يختفي لكنه لم يفعل، بل وجد المسرحيون، طرفاً جديدة وموضوعات متطورة وتقنيات عالية في الإضاءة والديكور، ما أبقى المسرح نشاطاً حياً ، وقيل الشيء نفسه إن صناعة السينما سوف تختفي لما ظهر التلفزيون، لكن أهل هذه الصناعة طوّروا أفلامهم، وتقنيات الصوت، والمؤثرات، وأفلام الحركة، والموازات الكبيرة، ما حافظ عليها ، وكذلك جرى الأمر مع الراديو حين تهدد بفعل التلفزة والإعلام الإلكتروني وشبكات التواصل الاجتماعي، لكن هأعاد اختراع نفسه بمنتجات جديدة، وبرامج جديدة، وكيّف نفسه مع سائقي السيارات والشاحنات وغيرهم، وقدم معلومات عن الطقس، وأحوال الطرق، وتخصّصت الإذاعات في برامج إخبارية وحوارية ودينية وموسيقية، ما أعاد إليها جاذبيتها. (العناني، 2016)

في المقابل يرى البعض أن كل هذه التحولات في البيئة الإعلامية والاتصالية الحالية، لا تؤكد بالضرورة موت الوسيلة المكتوبة التي من المتوقع أن تقاوم طويلا، لكنها تسمح للوسيلة التقليدية بمواكبة تطور الوسائط السمعية البصرية وتقديم الإمكانيات التفاعلية بعدما كانت معلقة على أشكال التعبير البسيطة، ويبقى هناك عدد من التساؤلات حول نتائج التحول الكبير الذي يشكله انتقال الصحافة المكتوبة إلى الشاشة ومن أهمها أن هذا التغيير في أشكال البث والنشر يمكنه في الواقع أن يسهم في عملية توحيد الإخراج الصحفي وأشكال الكتابة، وذلك لضرورات الالتزام بالسرعة المطلوبة لتسليم الخبر والمساحة المحدودة للمضمون بحدود الشاشة، ويرى عدد من الباحثين منهم "بيار ليفي" أن هذا التحول الكبير يفتح عهدا جديدا للاتصال، لأن النص الديناميكي يعيد تشكيل الرسالة ووضعها في إطارها الحي الواقعي، إلا أنه وبالنسبة إلى مهنة الصحافة والعمل الصحفي فإن اختصاصيين يشيرون إلى نتائج سلبية محتملة لتكنولوجيا المعلومات الجديدة NIT، كما يرى "فريريك أنطوان" و"بول ريكور"، أن هذه التكنولوجيا قد تفضح حقيقة دور الصحافي الذي يدعي أنه مجرد وسيط في حين أنه في الواقع لا يقدم الحدث كما هو، بل يعيد تشكيله. (الحمادي، 2012، صفحة 161)

ويرى العديد من الخبراء أن الصحف المطبوعة لن تختفي ولكنها حتما ستتأثر بزيادة استخدام الصحف الإلكترونية مما يتطلب منها بذل المزيد من الجهد من أجل البقاء ، وكما يقول الدكتور محمود علم الدين أستاذ الصحافة والإعلام بجامعة القاهرة فإنه يجب على الصحافة المطبوعة أن تنشر ما يبرر وجودها من تحليلات ودراسات ، وأن يتم التركيز على المستوى الحصري والقصص الصحفية وتقديم ما يهم القارئ على خلفية الأخبار ، وهو ما يطلق عليه البعض ما وراء الأخبار ، بالإضافة إلى التحقيقات الصحفية التي تتطلب جهدا أكبر وتستغرق وقتا أطول ، وهذا طبعا يتوافر في الصحافة المطبوعة أكثر منه في الصحافة الإلكترونية، ومن المرجح أيضا أن الصحف الورقية لن تختفي ولكن صدورها قد يكون مجانيا على أن تعتمد في تمويلها على الإعلانات ، ولعل من يتبنون وجهة النظر هذه يعتمدون على الآتي :

(شمس الدين، 2015)

- الصحافة الورقية برغم عدم تفوقها في السبق الصحفي وسرعة توصيله للقارئ، فإن الفرصة لديها أكبر بكثير في تحليل هذه الأخبار ومعرفة أسبابها وردود أفعال المهتمين بالأمر أو شهود العيان أو ما شابه.

- القصص الصحفية لديها فرصة أكبر في الصحف الورقية المطبوعة لتوافر عنصر الوقت والهدوء .
- سهولة تكوين مجلد أو أرشيف يضم بين دفتيه ما يهم القارئ سواء على المستوى العلمي أو الإبداعي أو الشخصي، كما يسهل تصويره وتقديمه لمن يرغب.

- إن بعض الناس - خاصة كبار السن - يؤكدون أنهم يجدون متعة لا تقارن في قراءة الصحف المطبوعة، وعلى الجميع احترام وجهة النظر هذه .

وقد يكون من الجلي أن جيل الشاب، خاصة من وُلد في عصر الإنترنت، قد لا تعني له الجرائد شيئاً، وقد نجزم أن الصحافة المطبوعة قد خرجت من مضمار السبق الصحفي أو سرعة إيصال الخبر، لأن وسائل الإعلام الجديد اليوم تضع الخبر في كَفِّ المتلقي لحظة وقوعه، ولا حاجة به لانتظار صدور صحيفة الغد، ومع ذلك، فأمام الصحافة المطبوعة فرصة كبرى في مجتمعاتها المحلية، وكذلك لا تزال أمام الصحافة المطبوعة فرصة للتركيز على مجتمعات محددة والبحث عن الأخبار النوعية المستقاة من مصادر الصحيفة، التي تُهم القارئ في تلك المجتمعات، خاصة ما يمس حياة السكان اليومية من قضايا معيشية، إذ يجب على الصحف أن تفهم أن الاستحواذ على القارئ لم يُعد بسرعة نشر الخبر الجديد، فسرعة الإنترنت أخرجتها من تلك المنافسة منذ مدّة، بل الاستحواذ على القارئ واهتمامه يأتي بطرح قضايا مهمة للمجتمع المحلي، ومتابعة أحداث سابقة بنشر أسبائها وتكليف تفاصيلها، فحين يرى القارئ أن ثمة صحيفة تطرح دوماً شأنه المحلي، بالتحقيق الاستقصائي الجريء، وتراقب ما يُقدم للسكان من خدمات حكومية وأهلية وتقدم النقد المسؤول، فستنشأ بينه وبينها علاقة وثيقة، وسيُصبح طرحها حديث المجالس، بقوة المحليّة والمجتمعية التي انتهجتها الصحيفة. (الأمين، 2016)

كما أن من المنطقي تراجع الصحافة الورقية في الوقت الراهن، فلُي ظهور أو بروز لوسيلة اتصالية في المجتمع قد يؤدي إلى نوع من الارتباك في الوسائل السابقة لها، وهو ما حدث للصحافة المطبوعة من جراء ظهور الراديو والتلفزيون والبرق الفضائي المباشر وأخيراً الإنترنت، إلا أنّ هذا الارتباك سرعان ما يندثر حينما تجدد الصحافة نفسها لمواجهة منافسيها، إلا أن التأثير الذي قد يقع هو في عادات وأنماط الاستخدام؛ أي في الحجم الزمني الذي يقضيه الأفراد أمام هذه الوسائل، وربما الحجم الذي كان يقضيه الأفراد في قراءة الصحف قد تقلص أو تصدع مع دخول هذا المتغيّر الإعلامي المسمى بالصحافة الإلكترونية ويمكن أن ننهي هذا الموضوع بما ورد عن عبد الرحمن عزي حينما قال: إذا كانت الصحف قد أوجدت زمن القراءة، فإن الإذاعة قد أضافت زمن الاستماع وقللت بعض الشيء من زمن القراءة، ثم أتى التلفزيون فأضاف زمن المشاهدة فقلل بعض الشيء من الزمن السابقين، ثم أتى الحاسوب والإنترنت فأضافت زمن التصفح وربما قد تقلل من الأزمنة الثلاثة السابقة: زمن القراءة (الجريدة)، الاستماع (الإذاعة)، والمشاهدة (التلفزيون). (بوعلي، بدون تاريخ، صفحة 72)

ففي محاضرة له بعنوان «مستقبل الصحافة الورقية في الوطن العربي» التي نظمها مركز الملك فيصل للبحوث والدراسات الإسلامية، 22 أكتوبر 2018م: (المواطن نات، 2018) رفض "علاء ثابت" رئيس تحرير صحيفة الأهرام، التسليم ببعض الآراء الغربية التي تتوقع أن تنتهي الصحافة الورقية نهائياً في العالم عام 2043م، مؤكداً أن الصحافة الورقية لن تنتهي ، وأوضح أن أي وسيلة إعلامية حديثة لا تؤدي إلى انقراض الوسائل الأقدم منها، كما أن الصحافة الإلكترونية لا تلغي الصحافة الورقية ، ولقد أشار إلى بعض المشاكل التي تعاني منها الصحافة المطبوعة اليوم، حيث أن ميزانيات الإعلانات في العالم

العربي قلّت في الفترة الأخيرة من أكثر من ملياري دولار في 2010م إلى 1.7 مليار دولار عام 2015م؛ وحيث كان نصيب الصحف الورقية اليومية منها 45% وهبط إلى 32% في 2015م. وفي مقال له في صحيفة النهار الإلكترونية، وتزامنا مع إعلان لائحة جديدة من المصروفين في جريدة "السفير"، تحدث عميد كلية الإعلام في الجامعة اللبنانية، الدكتور جورج صدقة، عن الأدوار الحالية للصحافة، ورؤيته للإجراءات الواجب اتخاذها لإنقاذ الصحافة الورقية، فجاء في مداخلة: (صدقه، 2016) "أن دور الصحافة اليوم لا يقل عن دورها التاريخي، فالصحافة المكتوبة هي مرادف للحريات العامة وللنظام الديمقراطي، وغياها هو تغييب لثقافة التعدد والحريات العامة ولحرية القول والفكر والنقد، إنّها ميزات تعطيها الصحافة المكتوبة كامل الدور، لذلك غياب الصحافة الورقية يحمل مخاطر على النظام الديمقراطي ويجرمه أحد أجهزته الرئيسية، فلا التلفزيون ولا الإذاعة ولا المواقع الإلكترونية، على أهميتها كلها، لا تستطيع أن تحلّ مكان الصحيفة المطبوعة؛ فتحليل الخبر، التعليق عليه، تناول خلفياته وأبعاده، إنغناؤه برأي المعلقين والمحللين وتوسيع التغطيات إلى قضايا محلية وعالمية، لا يمكن إلاّ للصحافة المكتوبة أن تقوم به، وصارت المؤسسات الإعلامية هذه معتبرة ذات منفعة عامة، لأنّها تحمّل الجمهور وتضمن بعض آليات الممارسة السياسية، وبالتالي فإن استمرارها حاجة عامة، لذلك تعتمد الكثير من الدول الغربية إلى تقديم مساعدات مباشرة أو غير مباشرة لصحافتها المكتوبة؛ ففي دراسة لديوان المحاسبة في فرنسا تبين أنّ حجم المساعدات الحكومية للصحافة المكتوبة في فرنسا بين عامي 2009 و 2011 بلغ 5 مليارات أورو، وكانت فرنسا منذ عام 1796 تبنت مبدأ مساعدة الصحافة، وتتنوع هذه المساعدات بين مباشرة وغير مباشرة، ومنها في التوزيع والتجهيز والتطوير والإعلان والإعفاءات الضريبية المتعددة." ويقترح الدكتور جورج صدقة خطة تعتمد على ركيزتين للنهوض بالصحافة المكتوبة؛ الخطوة الأولى يمكنها أن تكون من خلال تشجيع قراءة الصحف، وذلك بتحويل الحكومة توزيع أعداد مجانية من الصحف في المدارس والجامعات ما يؤمن دخلاً للصحف وإعادة تشجيع التربية على القراءة، كما أنّ من شأن ذلك أن يشجّع الصحف على مضاعفة جهدها لناحية المضمون، والمصادر الأولى للتمويل قد تكون الانترنت ومداخيلها المتعددة، أما الخطوة الثانية تحرير السوق الصحافية من شرط "الترخيص المسبق" والسماح بتأسيس صحف جديدة. (صدقه، 2016)

2- التكنولوجيات الجديدة والمتطلبات الراهنة في مهنة الصحافة:

إن التغيرات التكنولوجية والتقنية التي طرأت على ميدان الإعلام والاتصال، وكذا على البيئة الإعلامية والاتصالية فرضت على الصحافة المطبوعة على غرار وسائل الإعلام التقليدية الأخرى، التكيف مع الواقع التكنولوجي الجديد من خلال تطويع التكنولوجيا لخدمة مهنة الصحافة، وتأدية الرسالة الإعلامية لها، وتعدد وظائف تكنولوجيا الاتصال في المجال الصحفي حيث يمكن أن تتمظهر في: (حسونة، 2015، صفحة 26)

- وظيفة إنتاج وجمع المادة الصحفية إلكترونياً، ومن بين وسائلها الكمبيوتر وقواعد المعلومات، والأنترنت والتصوير الإلكتروني والتصوير الرقمي الإلكتروني، والأقمار الصناعية والمساحات الضوئية، والاتصالات السلكية واللاسلكية، والألياف البصرية.. الخ
 - وظيفة معالجة المعلومات الصحفية رقمياً ومن بينها الكمبيوتر والنشر الإلكتروني، وسواء كانت المعلومات مادة مكتوبة أو مصورة أو مرسومة، فإن هناك العديد من البرامج التي تتعامل وتعالج مثل هذه المعلومات.
 - وظيفة تخزين المعلومات الصحفية واسترجاعها، وتقوم بنوك المعلومات وشبكات مراكز المعلومات الصحفية باستخدام الأقراص المدججة في توثيق أرشيفاتها ووثائقها، وهي تساعد في البحث عن المعلومات واسترجاعها بشكل سريع وملائم.
 - وظيفة نقل ونشر وتوزيع المعلومات مثل الفاكس، الأقمار الصناعية، المساحات الضوئية، الاتصالات السلكية واللاسلكية، الشبكات الرقمية، شبكات الألياف، الكابل...
 - وظيفة عرض المواد الصحفية ومن بينها أجهزة الكمبيوتر والأجهزة الرقمية الشخصية.
 - وظيفة التحرير الإلكتروني، وتمثل في تنوع البرامج المساعدة في عملية الكتابة والمعالجة والتحرير الإلكتروني، وبرامج تخص الأسلوب والإعراب والإملاء، بل وتوجد برامج لكتابة القصص الإخبارية بشكل آلي باستخدام طرق التغذية الإلكترونية للبيانات E-data feeds وذلك في مجالات عديدة مثل الاقتصاد والرياضة، وهو ما جعل الصحف تتخلص من الصحفيين الذين لا يجيدون استخدام هذه البرامج، حتى أن البعض يقول بأن الصحافة نفسها تعاد كتابتها ببرامج كمبيوتر جديدة.
 - وظيفة توظيف وإخراج المادة الصحفية، وهناك ثورة كبيرة في مجال البرامج الخاصة بالتصميم والإخراج الصحفي ومعالجة الصور والجرافيكس.
- كما أن هنالك عدد لا يُحصى من الوسائل التي استطاعت من خلالها التكنولوجيا الرقمية، أن تؤثر في ممارسة الصحافة، بدءاً بأسلوب جمع المراسلين المعلومات وتقديمهم الأخبار، مروراً بكيفية تكوّن مؤسسات الأخبار بنيتها الخاصة، وصولاً إلى سرعة تطوّر التقنيات الإعلامية، على نحو جعلها تخترق النسيج الاجتماعي بأشكال وإمكانات جديدة في بيئة الاتصال الجديدة؛ حيث أصبح النص الاستطراضي (hyper text)، وإعلام الوسائط المتعددة (multi media)، والإعلام الاستطراضي (hyper media)، جزءاً من روتين الكثرة الغالبة من المهنيين، وهي تستدعي تغيير أساليب التعليم والتعلم في المعاهد، فإذا نظرنا إلى المستقبل، فبإمكاننا أن نتوقع مشهداً إعلامياً يسيطر عليه جمهور مجزأ جداً، لكنه حيوي، وإمكاننا أن نتوقع أيضاً منافسة إعلامية شديدة، وقلة في موازنات الإعلان، وإمكان الإعلام المهني، إذا اعتمد التكنولوجيا الجديدة، أن يحتفظ بدوره، بصفته مصدر إعلام حيوي، فيواصل العمل أداةً لديمقراطية ناجحة، حيث ومنذ ظهور الصحافة الإلكترونية تبدلت مهام الصحفيين

من نقل المعلومات، إلى معالجة المعلومات ، ويقول مارشال ماكلوهان ؛ أن كل وسيلة من وسائل الإعلام تختص بتجربة محسوسة مختلفة ، لذا فليس مفاجئاً أن تبدأ مؤسسة الصحافة في التبدل مع ظهور الوسيلة الجديدة - الإنترنت - ذلك أن وظائف الإنترنت التفاعلية والإعلام المتعدّد الوسائط، تفرض تطوراً مهماً في ثقافة الصحافة ، إذ أن المهمة الأساسية الملقاة على عاتق المخبر الصحافي، تطوّرت إلى الوسيلة الرقمية، ووفرت تكنولوجيا الشبكة الدولية مجالات لمصادر واسعة وجمهور مشارك في الإنتاج الجديد ، فقد بدأ الباحثون بتسمية المخبرين الصحفيين «مراقبي البوابات»، و«ملاحظي» المعلومات، وهم يصرون على أن هؤلاء يمارسون بإرادتهم سلطة معيّنة ، فعبارات مثل «صحافة الشبكة» و«إعلام المجتمع»، تنم عن فهم بعض الناس لتكنولوجيا الشبكة الدولية، على أنها فرصة لحدوث ثورة صحافية، حيث يكون على المواطن أن يدلي بدلوه، ويشارك في المضمون، ويعارض التيار الغالب في مواضع افتراضية ، وبذلك ينشأ نموذج جديد على الشبكة لإنتاج الأخبار، يأخذ في الحسبان دينامي كية صنع المعلومات، ونشرها، واستهلاكها، على الشبكة. (مجلة قافلة الثقافية، 2014)

3- الأدوار السوسيوثقافية للصحافة المطبوعة:

وتمارس الصحافة المكتوبة أدواراً اجتماعية كبيرة في المجتمع، فهي تعبر من خلال صفحاتها على ثقافته وهويته ومقومات استمراره، وما يعزز هذه الأدوار هي الخصائص الفريدة التي تتميز بها الصحافة المطبوعة دون غيرها من الوسائل الإعلامية، والتي تعتمد على الكلمة المكتوبة كوحدة أساسية في صياغة المضامين الإعلامية الخاصة بها، ويرتبط بهذا جمهور الصحافة المطبوعة بها من خلال المطالعة، وهي ممارسة تعكس في حد ذاتها ثقافة مميزة كلما انتشرت في مجتمع ما إلا وتبرز من ورائها دلالات ومؤشرات قوية عن المستوى الثقافي لذلك المجتمع، فالمفترض أن القارئ للصحف هو متلقي إيجابي، متعلم، وله مستوى معتبر من الوعي الذي يستطيع من خلاله التعامل مع المضمون الإعلامي المكتوب الذي يتعاطى معه، بالإضافة إلى هذا فإن طبيعة النص المكتوب تبرز بعض الميزات الفريدة التي يمكن أن تتميز الصحيفة الورقية، فهذا النص يجعل من القارئ متحكماً في الظروف الزمكانية للتعاطي مع المحتوى الإعلامي للصحيفة، حيث يستطيع القارئ أن يختار الوقت والمكان اللذان يناسبانه للإطلاع على محتوى الصحيفة الورقية المفضلة لديه دون أي اعتبارات شرطية وسيطة؛ أي بدون أن يقلق على ضعف في إشارة الأنترنت، أو عدم توافر مصدر للكهرباء، أو انخفاض بطارية جهازه الإلكتروني... فهو مطمئن على أن المحتوى الإعلامي المفضل لديه سيبقى متاحاً ومقيداً بحدود صفحات جريدته أو مجلته المفضلة، وهذا ما يقودنا للحديث عن ميزة أخرى للصحافة المكتوبة وهي أن المحتوى الإعلامي الذي تقدمه في تفاعله مع القارئ يتم في أفضل الظروف النفسية لهذا الأخير بحكم قابلية اختياره للظروف الزمكانية كما أسلفنا الذكر، زد على هذا فإن النص المطبوع يتميز بأنه متاح لإعادة الإطلاع عليه في أي وقت، وعند الحديث على المجتمعات العربية فإن النص الصحفي المطبوع له ارتباط وثيق بالثقافة والمنفعة الاجتماعية

بشكل عام، لما تتسم به الأشكال الصحفية المطبوعة من مجالات وجرائد عادة بارتباط محتوياتها بقضايا الرأي العام، وما تخصصه من حيز كبير لمعالجة القضايا المحلية للمجتمع، بالإضافة إلى هذا فالنص المطبوع باللغة العربية كشكل مميز من أشكال التعبير اللغوي الذي يلعب دورا مميزا في ترسيخ وتعزيز مكانة اللغة العربية بصفقتها بعد رئيسي من أبعاد هوية المجتمع العربي وركن أساسي من أركان أمنه الفكري.

إن المحتوى الثقافي المقدم للقراء له دور في سلوك الأفراد وفي الاستقرار الاجتماعي انطلاقا مما يقدمه من توجيهات وإرشادات وحتى أنماط سلوك، وهذا المحتوى الثقافي هو جزء من الرسائل الإعلامية التي تبثها وسائل الإعلام، ومهما تعددت أساليب التثقيف و تنوعت فإن الكلمة المطبوعة تبقى من أهم وسائل الإعلام في نشر المحتوى الثقافي من خلال ركنها الذي تخصصه للثقافة بكل عناصرها وأشكالها، ويسعى هذا الركن من خلال محتوياته إلى بث الأفكار والمعلومات والقيم التي تحافظ على ثقافة المجتمع، وتساعد على تطبيع أفرادهم وتنشئتهم على المبادئ القويمة التي تسود في محيطهم فوظيفة التنشئة الاجتماعية تتصل بخلق الجو الحضاري الملائم للتقدم والنهضة عن طريق التوعية الشاملة للمجتمع كما يسعى الركن الثقافي إلى تكامل المجتمع بتنمية الاتفاق العام ووحدة الفكر بين أفرادهم وجماعاته ويقوم بتثبيت القيم والمبادئ والاتجاهات والعمل على صيانتها والحفاظة عليها، كما يقوم بعملية التثقيف من خلال تطبيع الناس على عادات الأمة ونقلها الحضارة وطقوسها وأنماط سلوكها مما يهيئ للفرد أساليب التعامل مع الناس، والتكيف مع المجتمع فالفرد في المجتمع يتأثر بالأسرة والدين والتقاليد ونظام الدولة والجماعات، وهكذا يضع الإعلام نصب عينه حين يقدم المادة الثقافية إعادة بناء القيم والعادات على النحو الآتي: (عواج، 2014، الصفحات 235-236)

أ- قيم التواصل الاجتماعي وما يرتبط بذلك من عادات اجتماعية بين مختلف الفئات والطبقات الاجتماعية.

ب- قيم التواصل الفكري عن طريق اللغة والكلمة وعادات المثقفين والمتعلمين في التواصل مع بعضهم والتواصل مع غيرهم.

ج- القيم والعادات المرتبطة بالكيان البيولوجي والصحة والبقاء.

د- القيم والعادات الاقتصادية و كل ما يرتبط بالعلم والإنتاج و المكانة الاجتماعية.

هـ- القيم الدينية من ممارسات وسلوكيات تساهم في التنظيم الاجتماعي.

إضافة إلى هذه المحتويات فإن الدور الثقافي الاجتماعي للصحافة المطبوعة يقوم باستشارة القوى النضالية للجمهور المتلقي من أجل أن يعملوا بحماس أكبر في سبيل تحقيق آمالهم في حياة أفضل، ويمكن أن ينبههم إلى مشاكلهم العامة، ويشركهم في مناقشتها وحلها ويساعدهم على التخلص من الكثير من رواسب ومخلفات الماضي الاستعماري خاصة، مثل الأمية وضيق الأفق والتعصب والجمود، ويقضي

على الوعي الزائف، فيساعد القارئ على تنمية عقله من أجل السعي إلى المعرفة الجادة الأصيلة. (عواج، 2014، صفحة 236)

ولا تقتصر الأدوار الاجتماعية والثقافية للصحافة المطبوعة على إسهاماتها من خلال الصفحات المعدودة التي تخصصها للمواضيع الثقافية، بل إن كل المحتويات الإعلامية التي تقدمها يمكن لها أن تلعب هذه الأدوار، سواء بالشكل الإيجابي إذا ما تناسبت قيمها مع الوعي القيمي للمجتمع الذي تخاطبه، أو بالسلب إذا ما كانت مواضعها تروج لقيم تتنافى مع المنظومة القيمية المجتمعية لقراءها. و في الجزائر، الإطار المكاني لدراستنا، ننقل ما تراه الباحثة "عواج سامية" في دراستها المعنونة ب : "الركن الثقافي للصحف اليومية الثقافية الوطنية" ، محددات وم واصفات للركن الثقافي في الصحف الجزائرية: (عواج، 2014، صفحة 236)

- 1- هناك نقص واضح في الاهتمام بالركن الثقافي، ولا سيما في فئات أتماط التحرير.
- 2- إن الاهتمام بالعناوين والصور كمنط تبيوغرافي، غير موجود، فالعناوين لا تزال تمتاز بالرتابة والروتين، وأغلب الصور المعروضة معظهما من الأرشيف، وعليه فالوعي بالعناصر التبيوغرافية مفقود غالباً.
- 3- من أهم الأشكال والقوالب الصحفية التي تعتمد عليها الصفحة الثقافية في الصحف الجزائرية هما قالب الخبر بالدرجة الأولى ثم المقال بدرجة أقل.
- 4- أما عن المصادر الصحفية المعتمدة فإن الصحفي مصدر أساس في جمع الأخبار.
- 5- وركزت وظيفة المضمون في الصفحة الثقافية على الدور الثقافي الفني بدرجة كبيرة، وأحياناً نجد الدور الثقافي الاجتماعي بدرجة أقل.
- 6- و فيما يخص مجالات المواضيع الثقافية في الصفحة الثقافية فنجدها تحتوي على مسرح، وسينما، وموسيقى، وأحياناً نجد الجانب الأدبي والفكري، إلا أن هناك تفاوتاً في درجة الاهتمام، حيث التركيز الأكبر كان على الجانب الفني.
- 7- و نجد أن اللغة الأدبية هي الأكثر استعمالاً في هذا الركن، و قليلاً ما نجد لغة الثقافة الشعبية.

الفصل الرابع
الإعلام الجديد
والتأثير الاجتماعي

الفصل الرابع: الإعلام الجديد والتأثير الاجتماعي

المبحث الأول: التحليلات الحالية للبيئة الإعلامية

الاتصالية الجديدة وإشكالياتها الأخلاقية

المبحث الثاني: السمات الأساسية للإعلام الجديد

المبحث الثالث: مواقع التواصل الاجتماعي.

1- نشأة وتطور وسائل التواصل الاجتماعي

2- التحليلات الحالية لمواقع التواصل الاجتماعي

المبحث الرابع: الأثر الاجتماعي للإعلام الجديد

الفصل الرابع: الإعلام الجديد والتأثير الاجتماعي

يتجلى المشهد الإعلامي المعاصر في ثنائية إعلامية لطالما أثارت الكثير من الجدليات والإشكاليات التي حاولت أن توضح العلاقة بين طرفي هذه الثنائية، وأن ترصد أوجه الاختلاف والائتلاف بينهما، وكذا معرفة أي منهما يملك قدرة أكبر في التأثير على الأفراد والجماعات، هذه الثنائية هي ثنائية الإعلام التقليدي والإعلام الجديد، وقد فصلنا في التحليلات الراهنة للإعلام التقليدي في البيئة الإعلامية الاتصالية الحالية من خلال مباحث الفصل السابق، وسنعمد في هذا الفصل إلى التفصيل في الطرف الثاني من هذه الثنائية وهو الإعلام الجديد؛ من خلال تحديد مفهومه، خصائصه، مميزاته بما هي نقاط قوة تزيد من قدرته التأثيرية على مستوى الفرد والمجتمع، وكذا بيان أهم وسائله وأشكال هذا النوع من أنواع الإعلام المعاصر.

ويعتبر الإعلام الجديد كمفهوم، إحدى القضايا الأكاديمية التي لازالت تثير النقاش إلى اليوم، حيث يرى البعض من الباحثين والأكاديميين أن وصف هذا النوع الإعلامي بـ "الجديد"، ليس تعبيراً أكاديمياً دقيقاً، بيد أن الجدة أمر نسبي لا يمكن الاصطلاح والاتفاق عليه، فما أراه أنا على أنه جديد، قد يكون قديماً في نظر الآخر، بحكم أن الجدة لا تعدوا أن تكون انعكاساً لتجارب شخصية، بالإضافة إلى كونها توصيفاً ديناميكياً متغيراً، فما نصنفه على أنه قديم اليوم كان مصنفاً على أنه جديد بالأمس، وما هو جديد اليوم قد يصبح قديماً في الغد، لذلك فمن يعملون بهذا الرأي يطلقون على الإعلام الجديد أسماء أخرى: كالإعلام البديل، الإعلام الإلكتروني، الإعلام الرقمي، الإعلام التفاعلي، الإعلام التشاركي، الإعلام الاجتماعي...، في المقابل وكأني شخصي، نرى أن توصيف "الإعلام الجديد" أمر مقبول منطقياً بحكم أن استخدام هذا التوصيف مرتبط بالظرف الزمكاني الراهن، وعليه فإنه لا يهجم هنا نسبة الجديد باختلاف الأزمنة ما دام استخدامنا لهذا التوصيف -الجديد- مقيداً على الزمن الراهن. ولا يقتصر الخلاف المفاهيمي حول هذا المصطلح حول توصيف الجدة فقط، بل يمتد إلى التعاريف الموردة حول هذا المفهوم، حيث لا يوجد اتفاق معلوم حول تعريف جامع لهذا المفهوم، فهناك من يعرف هذا المفهوم من منطلق الوسيلة أو التكنولوجيا والتقنية المستخدمة، وهناك من يعرفه تبعاً لخصائص مضامينه الإعلامية والاتصالية، وهناك من يعرفه تبعاً لخصائص عناصر العملية الاتصالية...، ونورد هنا بعض التعاريف للإعلام الجديد ونختتمها بتعريف إجرائي للباحث:

يعرف قاموس التكنولوجيا الرفيعة High-Tech Dictionary الإعلام الجديد بشكل مختصر ويصفه بأنه: "اندماج الكمبيوتر وشبكات الكمبيوتر والوسائط المتعددة" ويعرف جونز Jones الذي يقر أولاً بعدم وجود إجابة وافية وقاطعة للسؤال: ما هو الإعلام الجديد؟، ويبيّن إجابته على أن هذا الإعلام هو في مرحلة نشوء، فالإعلام الجديد هو مصطلح يستخدم لوصف أشكال من أنواع الاتصال

الإلكتروني أصبح ممكناً باستخدام الكمبيوتر، كمقابل للإعلام القديم الذي يشمل الصحافة المكتوبة من جرائد ومجلات والتلفزيون والراديو إلى حدّ ما، وغيرها من الوسائل الساكنة، وهناك تعريفات أخرى مختلفة، منها تعريف مجلة " PC " للإعلام الجديد بأنه أشكال التواصل في العالم الرقمي والتي تضمن النشر على الأقراص المدججة CD وأقراص الدي في دي DVD ، وبشكل أكثر أهمية على شبكة الإنترنت Internet . (لكحل، 2016، صفحة 07)

ويعرفه ليستر بأنه: " مجموعة تكنولوجيات الاتصال التي تولدت من التزاوج بين الكمبيوتر والوسائل التقليدية للإعلام، والطباعة والتصوير الفوتوغرافي والصوت والفيديو (صادق، صفحة 05)

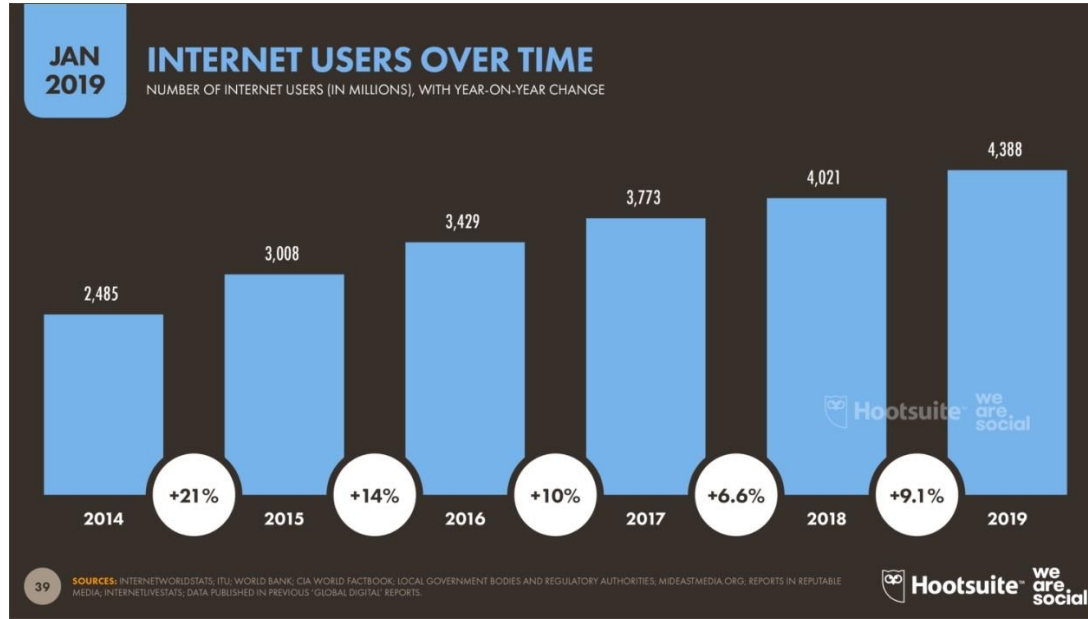
ويرى مؤيد السعدي أن الإعلام الجديد هو مجال عام يستخدم تطبيقات متعددة عبر الأنترنت، لا تحكمه عوامل السلطة، ومجال اجتماعي للحوار والتبادل الثقافي بين المجتمعات، ومجال تندمج فيه عناصر العملية الاتصالية، وتعتمد شدة الاندماج على عنصري السرعة والزمن، وهو أيضا مجال عام قادر على إحداث التغيير في المجتمعات عبر المشاركة، ومجال عام يسمح فيه للمستخدم بإدارة مزاجه وفق ما يريد وليس وفق ما تريده العملية الاتصالية. (السعدي، 2019، صفحة 19)

وكتعريف إجرائي، نقول أن الإعلام الجديد هو كل أشكال الممارسة الإعلامية التي تتم خارج إطار استخدام وسائل الإعلام التقليدية المعروفة (التلفزيون، الراديو، الصحيفة الورقية)، وهو بهذا يشير إلى استخدام كل أشكال تكنولوجيات الويب الحالية في تزاوجها مع الأجهزة الإلكترونية ذات الوظيفة التخزينية، أو التصويرية، أو وظيفة عرض المحتويات، طالما كان هذا الاستخدام لغرض اتصالي أو إعلامي.

المبحث الأول: التحليلات الحالية للبيئة الإعلامية والاتصالية الجديدة وإشكالياتها الأخلاقية

بعيدا عن اللغز الأكاديمي الغير مصطلح على تعريف واضح للإعلام الجديد، وبعيدا عن الجدليات الدائرة حول الضبط المفاهيمي لهذا المصطلح، فإنه يبقى من المهم تجاوز هذه النقاشات إلى نقاشات أكبر وأعمق، تمكننا من مسايرة التغييرات السريعة جدا التي تطرأ على البيئة الإعلامية الاتصالية الجديدة والتي لم تتخذ شكلا مستقرا إلى اليوم، فحسب أحدث الإحصائيات التي نشرت هذا العام (2020) حول عدد المستخدمين للأنترنيت ومقارنتها بالسنوات القليلة الماضية، نقف عند النمو الرهيب في استخدام هذه البيئة الاتصالية الجديدة والمعتمدة على الفضاء السيبراني، "فمن بين العدد الإجمالي لسكان العالم والبالغ 7.7 مليار نسمة، يقدر عدد مستخدمي الأنترنيت اليوم 4.45 مليار مستخدم، أي 58٪ من العدد الإجمالي للبشر، ويقدر عدد مستخدمي الهاتف المحمول بـ 5.1 مليار مستخدم أي 67٪ من البشر" (Chiffres réseaux sociaux, Coëffé) (2020، 2020)، في حين أنه وعند مقارنة هذا الرقم بإحصائيات السنوات الماضية والتي كشف عنها موقع Hootsuite / We Are Social المتخصص: (hootsuite/ we are social, 2019) نجد أنه وقبل ستة سنوات فقط كان عدد مستخدمي الأنترنيت يقدر بـ 2.485 مليار فقط، أي أن زيادة عدد المستخدمين خلال هذه السنوات القليلة قارب 2 مليار مستخدم جديد، وقد زاد عدد المستخدمين للأنترنيت في العالم خلال العام الجاري الذي نحن في منتصفه فقط (2020) بأكثر من 60 مليون مستخدم جديد، مقارنة مع إحصائيات جانفي 2019 لنفس الجهة الإحصائية، ويوضح الشكل رقم 03 تطور عدد مستخدمي الأنترنيت خلال الستة سنوات الماضية، وتشكل هذه الأرقام دلالة قوية على الاعتمادية المتزايدة على الفضاء السيبراني كبيئة نشاط للإعلام الجديد.

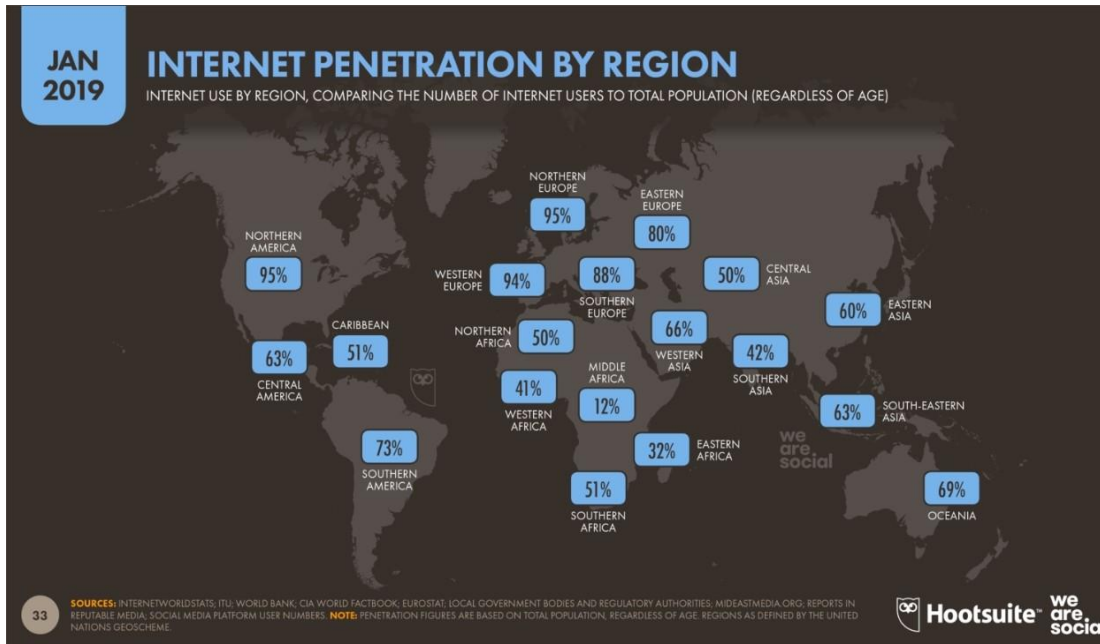
وبالنسبة للوسائط الإلكترونية المعتمدة في التعاطي مع هذه البيئة الاتصالية الإعلامية الجديدة، فإن عدد مستخدمي الهاتف المحمول يبلغ حاليا 5.1 مليار مستخدم أي 67٪ من البشر، فعدد متصفح الأنترنيت باستخدام الهاتف المحمول يزداد عاما بعد آخر (Chiffres réseaux sociaux, Coëffé) (2020، 2020)؛ (في سنة 2019 فإن 48٪ من الوقت المقضي على الإنترنت كان باستخدام الهواتف المحمولة) (Internet et des réseaux sociaux en 'usage d'Étude sur l, Coëffé) (2019، 2019)، وإذا استمر هذا الاتجاه، فيجب أن يتجاوز استخدام الهاتف المحمول كمتصفح للنت، استخدام سطح المكتب (الحاسوب) بنهاية هذا العام.



الشكل رقم 03، أرقام رئيسية للإنترنت والشبكات الاجتماعية لعام 2019.

المصدر: Hootsuite / We Are Social.

وعند الاطلاع على خارطة انتشار الأنترنت فإن إحصائيات 2019 تبرز التالي: (hootsuite/ we are social، 2019) أعلى نسبة انتشار للإنترنت تتمركز في أمريكا الشمالية بما نسبته 95% من العدد الإجمالي للسكان، ونفس النسبة تسجلها دول شمال أوروبا، وتختلف أوروبا الغربية بنسبة طفيفة جدا بـ 94%، أما منطقة وسط أفريقيا فهي المنطقة الجغرافية الأقل ارتباطاً بالإنترنت في العالم حيث أن 12% فقط من إجمالي السكان يستخدمون الإنترنت، (وإذا جئنا إلى الدول التي سجلت في سنة 2019 أعلى معدل نمو في مستخدمي الإنترنت فهي الهند والصين والولايات المتحدة واندونيسيا وإيران، أما منطقة شمال إفريقيا كحيز جغرافي تنتمي إليه الجزائر، فإن ما نسبته 50% من إجمالي السكان يستخدمون الإنترنت)، (Coëffé، 'usage d'Étude sur 1، Internet et des réseaux sociaux en 2019، 2019) وتبقى هذه النسبة بعيدة عن أرقام انتشار الإنترنت في دول العالم المتقدم، (ويبلغ متوسط استخدام الإنترنت في العالم 6.42 ساعة في اليوم، حيث تسجل الفلبين أعلى معدل وقتي لاستخدام الأنترنت بـ أكثر من 10 ساعات يوميًا) (Coëffé، 'usage d'Étude sur 1، Internet et des réseaux sociaux en 2019، 2019).



الشكل رقم 04، معدل انتشار الإنترنت في العالم، المصدر: Hootsuite / We Are Social

ولطالما ارتبط الحديث عن الفضاء السيبراني كبيئة اتصال حالية بسرعة تدفق الأنترنت، و تختلف خصائص اتصالات الإنترنت بشكل كبير من بلد إلى آخر ، حيث تعاني الدول الإفريقية ومن بينها الجزائر بشكل كبير في هذا المجال، بحيث دائما ما احتلت الجزائر المراتب الأخيرة في ما يخص سرعة الأنترنت، ففي عام 2021 احتلت المركز 174 من أصل 177 دولة شملها ترتيب speedtest global index العالمي لعام 2021 (north africa post, 2021)، في المقابل فإن متوسط سرعة اتصال الخط الثابت في سنغافورة يبلغ 190.9 ميغابت في الثانية، وفي فنزويلا 54.3 ميغابت في الثانية (hootsuite/ we are social, 2019)، وعلى الهاتف المحمول، يبلغ متوسط سرعة الأنترنت في كندا 63.1 ميغابت في الثانية، وفي فرنسا 40.3 ميغابت في الثانية، في حين يبلغ المتوسط العالمي 25.1 ميغابت في الثانية (Coëffé, 'usage d'Étude sur l'Internet et des réseaux sociaux en 2019، 2019)، وهو رقم ضعيف، يكون السبب في تسجيله هو تدني سرعة أنترنت الهواتف المحمولة في الدول النامية التي لديها معدلات سرعة أنترنت منخفضة.

وفي ترتيب أكثر مواقع الأنترنت استخداما عام 2019 (hootsuite/ we are social, 2019)؛ نجد في الصدارة Google و YouTube و Facebook، ثم Baidu و Wikipedia و Yahoo و Twitter و Pornhub، حيث يقضي مستخدمو الإنترنت في المتوسط 9 دقائق لكل جلسة على Google و 11 دقيقة على Facebook و 10 دقائق على Pornhub، ويوضح الجدول أسفله أكثر مواقع الأنترنت زيارة في العالم، ومن خلاله فإن ما يشد انتباهنا في هذا

الجدول، أن هنالك 3 مواقع إباحية مصنفة ضمن 20 موقع إلكتروني الأكثر زيارة في العالم، والتي يشار إليها في الجدول ب أنها مواقع بالغين (Adult)، بمعدل وقت تصفح يومي إجمالي بلغ 37 دقيقة و 29 ثانية، مما يبين الخطر الكبير الذي أضحت تمثله هذه المواقع ومحتوياتها الغير أخلاقية عبر الأنترنت .

JAN 2019				WORLD'S MOST VISITED WEBSITES (SIMILARWEB)			
SIMILARWEB'S RANKING OF THE WORLD'S MOST VISITED WEBSITES, BASED ON TOTAL GLOBAL WEBSITE TRAFFIC							
#	WEBSITE	CATEGORY	TIME PER VISIT	#	WEBSITE	CATEGORY	TIME PER VISIT
01	GOOGLE.COM	SEARCH	09M 12S	11	AMAZON.COM	SHOPPING	06M 18S
02	YOUTUBE.COM	VIDEO	21M 36S	12	XVIDEOS.COM	ADULT	12M 34S
03	FACEBOOK.COM	SOCIAL	11M 44S	13	XNXX.COM	ADULT	14M 39S
04	BAIDU.COM	SEARCH	06M 53S	14	AMPPROJECT.ORG	NEWS	03M 53S
05	WIKIPEDIA.ORG	REFERENCE	03M 45S	15	LIVE.COM	EMAIL	07M 15S
06	YAHOO.COM	PORTAL	06M 26S	16	VK.COM	SOCIAL	16M 50S
07	TWITTER.COM	SOCIAL	09M 14S	17	NETFLIX.COM	VIDEO	09M 14S
08	PORNHUB.COM	ADULT	10M 16S	18	QQ.COM	PORTAL	04M 00S
09	YANDEX.RU	SEARCH	10M 43S	19	MAIL.RU	PORTAL	07M 38S
10	INSTAGRAM.COM	SOCIAL	06M 25S	20	REDDIT.COM	SOCIAL	09M 13S

52 SOURCE: SIMILARWEB (DECEMBER 2018). NOTE: TIME PER VISIT FIGURES REPRESENT THE AVERAGE DURATION OF USERS' VISITS, MEASURED IN MINUTES AND SECONDS. ADVISORY: SOME WEBSITES FEATURED IN THIS RANKING MAY CONTAIN ADULT CONTENT. PLEASE USE CAUTION WHEN VISITING UNKNOWN WEBSITES.

Hootsuite we are social

الشكل رقم 05، المواقع الأكثر زيارة في العالم، عام 2019. المصدر: Hootsuite / We Are Social

وفي الجزائر يبين الموقع الأمريكي للإحصائيات similarweb (similarweb, 2020) الذي صنف أكثر المواقع الإلكترونية تصفحا في الجزائر، أنه ومن بين 30 موقعا إلكترونيا الأكثر استخداما فيها، فإن أكثر من 10 مواقع منها "إباحية"، ويعكس هذا التصنيف واقعا أخلاقيا متأزما يعاني منه المجتمع الجزائري في تعاطيه مع البيئة الإعلامية الجديدة، وتتعرز هذه الرؤيا عند الحديث عن الأطفال، فقد خلصت دراسة مسحية أجرتها الهيئة الوطنية لترقية الصحة وتطوير البحث، شملت ألف طفل جزائري موزعين عبر التراب الجزائري، أن 40% من هؤلاء الأطفال المبحوثين تعرضوا لمضامين إباحية عبر شبكة الأنترنت؛ (جريدة الحوار الإلكترونية، 2019) حيث تعكس كل هذه الأرقام حجم التأثيرات السلبية للبيئة السيبرانية كأهم تجليات المكون الإعلامي والاتصالي الحالي على الأمن الفكري للمجتمع الجزائري في أحد أهم أبعاده، وهو الوعاء القيمي الأخلاقي.

وتبرز من خلال الأرقام الحالية لانتشار استخدام النات في العالم، والدالة على اعتمادية متزايدة على الفضاء السيبراني كبيئة اتصالية وإعلامية جديدة، بالإضافة إلى أرقام تصفح المواقع المشينة والغير أخلاقية إلى إشكالية أخلاقية كبيرة وواقعا أخلاقيا عالميا متأزما، وتحديدا جديدا، أضافته هذه البيئة الاتصالية

للتبعات الأخلاقية القديمة، فضلا عن العديد من الإشكالات الأخرى التي منها سرقة الملكيات الفكرية، الاحتيال والنصب، الابتزاز، القرصنة...

المبحث الثاني: السمات الأساسية للإعلام الجديد

يؤكد "هنري جينكز" أنه في أغلب الأحيان عندما يطلب من الجمهور وصف المشهد الإعلامي الحالي، فإن إجاباتهم تقتصر حول اختراع الأدوات والتقنيات، وينبغي أن لا ينصب تركيزنا على التقنيات الطارئة، ولكن على الممارسات الثقافية الطارئة، فعندما نشير إلى وسائل الإعلام الجديد فإننا نتحدث عن ما هو أبعد من مجرد التقنيات التي تتكون منها هذه الوسائل، فالمصطلح لا بد أن يتضمن كافة النشاطات والممارسات والتغيرات الاجتماعية المرتبطة بوسائل الإعلام الجديد، ويوصف المشهد الإعلامي المعاصر بأنه جيلي *generational*، حيث نجد من الناحية التاريخية أن التقاليد والعادات الثقافية مرت من جيل إلى جيل، وأنواع النقل قد شكلت بؤرة أولية للممارسات التربوية في المجتمعات التقليدية، ففي القرن العشرين وكتيجة للتغيرات التكنولوجية والثقافية نجد أن الشباب يتبنى قيما وأساليب ثقافية تختلف وفي أغلب الأحيان تتعارض في الأساس مع جيل آبائهم، وتبرهن البحوث الحديثة أن الشباب والبالغين يعيشون في بيئات إعلامية مختلفة ويستخدمون تقنيات الاتصال بطرق مختلفة ويصيغون تفسيرات مختلفة لتجارهم. (عقيله، 2015، الصفحات 68-73)

ونستطيع أن نلخص خصائص الإعلام الجديد بالآتي: (اسماعيل، 2011، الصفحات 20-21)

1- التفاعلية أهم مظاهر التميز: فلإعلام الجديد قادر على إضافة خاصية جديدة لا يوفرها الإعلام القديم وهي التفاعل؛ أي قدرة وسيلة الاتصال الجديدة على الاستجابة لحديث المستخدم تماماً كما يحدث في عملية المحادثة بين شخصين، بالإضافة إلى النموذج الدائري للاتصال الذي يتبادل فيه طرفي العملية الإعلامية دوري المرسل والمتلقي، حيث يستطيع القائم على الرسالة الإعلامية استقبال رجع الصدى من المتلقين.

2- تغيير أنماط السلوك: حيث غيرت تكنولوجيا الإعلام الجديد أيضاً بشكل أساس من أنماط السلوك الخاصة بوسائل الاتصال من حيث تطلبها لدرجة عالية من الانتباه فالمستخدم يجب أن يقوم بعمل فاعل *active*، يختار فيه المحتوى الذي يريد الحصول عليه، وتوضح أبحاث كثيرة من التي تدرس أنماط سلوك مستخدمي وسائل الإعلام الجماهيري، أن أولئك المستخدمين معظمهم لا يلقون انتباهاً كبيراً لوسائل الإعلام التي يشاهدونها أو يسمعونها أو يقرأونها كما أنهم لا يتعلمون الكثير منها وفي واقع الأمر، فإنهم يكتفون بجعل تلك الوسائل تمر مروراً سطحياً عليهم دون تركيز منهم لفحواها، وعلى حد قول "روبرت لوباج" أن لهم الآن عقولا رياضية، وفهما رياضيا للأشياء، ولتزويد هذه العقول الرياضية،

يسعى المعد لبناء معنى لدى الجمهور يجعلهم يشعرون بأنهم يغيرون الحدث، ويعتبر هذا الأمر ذو علاقة وطيدة بمفهوم وسائل الإعلام الساخنة والباردة والمردد بكثرة عند الحديث على نظرية الحتمية التكنولوجية في الإعلام.

3- اندماج الوسائل: حيث أدت تكنولوجيا الإعلام الجديد إلى اندماج وسائل الإعلام المختلفة والتي كانت في الماضي وسائل مستقلة لا علاقة لكل منها بالأخرى، فأصبح جهاز التلفزيون يستخدم لمشاهدة برامج التلفزيون وفي الوقت نفسه للإبحار في الأنترنيت وإرسال واستقبال رسائل البريد الإلكتروني، كما أن جهاز الكمبيوتر أصبح بالإمكان استخدامه كجهاز استقبال لبرامج التلفزيون والراديو.

4- حرية الإعلام الجدي: فشبكة الويب مثلاً جعلت بإمكان أي شخص لديه اتصال بالإنترنت أن يصبح ناشراً وأن يوصل رسالته إلى أنحاء العالم بتكلفة لا تذكر، وهناك أيضاً على الإنترنت عشرات الآلاف من مجموعات الأخبار التي يمكن لمستخدميها مناقشة أي موضوع يخطر على بالهم مع عدد غير محدود من المستخدمين الآخرين في أنحاء متفرقة من العالم.

5- إعادة تدوير المعلومة: حيث جعل الإعلام الجديد هذه العملية ممتدة لتشمل المعلومة ذاتها، فيتم إنتاجها مثلاً في صحيفة ورقية ثم تتحول المعلومة في موقع الصحيفة على الإنترنت وقد تتحول إلى صورة

مدموجة مع معلومة أو مقطع فيديو تتداوله شبكات التواصل الاجتماعي...

6- الفردية: إن مجرد الهوس بتلقي جديد الإنترنت أولاً بأول من أخبار ومعلومات كان ولا يزال محل

دراسة وتأمل، ولما صار الفرد مشاركاً في صنع ونشر هذه المعلومة والخبر، نجده أكثر ارتباطاً ومتابعة لما يقوله ويقدمه، من تفاعل الآخرين معه وتقييمهم له، ونشوء مجتمع افتراضي خاص به يعيش فيه مثل مجتمعه الواقعي.

7- المستخدم User: إن اجتماع التقنية والمساحة للتعبير والفرصة لإيصال الرأي، عوامل أساس تصافرت لتعزز من المفهوم الجديد في عالم الإعلام: "المستخدم ينشأ المحتوى user generated content"، وفي عام 2005 بلغ هذا المفهوم شكله المتكامل ليشمل الأخبار والإشاعات والتجارب الشخصية والخبرات والحلول في مختلف مجالات الحياة، وضمن وسائل متعددة كالتدوين، والمنتديات، ومصادر المعلومات المفتوحة، ومواقع الأسئلة العامة، والشبكات الاجتماعية، فالفرد لم يعد متلقياً عادياً بل وحدة إنتاج في ذاته.

كما يمكن ملاحظة خصائص أخرى كثيرة للإعلام الجديد؛ كالتزامنية، المشاركة والانتشار، الكونية وتخطي حدود الزمان والمكان، الحركة والمرونة، سهولة التخزين والحفظ... (النذير، 7-5 ديسمبر 2017، صفحة 85)

وتتعدد أشكال الإعلام الإلكتروني الرقمي (الجديد): (الغامدي ق.،، ماي 2012)

- المواقع الإعلامية على شبكة الأنترنت
- الصحافة الإلكترونية : خدمات النشر الصحفي عبر مواقع الشبكة
- الإذاعة الإلكترونية ، خدمات البث الحي على الأنترنت
- القنوات التلفزيونية الإلكترونية ، خدمات البث الحي المباشر على الأنترنت
- خدمات الأرشيف الإلكتروني
- الإعلانات الإلكترونية : خدمات النشر الإعلاني على الأنترنت
- خدمات إعلانية ترفيهية
- المدونات Blogs
- مواقع التواصل الاجتماعي كالتويتر والفيسبوك...
- خدمات الهاتف الجوال وتشمل البث الحي على الهاتف المحمول
- على الهاتف، رسائل MMS و SMS
- بث خدمات الأخبار العاجلة

المبحث الثالث: مواقع التواصل الاجتماعي.

إن تركيزنا على مواقع التواصل الاجتماعي، هو باعتبارها من أبرز تطبيقات البيئة الإعلامية والاتصالية الجديدة، حيث تعتبر هذه المواقع من أهم تجليات الجيل الثاني للويب 2.0، هذا الأخير الذي أضفى على الفضاء السيبراني ميزتي التفاعلية والتشاركية في العملية الاتصالية، بيد أن ذكره ارتبط بتطبيقات تشاركية تفاعلية غيرت من مفاهيم الاتصال التقليدية، وأسست لظهور ونمو الإعلام الجديد يجعل هتين الميزتين خاصية حصرية له تفوق بهما وتفرد عن الإعلام التقليدي ووسائله، وما فتئت مواقع التواصل الاجتماعي اليوم تزداد شهرة وانتشارا، حيث أضحت من أهم تطبيقات الإعلام الجديد، وتحولت في الكثير من الخدمات التي توفرها إعلاما بديلا فعليا.

1- نشأة وتطور وسائل التواصل الاجتماعي:

عند الحديث عن نشأة وتطور الشبكات الاجتماعية تجدر الإشارة إلى مرحلتين أساسيتين، الأولى هي مرحلة الجيل الأول للويب 1.0 web، والمرحلة الثانية هي الجيل الثاني للأترنتيت 2.0 web، غير أن أكثر مواقع الشبكات الاجتماعية الجماهيرية ظهرت خلال المرحلة الثانية، ويشير web1.0 إلى شبكة المعلومات الأولى التي وفرها عدد قليل من الناس لعدد كبير جدا المستخدمين، تتكون أساسا من صفحات ويب ثابتة وتتيح مجال صغير للتفاعل، ويمكن وصف هذه المرحلة بالمرحلة التأسيسية للشبكات الاجتماعية، وهي المرحلة التي ظهرت مع الجيل الأول للويب 1.0، وأمام هاتين المرحلتين بدا واضحا اختلاف الآراء حول أول شبكة اجتماعية عبر الأترنتيت؛ حيث يرى البعض بأن أول موقع خاص بالشبكات الاجتماعية هو موقع **SixDegrees.com** الذي ظهر عام 1997، والذي سمح للمستخدمين وضع صفحاتهم الشخصية profile ووضع قائمة أصدقائهم، وبدأ منذ عام 1998 بالسماح للمستخدمين بتصفح قائمة الأصدقاء، هذه الملامح أو الخصائص ظهرت في عدد من المواقع التي سبقت موقع SixDegrees.com فالمعلومات الشخصية " Profiles " وجدت في مواقع التعارف "Dating sites" وحتى في المواقع الاجتماعية "Community sites"، رغم أن قائمة الأصدقاء لم تكن ظاهرة بالنسبة للمستخدمين، ولقد أتاح موقع Classmates.com للأشخاص الانتساب إلى المدارس أو الثانويات أو الكليات التي ينتمون إليها وتصفح الشبكات الخاصة بالأفراد الذين ينتمون إليها، غير أن المستخدمين لم يكن بإمكانهم خلق صفحات خاصة وتحديد قائمة للأصدقاء إلا بعد سنوات متأخرة، ولهذا يعتبر موقع SixDegrees.com أول موقع جمع بين كل هذه الملامح والخصائص ولقد روج هذا الموقع لنفسه كأداة تساعد الناس في التواصل وإرسال الرسائل للآخرين، لكن في الوقت الذي استطاعت هذه الخدمة أن تجذب ملايين من المستخدمين إلا أنها فشلت في أن تبقى دائمة حيث تم إيقاف الخدمة عام 2000، ويرى مؤسسوا هذا الموقع أنه كان في

الصدارة آنذاك خاصة مع بداية ارتفاع عدد مستخدمي الأنترنت في العالم، ومن 1997 إلى سنة 2001. (نومار، 2012)

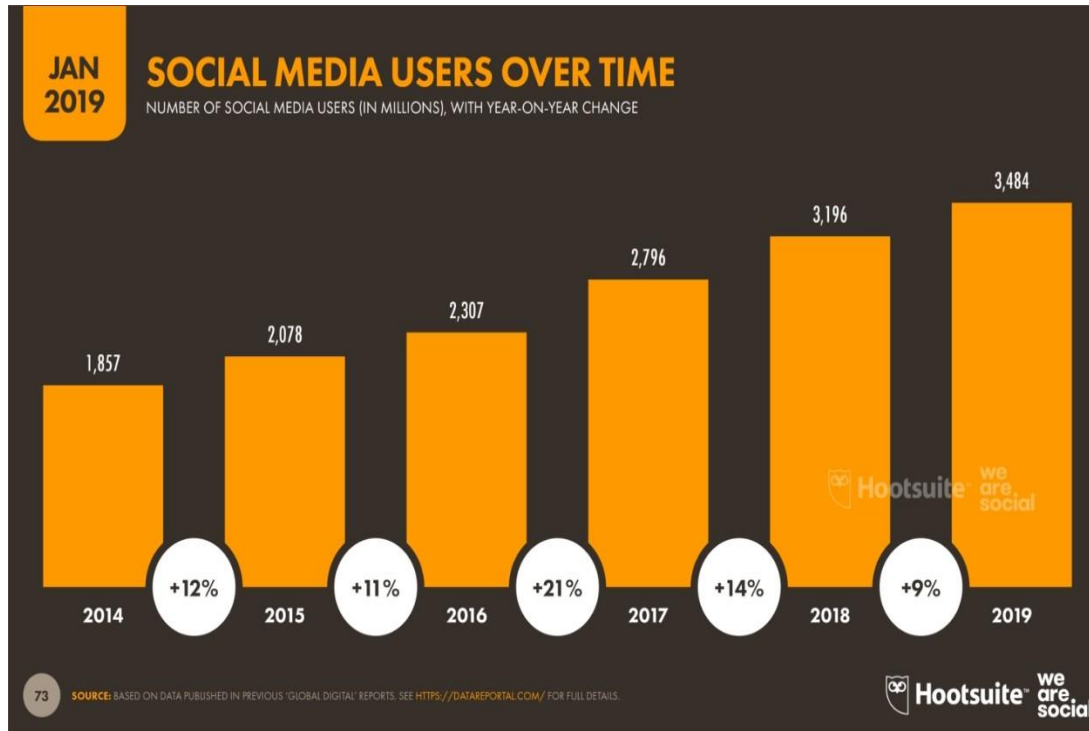
وبدأت هذه الأدوات الاجتماعية تتزايد بأشكال متعددة وتركيبات متنوعة فيما يتعلق بالصفحات الشخصية مع التوضيح العلي لقائمة الأصدقاء فظهر MiGente Asian Avenue، BlackPlanet، التي تسمح للمستخدمين بخلق صفحات شخصية ومهنية تحدد هوية الأصدقاء دون البحث عن الموافقة من خلال الاتصالات، ومن خلال LiveJourna استطاع الأشخاص تعيين البعض كأصدقاء لأجل متابعة مجالاتهم وتسيير المحيط الخاص، وبعد ذلك ظهر العالم الافتراضي الكوري Cyworld عام 1999 وجسد ملامح مواقع الشبكات الاجتماعية عام 2001 حيث تضمن قوائم الأصدقاء وخدمة تدوين المذكرات وغيرها، أما الموجة الثانية فكانت مع إطلاق Ryze.com عام 2001 لأجل مساعدة الأشخاص في زيادة فعالية الشبكات التجارية وتوالت بعد ذلك الشبكات الاجتماعية في الظهور حيث ظهر MySpace، Twitter، Facebook وغيرها من المواقع، لتستمر ظاهرة مواقع الشبكات الاجتماعية في التنوع والتطور. (نومار، 2012، الصفحات 48-50)

2- التجليات الحالية لمواقع التواصل الاجتماعي:

بلغ عدد مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي خلال العام الجاري (2019) 3.7 مليار مستخدم نشط، أو 48٪ من سكان العالم، 3.6 مليار منهم، أي 47٪ من سكان العالم، يستخدمون الهاتف المحمول للوصول إلى شبكات التواصل (Coëffé، Chiffres réseaux sociaux – 2020، 2020)، وقد بينت دراسة مسحية شملت العديد من المناطق في العالم نشرت في موقع GlobalWebIndex (Gilsenan, 2019)؛ أن المبحوثين يقضون ما يصل إلى 3 ساعات على منصات التواصل الاجتماعي يوميا، وأنهم يبحثون لفترة أطول في شاشات هواتفهم المحمولة، كما خلصت الدراسة أن معظم مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي (74٪) لا يقومون بتعطيل حساباتهم الشخصية عبر النات بعد فتحها، والأغلبية لا تخطط له، ويدا هذا على أن معظم مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي راضون عن تخصيصهم لجزء معتبر من برنامجهم اليومي لتصفح وسائل التواصل الاجتماعي و الالتزام بروتينهم المعتاد كما هو، ومن خلال نفس الدراسة فقد عبرت إجابات المبحوثين في الولايات الأمريكية المتحدة والمملكة المتحدة عن دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، أن الترفيه يشكل 46٪ من اهتمامهم، أما الاطلاع على الأخبار والأحداث الجارية فشكل 39٪ من اهتمامات المبحوثين، وجاء البحث عن المنتجات أو الأفكار في المرتبة الثالثة ضمن إجابات المبحوثين المعبرة عن اهتمامهم ودوافع استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي بنسبة 32٪؛

وتبين هذه الأرقام الاستخدامات المتعددة لهذه المواقع، وهذا ما يزيد من نسبة الاعتمادية عليها عاما بعد آخر.

وإذا جئنا للتفصيل في حجم الوقت الذي يقضيه البشر اليوم على شاشات الهواتف والحواسيب، نجد أن هذه البيئة الإعلامية الاتصالية الجديدة أضحت جزءا أساسيا من النمط المعيشي للإنسان المعاصر، في كل قارات العالم، وكل المجتمعات، فبلغة الأرقام فإن متوسط الوقت اليومي المنقضي على الشبكات الاجتماعية في أمريكا اللاتينية بلغ 3 ساعات و 32 دقيقة، وفي الشرق الأوسط 3 ساعات و 12 دقيقة، وفي آسيا والمحيط الهادئ 2 ساعات و 22 دقيقة، أما في أوروبا ف 1 ساعة و 57 دقيقة، وفي أمريكا الشمالية 1 ساعة و 56 دقيقة. (Coëffé, Chiffres réseaux sociaux – 2020, 2020)، (وارتفع عدد مستخدمي الشبكات الاجتماعية سنة 2019 بنسبة 9٪، بزيادة قدرها 288 مليون مستخدم جديد، وفي السنة التي سبقتها 2018، فإن الزيادة اليومية لعدد مستخدمي هذه المواقع كانت بمعدل مليون مستخدم جديد يوميا)، وسجلت كل من الصين والهند وإندونيسيا أكبر نسبة من عدد المستخدمين الجدد للشبكات الاجتماعية في عام 2018. (Coëffé, Étude sur l'usage d'Internet et des réseaux sociaux en 2019, 2019)



الشكل رقم 06، عدد مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي في العالم/ المصدر: Hootsuite / We Are Social

أما بالنسبة لأكثر مواقع التواصل الاجتماعي استخداما في العالم فيأتي موقع فيسبوك في المرتبة الأولى بـ 2.45 مليار مستخدم، ثم يوتيوب بأكثر من 2 مليار، ثم الواتس آب بأكثر من 2 مليار مستخدم، فالإنستغرام بـ 1 مليار، ثم تيك توك بـ 625 مليون، وبعده تويتر بـ 330 مليون، ثم رديت بـ 330 مليون، ومن بعده موقع Pinterest بـ 322 مليون، ثم لينكد إن بـ 31 مليون مستخدم، وأخيرا سناب شات بـ 210 مليون مستخدم يوميا. (Coëffé, Chiffres réseaux sociaux, 2020–2020)

وفي الجزائر فقد بلغ عدد مستخدمي الأنترنت حسب تقرير موقع datareportal للإحصائيات الرقمية (datareportal, 2020)؛ 22.71 مليون في يناير 2020، حيث ارتفع بنسبة 12% مقارنة بالفترة نفسها من سنة 2019، بزيادة 2.4 مليون مستخدم، وهي نسبة كبيرة مقارنة مع الفترة الزمنية القصيرة التي سجلت فيها، وبلغ معدل انتشار الإنترنت في الجزائر 52% من العدد الإجمالي للسكان في جانفي 2020، أما عدد مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي في الجزائر فقد بلغ 22 مليون مستخدم حسب إحصائيات نفس الشهر لنفس المصدر، حيث ازداد عدد مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعية بـ 2.4 مليون مستخدم جديد بين أبريل 2019 وجانفي 2020، أي بزيادة تقدر بـ 12%، وبلغت نسبة انتشار وسائل التواصل الاجتماعي في الجزائر 51% في يناير 2020، وتشير هذه الأرقام أنه لا توجد فروقات إحصائية كبيرة بين عدد مستخدمي الأنترنت في الجزائر وبين مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي، حيث أن الغالبية من مستخدمي الأنترنت في الجزائر يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي، أما الإحصائيات المتعلقة باتصالات المحمول في الجزائر حسب نفس المصدر، فإنه كان هنالك 49.48 مليون اتصال محمول في الجزائر في جانفي 2020، أي ما يعادل 114% من إجمالي عدد السكان.

وبملاحظة خريطة الانتشار العالمية لشبكات التواصل الاجتماعي (الشكل رقم 07)، وكذا قائمة "MAU" لأكثر عشر شبكات اجتماعية شعبية في عام 2019 والتي يضعها موقع الإحصائيات العالمي Hootsuite / We Are Social، (Coëffé, 'usage d'Étude sur l'Internet, et des réseaux sociaux en 2019, 2019) والتي تتوافق مع عدد المستخدمين شهريًا لهذه الشبكات، فإن أول ما يلفت الانتباه هو غياب بعض المواقع التي تلقى رواجًا معتبرا في الجزائر عن قائمة (MAU)، ومنها Skype و Snapchat و Viber.



الشكل رقم 07، استخدام الشبكات الاجتماعية حول العالم، المصدر: Hootsuite / We Are Social

1- الفاييس بوك:

حيث يعتبر من أهم مواقع التواصل الاجتماعي، سواء من حيث عدد المستخدمين، أو الخدمات والميزات الاتصالية والإعلامية التي يوفرها، وقد أتيح الفاييسبوك للجمهور منذ 26 سبتمبر 2006 ويعتبر أكثر مواقع التواصل الاجتماعي استخداما في الوقت الحالي، (حيث تشير إحصائيات 2019 أن عدد المستخدمين النشطين فيه شهريا بلغ 2.45 مليار، كما بلغ حجم المبيعات من خلاله 55.8 مليار دولار سنة 2019، وبلغت نسبة أرباح الشركة خلال نفس السنة 22 مليار دولار) (Coëffé، 2020)، وتجعل هذه الأرقام من الفاييسبوك ليس أهم مواقع التواصل الاجتماعي فقط، بل من أهم مواقع النات.

2- التويتر:

لطالما ارتبط استخدام موقع تويتر الذي بدأ الخدمة بتاريخ 21 مارس 2006 بالنخبة والمثقفين، بالإضافة للمشاهير، حيث نجد أن هنالك عدد كبير من المتابعات لمشاهير العالم في مختلف المجالات، (فيقدر عدد المتابعين لأكثر حساب تويتر متابعة، وهو تحت إسم (كاتي بيرري) بأكثر من 108 مليون متابع) (Coëffé، 2020)، كما يعرف على التويتر أنه من أكثر مواقع التواصل الاجتماعي صناعة لقضايا الرأي العام العالمي، حيث نجد أكثر التغريدات التي تمت إعادة تغريدها، قد سجلت أكثر من 4.3 مليون إعادة تغريد، وهو ما يعكس دور التويتر في هذا المجال، ولعل ما حقق له هذه الميزة هو

طريقة النشر الفريدة التي يتميز بها، حيث يعتمد على نشر عبارات قصيرة تكون قوية المعنى (تغريدات twit's) مسبوقة بعلامة المربع (\neq)، وغالبا ما تصبح هذه العبارات اختصارات رمزية تعبر عن قضايا رأي عام يتم الاصطلاح عليها بناء على التداول في الفضاء الرقمي الاجتماعي ، (وتشير أحدث الإحصائيات أن متوسط عدد المستخدمين النشطين فيه قد بلغ 330 مليون مستخدم شهريا، في حين بلغ متوسط عدد المستخدمين النشطين يوميا 145 مليون مستخدم، حيث يتم إرسال 500 مليون تغريدة كل يوم، وتم إلى الآن إنشاء 1.3 مليار حساب على تويتر (Coëffé، 2020).

3- الإنستغرام:

موقع إنستغرام الذي أطلق سنة 2010، والمتخصص في نشر المواد السمعية البصرية، والذي يركز بشكل رئيسي على الصور، يزداد انتشارا عاما بعد آخر، (حيث بلغ عدد مستخدميه خلال السنة الجارية (2020)، 1 مليار مستخدم، بحث يستخدم اليوم أكثر من 500 مليون حساب قصص Instagram بشكل يومي، في حين تمت مشاركة أكثر من 50 مليار صورة منذ إنطلاقه عام 2010 من بينها 20 مليار صورة في الأربع سنوات الأولى التي تلت إنطلاقه ، وتقدر عدد الإعجابات اليومية في الإنستغرام اليوم ب 4.2 مليار إعجاب في حين لم تتجاوز 1.6 مليار يوميا سنة 2014، وتتم مشاركة أكثر من 100 مليون صورة كل يوم، في حين لم تتجاوز 60 مليون في مارس 2014) (Coëffé، 2020)، وهو ما يعكس التنامي الكبير لاستخدام هذا التطبيق في ظل البيئة الإعلامية الاتصالية الحالية، كما تشير إحصائيات 2020 (Coëffé، 2020)؛ أنه تتم مشاركة أكثر من 100 مليون صورة كل يوم، كما يقضي مستخدمو الإنستغرام أو "Instagrammers" كما يسميهم البعض، ما معدله 15 دقيقة على المنصة يوميا، وهو معدل وقي ضئيل إذا ما قارناه بالمعدل اليومي اليومي لاستخدام مواقع تواصل اجتماعي أخرى كالفيسبوك واليوتيوب.

4- سناب شات Snapchat:

يقدر عدد مستخدمي السناب شات النشطين فيه يوميا خلال السنة الجارية (2020)، 210 مليون مستخدم، حيث يتم إرسال أكثر من 3.5 مليار لقطة كل يوم ،ويقضي مستخدمو Snapchat ما معدله 30 إلى 40 دقيقة يوميا داخل التطبيق، ويبلغ متوسط وقت استخدام سناب شات 250 مليون دقيقة من الواقع المعزز يوميا، وتم إنشاء أكثر من 600000 عدسة بواسطة مجتمع Snapchat في نهاية الربع الثالث من عام 2019 ، كما أن أكثر من 70٪ من المستخدمين يوميا يلعبون أو يشاهدون العدسات كل يوم، ووصلت أكثر من 100 قناة Discover إلى 10 ملايين مستخدم شهريا، أما بالنسبة لعائدات Snapchat السنوية فبلغت حسب إحصائيات الربع الثالث من عام 2019، 1.5

مليار دولار، وهناك إحصائية ملفتة بخصوص السناوبات وهي أن 61% من مستخدميهم هم من الرجال، في حين أن 39% من مستخدميهم فقط هم نساء. (Coëffé، 2020)، ويعتبر السناوبات من أهم وسائل التواصل الاجتماعي المتخصصة في المحادثات الاجتماعية والدراسة متعددة الوسائط، وهو ما تعكسه الأرقام السابقة الذكر.

5- بينتيريست Pinterest:

بالنسبة لموقع بينتيريست Pinterest فتشير أحدث الإحصائيات أن عدد مستخدميهم خلال السنة الجارية (2020) (Coëffé، 2020)، بلغ 322 مليون مستخدم، ويتم تنفيذ 85% من عمليات البحث في التطبيق بواسطة الهواتف المحمولة، لكن 50% من المستخدمين هم من الولايات المتحدة الأمريكية، وقد تم تسجيل أكثر من 200 مليار دباييس إلى حد الآن، كما تم إنشاء أكثر من 4 مليارات جدول على موقع Pinterest، ويقوم 2 مليون مستخدم بتسجيل الدباييس على لوحاتهم كل يوم، وبلغت إيرادات Pinterest، 280 مليون دولار خلال الربع الثالث من سنة 2019)، ولا يزال القائمين على هذا الموقع يحاولون التوسع خارج الولايات المتحدة الأمريكية، حيث حقق نجاحات كبيرة في هذا البلد.

6- لينكد إين:

أما بالنسبة لموقع لينكد إين الذي تم إطلاقه في ماي 2003، فيصل عدد مستخدميهم اليوم إلى حوالي 660 مليون مستخدم، موزعين على أكثر من 200 دولة ومنطقة حول العالم، وما يميزه عن باقي مواقع التواصل الاجتماعي أنه يعرف على أنه ذو استخدامات مهنية لذلك نجد أن عدد الشركات المسجلة في الموقع يفوق 30 مليون شركة ومؤسسة. (Coëffé، 2020)

7- اليوتيوب YouTube:

ويعتبر موقع يوتيوب YouTube التابع لشركة غوغل العالمية، والمختص في نشر المضامين السمعية البصرية (الفيديوهات) من أهم مواقع التواصل الاجتماعي التي تتيح خدمات مثل هذا النوع، (حيث يقدر عدد مستخدميهم الناشطين شهريا 2 مليار مستخدم، ويبلغ عدد ساعات المشاهدة لمقاطع الفيديو التي يشاهدها مستخدموه حول العالم أكثر من مليار ساعة مشاهدة يوميا، وتتم 70% من المشاهدات عبر الهواتف المحمولة، في حين تبلغ عدد مقاطع الفيديو المضافة إلى يوتيوب 720,000 مقطع يوميا) (Coëffé، 2020).

8- تيك توك Tik Tok:

هو موقع صيني حديث النشأة، أطلق في سبتمبر 2016، وأدمج بعدها بسنتين مع تطبيق Musical.ly، ويختص في نشر ومشاركة مقاطع الفيديو القصيرة جدا والتي لها دلالة رمزية عادة حول فكرة معينة، (ويقدر عدد المستخدمين النشطين شهريا فيه بـ 625 مليون مستخدم، ويقدر متوسط الوقت الذي يقضيه المستخدمون يوميا في التطبيق 40 دقيقة) (Coëffé، 2020)

المدونات:

والمدونة هي تعريب لمصطلح *Blog* يعرّفها Alfredo Álvarez Álvarez (2006) أنها "موقع ويب ديناميكي يتم تهيئته بصورة منتظمة، وهو يأخذ شكل مذكرات شخصية مؤرخة تظهر فيها التدوينات في تسلسل زمني معكوس ويتم إثراءها بروابط خارجية"، ويوجد إجماعا بين الباحثين على أن أول من أطلق اسم *weblog* هو "Jorn Barger" في ديسمبر 1997، وقد لقي هو المصطلح نجاحا كبيرا وتم تداوله من قبل العديد من الفاعلين الذين قاموا بتبنيه وبثه، وبالرغم من وجود إجماع حول مخترع المصطلح، فقد بيّنت الباحثة Florence Le Cam (2010) اختلاف الباحثين حول المجالات التي ظهرت فيها هذه الممارسة، فهناك من يربط المدونات بمجال الإعلام الآلي نظرا للتشابه الموجود بين المدونات وبعض الممارسات لبعض الفاعلين في مجموعات النقاش، كما يوجد هناك تشابها أيضا بين المدونات والمواقع التي يطلق عليها *news What's*، التي كانت تنشأ من قبل المختصين في الإعلام الآلي حيث يقومون من خلال هذه المساحات بما يشبه اليقظة المعلوماتية لكل ما هو جديد في الشبكة، وهناك من يربط ممارسة التدوين بالنشاطات الصحفية على غرار J.D. Lasica (2001)؛ حيث ترى أن أول مدونة ترجع للصحفي Dave Winer حينما أنشأ موقعه سنة 1997 تحت عنوان *Scripting News* وكان لتبني الصحفيين لهذا الوعاء وهذا الشكل من الاتصال أهمية كبيرة في تطوّر هذه الظاهرة في سنواتها الأولى، بينما ينظر بعض الباحثين للمدونات على أنها ممارسة شخصية تسمح للفرد ببث يومياته على الويب لغرض التعبير عن الذات. (شباب و شقور، 2018، صفحة 02)

المبحث الرابع: الأثر الاجتماعي للإعلام الجديد

لا نجد في الدلالة على الأثر الاجتماعي الذي يح دته الإعلام الجديد في المجتمعات الإنسانية اليوم، أفضل من تعبير المؤرخ والفيلسوف الفرنسي ميشال سيير في حديث صحفي سنة 2011، تحدث هذا الأخير عن ميلاد "إنسان جديد"، مفرداً له صفة جيل "السبابة"، في إحالة إلى فعل الإعلام الجديد ومقدرة الشباب اليوم على إرسال الرسائل النصية وزيارة مواقع التواصل الاجتماعي وتصفحها بمجرد المسح على شاشات الهواتف الذكية واللوحات الإلكترونية بإصبع السبابة. (زرن، 2017، صفحة 122)

في كتاب لـ "أندريا إل برس" و "بروس إيه ويليامز"، وهو بعنوان مقدمة إلى بيئة الإعلام الجديدة؛ (إل برس و ويليامز، مقدمة إلى بيئة الإعلام الجديدة، 2017، الصفحات 12-17) شمل مجموعة من الدراسات المتناولة للبيئة الإعلامية الجديدة والمترابطة، كان الباحثان قد أدرجا في بعض أجزائه عنصراً تحت عنوان "قصة إعصارين"، تحدث فيه عن إعصارين ضربا الولايات المتحدة الأمريكية في مرحلتين تاريخيتين مختلفتين، الإعصار الأول غيب عن ذاكرة الإعلام الأمريكي، وعن ذاكرة المجتمع الأمريكي ككل، حيث أطلق عليه اسم "الإعصار المنسي" وقد ضرب ولاية فلوريدا سنة 1928، والإعصار الثاني هو إعصار "كاترينا" المعروف والذي ضرب سنة 2005، أين أبرزنا نقاط الاختلاف بين الحدثين، من حيث بنية أنظمة المعلومات، والاتصال، والإعلام السائدة خلال الفترتين الزمنية، وأدوارها في هتين الأزمتين، والفروقات في ما يتعلق بطريقة تعاطي الفواعل الاجتماعية والإعلامية والرسمية مع الحدثين، كما أبرز التشابه الرئيسي بين الحدثين وهو التمييز العرقي الذي طغى على أشكال التعاطي مع الأزمتين.

ضرب "الإعصار المنسي" الولايات المتحدة برياح تصل سرعتها إلى أكثر من 145 ميلاً في الساعة، بانخفاضٍ طفيفٍ عن مستوياتها فوق المياه المفتوحة التي بلغت الفئة الخامسة (الأعلى على مقياس الأعاصير)، وعلى الرغم من تداول تحذيرات الإجلاء لعدة أيام وإخلاء الأحياء الغنية، تخلف سكان آخرون، معظمهم من الفقراء والسود في المنطقة، ويعد هذا الإعصار واحدة من أسوأ الكوارث الطبيعية في التاريخ الأمريكي، حيث خلف وراءه 2500 حالة وفاة، وهو ثاني أكثر الأعاصير فتكا في تاريخ الولايات المتحدة، بعد إعصار "جالفستون" عام 1900، في "الإعصار المنسي"، كان العرق والطبقة عاملي تحديد مهمين لمن نجا ومن لقي حتفه؛ فمن بين 2500 حالة وفاة، كان ثلاثة أرباع هذا الرقم تقريباً من السود، معظمهم من المزارعين وعمال المزارع المهاجرين الذين يعملون ويعيشون في شمال وجنوب حواجز البحيرة التي انهارت، وفي المقابل لم يتكبد المجتمع الأبيض المفرط الغنى في "بالم بيتش" سوى عدد قليل من حالات الوفاة، وكان واضحاً أن الفارق الأساسي بين الحياة والموت في هذه الكارثة هو الفقر والانتماء العرقي، وحتى التوايت فقد حجزت للضحايا البيض، بينما دُفن معظم الضحايا السود في مقابر جماعية لا تحمل علامات مميزة، ونظراً لضخامة العاصفة وأهوال عواقبها، تساءل "إليوت

كلاينبير 2003"، الذي ألف أحد أهم الكتب وأدقها حول إعصار عام 1928، عما إذا كانت هذه الكارثة ستلاشى تمامًا من الذاكرة العامة لو كانت الغالبية العظمى من الضحايا من البيض. (إل برس و ويليامز، مقدمة إلى بيئة الإعلام الجديدة، 2017، الصفحات 12-13)

أحد أسباب هذا النسيان التام لإعصار عام 1928، هو الطرق التي هيمنت ولا تزال تهيمن بها، القضايا التي تم الأمريكيين البيض من الطبقة المتوسطة على المنظومة الإعلامية، وينطبق هذا على الأخبار فضلاً عن الأشكال التي لا تُعد ولا تُحصى من وسائل الترفيه ذات الشعبية التي تساعد في تشكيل وعي واهتمام معظم الأمريكيين، وبالنظر إلى طرق معالجة قضايا العرق والطبقة أو بعبارة أدق طرق تجاهلها، فإنه ليس من المستغرب قدرة المجتمع على تجاهل ظروف الأمريكيين السود الفقراء عام 2005، بنفس سهولة عام 1928، في الوقت نفسه يمكن للثقافة الشعبية في بعض أشكالها أن تكون بمنزلة مستودع للذكريات والمخاوف التي غفلت عنها وسائل الإعلام العامة. (إل برس و ويليامز، مقدمة إلى بيئة الإعلام الجديدة، 2017، صفحة 17)

إن إفرادنا لهذه الحقائق التاريخية، والتحليلات والاستخلاصات التي أوردها هذان الباحثان، أردنا من خلاله الاستدلال على حقيقة قائمة في الأنظمة الإعلامية الراهنة، مهما اختلفت في مستوياتها ومنطلقاتها والبيئة الإعلامية الحاوية لها، هذه الحقيقة تتمثل في أن القضايا والمضامين الإعلامية التي تطغى على المشهد الإعلامي في مجتمع ما، أو حتى على مستوى المشهد الإعلامي العالمي، دائماً ما تخضع إلى سيطرة من يمتلكون القوة في المستويات الاقتصادية والسياسية والاجتماعية، وتعتبر السيطرة على وسائل الإعلام ومضامينها إفرازاً طبيعياً وحققاً حصرياً لمن يمتلكون القوة في هذه المستويات، فقصة "الإعصار المنسي"، لا تعبر فقط عن الإضطهاد العرقي المتفشى في الولايات المتحدة، ولا تجعل فقط من العرق مصدراً لموازنات القوة في السيطرة على المجتمع ووسائل الإعلام كإحدى أهم مؤسساته، بل إن هذه القصة تعبر عن حقيقة النظام الإعلامي العالمي كله، إذا ما أخرجنا حيثيات هذه الأحداث التاريخية من السياق المحلي الأمريكي الذي يعتبر النموذج الإعلامي الحالي المسيطر، إلى النسق الإعلامي العالمي، هذه الحقيقة المتجلية تبرز لنا واقع سيطرة الجزء على الكل والقوي على الضعيف، لكن ليس المحدد لتحليلات هذه السيطرة هنا هو العرق إنما معيار السيطرة هنا تتداخل فيه مفاهيم السيطرة والقوة التكنولوجية والاقتصادية والسياسية، والتي تفرز سيطرة إعلامية تقود المشهد الإعلامي العالمي للوجهة التي يريدونها من يسيطر على هذه العناصر، كما تفرز كحتمية لا مناص منها سيطرة فكرية وثقافية على من لا يملكون القوة.

إن قصة "الإعصار المنسي" وما ارتبط بها من تعاطي إعلامي ليست قصة للتاريخ، بل لازالت واقعا إعلامياً راهناً، يعكس اختلالاً في موازين القوى العالمية ألقى بضلاله على البيئة الإعلامية الحالية، فنجد اليوم أن الكوارث والأحداث التي يكون ضحاياها مسلمين مغيبة عن المشهد الإعلامي العالمي، ونجد أن

المضامين الإعلامية المعبرة عن ثقافة وفكر المجتمعات الإسلامية لا تكاد تظهر بين زحام المضامين الغربية المروجة لنمط العيش الغربي وفكره وثقافته، وخلاصة القول هنا أن المشهد الإعلامي اليوم يعكس واقعا مفاده أن المجتمع العالمي المراد له أن يسود و والذي يراد للمجتمعات المحلية بثقافتها وهوياتها وفكرها المتفرد أن تنصهر فيه وتنمط وفق قواعده، هو المجتمع الغربي الذي يعتبر المجتمع الأمريكي أهم أركانه، وأن "السود المضطهدين" اليوم هم المجتمعات المسلمة على غرار باقي المجتمعات المحلية المكافحة للحفاظ على أركان هوياتها وأمنها الفكري من الغزو والتغيير، والتغيب القصري لقضاياها واهتماماتها، و"العرق الأبيض العنصري" في هذا الواقع لا يعدوا أن يكون اليوم، أصحاب السيطرة والقوة التكنولوجية والاقتصادية والعسكرية والإعلامية على مستوى السياق العالمي.

وقد أشار الباحثان "أندريا إل برس" و "بروس إيه ويليامز" في ما اقتبسناه سابقا إلى أن هنالك "طرقا هيمنت ولا تزال تهيمن بها، القضايا التي تهم الأمريكيين البيض من الطبقة المتوسطة على المنظومة الإعلامية"؛ وهذه الطرق نجد أننا مجبرين على أن نبحث فيها لمعرفة سبل مواجهة السيطرة الغربية على المشهد الإعلامي العالمي، ولعل الباحثان أعطيا حلا من الحلول التي يمكن اللجوء إليها في هذا الوضع والتي عبرا عنها ب"الثقافة الشعبية"، حيث تحدث الباحثان على أنها في بعض أشكالها "تكون بمنزلة مستودع للذكريات والمخاوف التي غفلت عنها وسائل الإعلام العامة"، والتي نرى بدورنا أنها ما هي إلى انعكاس لهوية المجتمع وتراثه الفكري.

الفصل الخامس

محددات الأمن الفكري

للمجتمع الجزائري

والتحديات الإعلامية

الاتصالية المتصلة بها

الفصل الخامس: محددات الأمن الفكري للمجتمع الجزائري والتحديات الإعلامية

الاتصالية المتصلة بها

المبحث الأول: القيم الدينية (العقائدية) وتحديات المكون الإعلامي والاتصالي الراهنة

1- القيم (الإيمانية) الغيبية

2- القيم العلمية والفكرية

3- القيم الأخلاقية

4- القيم السيكولوجية النفسية

5- قيم الاعتدال الفكري وتقبل الآخر

المبحث الثاني: القيم السوسيوثقافية للمجتمع الجزائري وتحديات المكون الإعلامي

الاتصالي الحالي

1- اللغة العربية واللهجات المحلية

2- عادات المجتمع وتقاليد وأعرافه

3- الموروث التاريخي والحضاري المشترك

4- رمزية مؤسسات التنشئة الاجتماعية

المبحث ثالث: القيم المدنية للمجتمع الجزائري وتحديات المكون الإعلامي الاتصالي

الحالي لها

1- الوطنية:

2- المواطنة:

الفصل الخامس: محددات الأمن الفكري للمجتمع الجزائري والتحديات الإعلامية

الاتصالية المتصلة بها

إن بيان المحددات الأساسية التي يتجسد من خلالها الأمن الفكري للمجتمع أمر ضروري لتحديد التأثيرات السلبية وتهديدات المكون الإعلامي والاتصالي الحالي له، فهذه التهديدات ما هي في النهاية إلا تأثيرات مختلفة ومتعددة تمس كل منها محددًا للأمن الفكري أو بعدا من أبعاده أو عدة أبعاد في آن واحد، ثم أن التفصيل في هذه الأبعاد أمر ضروري لاعتبار آخر متمثل في كون أن لكل مجتمع خصوصيات تجعل من محددات وأبعاد أمنه الفكري تختلف عن مجتمع آخر، فالقيم الدينية مثلا لا تشكل بعدا أساسيا من أبعاد الأمن الفكري للمجتمعات الغربية العلمانية، على عكس المجتمعات المسلمة، والقيم الأخلاقية للمجتمع المسلم مثلا تختلف عن قيم المجتمع الليبرالي...

لهذا فإننا سنفصل في المنظومة القيمية للمجتمع الجزائري بما هي محددات للوعاء الفكري الجمعي للمجتمع الجزائري، والتي تقع تحت طائلة تهديدات المكون الإعلامي والاتصالي الحالي، وهي ثلاثة أبعاد أساسية، تنبثق عنها أبعاد فرعية:

أولاً- قيم الدين الإسلامي وتتضمن؛ القيم الإيمانية الغيبية، القيم العلمية والفكرية، القيم الأخلاقية، القيم السيكولوجية النفسية، قيم الوسطية وتقبل الآخر.

ثانياً- القيم السوسيوثقافية وتتضمن؛ اللغة العربية واللهجات المحلية، العادات والتقاليد والأعراف، الموروث التاريخي والحضاري المشترك، رمزية مؤسسات التنشئة الاجتماعية.

ثالثاً- القيم المدنية وتشمل؛ المواطنة، الوطنية وتغليب المصلحة العامة

إن أول ما يلاحظ على التصنيف الذي اعتمدهنا لأبعاد مفهوم الأمن الفكري، هو أننا ضمنا ستة أبعاد فرعية تحت بعد رئيسي واحد وهو "قيم الدين الإسلامي"، وبالتالي أبرزنا هذه الأخيرة كمصدر للقيم الفرعية الأخرى، وإن لهذا التصنيف ما يبرره، وإن أي تصنيف آخر يفسر هذه القيم الفرعية خارج نطاق مصدرها الديني الإسلامي بالنسبة للوعاء الفكري الجمعي للمجتمع الجزائري أو أي مجتمع مسلم آخر، نراه اغترابا فكريا ونظريا لا يمكن أن يصل بنا بأي حال من الأحوال إلى تشريح ودراسة الظواهر السوسيوثقافية في سياقها المحلي ممثلا في النسق الاجتماعي للمجتمعات المسلمة والقضايا الفكرية لها، ليس فقط لاعتبار أن هذه المجتمعات مجتمعات دينية تخضع في فكرها وممارساتها الجمعية لسلطة الدين وتصطبغ هويتها الجماعية به، بل الأهم من هذا ماهية وسمات الدين الإسلامي في حد ذاته، الذي يعتبر فكرا شاملا ومستقلا يختلف عن أي ديانة أخرى، بمضمونه ونصوصه الأساسية التي فصلت في كل المناحي الحياتية والفكرية للفرد والمجتمع على حد سواء، فهو تجاوز لكل المعتقدات الدينية الأخرى التي لا

تتعدى نصوصها الاهتمام بالأمور الميتافيزيقية الغيبية وتفسيرها وفقا لوجهات نظر مختلفة، على عكس الشريعة الإسلامية ونصوصها التي لا يوجد مجال أو موضوع فكري لم تخض فيه ولم تضبط موازينا مستقلة له، مما يبرز لنا حقيقة أن الإسلام منهج فكري مستقل بذاته.

ثم إن القيم السوسيوثقافية للمجتمع الجزائري على غرار كل المجتمعات المسلمة تخضع بدورها للقيم الإسلامية، والسبب الوحيد الذي جعلنا نفردها كبعد مستقل هو لسبب منهجي بحت، ابتغاء منا التفصيل أكثر في أبعادها الفرعية ضمن هذه الدراسة، وإن هذا لا يغطي على حقيقة انضوائها تحت البعد الإسلامي؛ فاللغة العربية ما كان لها لتصل لمكانتها الحالية لولا النص الأساسي والأول للشريعة الإسلامية وهو القرآن الكريم، فلولا الإسلام والقرآن الكريم لكانت اللغة العربية اليوم لغة حفريات وتاريخ قديم، لا يتجاوز استخدامها والاهتمام بها بعض دارسي التاريخ القبلي العربي القديم والشعر الجاهلي، بل إن التراث الفكري في ميادين العلوم المختلفة والذي خلفه العرب كان كله تحت مظلة الحضارة الإسلامية وبفضلها، فحتى بقيمة ووزن اللغة العربية الريادي بين اللغات الأم العالمية شكلا وبنية وقواعدا _ والتي يشهد لها بذلك علماء اللسانيات ودارسو اللغات العالمية_، فإنه ما كان لها أن تستمر بلا مضمون فكري -علمي وفلسفي- يحفظ قيمتها ويفرض استمرارية وجودها، وخير دليل على هذا المصير المحتوم للغة اللاتينية الأم التي لم يبق من أثرها اليوم إلا حرفها المرسوم، وبضع لغات انبثقت من أنقاضها.

وإذا جئنا للحديث عن المنظومة القيمية للعادات والتقاليد والأعراف في المجتمع الجزائري، فإنها لا تخلوا من تأثير البعد الإسلامي عليها، فالجزء الكبير منها مصطبغ به، والجزء الآخر متأثر على أقل تقدير بالهوية الإسلامية للمجتمع، بل إن من الأصول الثابتة في الفقه الإسلامي، أن العرف محكم في الشريعة الإسلامية وأحكامها، وبهذا يكون النص الديني في حد ذاته يعطي القيمة المستحقة لعادات وتقاليد وأعراف المجتمع، ما لم تكن تتعارض طبعا مع مبادئ الشريعة الإسلامية.

كما أن الموروث التاريخي المشترك للمجتمع الجزائري كآخر الأبعاد الفرعية للقيم السوسيوثقافية المتطرق إليها، هو بدوره لا يستقل عن البعد الديني الإسلامي، فالحضارة الإسلامية منذ بدء وجودها في الجزائر مع الفتوحات الأولى التي قام بها المسلمون في هذا البلد، احتوت أهم المحطات والأحداث التاريخية التي مثلت مصدر اعتزاز وفخر جماعي لأفراد المجتمع، ولعل آخر محطة منها وهي الثورة التحريرية ضد المستعمر الفرنسي من أهم الشواهد التاريخية على هذا، بيد أن منطلقات هذه الثورة مثل صراعا وجوديا وحضاريا كان الدين أهم محاوره.

إن آخر بعد تطرقنا له من أبعاد الأمن الفكري للمجتمع الجزائري "القيم المدنية"، هي بدورها لم يمكن لنا أن نعتبرها إلا بعدا فرعيا من أبعاد قيم الدين الإسلامي، لما تتوفر عليه نصوص الإسلام من تشريعات وفكر سياسي مستقل ومعروف، يحدد بدقة العلاقة بين الفرد وبين مجتمعه ودولته، ويضبط

بإحكام منظومة الحقوق والواجبات المترتبة عن هذه العلاقة، وما نظرت له الشريعة الإسلامية من فكر سوسولوجي وسياسي مثالي، لولا أن النظام السياسي القائم والمتبنى من الدولة في الجزائر هو نظام غير إسلامي التشريع والتأصيل، نتج عن هذا أن الميثاق الذي يربط الفرد الجزائري بالدولة ومؤسستها هو ميثاق غربي في كثير من تصوراته ومحدداته، وهو ما يفرز واقع مفاده أن القيم المدنية للمجتمع الجزائري بما هي محددات للعلاقة التي تربط بين الفرد والدولة هي قيم غربية في مجملها، يمكن استشفافها في أدبيات البحث الغربية والمغربية، هذا ما فرض علينا أن نوضح هذه المسألة في حدود إصطلاحات ومفاهيم الفكر الغربي كالمواطنة، المشاركة السياسية، المسؤولية الاجتماعية، الديمقراطية،... غير أن هذا لا يمنع من بيان المقاربة الإسلامية في هذا الخصوص، بيد أن جل هذه المفاهيم لها ما يقابلها في الفكر الإسلامي.

إن تبويبنا وتصنيفنا لجزء من المنظومة القيمية للمجتمع الجزائري كمحددات لأمنه الفكري بهذا الشكل الذي يجعل القيم الإسلامية مصدرا للقيم الأخرى، يتعزز بالطرح النظري لمقاربة الحتمية القيمية التي استندت إليها هذه الدراسة، حيث أن صاحب هذه المقاربة -عززي عبد الرحمان-، يجعل من قيم الدين الإسلامي مصدرا للمنظومة القيمية للمجتمعات المسلمة، غير أن اعتمادنا على مقاربة الحتمية القيمية لعززي عبد الرحمان للقيم فيما يخص تصنيف القيم وأبعادها وتبويبها، والذي يجعل للقيمة إثنا عشر بعدا أساسيا (أنظر الجدول رقم 01، صفحة 46) كان اعتمادا جزئيا، حيث أن تبويبنا الخاص لقيم الأمن الفكري للمجتمع الجزائري اختلف عن تبويب المقاربة القيمية في هيكله العام، إلا أنه حافظ على ظهور معظم أبعاد القيمة التي حددتها المقاربة القيمية لعززي عبد الرحمان في مضمون هذا التبويب الذي اعتمده الدراسة.

كما عمدنا في هذا الفصل إلى التفصيل في التحديات والتأثيرات السلبية للمكون الإعلامي والاتصالي الحالي على محددات الأمن الفكري المفصلة سابقا -كل على حدة-، ومرد هذا الفصل أن هذه التحديات والتأثيرات تختلف في ماهيتها وكذا في استهدافها لمختلف محددات الأمن الفكري، فارتأينا بذلك الفصل بينها تحت عناوين هذه المحددات، كما أن تناول هذه التهديدات لم يكن بمعزل عن التأصيل النظري المعتمد في هذه الدراسة، فتم على هذا الأساس بيان التأثيرات السلبية المرتبطة بالوسيلة الاتصالية أو الإعلامية -تكنولوجيا- بغض النظر عن المضامين التي تحملها على ضوء مسلمات وأفكار نظرية الحتمية التكنولوجية، كما تم تناول هذه التأثيرات السلبية من خلال المضامين الإعلامية والاتصالية -المهددة لقيم الأمن الفكري للمجتمع الجزائري-، والتي تحملها وتنشرها هذه الوسائل على ضوء التأصيل النظري لمقاربة الحتمية القيمية.

ويلخص الشكل رقم 08 في الصفحة الموالية مضمون هذا الفصل، موضحا تبويبنا للمنظومة القيمية للمجتمع الجزائري بما تمثله كأبعاد لمفهوم الأمن الفكري للمجتمع، التي اعتمدنا عليها في هذه الدراسة، كما يبين نفس الشكل مختلف التأثيرات السلبية للمكون الإعلامي والاتصالي الحالي على هذه القيم.

محددات (أبعاد) الأمن الفكري للمجتمع الجزائري

3- القيم المدنية:

- ✓ المواطنة
- ✓ الوطنية

2- القيم السوسيوثقافية:

- ✓ اللغة العربية واللهجات المحلية
- ✓ العادات والتقاليد والأعراف
- ✓ الموروث التاريخي والحضاري المشترك.
- ✓ رمزية مؤسسات التنشئة الاجتماعية.

1- قيم الدينية (العقائدية):

- ✓ القيم الإيمانية الغيبية.
- ✓ القيم العلمية والفكرية.
- ✓ القيم الأخلاقية.
- ✓ القيم السيكولوجية النفسية.
- ✓ قيم الاعتدال الفكري وتقبل الآخر.

تهديدات المكون الإعلامي والاتصالي الحالي:
علمانية، حداثة، تغريب، إلحاد، تنصير، تطرف، تمرد على
القيم، إباحية ...

الشكل رقم 08

المبحث الأول: القيم الدينية (العقائدية) وتهديدات المكون الإعلامي والاتصالي الراهنة

يرتبط الوعاء الفكري الجمعي للمجتمعات ذات الخلفية الدينية ارتباطا وثيقا بالدين والعقيدة، حيث نجد أن الدين في هذه المجتمعات يعتبر مصدرا رئيسا للقيم الفكرية التي يشترك أفراد المجتمع في التسليم بها والدفاع عنها، كما يعتبر الدين أيضا مصدرا لأجزاء من التراث الفكري لهذه المجتمعات، وعليه فإن أبعاد الأمن الفكري للمجتمعات الدينية تتحدد أساسا -في جزء منها- على أساس هذه القيم، بيد أننا حددنا للأمن الفكري مفهوما إجرائيا في الفصل الأول على أنه الاطمئنان على سلامة المنظومة القيمية للمجتمع الجزائري ووعائه الفكري الجمعي، وهذه المنظومة القيمية وهذا الوعاء الجمعي يتحدد في جزء كبير منه في القيم الدينية، هذه الأخيرة التي تتحدد وفقا لخمسة أبعاد أساسية هي البعد الإيماني الغيبي، البعد العلمي الفكري، البعد الأخلاقي، البعد السيكولوجي النفسي، بعد الاعتدال الفكري وتقبل الآخر.

والإسلام آخر الشرائع السماوية قد أعطى للدين أبعادا جديدة، بيد أن الإسلام بنصوصه من قرآن كريم وسنة نبوية شريفة بداية، واجتهادات فكرية لعلمائه، يعتبر منهجا فكريا فريدا وجامعا، خاض في شتى القضايا الفكرية والفلسفية التي تشغل البشرية، وأعطى تصورات وتفسيرات وأسس جديدة لهذه القضايا، كما نجد أن الإسلام شجع على طلب العلم والتفكير والتدبر واستخدام العقل، فهو بهذا يختلف اختلافا جذريا عن باقي الديانات التي تقيد العقل البشري وتفرض على معتنقيها الإيمان بتصوراتها ومسلماتها الخاصة دون أن يكون لهم حق في موازنتها بالعقل والفكر، على عكس الإسلام الذي نلتمس من خلال نصوصه حجية وبراهين عقلية ومنطقية على كل مسلماته ومعتقداته.

ويشكل الإسلام في ذاته وعاءا قيما متميزا، فنجد أنه أعطى للقيم الاهتمام البالغ، والقيم في الإسلام أساس بناء الفرد والمجتمع والدولة على حد سواء، وما يميز المنظومة القيمية الفكرية الإسلامية أنها صالحة لكل زمان ومكان، فالإسلام ما شرع في هذه الأرض إلا ليكون منهجا للبشرية جمعاء وللأزمنة كافة، فنجد هذه المنظومة القيمية التي جاء بها قد غطت كافة المجالات الحياتية والمعاملات الإنسانية، بالشكل الذي يجعل من القيم التي تحملها أساسا للخفض والرفع، ومعيارا لوضع الأحكام، ومنهجها للفكر البشري، وأبعادا ومحددات أساسية تضمن للفكر الأمن والسلامة من الزيغ والانحراف، وستتطرق فيما يأتي للأبعاد الأساسية للقيم الدينية التي يحتكم إليها الوعاء الفكري الجمعي للمجتمع الجزائري موروثه وحاضره:

1- القيم (الإيمانية) الغيبية:

إن القيم الإيمانية الغيبية بالإضافة إلى كونها عماد الشريعة الإسلامية، فهي تعتبر من أهم أبعاد الأمن الفكري للمجتمعات المسلمة، فالأمور الغيبية الميتافيزيقية عامة لطالما شكلت ميدانا فكريا مثيرا للجدل

والنقاش، ولطالما أثارت قضاياها صراعا فكريا محتدما، سواء إن كان طرفي الصراع الفكر الديني من جهة، والفكر المادي العلماني والإلحادي من جهة أخرى، أو بين الاتجاهات الدينية المختلفة التي تعطي تفسيرات متعددة لهذه القضايا الغيبية الميتافيزيقية، وتعتبر القيم الإيمانية الغيبية إحدى المكونات الأساسية للوعاء الفكري الجمعي في المجتمعات المتدينة بصفة عامة، والمجتمعات المسلمة بشكل خاص والتي من بينها المجتمع الجزائري، وهي أكثر أبعاد القيم الدينية العقائدية التي يتمسك بها الوعي واللا وعي الجماعي لهذه المجتمعات، ويمكن إبراز أهمية القيم الإيمانية الغيبية في الحفاظ على الأمن الفكري للمجتمع فيما يلي:

- القيم الغيبية قضايا فكرية غير قابلة للقياس والتحقق المادي أو التجريبي في مجملها، لهذا فالنص الديني على العموم يعتبر أهم مصدر أعطى تفسيرات لهذه القضايا، ويمكن بيان صدق هذه التفسيرات من عدمها، باستخدام العقل والمنطق كأهم أدوات لقياس هذه القضايا، والنص القرآني على وجه الخصوص أعطى للمنظور الإسلامي حول هذه القضايا الصفة العلمية والطابع المنطقي العقلاني، باعتماده على الحجج والبراهين العلمية والعقلية في طرحه لهذه القضايا.

- القيم الغيبية باعتبار أنها قضايا ميتافيزيقية غير ملموسة، فإنها تعتبر من أعقد وأصعب القضايا الفكرية، وقد مثل الفكر الإسلامي بنصوصه الأساسية منهجا علميا و أسلوبا منطقيا فريدا في معالجة هذه القضايا.

- من أهم القيم التي تربط المجتمعات المتدينة عامة، والمجتمعات الإسلامية خاصة بدينها، هي القيم الإيمانية، وتعتبر هذه القيم من أهم المحددات المشكلة للوعاء الفكري الجمعي وللهوية الجماعية لهذه المجتمعات.

- للقيم الإيمانية الغيبية ذات المنظور الإسلامي انعكاسات جلية وواضحة على القيم والأبعاد الأخرى للأمن الفكري للمجتمع المسلم، فنجد لها انعكاس على القيم السيكولوجية بما تحققه للفرد المؤمن من استقرار نفسي جراء تسليمه بالتفسير الديني لهذه القضايا الغيبية المعقدة، وله انعكاس على القيم العلمية لما يقترن به الإيمان من شروط العلم والعمل، وله انعكاس على قيم الاعتدال الفكري وتقبل الآخر، لما تحمله القيم الإيمانية للإسلام من وسطية وانفتاح وقيم تعبر عن طواعية الاختيار الديني، وعدم جواز الإكراه في الدين...

وتعتبر القيم الإيمانية (الغيبية) من أهم القيم التي ضببتها الشريعة الإسلامية، وأبرزتها بنصوصه الأساسية من قرآن كريم وسنة نبوية شريفة بشكل واضح وجلي، وجعلتها من أهم مقاصدها، وهي محددة أساسا في الإيمان بالغيب الذي لا تصل له مدركات البشر الحسية، بما هو عالم ميتافيزيقي غير محسوس، وللإيمان في الإسلام محددات ستة؛ حيث جاء في حديث رسول الله صلى الله عليه وسلم: "الإيمان بالله وملائكته وكتبه ورسله واليوم الآخر وبالقضاء خيره وشره"، والإيمان حد فاصل بين المسلم

والآخر، دون أن يكون هذا التفريق سببا ومدعاة لإكراه الآخر (الكافر) على الإيمان، فلا إكراه في دين الإسلام "لا إكراه في الدين قد تبين الرشد من الغي" البقرة 256، وسنحوض في هذه القيمة ضمن عنصر لاحق (قيم الوسطية وتقبل الآخر).

ونجد أن المحددات الستة التي وضعها الإسلام للإيمان مرتبطة ارتباطا وثيقا بالفكر وإعمال العقل، فرغم أن هذه القيم الإيمانية ترتبط بالعالم الغيبي الغير ملموس إلا أن الشريعة الإسلامية لم تحمل إثباتها وإسنادها بالبراهين والحجج المنطقية والعقلية والعلمية، والدعوة إلى التفكير والتدبر في هذه القضايا؛ فالإيمان بالله سبحانه وتعالى كإله واحد خلق كل شيء في هذا الكون، وبصفاته المذكورة في القرآن الكريم، لم يفرض دون حجة وبرهنة على وجوده سبحانه وتعالى وعلى تفرد بالألوهية والربوبية وحقه في العبودية له، فنجد القرآن الكريم وهو النص الأول للتشريع الإسلامي مليء بالمواضع الحجاجية والبراهين العقلية والمنطقية التي تثبت هذه الحقيقة المطلقة. وكذلك الأمر بالنسبة للسنة النبوية، ومن بعدها التراث الفكري الإسلامي.

والإيمان بالله يوجب الإيمان بملائكته التي جاء ذكرها في الكتاب الذي أنزله للبشرية -القرآن الكريم- الذي هو كلامه ووحيه لرسوله صلى الله عليه وسلم، ويوجب الإيمان برسله التي أرسلها سبحانه من قبل محمد صلى الله عليه وسلم، والذين منهم من ذكر في القرآن ومنهم من لم يذكر "ولقد أرسلنا رسلا من قبلك منهم من قصصنا عليك ومنهم من لم نقصص عليك" غافر 78، وفي الإيمان بالرسول الآخرين ومنهم نبي النصارى (عيسى عليه السلام)، ونبي اليهود (موسى عليه السلام) من القيم التي تجعل من الإسلام باعتباره شريعة جامعة وخاتمة للشرائع السماوية الأخرى، الأقرب والأسهل تقبلا للآخر النصرائي واليهودي إن احتكم للعقل والمنطق، وهي بذلك انعكاس قيمة أخرى من قيم الوسطية الفكرية في الإسلام.

كما أن الإيمان باليوم الآخر، والذي يعني أن يسلم المسلم بأن هذه الحياة وهذا الكون آيل للزوال، يستوجب أن يترتب عليه علم بأن ما يعمل في حياته سيقابله جزاء؛ فإن عمل صالحا فسيلقى الجزاء الحسن والمكافأة، وإن عمل عملا سيئا فسيلقى العقاب، فالجزء فالإسلام من جنس العمل، وهذا ما يجعلنا هنا للحديث عن الثواب والعقاب في الإسلام؛ حيث نجد أن هذا الأمر كقيمة ثابتة في الإسلام لا يقتصر فقط على الجزاء الأخروي (عندما تنتهي الحياة الدنيا)، وإنما أعمال المسلم تقابل بالجزاء فالدنيا قبل الآخرة، فنجد أن الأعمال السيئة والقيحة كالقتل، والسرقه، والقذف، والزنا.. تحدد لها الشريعة الإسلامية عقوبات وحدود يعاقب بها مرتكبوها في الدنيا، وبذلك فإن المنظومة القيمية للثواب والعقاب الدينوي والأخروي في الإسلام تجعل من الفرد في المجتمع إنسانا واعيا ومسؤولا ومنتزعا في فكره وسلوكه، وتضبط علاقات الأفراد بالشكل الذي يحقق الأمن للمجتمعات والاستقرار النفسي لأفرادها، وتمثل بذلك فكريا سوسيولوجيا راقيا للمجتمع، وضبطا سيكولوجيا مثاليا للفرد، بما يوازن العلاقة بينهما.

أما الإيمان بالقضاء خيره وشره، وهو أن يسلم المسلم بأن كل ما يقع في هذا الكون تقدير من الخالق، فيجعل هذا الأمر الإنسان في أمن نفسي وصحة سيكولوجية، وهو من أهم أبعاد الأمن الفكري، وستحدث عن القيم والآثار السيكولوجية للإيمان بالقضاء والقدر لاحقا ضمن عنوان القيم السيكولوجية.

ثم إن القيم الإيمانية سابقة الذكر تقتضي في الإسلام إيمانا آخر، هو إيمان العبودية، قال الله تعالى: "ما خلقت الجن والإنس إلا ليعبدون، ما أريد منهم من رزق وما أريد أن يطعمون" الذاريات 56؛ أي أن الغاية الأسمى من خلق الإنسان ومن وجوده في هذه الحياة هي عبادة الله سبحانه وتعالى، و للعبادات في الإسلام على أوجهها المعروفة، قيم شتى أخلاقية وسيكولوجية وفكرية وسلوكية لا يسع المقام لذكرها.

- تهديدات المكون الإعلامي والاتصالي القيم الإيمانية للمجتمع الجزائري:

فإن جئنا نتحدث عن التأثيرات السلبية لمضامين الوسائل الإعلامية والاتصالية المعاصرة على المجتمعات المسلمة بما تحمله من قيم معارضة للقيم الإيمانية الغيبية التي تعتبر من أهم مكونات الوعي الفكري الجمعي للمجتمع الجزائري الذي يضمن التماسك بين مكوناته، وبما تمثله من مرجعيات وخلفيات فكرية لأفراده، فنجد أن هذه الوسائل أضحت أوعية حاملة لقيم فكرية مناهضة لما سبق تفصيله من هذه القيم الإيمانية، ومروجة لها وفقا للتمظهرات التالية:

أ- الترويج لقيم الحداثة:

تعتبر الحداثة من أهم تجليات النهضة الأوروبية بصفة خاصة، حيث أنها تحيل إلى ذلك التمرد الفكري على السلطة الدينية البابوية الكنيسية الذي قام في أوروبا، وكان من بين العوامل التي أسست لنهضة علمية وفكرية انتقلت بالعالم الغربي من العصور المظلمة إلى عصر الأنوار ومن بعدها إلى عصر التطور التكنولوجي والتقدم العلمي، فبقي بذلك الاحتفاء بالحداثة ومبادئها مقدسا في الغرب إلى اليوم، وسعى من وراء هذا العديد من المستشرقين والعرب المتأثرين بهذه المبادئ إلى إطلاق الدعوات لإعادة تجسيدها في العالم العربي والإسلامي، ولا يتم ذلك إلا من خلال الثورة على قيم الدين الإسلامي وتغيير المرجعية العقائدية للمجتمعات المسلمة المبنية على أسس العقيدة الإسلامية، وهم بذلك يتجاهلون الحقائق الأساسية التي تجسدت من خلالها الحداثة الغربية ونجحت في تحصيل هذه السمعة التي كان للزخم الإعلامي الدور الكبير في إرسائها، وهذه الحقائق هي كالتالي:

- إن السلطة الدينية التي ثار ضدها الفكر الحداثي الغربي، هي السلطة البابوية الكنيسية التي كانت تشكل في العصور الوسطى مثبطا فكريا و حضاريا للشعوب الأوروبية، من خلال فرضها للقيود على كل جهد فكري أو توجه نظري جديد، وانتهاجها أسلوب العنف ضد كل ما يخالف الآراء والتوجهات الفكرية للكنيسة، والتي كانت في أغلبها مبنية على الخرافة وتحريف الحقائق، هذه الحقائق والتي شكلت الدوافع القوية لانلاع الثورة الحداثية الأوروبية، نجدها منتفية الوجود في العالم الإسلامي ذو المرجعية

الفكرية والعقائدية الإسلامية بكل ما تحمله من قيم مثالية تدعو لإعمال العقل والرفي بالمستوى الفكري والعلمي، وبما تمثله من مرجعية فكرية شاملة وسامية، تجعل من الدعوة إلى الثورة عليها دعوة إلى الضلال وتجهيل المجتمعات المسلمة.

- إن نجاح الحداثة الغربية في إحداث النهضة الحضارية الغربية هو انتصار للعلم على الجهل والخرافة، وليس انتصارا للعلم على الدين كما يدعيه الحداثيون اليوم وتروج له المضامين الإعلامية، فالكنيسة كانت رمزا للجهل حاول من خلاله البعض تلطيخ الدين وتعميم ذلك على الدين الإسلامي، فالدين في الإسلام قرين بالعلم ولا حائل بينهما.

- إن المرجعية الفكرية للإسلام سبقت الثورة الحداثية بقرون في دعوتها للتخلص من القيم البالية، والجهل والتعصب الفكري، والخرافة، وإن الدعوة للثورة عليها دعوة للجهل والتخلف.

- إن العديد من المبادئ التي يحملها الفكر الحداثي اليوم، تعكس حقائق مشوهة، ومغالطات زائفة، تسعى إلى تمييط فكري للمجتمعات المختلفة على أسس من الإخلال الخلقي والتجرد الديني والعقائدي، حيث يمكن أن نستشف تهديدات الفكر الحداثي على القيم الإيمانية الغيبية للمجتمعات الإسلامية من خلال بيان قيم الحداثة الغربية، (حيث يمكن لنا القول أن الحداثة الغربية احتوت القيم التالية): (بن تركي، بدون تاريخ، الصفحات 636-637)

- التمرد على القوانين وطرق التعبير والتقاليد الفنية المألوفة؛ ويشمل هذا التعاليم الدينية، والعبادات.
- إلغاء المعنى المسبق في النصوص، بما فيها النصوص الدينية وربط الدلالة بالمتلقي - انطلاقا من مقولة موت المؤلف - والقول بالدلالات غير النهائية للنص، وتكريس مذهب الشك في كل الحقائق والمفاهيم.
- اعتبار الدين تجربة بشرية قابلة للتجاوز ضمن ما تتجاوزه الحداثة، وإلغاء سلطته من خلال علمنة المجتمع، وإلغاء سلطة الأخلاق في مجال الإبداع.

- تمجيد التجارب المتأخرة زمنيا والمبالغة في التمرد داخل كل مذهب.
- تمجيد العقلانية والتفكير العقلاني، ووضعه في مقابل التفكير الديني، واعتبار هذا الأخير عائقا أمام الحداثة لاعتماده على المعرفة الوثوقية واليقينية، وإحلال العقل ومنجزاته العلمية محل الله في مركزية المجتمع.

- تمجيد الجسد والارتفاع به إلى مستوى التقديس، على حساب العقل والدين معا.
- التعبير عن مفاهيم تعكس وضعية التشرذم والأزمة التي يعيشها الإنسان الغربي.
- كمفاهيم الغربة واليأس والضياع...

ونجد أن كل هذه القيم تتجسد من خلال المضامين الإعلامية والاتصالية التي تنتبها وتنشرها مختلف الأوعية الإعلامية التقليدية والجديدة.

ب- الترويج للإلحاد: حيث أن المتتبع للمضامين الإعلامية الغربية يجدها على تعددها، في اتجاه متزايد نحو نشر التوجهات الإلحادية والتشكيكية، فالمتتبع للإنتاج السينمائي العالمي ممثلا في شركات هوليوود المعروفة يقف على حجم التضمين الإعلامي لقيم الإلحاد في هذه الأعمال، حيث دائما ما يتم تصوير الشخصية الملحدة المشككة في دور البطل وجعل هذه الشخصية في مقابل عقيدتها الإلحادية المتمردة تعكس كل صفات النبل والشجاعة والثقة في النفس والوفاء... وبالتالي تعكس هذه الأعمال رسائل سيميولوجية خطيرة تستهدف في الغالب الشباب المتعاطي بكثرة مع هذه المضامين والذي لا يزال في مراحل بناء شخصيته وذاتيته المستقلة، أما وسائل الإعلام الجديد، وأهمها وسائط التواصل الاجتماعي فنجد أنها لظالما شكلت فضاء تواصليا مفتوحا ووعاء إعلاميا مثاليا لانتشار الأفكار الإلحادية، وتداول هذه الأفكار.

كما يمكن أن نلاحظ على المضامين الإعلامية الحالية المروجة للإلحاد، أنها تصور الإبحار التكنولوجي والتقدم الحضاري الغربي على أنه من إفرازات التحرر الفكري من القيود الإيمانية الغيبية والإلحاد في العقائد الدينية، ومن خلال هذا يمكن أن نستشف العلاقة الوطيدة بين الحداثة والإلحاد، حيث نجد أن هذا الأخير هو من الإفرازات المتقدمة للأولى، ويعبر عن نفس التوجهات الأساسية لها والتي تسعى في مجملها إلى كسر منظومة القيم الإيمانية والأخلاقية السامية، واستبدالها بقيم المنطق المادي الغير أخلاقي. ويمكن أن نستشف الأثر العميق للترويج للإلحاد من خلال وسائل الإعلام الجديدة والتقليدية على الأمن الفكري والمنظومة القيمية للمجتمعات المسلمة، وكذا التكوين النفسي والعقلي والسلوكي للأفراد، باستهدافه لأصل الإيمان الأول وهو التوحيد الإلهي، وهو ما يمثل بالنسبة للفرد المسلم الحقيقة المطلقة، مما يؤدي إلى تدمير ذاته، بالإضافة إلى ما يلاقه العالم الغربي في حد ذاته من انعكاسات سلبية جراء هذه الموجات المزعزعة للإيمان، والتي تنتج في الأخير فردا بهيميا متجردا من الإنسانية وأي معايير أخلاقية تضبط سلوكه وأفكاره.

3- الترويج للنصرانية والحملات التبشيرية:

فالمتتبع لتاريخ الحملات التبشيرية في الدول الإسلامية، يجد أن تاريخها طويل، حيث لظالما كان القساوسة ورجال الدين النصرانيين يرافقون الحملات العسكرية الصليبية، محاولين نشر النصرانية في أوساط المجتمعات المسلمة، مستغلين الفقر والجوع الذان يصيبانها في هذه الحروب، وفترة الاحتلال الفرنسي في الجزائر هي من الشواهد التاريخية على هذه الحملات التبشيرية التي عملت موازية للأعمال العسكرية القمعية، أما في الوقت الراهن وفي ظل تعدد الوسائط الإعلامية والاتصالية فإن هذه الحملات انتقلت من فضاءات الحروب الميدانية إلى الفضاءات الإعلامية والافتراضية، حيث تستغل هذه الوسائل لنشر مضامين التبشير والتي تركز فيهما على استراتيجيتين أساسيتين:

- الطعن في العقيدة الإسلامية وإثارة الجدل حول بعض جوانبها، وهو أسلوب قديم انتهجته هذه الحملات منذ بداياتها التاريخية الأولى، ولم يحقق لها النتائج المرجوة، بيد أنهم لم يجدوا نقاط ضعف يركزون من خلالها هجوماتهم على العقيدة الإسلامية بنصوصها الأساسية الواضحة والصريحة.

- تقديم إغراءات مادية مقابل التحلي على الدين الإسلامي والدخول في النصرانية، وتتضمن منح حقوق اللجوء السياسي، والتجنيس، والوعود بمناصب العمل...، مستغلين بذلك الأوضاع الاجتماعية والاقتصادية الصعبة التي تعاني منها بعض المجتمعات المسلمة، والتي يكون سببها في الغالب الحروب التي تشنها بعض الدول الغربية عليها، مما يبين أن استخدام أسلوب الحرب في عمليات التبشير لا يزال قائما ولكن بشكل مستتر.

ويعمل المكون الإعلامي والاتصالي الحالي في أجزاء منه على الترويج لهذه الجهود التبشيرية، وطرح أفكارها للتداول، بالإضافة إلى هذا فهذه الحملات تعمل على حشد إمكانيات الإنتاج الإعلامي الحديثة لتضمين وتبطين رسائل اتصالية مضمرة ذات أغراض تبشيرية، من خلال الإنتاج السينمائي وإعادة تشكيل واقع غربي مظلل ذو خلفية دينية مغرية ...

د- الترويج للطوائف الدينية المنحرفة والآراء الدينية الشاذة:

حيث أن ما تقدم الحديث عنه من ترويج للإلحاد والفكر الحدائي، والتبشير المسيحي هو بمثابة محاولات لاختراق القيم الإيمانية العقائدية من الخارج، بينما هنالك أساليب اختراق داخلية تهدف إلى تحريف العقيدة الإيمانية باسم الإسلام في حد ذاته، ويتأتى هذا من خلال الترويج للأفكار الشاذة والمنحرفة عن العقيدة الإسلامية السوية داخل الدين، وكذا الترويج لطوائف وجماعات منحرفة عقائديا، وإقناع الجماهير بأنها تمثل الإسلام الصحيح وتعكس الصورة الحقيقية للإسلام، ويعتبر أسلوب الطعن في الدين باستخدام التفرقة الطائفية واستحداث الآراء الشاذة والجماعات المنحرفة عقائديا من أقدم الأساليب التي انتهجت للطعن في الإسلام، حيث جاء في كتاب الملل والنحل لصاحبه الشهرستاني ، أن هذه الطوائف "تشعب إلى أربع فرق أساسية هي القدرية، الصفاتية، الخوارج، الشيعة، ثم يتركب بعضها مع بعض ويتشعب عن كل فرقة أصناف فتصل إلى ثلاثة وسبعين فرقة" (الشهرستاني، 1992، صفحة 06)، إلا أن الترويج لأفكار هذه الطوائف أصبح أكثر سهولة، في زمن الإعلام والاتصال ووسائطه المتعددة من تقليدي وحديد، ويستحضرنا هنا الجدل الذي أثير حول طائفتي "الكركية" و"الأحمدية" في الجزائر قبل بضع سنوات.

2- القيم العلمية والفكرية:

إن أول كلمة نزلت في القرآن الكريم هي كلمة "اقرأ" التي جاءت وحيا وخطابا ربانيا إلى نبي الإسلام -محمد صلى الله عليه وسلم- عن طريق جبريل عليه السلام، جاء في بداية سورة العلق: "اقرأ باسم ربك الذي خلق" العلق 01؛ لهذا فقد شاع توصيف المسلمين ب"أمة اقرأ"، فللعلم مكانة وقيمة كبيرة في

الإسلام، حيث أن الشريعة الإسلامية بنصوصها الأساسية عظمت من طلب العلم و دعت للتفكير والتدبر في شتى القضايا الفكرية التي تهم البشرية، بداية من نصها الأول وهو القرآن الكريم، حيث حملت نصوصه مخاطبة صريحة لعقل الإنسان ودعوة له لإعمال فكره في ما طرحه القرآن الكريم من قضايا ومضامين، وقد أجرينا مسحا للنص القرآني وهو المصدر الأول للشريعة الإسلامية، وأخضعناه لتحليل كمي جزئي كان الهدف منه إحصاء تكرار بعض المفردات التي تحمل قيما علمية وفكرية، وكذا ذكر مواضع تكرارها من النص القرآني، وقد اخترنا عددا قليلا من المفردات كعينة فقط من العدد الكبير للألفاظ القرآنية ذات الدلالة على هذه القيم، ولم يتسع المقام للقيام بعملية مسح شامل للكلم الكبير من الألفاظ والمفردات والصيغ التي تحمل القيم الفكرية والعلمية في القرآن الكريم، حيث اقتصر بحثنا عن بعض الصيغ النحوية لمجموعة من القيم تمثلت في؛ العلم، الفكر، العقل، الفقه، التذكر كواحدة من أهم العمليات العقلية، السمع والبصر كعمليات إدراك واعية وأدوات ملاحظة تمكن من استخلاص الحقائق، حيث جاءت الصيغ اللفظية لقيمتي السمع والبصر في الكثير من مواضع النص القرآني بهذا المعنى، وهنا نورد مثالين للتوضيح، حيث جاء في سورة الأعراف: " ولقد ذرأنا لجهنم كثيرا من الجن والإنس لهم قلوب لا يفقهون بها ولهم أعين لا يبصرون بها ولهم آذان لا يسمعون بها أولئك كالأنعام بل هم أضل أولئك هم الغافلون" الأعراف 179، وجاء في سورة الفرقان: " أم تحسب أن أكثرهم يسمعون أو يعقلون إن هم إلا كالأنعام بل هم أضل سبيلا" الفرقان 44، وفي هتين الآيتين مثال واضح على أن السمع والبصر يقصد بهما السمع والبصر الواعيين الموصولان للمعرفة والحقيقة، واللذين يستعين بهما الإنسان في بناء العمليات العقلية الأخرى، كما أدرجنا في مسحننا هذا قيمة "اليقين" باعتبارها أعلى مراتب المعرفة، وأسمى غايات الفكر؛ فاليقين يقترب بالحقائق المطلقة الثابتة التي لا شك فيها ولا ارتياب، بالإضافة إلى قيم الرشاد والهداية، والتي هي نتاج لحسن التفكير والتدبر وقوة العقل، ويجب أن ننوه هنا أن هذا المسح لم يشمل كل الألفاظ والصيغ النحوية المعبرة عن هذه القيم، حيث أنه يوجد عدد كبير من الصيغ النحوية التي لم نخط بها، وكان نتاج هذا المسح الوقوف على 245 موضعا في النص القرآني ذكرت فيها القيم المذكورة أعلاه، والتي لها علاقة بالقيم العلمية والفكرية، ويوضح الجدول رقم 02، صيغ ومواضع تكرار هذه الألفاظ.

تكرار ها	موضعها من القرآن الكريم	القيم العلمية والفكرية بلفظها المذكور في القرآن
86 مرة	البقرة 42، البقرة 22، البقرة 30، البقرة 77، البقرة 80، البقرة 102، البقرة 102، البقرة 103، البقرة 151، البقرة 169، البقرة 184، البقرة 188، البقرة 216، البقرة 232، البقرة 239، البقرة 280، البقرة 230، آل عمران 66، آل عمران 71، آل عمران 79، المائدة 04، الأنعام 67، الأنعام 81، الأنعام 97، الأنعام 105، الأنعام 135، الأنعام 151، الأعراف 28، الأعراف 32، الأعراف 33، الأعراف 38، الأعراف 62، الأعراف 123، الأنفال 27، الأنفال 60، التوبة 11، التوبة 41، يونس 05، يونس 68، هود 39، هود 93، يوسف 46، يوسف 86، يوسف 96، النحل 08، النحل 41، النحل 43، النحل 55، النحل 74، النحل 78، النحل 95، الكهف 22، طه 135، الأنبياء 07، المؤمنون 84، المؤمنون 88، المؤمنون 114، النور 19، الشعراء 49، الشعراء 132، الشعراء 197، النمل 52، القصص 78، العنكبوت 16، العنكبوت 41، العنكبوت 64، الروم 34، الروم 56، سبأ 14، الزمر 26، الزمر 52، الزمر 39، فصلت 03، الحجرات 16، الواقعة 61، الواقعة 76، الصف 05، الصف 11، الجمعة 09، الملك 17، الملك 29، القلم 33، نوح 04، التكاثر 03، التكاثر 04، التكاثر 05	لقوم يعلمون، لعلمهم يعلمون، لو كانوا يعلمون، أولا يعلمون، أن يعلمه، إنما يعلمه، أولم يعلم، ما يعلمهم، (تعلمون / لا تعلمون)، يتعلمون، علمكم، تعلمونهم، أتعلّمون
18 مرة	البقرة 219، البقرة 266، النساء 82، الأنعام 50، الأعراف 176، الأعراف 184، يونس 24، الرعد 03، النحل 11، النحل 44، النحل 69، النحل 103، الروم 08، الروم 21، الزمر 42، الحاثية 13، محمد 24، الحشر 21	لقوم يتفكرون، لعلمكم تتفكرون، لعلمهم يتفكرون، أفلا تتفكرون، أفلا يتدبرون، أولم يتفكروا
32 مرة	البقرة 44، البقرة 73، البقرة 76، البقرة 164، البقرة 242، آل عمران 65، الأنعام 32، الأعراف 169، يونس 16، يونس 42، هود 51، يوسف 02، يوسف 109، الرعد 04، النحل 12، النحل 67، الأنبياء 10، الأنبياء 67، المؤمنون 80، النور 61، القصص 60، العنكبوت 35، العنكبوت 43، الروم 24، الروم 28، يس 68، الصافات 138، الزمر 43، غافر 67، الزخرف 03، الحاثية 5، الحديد 17	لقوم يعقلون، لعلمكم تعقلون، ولو كانوا لا يعقلون، أفلا تعقلون، أفلا يعقلون، وما يعقلها
07 مرات	الأنعام 25، الأنعام 98، الأنعام 65، التوبة 81، الإسراء 44، الإسراء 46، الكهف 57	لقوم يفقهون، لعلمهم يفقهون، لو كانوا يفقهون، أن يفقهوه، لا تفقهون
30	البقرة 221، البقرة 269، آل عمران 07، الأنعام 80، الأنعام 126، الأنعام 152، الأعراف 26، الأعراف 57، الأعراف 130، الأنفال 57، يونس 03، هود 24، هود 30، إبراهيم 25، النحل 13، النحل 17، النحل	لقوم يذكرون، لعلمكم تذكرون، لعلمهم يتذكرون، لعلمهم يذكرون، أفلا

مرة	90، مريم 67، المؤمنون 85، النور 01، القصص 43، القصص 46، القصص 51، السجدة 04، الصافات 155، الزمر 27، الدخان 58، الجاثية 23، الذاريات 49، المدثر 56	تتذكرون، أفلا تذكرون، أولا يذكر، وما يذكر، وما يذكرون
32 مرة	الأعراف 185، يونس 43، يونس 67، الرعد 41، النحل 48، النحل 65، الإسراء 99، مريم 67، طه 89، الأنبياء 30، الأنبياء 44، الشعراء 07، الروم 09، القصص 71، القصص 72، العنكبوت 19، العنكبوت 67، الروم 37، الروم 23، السجدة 26، السجدة 27، فاطر 44، يس 71، يس 71، غافر 21، فصلت 15، فصلت 53، الزخرف 51، الأحقاف 33، الذاريات 21، الملك 19، الغاشية 17	لقوم يسمعون، ولو كانوا لا يبصرون، أفلا يرون، أفلا يبصرون، أفلا تبصرون، أفلا تسمعون، أفلا يسمعون، أفلا ينظرون، أولا يذكر، أولم ينظروا، أولم يزوا، أولم ير الإنسان، فينظروا، سنريهم آياتنا
5 مرات	البقرة 118، المائدة 50، الرعد 02، الجاثية 04، الجاثية 20،	لقوم يوقنون
15 مرة	البقرة 53، البقرة 150، آل عمران 103، الأعراف 100، الأعراف 158، يونس 108، النحل 15، الأنبياء 31، الإسراء 15، المؤمنون 49، النمل 92، السجدة 03، السجدة 26، السجدة 27، الزخرف 10،	لعلكم تهتدون، أو لم يهد لهم، يهتدي،
1 مرة	البقرة 186،	لعلهم يرشدون
13 مرة	البقرة 179، البقرة 197، البقرة 269، آل عمران 07، آل عمران 190، المائدة 100، الرعد 19، إبراهيم 52، ص 29، ص 43، الزمر 21، غافر 54، الطلاق 10	أولي الأبواب، أولو الأبواب
4 مرات	آل عمران 13، النور 44، ص 45، الحشر 02،	أولي الأبصار
2 مرة	طه 54، طه 128،	أولي النهي
245 مرة	العدد الإجمالي للتكرارات:	

الجدول رقم 02، القيم العلمية والفكرية بلفظها المذكور في القرآن ومواقع ذكرها

والمنظور الإسلامي للفكر والعلم، منظور مميز فهو يجعل من الشريعة الإسلامية بكل جوانبها مبنية على أساس من المنطق والعقل، فنجد النص القرآني يعطي الحجج والبراهين على كل القضايا التي يطرحها دون استثناء، فحتى الوجود الإلهي وفردانيته وصفاته يطرحها للنقاش بالحجة والعقل، فجاء في سورة البقرة "ألم تر الذي حاج إبراهيم في ربه أن آتاه الله الملك إذ قال إبراهيم ربي الذي يحيي ويميت قال أنا أحيي وأميت قال إبراهيم فإن الله يأتي بالشمس من المشرق فأت بها من المغرب فبهت الذي كفر والله لا يهدي القوم الظالمين" البقرة 258. وفي موضع حجاجي آخر، جاء في سورة الأنبياء "لو كان فيهما آلهة إلا الله لفسدنا فسبحان الله رب العرش عما يصفون"، الأنبياء 22.

كما جاء في النص القرآني البرهان والحجة على أن القرآن الكريم وحي من الخالق وليس صنيعا بشرية، فجاء في سورة النساء: "أفلا يتدبرون القرآن ولو كان من عند غير الله لوجدوا فيه اختلافا كثيرا" النساء 82، وفي موضع حجاجي آخر على المصدر الإلهي للقرآن، جاء في سورة الشعراء: "أولم يكن لهم آية أن يعلمه علماء بني إسرائيل"؛ فالقرآن يقيم الحجة لكل ما يطرحه من قضايا وأفكار وأحكام. بالإضافة إلى هذا فالنص القرآني يدعو للتفكير والتدبر، ففيه من المواضع الكثيرة التي تدعوا لهذا، ونجد في ذلك ألفاظا كثيرة (أفلا تتفكرون، أفلا تعقلون، أفلا تدكرون، أفلا تتذكرون، أفلا تسمعون، أفلا تبصرون...) (أنظر الجدول رقم 02)، وغالبا ما تقرن الدعوة إلى التفكير واستخدام العقل والسمع والبصر في القرآن الكريم، بحجج وبراهين عقلية ومنطقية، فجاء في سورة آل عمران: "يا أهل الكتاب لم تحاجون في إبراهيم وما أنزلت التوراة والإنجيل إلا من بعده أفلا تعقلون" آل عمران 58، وجاء في سورة النحل: "أفمن يخلق كمن لا يخلق أفلا تذكرون" النحل 17، وجاء في سورة الذاريات: "وفي الأرض آيات للموقنين، وفي أنفسكم أفلا تبصرون" الذاريات 20-21؛ أي أن في الأرض والإنسان في حد ذاته آيات وبراهين يدعوا للقرآن للتبصر والتدبر فيها، وجاء في سورة النحل: "والله أخرجكم من بطون أمهاتكم لا تعلمون شيئا وجعل لكم السمع والأبصار والأفئدة لعلكم تشكرون" النحل 78. وأعطى الإسلام العلم مكانة عظيمة، ففي النص القرآني من المواضع الكثيرة التي أبرزت المكانة الجليلة للعلم والعلماء، فجاء في سورة المجادلة: "... يرفع الله الذين آمنوا منكم والذين أوتوا العلم درجات والله بما تعملون خبير" المجادلة 11، فجعل القرآن العلم قرينا بالإيمان، وجاء في سورة الزمر "... قل هل يستوي الذين يعلمون والذين لا يعلمون إنما يتذكر أولوا الأبواب" الزمر 09، ويختص النص القرآني أصحاب الفكر والعقل بالخطاب في كثير من مواضعه (أنظر الجدول رقم 02)، فنجد هذه الدلالة في ألفاظ مثل (لقوم يعلمون، لقوم يتفكرون، لقوم يعقلون، لقوم يدعون، لقوم يوقنون)، فجاء في سورة البقرة: "إن في خلق السماوات والأرض واختلاف الليل والنهار والفلك التي تجري في البحر بما ينفع الناس وما أنزل الله من السماء من ماء فأحيا به الأرض بعد موتها وبث فيها من كل دابة وتصريف الرياح والسحاب المسخر بين السماء والأرض آيات لقوم يعقلون" البقرة 164، وجاء في سورة العنكبوت "وتلك الأمثال نضربها للناس وما يعقلها إلا العالمون" العنكبوت 43، وجاء في سورة آل عمران "شهد الله أنه لا إله إلا هو والملائكة وأولو العلم قائما بالقسط لا إله إلا هو العزيز الحكيم" آل عمران 18.

- تهديدات المكون الإعلامي والاتصالي للقيم العلمية الفكرية للمجتمع الجزائري:

إن المكون الإعلامي والاتصالي الحالي بمختلف أشكاله التقليدية والجديدة، أضحي مهددا أساسيا للقيم الفكرية والعلمية للمجتمع الجزائري بما تشكله هذه القيم من روافد أساسية في الوعي الفكري

الجمعي للمجتمع الجزائري، وبما تعبر عنه من تراث فكري مشترك يشكل مرجعية فكرية أساسية توجه الفكر الجماعي والفردى للمجتمع، ويمكن رصد هذه التهديدات في ما يلي:

- الانتقاص من مكانة أهل العلم، سواء من العلماء أو المعلمين، حيث نجد الكثير من المحتويات الإعلامية اليوم تعمل على هذا الأمر سواء من خلال أساليب السخرية من باب المضامين الترفيحية، أو من خلال إثارة الحوارات والنقاشات التي تتضمن تهجما على شخصيات معينة من العلماء.
- الانتقاص من مكانة العلوم الدينية وأدوارها في الفكر والعلم الإنساني.
- تركيز أغلب وسائل الإعلام على قيم التسلية والترفيه في استهداف الجماهير، على حساب قيم التثقيف والتربية والتعليم، لتحقيق أهداف الزيادة الجماهيرية والربح السريع، مما أدى إلى طغيان الثقافة الجماهيرية بدل الثقافة الراقية على مضامين هذه الوسائل، وانعكس بذلك المستوى الثقافي والفكري الإعلامي المنحط على مستوى الواقع الثقافي والفكري الاجتماعي.
- تميمع ظواهر الدجل والاحتيال والشعوذة، الذي تمارسه بعض الأطراف الدخيلة في مجالات معينة مثل الطب البديل، والرقيه والكهانة ...، وبذلك فهي تسهم في نشر الفكر الخرافي والظلامي في المجتمع.
- تضمين المحتويات الإعلامية لدعوات التشكيك في الحقائق المطلقة ودعوات مراجعة النصوص الدينية الأساسية، تحت شعارات زائفة بعنوانين الإصلاح الديني، وإلغاء المعنى المسبق للنصوص، والإدعاء بنسبية الحقائق إجمالاً وأنه لا توجد حقائق مطلقة...
- أدت الوسائط الاتصالية الجديدة بما تركز إليه من دعابات تكنولوجية إلى تفشي الحمول الفكري، بما أتاحت من قابلية الحصول السريع والسهل للمعلومة في حين طلبها، وبما انجر عنه أيضاً من إدمان على هذه الوسائل والذي قلص من الزمن الاجتماعي لمستخدميها، وجعل الكثير منهم يفضلون الواقع الافتراضي المغربي والغير متطلب، بدل الواقع الاجتماعي المتطلب للجهد والعمل وإعمال الفكر...

3- القيم الأخلاقية:

إن الفكر إذا ما تجرد من الأخلاق لا يمكن له أن يحقق الفائدة والغاية التي وجد لها، سواء على مستوى الوعاء الفكري الجمعي، الذي تشكل فيه المعايير الأخلاقية مقاييس أساسية للحكم على مدى سلامة الفكر واتزانه وكذا الحكم على جودة الإنتاج الفكري ومدى موافقته لمعايير الذوق العام في المجتمع، أو على المستوى الفردي خصوصاً في الأوساط النخبوية وميدان البحث العلمي، والتي دائماً ما تثار فيها قضايا حول ضرورة أخلاقية البحث العلمي، والبحث عن الحلول اللازمة للقضاء على ظاهرة السرقة العلمية، وحماية الملكية الفكرية، وقضايا الالتزام بأخلاقيات النشر الفكري، وجدليات أخرى حول مدى أخلاقية بعض الممارسات في مجالات بحثية كصناعة الأدوية واللقاحات، والتجارب العلمية ذات الأغراض العسكرية...، كما تعتبر الأخلاق في حد ذاتها من أهم الموضوعات الفكرية والبحثية في ميادين

الفلسفة والعلوم الإنسانية والاجتماعية، وحتى عند العامة من الناس فالتفكير وبناء العمليات العقلية البسيطة يحتكم في كثير من أجزائها إلى المعايير الأخلاقية المحددة مسبقاً. والقيم الأخلاقية ما هي إلا انعكاس لطرائق التفكير عند الناس ولأساليبهم التي يفكرون بها في سياق اجتماعي محدد وفي فترة زمنية معينة، كما أن القيم الأخلاقية تشكل منظومة ترشد الأفراد وتحدد سلوكياتهم وتوجه أحكامهم واتجاهاتهم فيما يتصل بما هو مرغوب فيه أو غير مرغوب فيه من أشكال السلوك في إطار ما يضعه المجتمع من قواعد وأسس ومعايير وشروط يستمدّها من مصادر مختلفة دينية وثقافية وموضوعية. (حدادي، 2018، صفحة 411)

ويعتبر الدين أهم مصادر القيم الأخلاقية في المجتمعات ذات الخلفيات والمنشئ الديني، فهو يضبط المنظومة القيمية الأخلاقية ويحدد معايير الخطأ والصواب في الفكر والسلوك، والعقيدة الإسلامية بالخصوص تركز بشكل كبير على الأخلاق، حيث جعلت من الأخلاق الفاضلة معياراً لسمو الإنسان والرفع من مكانته ودرجته في الدنيا والآخرة، فقد امتدح النص القرآني الرسول صلى الله عليه وسلم بما يعتبر في العقيدة الإسلامية أعظم صفة وهي الخلق الحسن، فجاء في سورة القلم " وإنك لعلی خلق عظیم" القلم 04، وقد جاءت نصوص الشريعة الإسلامية الأساسية من قرآن وسنة نبوية، لتضع محددات راقية للقيم الأخلاقية والتي لا يتسع المقام للتفصيل فيها كلها في هذا الباب، وعلى هذا الأساس نجد أن القيم الأخلاقية في العقيدة الإسلامية يمكن تقسيمها إلى قسمين رئيسيين: قيم تهدف إلى عفة الفرد والمجتمع وطهارتهما من الرذائل والفواحش والانحلال الخلقي: وتتضمن الأمر بالعفة، والنهي عن الفحشاء والرذيلة...، وقيم تهدف إلى تحقيق الأمن النفسي والاجتماعي للفرد والمجتمع وتتضمن: الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر، العدل والإحسان، الصدق، الوفاء بالوعد والعهد، تأدية الأمانة، الكرم، الصبر،...

أ- القيم التي تهدف إلى عفة وطهارة الفرد والمجتمع من الفاحشة والرذيلة:

العفة: وهي تنزيه النفس من مما يدنسها في حكم مطلق، وتنزيهها عن الوقوع في الفاحشة على وجه مخصوص، وقد أمر الإسلام بالعفة ودعا إليها، ونهى عن الفحشاء والرذيلة وزجر عنها، أما عن الاستراتيجية الفكرية الإسلامية التي تقي الفرد والمجتمع من الرذيلة والفاحشة فهي تقوم على الأسس التالية:

- بيان فضائل العفة وسمو آثارها، وما يترتب عن الالتزام بها من نتائج حميدة على الفرد والمجتمع، من أجر وثواب للفرد، وطهارة حسية ومعنوية وسمو في العلاقات الاجتماعية، وبيان العواقب الوخيمة لتفشي الفواحش والرذائل على الفرد والمجتمع، من انحلال خلقي، وانتشار للأمراض والأوبئة، وتفكك للروابط الاجتماعية، واختلاط للأنساب...

- سد الذرائع المؤدية للوقوع في الفاحشة وعوامل تفشيها في المجتمعات، من خلال: تحريم إطلاق البصر في المحرمات، منع الاختلاط، الأمر بستر المرأة وتحريم سفورها وتبرجها، تحريم سفر المرأة بدون محرم...

- بيان سبل الوقاية منها؛ من خلال: الترغيب في الزواج، الاستشعار بمراقبة الله، المواظبة على الصلاة "وأقم الصلاة إن الصلاة تنهى عن الفحشاء والمنكر" العنكبوت 45، الإكثار من الصوم...
- وضع الحدود والعقوبات التي تمنع من انتشار الفواحش: حد الرجم والجلد في الزنا، حد الجلد وإسقاط الشهادة في قذف الأعراض.

ونجد في النص القرآني الكثير من المواضع التي ترغب وتأمّر بالعفة وتنهي وتزجر عن الرذائل والفواحش؛ فجاء في سورة النور "وليستعفف الذين لا يجدون نكاحاً حتى يغنيهم الله"، كما بين أن الفحشاء من عمل الشيطان "الشيطان يعدكم الفقر ويأمركم بالفحشاء" البقرة 268، ووردت الأمثلة السامية في النص القرآني على الاستعفاف والجزاء الحسن الذي يترتب عنه، فجاءت قصة النبي يوسف - عليه السلام-، ليضرب من خلالها النص القرآني أفضل الأمثلة على العفة والطهارة "وراودته التي هو في بيتها وغلقت الأبواب وقالت هيت لك قال معاذ الله إنه ربي أحسن مثواي إنه لا يفلح الظالمون"
يوسف 23، "قال رب السجن أحب إلي مما يدعونني إليه" يوسف 33، وبين النص القرآني من وراء هذا الموقف عاقبة استعفاف يوسف، بأن نجاه الله تعالى من هذا الابتلاء "فاستجاب له ربه فصرف عنه كيدهن إنه هو السميع العليم" يوسف 34، ثم أتاه الملك والمنصب الرفيع " وكذلك مكنا ليوسف في الأرض يتبوأ منها حيث يشاء نصيب برحمتنا من نشاء ولا نضيع أجر المحسنين" يوسف 56، ثم بين أن الأجر المدخر للأخرة أعظم من أجر الدنيا "ولأجر الآخرة خير للذين آمنوا وكانوا يتقون" يوسف 57، ثم جمعه بأبيه يعقوب وأمه وإخوته الذين نزع الشيطان بينهم وبينه "ورفع أبويه على العرش وخروا له سجدا" يوسف 100،

ب- القيم التي تهدف إلى تحقيق الأمن النفسي والاجتماعي:

في الأمر بالعدل والإحسان، جاء في سورة النحل: "إن الله يأمر بالعدل والإحسان وإيتاء ذي القربى وينهى عن الفحشاء والمنكر والبغى يعظكم لعلكم تذكرون" النحل 90، فقرن النص القرآني في هذا الموضوع بين قيمتي العدل والإحسان بصيغة الأمر بهما، وفي الآية نهي عن البغى أي الظلم في جملة ما نهي عنه الله تعالى في هذه الآية، وجاء في سورة البقرة " وإذ أخذنا ميثاق بني إسرائيل لا تعبدون إلا الله وبالوالدين إحسانا وذي القربى واليتامى والمساكين وقولوا للناس حسنا وأقيموا الصلاة وآتوا الزكاة ثم توليتم إلا قليلا منكم وأنتم معرضون" البقرة 83؛ ففي الآية أمر بالإحسان للوالدين والأقارب واليتامى والمساكين على وجه مخصوص، وأمر للتعامل مع الناس بالقول الحسن على وجه العموم، وجاء في سورة الرحمن "هل جزاء الإحسان إلا الإحسان" الرحمن 60؛ فمقابلة الإحسان بالإحسان مبدأ قويم في

الشريعة الإسلامية، وجاء في سورة البقرة: "يا أيها الذين آمنوا إذا تداينتم بدين فآكتبوه وليكتب بينكم كاتب بالعدل" البقرة 282، وتتجلى في هذه الآية قيمتان هما قيمة الحرص على أداء الأمانة، وقيمة العدل، وهما نفس القيمتان اللتان شملتهما الآية 58 من سورة النساء: "إن الله يأمركم أن تؤدوا الأمانات إلى أهلها وإذا حكمتم بين الناس أن تحكموا بالعدل إن الله نعما يعظكم به إن الله كان سميعا بصيرا" النساء 58، ولا تخفى الأهمية الكبيرة لقيمتي العدل والإحسان في تحقيق الأمن الفردي والاجتماعي. وفي قيمة الصدق، كان المثل الأعلى في الله سبحانه وتعالى، فقوله حق وحديثه ووعدته صدق؛ فجاء في سورة النساء: "الله لا إله إلا هو ليجمعنكم إلى يوم القيامة لا ريب فيه ومن أصدق من الله حديثا"، وجاء في سورة الحجر: "وأتيناك بالحق وإنا لصادقون" الحجر 64، وجاء في سورة الذاريات: "إنما توعدون لصادق" الذاريات 05، وفي سورة النساء: "...ومن أصدق من الله قيلا" النساء 122، والقُدوة بعده لرسوله الكريم الذي كان يلقب ب"الصادق" قبل الإسلام حتى، وكذلك فالصدق كان من صفات وخصال الرسل أجمعين، فجاء في سورة يس: "قالوا يا ويلنا من بعثنا من مرقدنا هذا ما وعد الرحمان وصدق المرسلون" يس 52، كما أمر النص القرآني بالصدق في القول والعمل، فجاء في سورة التوبة: "يا أيها الذين آمنوا اتقوا الله وكونوا مع الصادقين" التوبة 119، وجعل النص القرآني أيضا الصدق من جملة الصفات التي تدخل صاحبها في مغفرة الله، كما جعل الصادقين من جملة من بشرهم بالأجر العظيم؛ فجاء في سورة الأحزاب: "إن المسلمين والمسلمات والمؤمنين والمؤمنات والقانتين والقانتات والصادقين والصادقات والصابرين والصابرات والخاشعين والخاشعات والمتصدقين والمتصدقات والصائمين والصائمات والحافظين فروجهم والحافظات والذاكرين الله كثيرا والذاكرات أعد الله لهم مغفرة وأجرا عظيما" الأحزاب 35.

وفي قيم الوفاء بالوعد والعهد من المواضع الكثيرة في النص القرآني، فامتدح الله تعالى نبيه إسماعيل بوصفه بأنه كان صادق الوعد، أي موفيا بالوعد؛ حيث جاء في سورة مريم: "واذكر في الكتاب إسماعيل إنه كان صادق الوعد وكان رسولا نبيا" مريم 54، كما يعزز النص القرآني من قيمة الصدق في الوعد بأن قرنها بوعد الله تعالى في كثير من المواضع، مثالها ما جاء في سورة آل عمران: "ربنا إنك جامع الناس ليوم لا رب فيه إن الله لا يخلف الميعاد" آل عمران 09، وجاء في سورة يونس: "ألا إن الله ما في السماوات والأرض ألا إن وعد الله حق ولكن أكثرهم لا يعلمون" يونس 55، وفي الوفاء بالعهد جاء في سورة البقرة: "وقالوا لن تمسنا النار إلا أياما معدودة فقل أخذتم عند الله عهدا فلن يخلف الله عهده أم تقولون على الله ما لا تعلمون" البقرة 80، وفي سورة الإسراء نجد الأمر بالوفاء بالعهد "ولا تقربوا مال اليتيم إلا بالتي هي أحسن حتى يبلغ أشده وأوفوا بالعهد إن العهد كان مسئولا" الإسراء 34، وفي تأدية الأمانة نستذكر الآية 58 من سورة النساء والتي ذكرناها من قبل في مواضع ذكر قيمة العدل؛ "إن الله يأمركم

أن تؤدوا الأمانات إلى أهلها وإذا حكمتم بين الناس أن تحكموا بالعدل إن الله نعما يعظكم به إن الله كان سميعا بصيرا" النساء 58

ويعتبر الكرم والجود أيضا من القيم الأخلاقية التي أمر النص القرآني بها، ونهى في مقابلها عن الشح والبخل والتقتير، فكان الكرم من الصفات العلى لله سبحانه وتعالى؛ "يا أيها الإنسان ما غرك بربك الكريم" الإنفطار 06، وقد أمر بالصدقة والإنفاق في سبيل رضا الله، فجاء في سورة الحديد: "آمنوا بالله ورسوله وأنفقوا مما جعلكم مستخلفين فيه فالذين آمنوا منكم وأنفقوا لهم أجر كبير" الحديد 07، وجاء في سورة التغابن: "واتقوا الله ما استطعتم واسمعوا وأطيعوا وأنفقوا خيرا لأنفسكم ومن يوق شح نفسه فأولئك هم المفلحون" التغابن 16، وفي سورة الحديد "الذين يبخلون ويأمرون الناس بالبخل ومن يتول فإن الله غني حميد" الحديد 24.

أما الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر، والذي يقصد به تقديم النصيحة من خلال التشجيع والحث على أمور الخير، والإنكار والتنبيه والزجر على من يفعل السيء من العمل أو القول، فبين النص القرآني أن خيرية هذه الأمة وسبب تفضيلها على الأمم الأخرى، هو تخلق أفرادها بخلق الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر مع إيمانهم بالله، حيث جاء في سورة آل عمران: "كنتم خيرا أمة أخرجت للناس تأمرون بالمعروف وتنهون عن المنكر وتؤمنون بالله ولو آمن أهل الكتاب لكان خيرا لهم منهم المؤمنون وأكثرهم الفاسقون" آل عمران 110، وجاء في سورة آل عمران: "ولتكن منكم أمة يدعون إلى الخير ويأمرون بالمعروف وينهون عن المنكر وأولئك هم المفلحون" آل عمران 104، وجاء في جملة ما وصى به لقمان الحكيم ابنه أن يأمر بالمعروف وينهى عن المنكر؛ فجاء في سورة لقمان: "يا بني أقم الصلاة وأمر بالمعروف وانه عن المنكر واصبر على ما أصابك إن ذلك من عزم الأمور" لقمان 17، وبين النص القرآني أن الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر من صفات المؤمنين؛ فجاء في سورة التوبة: "والمؤمنون والمؤمنات بعضهم أولياء بعض يأمرون بالمعروف وينهون عن المنكر ويقيمون الصلاة ويؤتون الزكاة ويطيعون الله ورسوله أولئك سيرحمهم الله إن الله عزيز حكيم" التوبة 71، وفي المقابل فإن النص القرآني بين أن النهي عن المعروف والأمر بالمنكر من صفات المنافقين؛ فجاء في نفس السورة: "المنافقون والمنافقات بعضهم من بعض يأمرون بالمنكر وينهون عن المعروف ويقبضون أيديهم نسوا الله فنسيهم إن المنافقين هم الفاسقون" التوبة 67.

وإذا جئنا لقيمة الصبر في الإسلام فنجد على أنواع؛ صبر على أداء الطاعات، وصبر على الكف عن المعاصي، وصبر على الابتلاء، وقد حث النص القرآني على التحلي بخلق الصبر في مواضع كثيرة منه؛ فجاء في سورة آل عمران: "يا أيها الذين آمنوا اصبروا وصابروا ورابطوا واتقوا الله لعلكم تفلحون"، وجاء في سورة الأنفال: "وأطيعوا الله ورسوله ولا تنازعوا فتفشلوا وتذهب ريحكم واصبروا إن الله مع

الصابرين" الأنفال 46، ووعد القرآن الكريم الصابرين بالأجر الكبير؛ فجاء في سورة هود: "إلا الذين صبروا وعملوا الصالحات أولئك لهم مغفرة وأجر كبير" هود 49.

القيم الأخلاقية من خلال السنة النبوية:

نستعرض من خلال هذا العنصر بعضا من الأثر عن أخلاق الرسول صلى الله عليه وسلم، وبعضا من مواقفه وكذا أحاديثه، على سبيل المثال لا علا سبيل الحصر، حيث أن ما ألف في هذا الباب مجلدات كثيرة.

فلقد كانت دعوة الإسلام لمكارم الأخلاق سببا في إسلام الكثير من العرب، بما رأوه بفطرتهم أنه قول حق، (فلا كان النبي صلى الله عليه وسلم يعرض الإسلام على قبائل العرب، قال مفروق بن عمرو من بني شيبان بن ثعلبة: وإلام تدعوننا يا أبا قريش، فوالله ما هذا من كلام أهل الأرض، فتلا رسول الله صلى الله عليه وسلم "إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُ بِالْعَدْلِ وَالْإِحْسَانِ وَإِيتَاءِ ذِي الْقُرْبَىٰ وَيَنْهَىٰ عَنِ الْفَحْشَاءِ وَالْمُنْكَرِ وَالْبَغْيِ يَعِظُكُمْ لَعَلَّكُمْ تَذَكَّرُونَ" النحل 90، فقال مفروق: دعوت والله يا أبا قريش إلى مكارم الأخلاق، ومحاسن الأعمال، ولقد أفك قوم كذبوك وظاهروا عليك.) (كهوس، 2018، صفحة 51) وفي موقف آخر؛ أن ألبذر لما بلغه مبعث النبي صلى الله عليه وسلم، قال لأخيه -وكانا لا يزالان على الشرك-: اركب إلى هذا الوادي فاسمع من قوله، فلما رجع قال له: "رأيتُهُ يأمر بمكارم الأخلاق" (كهوس، 2018، صفحة 52)

وفي وصف النبي صلى الله عليه وسلم، (قالت أم المؤمنين عائشة رضي الله عنها في كمال خلق رسول الله صلى الله عليه وسلم: " كان أحسن الناس خلقا، لم يكن فاحشا، ولا متفحشا، ولا صخابا بالأسواق، ولا يجزئ بالسيئة مثلها، ولكن يعفو ويصفح.") (كهوس، 2018، صفحة 52) وكان من دعائه صلى الله عليه وسلم: " واهدني إلى أحسن الأخلاق لا يهدي لأحسنها إلا أنت"، كما كان صلى الله عليه وسلم يتعوذ من سوء الأخلاق، فيقول: " اللهم إني أعوذ بك من الشقاق والنفاق وسوء الأخلاق، وعن أبي هريرة رضي الله عنه قال: سئل رسول الله صلى الله عليه وسلم عن أكثر ما يلج الناس به النار، فقال: "الأجوفان: الفم والفرج"، وسئل عن أكثر ما يلج به الجنة، فقال رسول الله صلى الله عليه وسلم: "حسن الخلق"، وعن أبي الدرداء رضي الله عنه عن النبي صلى الله عليه وسلم قال: " ما من شيء في الميزان أثقل من حسن الخلق" (كهوس، 2018، صفحة 54) وعن أبي هريرة رضي الله عنه قال: قال رسول الله صلى الله عليه وسلم: " أكمل المؤمنين إيمانا، أحسنهم خلقا" وفي رواية جابر بن سمرة رضي الله عنهما قال رسول الله صلى الله عليه وسلم: " أحسنُ الناس إسلاما، أحسنهم خلقا".

كما كان النبي صلى الله عليه وسلم يربي أصحابه على الأخلاق ويوصيهم بالتحلي بالأخلاق الحسنة في السلوك والمعاملة؛ فعن معاذ رضي الله عنه أن رسول الله قال له: " يا معاذ، أتبع السيئة الحسنة

تحها، وخالق الناس بخلق حسن"، وعن أبي هريرة رضي الله عنه قال: قال رسول الله صلى الله عليه وسلم: "إنما بعثت لأتمم صالح الأخلاق"

وفي صدد الحديث عن مكانة الأخلاق في السيرة النبوية وفي سياق الحديث عن مقصد إتمام مكارم الأخلاق في ضوء الحديث النبوي الشريف المتقدم؛ فإنه لا يصح أن تكون البعثة النبوية على جلالها من أجل ما هو كمالي لا حرج من تركه، وإنما ينبغي أن تكون من أجل ما هو أمر ضروري لا يجوز أبدا تركه، كما لا يصح أن يكون الإتمام الذي تستهدفه هذه البعثة يتعلق بجزء معين من الإسلام، وإنما ينبغي أن يتعلق بكلية هذا الدين باعتباره الطور الخاتم لأطوار التشريع الإلهي المنزل (كهوس، 2018، الصفحات 55-56)

وفي هذا الصدد يقول المفكر الإسلامي والفيلسوف المغربي طه عبد الرحمن: "لقد غلب على الظنون منذ زمن بعيد أن الأخلاق هي مجرد أفعال محدودة من أفعال الإنسان، وأنها لا تدخل في تحديد ماهيته أو باصطلاح المعاصرين هويته، بقدر ما تدخل في تحديد جانب من سلوكه؛ وهذا باطل كلياً، وبيان بطلانه أنه ما من فعل من أفعال الإنسان إلا ويقترن إما بقيمة خلقية عليا ترفع هذا الفعل درجة؛ فتزداد إنسانية صاحبه، أو بقيمة خلقية دنيا تُخفِضُ هذا الفعل درجة؛ فتتقص إنسانية صاحبه.. وهذا يصح حتى ولو كان الفعل مجرد فعل ذهني، لا فعلا عينيا، فقد يريد الإنسان بهذا الفعل الذهني جلب خير أو دفع شر؛ فيرتقي به إلى أعلى، أو يريد به جلب شر أو دفع خير؛ فينحطّ به إلى أسفل، بحيث يكون الحدّ الفاصل بين الإنسان والبهيمة ليس هو كما رسخ في الأذهان قوة العقل، وإنما هو قوة الخلق، فلا إنسان بغير خلق، وقد يكون العقل ولا خلق معه، لا حسنا ولا قبيحا، وهو حال البهيمة ولو قلّ نصيبها من العقل عن نصيب الإنسان منه، كما يقول مؤرخنا الحكيم عبد الرحمن بن خلدون: وإذا فسد الإنسان في قدرته على أخلاقه ودينه فقد فسدت إنسانيته وصار مسخا على الحقيقة. (كهوس، 2018، الصفحات 58-59)

وإن الإسلام يدعوا لكرم الأخلاق حتى في أشد الظروف، فنجد أنه يأمر بها في الحرب كما في السلم، فنجد خليفق الرسول صلى الله عليه وسلم، أبو بكر رضي الله عنه يقول ليزيد بن أبي سفيان - رضي الله عنهما - قبيل خروجه لفتح الشام إني موصيك بعشر: " لا تقتلن امرأة، ولا صبيا، ولا كبيرا هرما، ولا تقطعن شجرا مثمرا، ولا تحربن عامرا، ولا تعقرن شاة ولا بعيرا إلا لمأكلة، ولا تحرقن نخلا، ولا تغرقنه، ولا تغلل، ولا تجبن"، وهي الوصايا التي تكشف الهوية الأخلاقية -عند المقارنة - بين ما قام به الفاتحون المسلمون وما قامت به الدول الاستعمارية الغازية في العصر الحديث ولا تزال. (موقاري، 2019، صفحة 496)

– تهديدات المكون الإعلامي والاتصالي للمنظومة القيمية الأخلاقية للمجتمع الجزائري:

وهنا نستعرض أهم المهددات الإعلامية والاتصالية الحالية على المنظومة الأخلاقية للمجتمع الجزائري، وتحدد أساسا في: نشر الإباحية والانحلال الخلقي، المضامين الحاضرة على العنف، التشجيع على اعتناق مبادئ الفردانية والمادية النفعية.

أ– نشر الإباحية والانحلال الخلقي:

تغلب قيم الإثارة الجنسية على المضمون الإعلامي الحلي لمختلف وسائل الإعلام، سواء التقليدية كالتلفزيون، أو الجديدة منها والمرتبطة بتكنولوجيا النان، هذه القيم التي لها انعكاسات خطيرة على منظومة القيم الأخلاقية للفرد والمجتمع، والتي زادت حدة مع تطور وسائل الإعلام وتكنولوجيات الإنتاج السمعي البصري، بحيث أضحت المواد السمعية البصرية المضمنة لهذه القيم، والتي تشكل الجزء الكبير من مضامين الإعلام والاتصال اليوم، تهديدات كبيرة للأمن الفكري للفرد والمجتمع على حد سواء، ليس فقط على مستوى المجتمعات المسلمة، إنما على مستوى المجتمع الإنساني ككل، وما يزيد من خطورة هذه المضامين التطورات التي طرأت على الوسيلة الإعلامية الحالية شكلا ومضمونا، شكلا من حيث التطورات التقنية والمستجدات التكنولوجية الطارئة على الوسيلة في حد ذاتها، ومضمونا من خلال ما طرأ على المحتويات الإعلامية من تغييرات على مستوى بنيتها ومواضيعها.

فإذا تحدثنا عن التجليات الجديدة للوسيلة الإعلامية، نجد التطور التكنولوجي الذي مس تقنيات وتكنولوجيات التصوير والتي وصلت من خلالها الصورة الإعلامية إلى أقصى درجات الواقعية وذروة نقاء المشهد الإعلامي المصور، وقد تحدثنا مقدما في بعض فصول هذه الدراسة على التجليات التكنولوجية الحالية للصورة الإعلامية عالية الدقة (أنظر الفصل الثالث من هذه الدراسة)، كما مست هذه التغييرات التقنية تكنولوجيا إنتاج المواد السمعية البصرية الذي أضحي أكثر احترافية من خلال ما أتيح للمنتجين من موارد مادية وتكنولوجيات عالية الجودة تسمح بإنتاج وإخراج هذه المواد بالشكل الذي يحقق أقصى درجات التأثير على المتلقي، بالإضافة إلى تطور تكنولوجيا العرض من شاشات عرض عالية الجودة، وأجهزة عرض ذكية بميزات إضافية (للإطلاع على أحدث تكنولوجيات العرض السمعية البصرية أنظر الفصل الثالث من هذه الدراسة).

بالإضافة إلى هذا فقد مست هذه التطورات التقنية عادات الاستخدام لدى جماهير وسائل الإعلام، من خلال إتاحة آليات تمنح الخصوصية للمتلقين، وتزيد من نزعتهم اتجاه تفضيل تجارب المشاهدة المنفردة، بدل عادات التلقي الاجتماعية التي سادت من قبل وارتبطت بوسائل إعلام تقليدية كالتلفزيون والراديو، والتي كانت توفر للمتلقين جوا اجتماعيا، حيث كان الاستماع إلى الراديو أو مشاهدة التلفزيون مع الأسرة أمرا شائعا في ما مضى.

إن هذه التطورات التكنولوجية والتقنية على مستوى الوسيلة الإعلامية، زادت من حجم التأثير السلبي للمحتويات الإعلامية المتضمنة لقيم الإثارة الجنسية، بزيادة مستوى الإبحار السمعي البصري لهذه المحتويات، وتقليص الهوة بين واقعية تجربة المشاهدة والواقع الفعلي، بل يمكن القول أن هذه التكنولوجيات لم تكنفي بنقل المحتوى الإعلامي السمعي البصري من درجة التمثيلية إلى درجة الواقعية، بل تجاوزت بالصورة الإعلامية حدود الواقع إلى مستوى أكبر يتمثل في الواقع الافتراضي المثالي، من خلال إتاحتها للمتلقي أن يعيش تجارب افتراضية لا تتاح له في واقعه المعاش، وقد استغل صناع الإباحية و ناشري الانحلال القيمي والخلقي، هذه الميزات التكنولوجية الجديدة في صناعاتهم، مما جعل المضامين الإباحية أكثر رواجاً وتأثيراً.

أما من حيث المضمون، فإن محتويات وسائل الإعلام ما فتئت تزيد في انحدار مستواها القيمي الأخلاقي، فانتقلت بذلك الجنسية في هذه المواد من حدود التلميح إلى فضاءات التصريح والتجسيد المبتذل، كما انتقلت هذه القيم الهدامة من المحتويات الإعلامية الغربية إلى المضامين الإعلامية العربية التي ركبت موجة الابتذال والانحراف القيمي الأخلاقي، وبعد أن كانت الإباحية تقتصر حصراً على بعض الفضاءات الإعلامية المحدودة، أضحت اليوم ظاهرة مميعة تغطي على جزء كبير من المضمون الإعلامي الحالي، وقد زاد حجم تداول هذه المضامين، بانتشار وسائل الإعلام الجديد التي زادت من حجم الإقبال عليها، وقد أوردنا إحصائيات حديثة عكست انتشار كبير لهذه المحتويات في العالم والجزائر (أنظر الصفحة 112)

وعلى العموم يمكن رصد العديد من أشكال المضامين الإعلامية والاتصالية المروجة للقيم الجنسية والإباحية التي يتعاطى معها جمهور وسائل الإعلام في الجزائر:

- تمييع حوادث الاغتصاب والاعتداءات الجنسية، من خلال تركيز المحتويات الإعلامية الإخبارية في الصحف على وجه الخصوص على هذه المواضيع، بحثاً عن الإثارة والرفع من المقروئية.

- تمييع الظواهر الاجتماعية الدخيلة على المجتمع الجزائري - الطابوهات-، من خلال التركيز المستمر عليها وتصويرها على أنها ظواهر شائعة في المجتمع، من خلال حصص الواقع الاجتماعي، وبرامج الحوارات...

- نشر ودعم الدعوات إلى التحرر الجنسي والمثلية الجنسية، وتحرير المرأة...، وإدخالها تحت مفهوم الحريات العامة، وهنا يمكن أن نستشف الفرق في مفهوم الحرية بين المنظور الغربي المدعوم إعلامياً والمنظور الإسلامي؛ فالمنظور الغربي يدعو للتحرر من الإنسانية السوية نحو البهيمية، بينما المنظور الإسلامي لمفهوم الحرية منظور معاكس، يدعو للتحرر من الغرائز البهيمية نحو الفطرة الإنسانية السامية.

- تضمين المشاهد الإعلامية في الأفلام والمسلسلات ومختلف البرامج الإعلامية، لقطات مخلة للآداب العامة وذات إيحاءات جنسية، وبالإضافة إلى الصورة، فالكلمات أيضا انحدرت إلى هذا المستوى الغير أخلاقي، ولم تسلم حتى برامج الأطفال والرسوم الكارتونية من هذا الانحدار الأخلاقي.

- إبراز الشخصيات السينمائية ذات الأعمال المنحطة أخلاقيا وتصويرها كنخب ومثل اجتماعية توجب الاقتداء بها.

- نشر المواد الإباحية الصريحة من خلال قنوات فضائية ومواقع إلكترونية مخصصة لهذا الغرض.

- تقديم المواقع الإلكترونية الإباحية خدمات جديدة في مجال الصناعة الإباحية، كخدمات التواصل الإباحي المباشر، بيع أدوات ومتعلقات إباحية، توفير ألعاب إلكترونية ذات طابع إباحي، مما يضعف من حجم تهديدات هذه المواقع، ويزيد من حجم الضرر على المنظومة القيمية الأخلاقية في الجزائر، وقد تقدم الحديث عن إحصائيات حديثة تشير إلى حجم الرواج الكبير لهذه المواقع في الجزائر (أنظر الصفحة 112)

ب- نشر قيم العنف والكراهية:

حيث نجد أن من بين التهديدات المباشرة للمكون الإعلامي والاتصالي الحالي على الأمن الفكري للمجتمعات المسلمة في جزئه المتعلق بالمنظومة الأخلاقية، نشر وسائل الإعلام لقيم العنف في مستوييه اللفظي والفعلي، ونشر قيم الكراهية، فهي تستهدف مجمل القيم الأخلاقية الإسلامية ذات الصلة بتحقيق الأمن النفسي والاجتماعي، والتي تقدم الحديث عنها قبل هذا، ويمكن أن نستشف العديد من مظهرات قيم العنف والكراهية في المضامين الإعلامية والاتصالية الحالية، والتي يتعرض لها المجتمع الجزائري:

- تجميع حوادث العنف كالقتل والسرقه باستخدام العنف، والاعتداءات الجسدية على مستوى مضامين وسائل الإعلام المحلية، من خلال الأخبار الصحفية في الجرائد وحصص الواقع والتحقيقات في القنوات التلفزيونية.

- تفشي قيم العنف في أعمال الدراما والسينما سواء المحلية منها أو الأجنبية.

- تجميع ظواهر العنف في ملاعب كرة القدم، من خلال مضامين الإعلام الرياضي المروجة لقيم العنف اللفظي والجسدي.

- الرواج الكبير للأفلام والمسلسلات وبرامج الترفيه الأجنبية الغربية، والتي تعكس النمط الثقافي الأمريكي المتسم بطابع العنف اللفظي والكلام البذيء، والذي انعكس سلبا على العادات اللغوية اللفظية ضمن العلاقات الاجتماعية في المجتمع الجزائري تأثرا بهذه الأنماط المبتذلة، والتي عززت واقع العنف اللفظي في أوساط الشباب المتأثرين بهذه المضامين.

ج- نشر قيم المادية والبارغماتية الغريبة:

حيث زاد المكون الإعلامي والاتصالي الحالي من حجم الهوة بين القيم الأخلاقية والمعاملات بين الأفراد، خصوصاً في شقها الاقتصادي من خلال نشرها لقيم المادية الغريبة القائمة على تقديس المادة على حساب القيم الأخلاقية، وإعمال المنهج البارغماتي القائم على شعار "الغاية تبرر الوسيلة"، هذا ما يحول أفراد المجتمع المتشبعين بهذه المضامين إلى ذوات أنانية لا معيارية، تطغى عليها النزعة المادية البارغماتية، بالدرجة التي لا يستطيعون فيها التمييز بين الخطأ والصواب، ولا يميلون لتحكيم القيم الأخلاقية في معاملاتهم، بيد أنهم يتحولون بالتدرج لآلات تسعى نحو تحقيق غاياتها المادية بمختلف الوسائل المتاحة لديها، وبغض النظر عن مدى احتكام هذه الوسائل للمعايير الأخلاقية والدينية والاجتماعية، ويمكن إبراز التأثيرات السلبية للمكون الإعلامي والاتصالي الحالي في هذا المجال من خلال النقاط التالية:

- طغيان القيم المادية على القيم الأخلاقية في أغلب مضامين وسائل الإعلام المحلية والأجنبية، والتي تؤثر بشكل مباشر على المنظومة القيمية الأخلاقية للفرد والمجتمع، كجمهور لهذه الوسائل.
- احتواء المضامين الإعلامية لدعوات مبطنة للتحرر من القيم الأخلاقية، وتصويرها كقيود للفرد في سبيل تحقيقه للنجاح.

4- القيم السيكلوجية النفسية:

للصحة السيكلوجية والنفسية للفرد في المجتمعات، دور كبير في الأمن الفكري للفرد والمجتمع، سواء على مستوى التجسيدات الفردية للفكر المتمظهرة في النشاط الفكري للفرد -البيسط منه أو التفكير العلمي-، أو على مستوى تجسدياته ضمن النسق العام المجتمعي؛ أي على مستوى الوعي الفكري الجمعي للمجتمع والذي يحتكم لموروثات فكرية مرجعية تشكل مصدراً لهذا الوعي، وعند الحديث عن المجتمعات المسلمة فالمرجعية الفكرية هنا تتجسد بالأساس في العقيدة الإسلامية. وبالحدوث عن الإسلام نجد أنه وعاء فكري مميز للقيم السيكلوجية النفسية، والتي يبرز من خلالها اهتمامه بالصحة النفسية للفرد، والفرد من خلال فكره الواعي والصحي يساهم في ازدهار مجتمعه وسلامة أمنه العام الذي يعتبر الأمن الفكري أهم أركانه، ويمكن أن نحدد القيم السيكلوجية الأساسية في الإسلام، والتي لها الدور الكبير في سلامة الأمن الفكري على المستوى الفردي ومن ثم في سياقه الاجتماعي:

- أ- طمأنينة القلب والسلامة من القلق والأمراض العصبية: فالقلق هو مرض العصر كما يسميه البعض، وله وللأمراض العصبية الأخرى التي تتصل به انعكاسات مدمرة على الفرد ومن ورائه المجتمع، فعندما نتحدث عن الفكر كنتاج فردي، نجد أنه نشاط ذهني وعقلي يرتبط بنفسية الفرد، وبالتالي فسلامة الفكر وجودته كمخرجات فردية هي من سلامة مصدرها، والأمراض العصبية الحديثة: القلق

المرضي، الانهيار العصبي، انفصام الشخصية، الرهاب الاجتماعي، نتاجها فرد غير قادر على بناء عمليات عقلية سليمة، وفكر واعى مفيد للمجتمع، والإسلام ولمعالجة هذه الأمراض نجد أنه يعطي ثلاث أسس للسلامة النفسية من هذه الأمراض:

- التوكل على الله، "وهو عند المسلم عمل وأمل، مع هدوء قلب وطمأنينة نفس، واعتقاد جازم أن ما شاء الله كان وما لم يشأ لم يكن، وأن الله لا يضيع أجر من أحسن عملاً" (جابر الجزائري، 1981، صفحة 156)

- الإيمان بالقضاء والقدر خيره وشره "قل لن يصيبنا إلا ما كتب الله لنا" التوبة 51؛ فيجب أن يعلم الإنسان أن كل ما أصابه في حياته مقدر من قوة قاهرة فوق البشر لا مرد لها، وبالتالي يعلم أن لا حول ولا قوة له في ما أتاه أو مما يحذر أن يأتيه من الشر فلا يقلق؛ "ما أصاب من مصيبة في الأرض ولا في أنفسكم إلا في كتاب من قبل أن نبرأها إن ذلك على الله يسير" الحديد 22.

- التفاؤل بالخير، "أن عند ضن عبدي فليضن عبدي بي ما شاء"؛ فحسن الضن بالله والتفاؤل بالخير في ما يرقبه الإنسان من أحداث يسوق له الخير وحسن العاقبة، والتشاؤم وسوء الضن بالله يجر له العاقبة السيئة.

- التوجيه لقراءة القرآن وتدبر معانيه "ألا بذكر الله تطمئن القلوب" الرعد 28، ففيه شفاء لمختلف الأمراض النفسية "يا أيها الناس قد جاءكم موعظة من ربكم وشفاء لما في الصدور وهدى ورحمة للمؤمنين" يونس 57.

ب- سلامة الصدر من الحسد والكراهية: و الحسد هو تمني زوال النعمة على الآخرين، وفيه من الانعكاسات الخطيرة على فكر الفرد، بما يحمله عليه من انشغال بالآخرين وأمورهم مما لا يعنيه، وترك التفكير فيما يعود عليه بالفائدة هو ومجتمعه، بالإضافة إلى هذا فالحسد مدعاة للكراهية فتجد أن من أصابه هذا المرض النفسي يكن الكراهية لمن يحيطون به، ولا يخفى ما لهذا من انعكاسات على العلاقات الاجتماعية والنشاط المجتمعي بما فيه مساحات التعاون والتبادل الفكري الجماعي في قضايا وشؤون المجتمع، وتطغى أيضا بسببها المصالح الفردية على المصلحة العامة والأناية التي تجعل الفرد يتطلع لقضاء مصالحه وتحقيق أهدافه دون أي اعتبار أو اهتمام لحقوق الآخرين أو مدى أخلاقية الطرق المؤدية لهذه الأهداف، وقد عالج الإسلام هذا الجانب السيكولوجي المرضي من خلال الضوابط والأسس الرصينة التي تقى الإنسان من هذا المشكل النفسي:

- في الإسلام، فإن من شروط الإيمان أن يحب المسلم الخير لأخيه المسلم، فجاء في حديث الرسول صلى الله عليه وسلم: "لا يؤمن أحدكم حتى يحب لأخيه ما يحب لنفسه، وعليه فإن الحسد الذي يفضي إلى تمني زوال النعمة والخير على الآخرين نقض وانتقاص للإيمان.

- بين الإسلام أن سلامة الصدر من الحسد والغل نعمة من الله وخير عظيم، وبين أنه غنيمة لصاحبها وجب الاجتهاد في تحصيلها إن أراد أن يعيش حياة طيبة سعيدة، فجعل من الجزء الأخرى الحسن ومن عطاء الجنة ونعيمها الممدود أن ينزع ما في قلوب رواد الجنة من غل وحقد وحسد، فجاء في سورة الأعراف: "ونزعنا ما في صدورهم من غل تجري من تحتهم الأنهار" الآية 43، وفي سورة الحجر أيضا: "ونزعنا ما في صدورهم من غل إخوانا متقابلين" الآية 47.

- يسلم المسلم أن أمور الخير والنعم الظاهرة على الخلق قسمة ونصيب كما هي المصائب والابتلاءات، "ونبلوكم بالشر والخير فتنة وإلينا ترجعون" الأنبياء 35، كما يسلم بأن لهذه القسمة بين الناس حكم إلهية، لذلك عندما يرى من نعم الله التي أجزأها على الآخرين ولم تصبه، يركن إلى الله ويردها لحكمته سبحانه فتطمئن نفسه.

ج - قوة الشخصية والثقة بالنفس: وضعف الثقة بالنفس أو انعدامها ينجم عن ضعف شخصية الفرد، وعن سوء تقدير منه لما يمتلكه من سمات عقلية، أو خلقية، أو مهارات حياتية مختلفة، فيتولد عن هذا انهزامية منه وخنوع، وعقدة نقص في نفسيته، مما يكون له الانعكاس البالغ على أهدافه الحياتية، وأدواره الاجتماعية، حيث يؤدي هذا الاختلال النفسي بالفرد لأن يصبح عنصرا سلبيا في المجتمع، ويؤدي في مرحلة لاحقة إلى اهتزاز ثقة الفرد في من يحيطون به من أفراد المجتمع الآخرين، وفي مجتمعه عامة، كما يؤدي إلى تبعات نفسية مرضية أخرى كالانطواء والعزلة الاجتماعية، والخجل المرضي، وقد أولى الإسلام الاهتمام البالغ لبناء الشخصية القوية للفرد، والتي تمكنه من أي يكون عنصرا فعالا وإيجابيا في مجتمعه من خلال جملة من الركائز نذكر منها:

- المسلم عظيم الثقة بالله سبحانه وتعالى، ويحسن التوكل عليه؛ فأينما أحس الإنسان بقوة إلهية وقدرة ترقبه وترافقه، وأنها تعلوا فوق كل قدرة بشرية، ركن إلى الاطمئنان النفسي، وكان له ذلك سببا في زيادة ثقته في نفسه.

- يعلم المسلم أن هنالك علة لوجوده ووجود كل كائن في هذه الحياة، ويعلم أن اتخاذ أسباب القوة في النفس والمال والبدن مرضاة لله تعالى، ف"المؤمن القوي خير وأحب عند الله من المؤمن الضعيف" كما أخبر رسول الله صلى الله عليه وسلم، وبهذا فهو في سعي دائم لتطوير ذاته وتقوية شخصيته.

- يعلم الدين الإسلامي المسلم أن يكون عزيز النفس أيبا، معتمدا على نفسه متوكلا على الله، غير متواكل، وما يكون للإنسان أن تضعف ثقته بنفسه أو شخصيته في ظل تمسكه بهذه الخصال.

- إن معيار التفاضل بين الناس في الإسلام ليس بقوة البدن، ولا كثرة المال، ولا حسن الخليقة، ولا كرم الحسب ولا النسب، بل بالتقوى وحدها، "فلا فضل لعربي على أعجمي ولا أبيض على أسود إلا بالتقوى" كما أخبر رسول الله صلى الله عليه وسلم.

– تهديدات المكون الإعلامي والاتصالي الحالي للقيم السيكولوجية الفردية:

ويمكن في هذا المجال رصد تأثيرات سلبية تتعلق بالمضمون الإعلامي الاتصالي فيما يحمله ويروج له من قيم تؤثر سلبا على الصحة النفسية للفرد ومن ثم على فكره، ثم على العلاقات الاجتماعية في نسق أشمل، وتأثيرات سلبية ترتبط بالوسيلة في حد ذاتها أو بتعبير آخر تأثيرات تكنولوجيا الإعلام والاتصال، ويمكن إبراز التأثيرات السلبية للمكون الإعلامي والاتصالي على القيم السيكولوجية النفسية فيما يلي:

أ- الترويج للنزعة الفردية والاستقلال عن الجماعة:

حيث نجد أن واقع حال وسائل الإعلام والاتصال منذ بداياتها أنها تعكس الثقافة السائدة وتعمل على ترويجها والتبرير على وجودها، وعندما نتحدث عن الثقافة السائدة في الوقت الراهن فهي الثقافة الغربية بشكل عام والثقافة الأمريكية على وجه مخصوص، والتي تعمل وسائل الإعلام على إبرازها ومحاولة تعميمها كأسس نمطية وقياسية تعبر عن ثقافة عالمية شاملة، دون مراعاة للفروقات الإثنية والخصوصيات السوسيوثقافية والعقائدية لمختلف المجتمعات المحلية، مصادرة بذلك خصوصيات هذه المجتمعات والحق في الاختلاف والتفرد، ولعل المجتمعات المسلمة من أكثر الكيانات المستقلة تضررا من هذا الاختراق. وعندما نتحدث عن هذا النمط الثقافي والمعيشي الغربي المروج له إعلاميا في الوقت الراهن، فإننا نجد أن من أهم مظهراته النزوع إلى الفردانية والاستقلال عن الجماعات المرجعية المتمثلة بالأساس في الأسرة وجماعات الأصدقاء والخلان، حيث أن هذه التظاهرات فرضت في المجتمعات الغربية بفعل الأنماط المعيشية السائدة في هذه المجتمعات والناجمة عن تفكك الروابط الأسرية والاجتماعية، وزيادة الاعتمادية على التكنولوجيات التي خلقت عزلة اجتماعية للأفراد وقللت من التواصل الاجتماعي، كما أن الثقافة التربوية السائدة في هذه المجتمعات أدت إلى تراجع مستمر في الأدوار التقليدية للأسرة، فأضحى الرقم (+18) علامة مطبوعة في هذه المجتمعات يعبر عن السن الذي يسمح للفرد بأن يكون حرا في أفعاله، وتشمل هذه الحرية بالأساس كل أشكال التجرد والانفلات الأخلاقي، وقد كان من أهم تجليات هذه الثقافة خروج الفرد في هذه السن عن سلطة الوالدين وبدأ حياة الاستقلالية والفردانية. إن كل هذه التجليات السوسيوولوجية سابقة الذكر أدت إلى تفشي الأمراض العقلية وتفشي مشاكل وأزمات الصحة النفسية في هذه المجتمعات، وانتقلت هذه الأزمات -عابرة للقارات- إلى المجتمعات البعيدة جغرافيا والمختلفة فكريا وثقافيا وأيديولوجيا، وذلك بفعل المكون الإعلامي والاتصالي الحالي الذي كان له الدور الحصري من خلال مضامينه، في نقل هذه القيم الثقافية الغربية بما يصطلح على تسميته بمفهوم العولمة الثقافية.

– ثم أن تكنولوجيا الإعلام والاتصال في حد ذاتها قد غيرت من النمط المعيشي للمجتمعات المحلية ومنها المجتمعات المسلمة-، الذي ينتقل الفرد من خلاله بشكل متزايد نحو النزوع إلى الفردانية والانعزال الاجتماعي، بفعل الحيز الزمني الذي أضحت هذه التكنولوجيات والوسائل الإعلامية تشغله في حياة

الأفراد والذي يصل في بعض الأحيان إلى درجة الإدمان، هذا ما قلص من الزمن الاجتماعي الذي يقضيه الفرد في الحياة الواقعية، وأدى بذلك في منحى متزايد إلى إحداث جملة من الأمراض النفسية الخطيرة.

وتعكس المخاوف من وسائل الإعلام أوجه القلق المتزايدة لدى الجمهور تجاه الشبكات الاجتماعية، ومن بينها انعدام الإحساس بالخصوصية أو الخجل، ليسود معتقد أن الشبكات الاجتماعية تتسم بالترجسية كلية، فهذه المواقع تركز على الذات وتنظر إلى الذات فحسب. وباختصار، قد ينظر إلى هذه الشبكات على أنها مضيعة للوقت، وتؤدي إلى العزلة الاجتماعية، والأسوأ أنها قد تساهم في نشر قيم شاذة عن ذوات المجتمع الجزائري. (درنوي، 2017، صفحة 183)

ويشير محمود محمود إلى أن المراهقين في المجتمع الحديث يتعرضون للعديد من الضغوط والشدائد النفسية، وربما يعزو ذلك إلى الانتشار السريع للمعلومات بواسطة وسائل الإعلام، وتناقل الأنماط التي يبالغ فيها أحيانا فتتهز الشعور بالأمان، بالإضافة إلى دور وسائل الإعلام في تداخل الثقافات بما يضع المراهقين أمام تناقضات عديدة وتغيرات قد تفوق اختياراته، بالإضافة إلى النظرة المتشائمة للمستقبل والتي لا تحمل من الطموح ما يكفي لدفعه إلى الأمام للتحرك بإيجابية في الحياة. (لعور و معافة، 2017، صفحة 211)

5- قيم الاعتدال الفكري وتقبل الآخر:

يعتبر الاعتدال الفكري أمرا ضروريا وأساسيا لبناء فضاء عام إيجابي وخلاق، يتسم بديناميكية وحركية فكرية تسهم في رقي المجتمع والبحث عن حلول لمشاكله، وفي المقابل فإن الغلو أو التشدد أو التعصب الفكري انحراف فكري خطير، وهو من أهم العوامل المؤدية للإخلال بالأمن الفكري للمجتمع، ومن ورائه فهو يهدد الأمن العام على مستوى كلي، ويمكن استشفاف ثلاث مستويات فكرية أساسية للأضرار التي يمكن أن يحدثها التعصب الفكري على مستوى الأفراد والمجتمعات:

- ضرر على المستوى الفردي؛ بحيث أن التعصب الفكري ينعكس سلبا على سيكولوجية الأفراد الذين يتسمون به، وكذا على مستوى منظوماتهم الفكرية الشخصية، بالشكل الذي يجعل الفرد غير مطاوع للحقائق وغير متقبل للآخر، كما يمكن أن يؤدي بالفرد إلى انحرافات سلوكية وأفعال عدوانية.
- ضرر على مستوى المجتمع المحلي الذي يشغله الفرد، بحيث أن التعصب الفكري يحول الفروقات السوسيوثقافية والأيدولوجية والتي تكون في الأغلب صحية في المجتمع، إلى صراعات وكرهية بين أفراد المجتمع الواحد، بالشكل الذي يؤدي إلى عرقلة تطوره، وتهديد التماسك الاجتماعي والبناء العام له بالتفكك، كما تؤدي للإخلال بالأمن الفكري والأمن العام للمجتمع.

- ضرر على مستوى النسق الكلي _المجتمع الإنساني_، حيث يتحول الاختلاف والتعدد العرقي والأيدولوجي والإثني في العالم إلى ذرائع ودوافع للصراع وإثارة الحروب ونشر الكراهية بين الأمم والأعراق المتعددة.

بخصوص مجتمعا المحلي نجد فرانتز فانون Franz Fanon من خلال ملاحظاته عن المجتمع الجزائري بصفة عامة يشير إلى التنوع و الغنى الثقافي الذي يميز المجتمع الجزائري ، ويؤازره بيار بورديو Pierre Bourdieu في دراسته الإثنوغرافية التحليلية لمختلف البنيات الاجتماعية في مجموعة من الإثنيات (القبائل، الشاوية و العرب) إبان الاستعمار، ثم التحولات التي عرفت بعد الاستقلال؛ حيث توصل لنفس النتيجة، لكنه يشير إلى تنوع و اختلاف المجتمع الجزائري و تشابهه في آن واحد، حيث يقول " إن المجتمع الجزائري يستطيع أن يقدم صورا متناقضة من التنوع و التشابه، من الوحدة و التعدد" (أمزيان، بدون تاريخ، صفحة 450)

إذن لا بد من الانتباه للثقافات الفرعية في المجتمع الجزائري والعمل على احتوائها، حتى نمنعها من أن تكون أجنداث لأطراف أخرى تستخدمها لزعزعة الأمن الهوياتي للمجتمع الجزائري؛ بما يحول الاختلاف الطبيعي في المجتمع إلى معضلة اجتماعية وخطر كبير على تماسكه وأمنه؛ "حيث نجد الهرماسي يتحدث على وجود هويات فرعية ضمن الهوية المشتركة للأمة الواحدة لا تمثل تهديدا على وحدتها وانسجامها، بل أن ذلك يعتبر عاديا كاختلاف خصوصيات الأفراد ضمن الجماعة الواحدة التي تمثل اشتراكهم في سمات مشتركة، وعليه فإن هذه الهويات الفرعية التي تمثلها المجموعات الثقافية في المجتمع الواحد، تبرز فروقات ثقافية بينهم، فوجود هويات فرعية ضمن هوية الأمة شيء طبيعي وصحي، إلا إذا تدخلت قوى سياسية وأجنبية في تحريك وتغذية هذه الفروقات الثقافية، لتهدد تماسك المجتمع ووحدته، وتتطور مطالبها إلى حد المطالبة بالانفصال عن المجتمع والدولة." (وادي، 2018، صفحة 299)

وإذا جئنا للحديث عن مقومات تحقيق قيم الاعتدال الفكري وتقبل الآخر في المجتمع الجزائري نجد أن العقيدة الإسلامية تجسد مرجعية فكرية وسطية وقياسية بمبادئها القائمة على الوسطية والاعتدال الفكري؛ فجاء في سورة البقرة: "وكذلك جعلناكم أمة وسطا لتكونوا شهداء على الناس ويكون الرسول عليكم شهيدا" الآية 143، وهذا ما يجعلها عقيدة فكرية مثالية للمجتمعات الإنسانية المتدينة منها أو القائمة على المبادئ العلمانية، حيث تخط العقيدة الإسلامية مبدأ الاعتدال الفكري وتقبل الآخر وفقا لثلاث قيم أساسية:

أ- الوسطية والاعتدال الفكري:

"إن المعنى اللغوي لكلمة وسط تدل على معاني الخير والعدل والجودة والرفعة والمكانة العلية وما تصرف منها يؤول إلى معاني متقاربة، و تبين لي أن الوسطية تطلق على الأمر الذي فيه خيرية وبيئية وأن أي أمر اتصف بالخيرية والبيئية فهو الذي يصح أن يطلق عليه وصف الوسطية" (الصلاحي، 2001)

والعقيدة الإسلامية كما قدمنا، تعكس مرجعية فكرية وسطية ومنفتحة، وهي تمثل مصدرا ومرجعا للفكر الوسط، وتتجلى هذه القيمة في العديد من الجوانب الفكرية في العقيدة الإسلامية ، فالإسلام عقيدة وسط تدعو إلى الوسطية والاعتدال في كل الأمور وليس في الفكر فقط، فتكون بذلك الوسطية منهجا حياتيا شاملا؛ حيث أمر بالتوفيق والاعتدال بين أمري الدنيا والآخرة كما جاء في سورة القصص: "وابتغ فيما آتاك الله الدار الآخرة ولا تنس نصيبك من الدنيا" الآية 77، وأمر بالاعتدال في الإنفاق "والذين إذا أنفقوا لم يسرفوا ولم يقتروا وكان بين ذلك قواما" الفرقان 67، كما جاء في سورة الإسراء "ولا تجعل يدك مغلولة لعنقك ولا تبسطها كل البسط فتقعد ملوما محسورا" الآية 29، وأمر بالاعتدال في المأكل والمشرب "يا بني آدم خذوا زينتكم عند كل مسجد وكلوا واشربوا ولا تسرفوا إنه لا يحب المسرفين" الأعراف 31، وأمر حتى بالاعتدال في إبداء المشاعر لكي لا يكون ذلك وبالا على الصحة النفسية للفرد "لكيلا تأسوا على ما فاتكم ولا تفرحوا بما آتاكم إن الله لا يحب كل مختال فخور" الحديد 23، والفرح هنا هو بمعنى المبالغة والإفراط الذي يقود للعجب بالنفس والتكبر الذميم، ومن وراء هذا فقد بالغ الإسلام في الزجر عن الغلو والتطرف وبين أن صاحبه خاسر خسرانا مبينا "وما كان لنبي أن يغفل ومن يغفل يأت بما غل يوم القيامة ثم توفى كل نفس ما كسبت وهم لا يظلمون" آل عمران 161،...

وجاء في كتاب الوسطية في الإسلام لابن تيمية أن المسلمين أمة وسط بين الملل في ثلاث مواضع ظاهرة؛ (ابن تيمية، الوسطية لشيخ الإسلام ابن تيمية، 1995) الموضوع الأول في عقيدة التوحيد لديهم التي كانت وسطا فجانبت عقيدة اليهود مثلا التي تعرف بقدحها في صفات الذات الإلهية أو صفات الرب لديهم، والذي يصفونه أحيانا بالظلم والبخل والتعب وبعض صفات المخلوق -حاشاه سبحانه-، وعقيدة النصارى التي تغالي في صفات المخلوق وهو النبي عيسى عليه السلام لتجعلها ندية لصفات الربوبية والألوهية، في حين أن المسلمين ينزهون الخالق سبحانه عن كل نقص، أما الموضوع الثاني الذي تتجلى فيه وسطية عقيدة الإسلام فيكمين في وسطيتها في التعامل مع الأنبياء والرسل وعباد الله الصالحين، فنجد الإسلام ينصف رسل وأنبياء الملل الأخرى، بحيث أن الإيمان بالرسل ركن من أركان الإيمان في العقيدة الإسلامية، ومن جهة أخرى فالعقيدة الإسلامية وسطية لا تغالي في رسول وني الإسلام صلى الله عليه وسلم كما فعل اليهود والنصارى مع أنبيائهم ورهبانهم، فمحمد صلى الله عليه وسلم عند المسلمين عبد الله ورسوله الذي كان يأكل الطعام ويمشي في الأسواق ويعامل الناس؛ "وما محمد إلا رسول قد خلت من قبله الرسل" آل عمران 144، والموضوع الثالث هو الوسطية في العبادات

حيث أن التقرب لله سبحانه وتعالى في الإسلام يكون على أوجه معروفة ومحددة دون مغالاة ولا تفريط ولا ابتداء، كما أن الحلال والحرام يبينان في الإسلام فلا يجوز لمسلم تحليل حرام أو تحريم حلال.

ب- احترام الآخر والرأي المخالف:

يضع الإسلام قاعدة كونية في هذا الأمر، فيلغي كل أسباب التفاضل المعروفة بين البشر من عرق وحسب ونسب وجمال خليقة وكمال جسم، ويجعل معيارا واحدا للتفاضل بين البشر وهو التقوى "فلا فضل لعربي على أعجمي في الإسلام ولا أبيض على أسود إلا بالتقوى"، وقد تقدمنا بالحديث عن هذا الموضوع في عنصر سابق، وهذه المعيارية السامية التي سنها الإسلام في التفاضل بين البشر تلغي أي حساسية اتجاه الآخر المختلف عن الأنا في العرق أو النسب أو أي اختلاف آخر، ثم إن هذا المعيار التفاضلي الوحيد وهو (التقوى)، هو معيار غير محسوس لا يمكن الإطلاع عليه ولا الحكم من خلاله للبشر على البشر، ويرتبط الجزاء عليه بالخالق وحده، فلا يحق المحاسبة على هذا الأمر إلا له؛ "إن إلينا إيابهم ثم إن علينا حسابهم" الغاشية 65، 66.

ويُعلم الإسلام الإنسان أن الاختلاف بين البشر سنة كونية وحكمة ربانية، ويبين أن التعارف من علل هذا الاختلاف بين البشر؛ "يا أيها الناس إنا خلقناكم من ذكر وأنثى وجعلناكم شعوبا وقبائل لتعارفوا إن أكرمكم عند الله أتقاكم إن الله عليم خبير" الحجرات 13، ونستشف في هذه الآية أيضا المعنى الذي تحدثنا عنه آنفا في أن معيار التفاضل الوحيد بين البشر هو التقوى.

ونهى النص القرآني عن السخرية من الآخر والانتقاص من الآخرين "يا أيها الذين آمنوا لا يسخر قوم من قوم عسى أن يكونوا خيرا منهم ولا نساء من نساء عسى أن يكن خيرا منهن ولا تلمزوا أنفسكم ولا تنابزوا بالألقاب بئس الاسم الفسوق بعد الإيمان ومن لم يتب فأولئك هم الظالمون" الحجرات 11، وقال رسول الله صلى الله عليه وسلم "المسلم أخوا المسلم لا يظلمه ولا يحقره بحسب امرئ من الشر أن يحقر أخاه المسلم"، وقد شدد الإسلام بهذا على إقصاء كل ما من شأنه أن يحض على النزاع والصراع بين البشر.

ج- أدب الاختلاف:

نجد الإسلام دائما ما يرفق المبادئ والقناعات والأفكار التي يطرحها بالحجة والإقناع، وقد بينا هذا سلفا من خلال عنصر القيم الفكرية والعلمية، وهو يدعو لأن تكون الحجة والإقناع بالموعظة الحسنة أسلوبا في النقاش وطرح الأفكار "ادع إلى سبيل ربك بالحكمة والموعظة الحسنة وجادلهم بالتي هي أحسن إن ربك أعلم بمن ظل وهو أعلم بالمهتدين" النحل 125، وفي هذا دعوة أيضا لأن ترفق الحجة والحكمة بالرفق وحسن الخلق في طرحها، ويوافقها ما جاء في سورة العنكبوت: "ولا تجادلوا أهل الكتاب إلا بالتي هي أحسن إلا الذين ظلموا منهم وقولوا آمنا بالذي أنزل إلينا وأنزل إليكم وإلهنا وإلهكم واحد ونحن له مسلمون" الآية 46، كما يخاطب الله سبحانه وتعالى الرسول صلى الله عليه وسلم في سورة الغاشية:

فذكر إنما أنت مذكر لست عليهم بمصيطر" الآيات 21،22، ويبين هذا منهج العقيدة الإسلامية الوسطي في الفكر في أهم قضاياها وهي الدعوة إلى الله تعالى.

وعقيدة الإسلام في هذا الشأن تنبع من رؤيته للاختلاف والتنوع الأيديولوجي والفكري والعقائدي أنه أمر إلهي وسنة كونية وجب التسليم بها كما جاء في سورة المائدة "لكل جعلنا منكم شرعة ومنهاجا ولو شاء الله لجلعكم أمة واحدة ولكن ليبلوكم فيما آتاكم" المائدة 48، وسورة الكافرون "لكم دينكم ولي دين" الكافرون 06، وعليه فلا يجوز إكراه شخص أو جماعة على تبديل معتقدتهم أو آرائهم "ولو شاء ربك لآمن من في الأرض جميعا أفأنت تكره الناس حتى يكونوا مؤمنين" يونس 99، فيبين النص القرآني أن كل أمة على ماهي من المعتقد والعمل به، فتعتقد أنه الصواب وأنه زينة الفكر والفعل "كذلك زيننا لكل أمة عملهم ثم إلى ربهم مرجعهم فينبئهم بما كانوا يفعلون" الأنعام 141،

تهديدات المكون الإعلامي والاتصالي الحالي لقيم الاعتدال الفكري وتقبل الآخر:

إن المتتبع للمضامين الإعلامية والاتصالية الحالية يجد العديد من مظاهر الحوض على التطرف والغلو وتمجيد الأنا واحتقار الآخر المختلف عنها، وكذا تغييب واضح لأدنى مستويات أدب الاختلاف مع الآخر، وينعكس هذا الواقع على مختلف مكونات المشهد الإعلامي والاتصالي الحالي، والتي من خلالها تؤثر سلبا على جمهور المتابعين والمستخدمين لهذه الوسائل والوسائط فيما يخص قيم الاعتدال الفكري وتقبل الآخر، وبمراقبة متمعنة للمضامين الإعلامية والاتصالية السائدة في البيئة الإعلامية - الاتصالية الحالية يمكن أن نستشف هذه التهديدات في ما يلي:

محتويات ذات طابع ديني تكتسي أساليب العنف الفكري والتعصب الديني في طرحها الإعلامي؛ بحيث تروج لمفاهيم مغلوطة ومعلومات مشوهة عن الدين، وتتخذ من هذا الأخير مطية لتبرير العديد من السلوكيات المتطرفة التي في حقيقتها لا تمت للدين بصلة، وتروج هذه المضامين بهذا لكل أشكال التعصب ورفض الآخر، بحيث تكمن خطورة الأمر أن هذه الأفكار تحاول أن تجعل من الدين والعقيدة مبررا وغطاءا يشرعن لها، وهو الذي يجعل من أفكارها أكثر نفاذية ورواجا وتبنيها من المتعاطين مع هذه المضامين؛ "و لا يخفى أن دراسة المرء للنصوص بتصوره وفهمه بعيدا عن فهم السلف باب من أبواب الضلال، وانحراف عن درب الاعتدال، وخروج من الأتباع إلى الابتداع، وقد ورد عن رسول الله صلى الله عليه وسلم أنه قال: "إن الله لا يقبض العلم انتزاعا ينتزعه من الناس ولكن يقبض العلم بقبض العلماء، حتى إذا لن يُبقي عالما اتخذ الناس رؤوسا جهالا، فسئلوا فأفتوا بغير علم فضلوا وأضلوا" (الندوي، 2019)

مضامين إعلامية رياضية تؤدي أدوارا سلبية في نشر العنف في الأوساط الرياضية وتحول الأنشطة الرياضية خاصة كرة القدم منها إلى ساحة تجاذبات وصراعات عنيفة ما تفتأ أن تحولت إلى صراعات

ذات منطلقات قبلية و عنصرية مقبولة، حيث تحولت كرة القدم إلى مدعاة للتناحر بين أفراد الوطن الواحد أو بين أفراد من مجتمعات صديقة أو شقيقة.

تدني في مستوى محتويات إعلامية تعنى بالنقاشات والحوارات، حيث تروج لأساليب التهكم والسخرية من الآخر، وعدم احترام الرأي الآخر، والتجرد من آداب الحوار والنقاش ...
ممارسة التضليل الإعلامي خلال الأزمات، وإضفاء الطابع العرقي أو الديني على أي حادث معزول أو أزمة بالشكل الذي يجعل من الانتماء الديني أو العرقي متهما ومذنبا في إحداث الأزمة أو افتعالها أو تغذيتها.

تمجيد التعصب العرقي والجهوية والترويج لصور الاستعلاء والتنمر على الآخر المختلف عرقيا أو جغرافيا، وما تلبث أن تتحول هذه الأحاسيس إلى ممارسات وسلوكيات، وتتعدى السلوك الفردي المنعزل إلى السلوك الجماعي المنتظم الذي يتحول إلى عرف وعادة يصعب التخلص منها؛ "فعادة ما تتعدى هذه الأفكار مجال الفردية لتشمل الفكر الجمعي المجتمعي أيضا، فعندما يتبنى مجتمع بأسره حزمة من الأفكار المسبقة عبر الإعلام، يقوم باختيار ممثليه وساسته الذين ينسجمون مع أفكاره، وبذلك تنطلق عملية إنتاج المتعصبين من الساسة، وتهميش المستنيرين، ومن خلال الآليات الديمقراطية نفسها " (مطاوع، دور الإعلام في صناعة العنصرية العالمية، 2017)

المبحث الثاني: القيم السوسيوثقافية للمجتمع الجزائري وتهديدات المكون الإعلامي الاتصالي الحالي

تشكل القيم السوسيوثقافية للمجتمع أبعادا أساسية لهويته ومحددات واضحة لما يجمع أفرادهم ويوحدتهم ويولد إحساسهم العميق بالانتماء له ويعطيهم مبررا للاعتزاز به، إضافة إلى كونها أبعادا أساسية للأمن الفكري للمجتمع، فاللغة واللهجات المحلية للمجتمع، عاداته وتقاليده وأعرافه، تاريخه الحضاري المشترك، ومؤسساته الفاعلة في التنشئة الاجتماعية؛ ماهي إلى محددات أساسية لضمان استمرارية وجوده. إذا فمفهوم الأمن الفكري للمجتمع يرتبط ارتباطا وثيقا بمفهوم هوية الجماعة، حيث نجد أن كل بعد من الأبعاد المشكلة لمفهوم الأمن الفكري المشكلة أساسا من القيم، هي تجلي لبعد من أبعاد الهوية الجماعية لذلك المجتمع، وبالتالي فإن هوية المجتمع تعكس منظومة القيم المحددة لمقومات الأمن الفكري لمجتمع ما، وينبني عن ذلك أن الأمن الفكري يتحقق ضرورة بتحقيق الأمن الهوياتي للمجتمع، فالقيم الدينية، وقيم الاعتدال والوسطية وتقبل الآخر، وكذا القيم الأخلاقية كأبعاد رئيسية من أبعاد الأمن الفكري للمجتمع الجزائري ما هي إلا انعكاس للهوية الإسلامية، والقيم الثقافية، تتجسد في هوية المجتمع الثقافية، والقيم المدنية في الهوية السياسية، والقيم السيكلوجية في سلامة أفراد المجتمع من أي اختلال نفسي يمنع من اندماجهم في المجتمع ويحدث تنافر بين القيم الفردية التي يحملونها وبين القيم المشكلة للهوية الجماعية في مجتمعهم.

لهذا فإن هذه الدراسة لا تفرق كثيرا بين الأمن الفكري للمجتمع، وبين الأمن الهوياتي للمجتمع والذي يتحقق بالحفاظ على الهوية الجماعية له، للاعتبارات سابقة الذكر وأيضا لكون الحفاظ على الأمن الفكري لمجتمع ما يتحقق بالحفاظ على مقومات هويته الجماعية، وهو ما يمكن التعبير عنه بالحفاظ على الأمن الهوياتي للمجتمع، ويمكن أن نستشف أربع قيم سوسيوثقافية أساسية يشكل الحفاظ عليها تحديا ضروريا في سبيل الحفاظ على الأمن الفكري للمجتمع في ظل التحديات الإعلامية والاتصالية الحالية:

1- اللغة العربية واللهجات المحلية:

يجرف ابن جني اللغة بأنها: "أصوات يعبر بها كل قوم عن أغراضهم." (شلولاش و صحراوي، 2018، صفحة 292)، وإنه لا يمكن اختزال اللغة وأهميتها ضمن إطار وظيفة التواصل فقط، "فاللغة أداة التواصل والتخاطب بين أفراد المجتمع الواحد، وهي وسيلة للتبليغ والتفاهم والتعايش، بما يستطيع الفرد أن يعبر عن مكنوناته الداخلية وعمما بداخله، إنها روح الفكر وجسده، فغالبا ما تصل الفكرة إلى الآخر عن طريق اللغة، كما أنها رمز من رموز الوحدة الوطنية فلا وجود لوطن دون لغة رسمية تخصه، لذا كانت اللغة أهم مقوم لمقومات الهوية الفردية، وبضياعتها تضيع الهوية تباعا" (الواعر، 2017، صفحة 18)

أما الارتباط المباشر للغة مع الفكر فيتمثل في كونها حاملة الفكر وناقلة والمعبرة عنه، فلا يتجسد الفكر ولا يظهر للعيان إلى من خلال كتابة أو قول، أي أن ما يعبر عن فكر الإنسان هو ممارساته اللغوية ذاتها، وعندما نتحدث عن الفكر الجمعي أو المجتمعي فإننا نجد أنفسنا مباشرة أمام تساؤلات حول مدى انسجام الفكر الفردي لأعضائه معه، وقد لا نكاد نجد وسيلة تحقق هذا الانسجام أفضل من اللغة المشتركة للمجتمع؛ وفي هذا يقول ماكس مورو: "باللغة وباللغة وحدها يندمج الفرد بالمجتمع، ويتلقى تراث الأمة الفكري والشعوري والأخلاقي والاجتماعي كله والتراث المنحدر من قرائح الكتاب والشعراء والمفكرين السالفين والمعاصرين". (شنان، 2018، صفحة 228)، فاللغة إذن لا يمكن أن تكون مجرد وسيلة اتصال محايدة، بل إنه يصدق عليها تعليق كريستين فريشات Fréchette Christine القائلة: "إن اللغة حاملة للهوية، للقيم، للتاريخ، للمعنى، وتحقق التلاحم الاجتماعي وتدعم تنامي الإحساس بروح الإنتماء إلى المجموعة" (طواهرية، 2018، صفحة 77)

ثم إن اللغة تخدم دين المجتمع وتصطبغ به، كما هو الحال بالنسبة للغة العربية في علاقتها مع دين الإسلام، "فتستعمل اللغة لتأكيد شعور الفرد بالانتماء إلى نظام ديني معين... وإن اللغة وظيفة فرعية هي تتمين أواصر الصلة بين أبناء المجتمع الذي يدين بدين واحد" (الطائي، المنحى الاجتماعي في أمالي المرتضى دراسة في ضوء اللسانيات الاجتماعية، 2016، صفحة 194)

وفي هذا الصدد لخص العالم الانكليزي (اولبرت) الوظائف الاجتماعية للغة بالحقائق الآتية: (حمود حسين، 2021، الصفحات 17-18)

- 1- إنها تجعل للمعارف والأفكار البشرية قيمة اجتماعية.
 - 2- إنها تحفظ التراث الثقافي والتقاليد الاجتماعية جيلاً بعد جيل.
 - 3- إنها وسيلة لتعلم الفرد فهي تعينه على تكييف سلوكه وطبعه حتى يتلاءم هذا السلوك وتقاليد المجتمع وأعرافه وسلوكياته في الحياة.
 - 4- أنها تزود الفرد بأدوات التفكير التي تساعد المجتمع البشري في تنظيم حياته.
- ومن هذا كله يتوضح لنا دور اللغة في تحقيق الأمن الفكري للمجتمع، بما تحمله من خصائص وبما تجسده من ماهية وأبعاد، ثم إن اللهجات المحلية بدورها لا تعدوا أن تكون امتداداً للغة الأم، وتكتسي أهميتها من أهمية اللغة الأم، ولا يمكن أن نفسر اختلاف وتنوع اللهجات المحلية ضمن إطار مجتمع ما كما هو الحال في المجتمع الجزائري المتعدد اللهجات واللكنات تفسيراً سلبياً ينظر إلى هذا التنوع بعين الريبة والشك في كونه عامل هدم اجتماعي، بل على العكس فإن هذا التنوع في الممارسات اللغوية هو أمر صحي وطبيعي لا يعدوا أن يكون تنوعاً ثقافياً فرعياً لا يتعارض مع الوعاء الثقافي الحاوي للمجتمع وتراثه اللغوي، ويسمي بعض الباحثين ازدواجية الممارسات اللغوية بين اللهجات المحلية واللغة الأصلية الفصحى في مجتمع ما "بظاهرة الازدواج اللغوي" فيجد "فرجسون" أن هذه الظاهرة منتشرة

جدًا...ويستنتج من خلال ملاحظات أولية أن هذه الظاهرة لا توجد فقط في المجتمعات العربية بل تمتد إلى ثقافات أخرى، بل يمكن الجزم بكونيها، وهذا ما ذهب إليه اللسانيّ الشهير" هارولد شيفمان"1999؛ إذ يرى أنّ الازدواجية اللغوية وإن وردت في عدة سياقات غير غريبة، فإنها مع ذلك ظاهرة لا تقتصر على بعض ثقافات العالم الثالث البدائية، بل تشمل عددًا من اللغات الموجودة في مناطق متنوعة من العالم، بما في ذلك أوروبا الغربية" (الطائي، 2012، صفحة 02)

تهديدات المكون الإعلامي والاتصالي الحالي للغة العربية واللهجات المحلية للمجتمع

الجزائري:

تتعاضم التهديدات الإعلامية التي تسوقها الوسائط الإعلامية والاتصالية الحالية بمضامينها الراهنة للغة العربية، ويمكن أن نستشف العديد من مظهرات هذه التهديدات، حيث يمكن لنا أن نبوها استنادا للمنطلقات النظرية التي اعتمدها هذه الدراسة إلى ثلاثة أوجه؛ تهديدات تتعلق بالصراع الحضاري القديم الجديد بين الشرق الإسلامي والغرب والذي تعمد العولمة الثقافية الغربية إلى ترجيح الكفة فيه إلى الغرب، تهديدات متعلقة المضامين الإعلامية التي يتعرض لها أفراد المجتمع الجزائري، تهديدات اقتضتها التغيرات التي طرأت على وسائل وتكنولوجيات وسائل الإعلام والاتصال الفاعلة في البيئة الاتصالية الحديثة.

أ- التهديدات المنجزة عن الصراع الحضاري بين الحضارتين الإسلامية والغربية:

تعتبر اللغة من أهم محاور الصراع الحضاري القائم بين الحضارتين، والملاحظ أنه لطالما سجل التاريخ سلوكيات عدوانية مستمرة ومتواصلة على اللغة العربية في فترات تاريخية متلاحقة، في محاولة لإضعافها وتقديم اللغات اللاتينية كبديل جاهز للحلول في مكانها، حتى أن كل الحملات العدائية العسكرية التي شنتها القوى الغربية على البلاد الإسلامية المختلفة عبر الزمن والتي أسفرت على احتلال العديد منها - على غرار ما وقع للجزائر-، كانت قد شهدت استهدافا واضحا وصريحا للغة العربية إضافة إلى الدين الإسلامي، وهذا ما يتوضح لنا في مقولة للرئيس الفرنسي "ديغول" إبان الاحتلال الفرنسي للجزائر: "لو يتعيّن عليّ أن أختار بين بتزول الصحراء، وبقاء اللغة الفرنسية في الجزائر لاخترت بقاء اللّغة الفرنسية". (طواهرية، اللغة والهوية الوطنية على محك الإرث الاستعماري: جرائم تاريخية وتآزم هوياتي، 2018، صفحة 85)

ولما تغيرت أساليب الصراع وأساسياته من الصراع المسلح والحربي إلى السلاح الإعلامي الدعائي فإن اللغة العربية لم تبرح منطقة الاستهداف، وأضحى الصراع الحضاري اللغوي بين الأمتين على أشده في ظل البيئة الإعلامية والاتصالية الحالية التي وفرت أسلحة جديدة كان الحظ الأوفر في تحصيلها للطرف الغربي الذي يسيطر على هذه البيئة في جل فواعلها؛ "فاعتبارا من جانفي 2020 بلغ معدل انتشار اللغة الإنجليزية عبر الأنترنت من إجمالي نسبة اللغات المستخدمة 25.9%، في حين لم تتعد نسبة استخدام اللغة العربية عبر الشبكة 5.2%" (Johnson, 2021)، وقد تزامنت هذه السيطرة مع انتشار سريع للعولمة الثقافية الغربية، التي عمدت إلى تنميط كل مقومات الهويات الحضارية للأمم

والمجتمعات المختلفة بما فيها اللغة، على نمط وقالب حضاري واحد هو النموذج الثقافي الغربي، الذي وظف وسائل الإعلام ومضامينها في هذا الصراع. وبالتمعن في جانب من هذا الصراع نجد أن الطرف الغربي قد وظف اللهجات المحلية كسلاح آخر في هذا الصراع الحضاري اللغوي، ففتح جبهة صراع جديدة للغة العربية بطريقة ذكية، تتمثل في صراع اللغة الفصحى مع اللهجات المحلية العامية المنتشرة في المجتمعات الناطقة باللغة العربية، حيث تشهد اللغة العربية انحصارا في استخدامها في مقابل تنامي استخدام اللهجات المحلية التي شهدت هي الأخرى تغيرات طرأت في بنيتها ومفرداتها فتحوّلت تدريجيا إلى لهجات هجينة تتركز في جزء معتبر من قواميسها إلى كلمات ذات أصول لغوية لاتينية مختلفة.

ب- التهديدات المتعلقة بالمضامين الإعلامية الحالية:

بملاحظة للمضامين الإعلامية والاتصالية الشائعة في الوقت الحالي نجد العديد من التظاهرات للتهديدات التي يسوقها المضمون الإعلامي/الاتصالي الراهن للغة العربية كبعد أساسي من الأبعاد السوسيوثقافية المحددة للأمن الفكري للمجتمع الجزائري؛ حيث نحاول أن نجملها في مايلي:

أضحى التوجه العام للمحتوى الإعلامي المحلي يميل إلى تقديم المواد الإعلامية المختلفة باستخدام اللهجات المحلية الهجينة بدل اللغة العربية الفصحى، سواء عبر وسائل الإعلام التقليدية أو الحديثة. تدني في مستوى المحتويات الإعلامية والاتصالية المستخدمة للغة العربية الفصحى، سواء من ناحية المضمون أو من ناحية المستوى اللغوي، ولم تسلم حتى الصحافة المكتوبة من هذا التدني في المستوى حيث نجد ضعفا لغويا كبيرا وواضحا للقائمين على هذه المضامين والمقدمين لها، حتى أن هنالك من يميز بين "اللغة الفصحى" و"لغة الإعلام"؛ فيجدون أن لغة الإعلام "أحدثت تداخلا بين اللغتين الفصحى والعامية، فتولدت عنها لغة ثالثة في عمومها هزيلة، مضطربة وهجينة صارت لغة الإعلام المعتمدة، هي منزلة بين المنزلتين، اتسمت بسهولة الألفاظ وبساطة التعبير، والإكثار من أدوات الربط، علاوة على تساهلها في قواعد اللغة العربية فانتشرت بما هي عليه من ضعف وفساد، وبسرعة انتشارها اكتسبت هذه اللغة الجديدة مشروعية الاعتماد" (كاس، 2013، صفحة 134)

انتشار محتويات إعلامية واتصالية يمكن اعتبارها حملات إعلامية موجهة ومبطنة، حولت من الاختلافات والفروقات على مستوى الممارسات اللغوية واللكنات عبر مناطق الوطن المختلفة إلى صراع داخلي متنامي، وأخرجتها إلى دائرة التمييز العنصري والعرقي، بما يمس بالأمن العام للمجتمع ويهدد سلامته فضلا عن سلامة الأمن الفكري له.

انتشار المحتويات الإعلامية التي تمجد اللغات الأجنبية وتحتفي بها، في مقابل احتقار اللغة العربية، حيث تحاول هذه المحتويات أن تبرز اللغات الأجنبية كرمز للتحضر وأن استخدامها يعبر عن مستوى ثقافي راقى.

الاحتفاء بالكتاب والمثقفين الذين يكتبون باللغة الفرنسية، في مقابل تهميش الأفلام والألسنة العربية، مما انجر عن هذا المشهد تنامي الاغتراب اللغوي لدى المثقفين الجزائريين، والذي لا مناص منه أن هذا الاغتراب اللغوي يؤدي لا محال إلى اغتراب فكري لدى هؤلاء، "حيث نشأ جيل من الكتاب الجزائريين لا يعرفون اللغة العربية، ولا يمكنهم التعبير عن مشاعرهم إلا باللغة المستعارة، لغة الحاكمين، وهذا الأدب الجديد قد أثار معركة أدبية، واهتم به ذه المعركة الإعلام الجزائري، وتدور هذه المعركة حول جنسية هذا الأدب، هل هو أدب جزائري أو أدب فرنسي، وكذلك تدور حول مصير هذا الأدب." (سبيعي، 2014، صفحة 523)، ومن الاغتراب الفكري الذي وقع فيه هؤلاء أنهم دخلوا في دائرة معاداة اللغة العربية وأهلها.

ومن جهة أخرى نجد هناك العديد من الشخصيات التي تتخذ منحى آخر من معاداة اللغة العربية مستترين بشعارات ضرورات العصر في تجديد اللغة؛ " وهذا النوع من التيار بدوره معادي تماما للتراث، وينظر إليه على أنه نوع من التخلف والبداءة، ووقع سخطه م على ظاهرة الإعراب واعتبروها مصدر إزعاج يقف عائقا أمام المتكلمين، فيقول أنيس فريحة: الإعراب لا يتلاءم مع الحضارة، وإن تركه دلالة على مواكبة تطور الحياة، بل إنه يذهب إلى أبعد من ذلك إذ يعتقد أن العربية في وضع ازدواجي مع اللهجات، وأنها ذات قواعد معقدة، وعليه فإنها ليست جديرة لأن تكون لغة العلم، وأن السبيل للتخلص من هذا الواقع أن يستبدل بها لهجة عامية دون إعراب" (بن التواتي، 2021، صفحة 193)

ج- التهديدات المتعلقة بالتغيرات التي طرأت على وسائل وتكنولوجيات وسائل الإعلام والاتصال الفاعلة في البيئة الاتصالية الحالية:

إنه وكما سبق وأسلفنا بالحديث، وكما هو معروف في الأدبيات المنظرة للظاهرة الإعلامية الاتصالية، فإن التأثير الاجتماعي للظاهرة الإعلامية الاتصالية يتعدى تأثيرات المحتوى والمضمون الإعلامي الاتصالي إلى تأثيرات تتعلق بالوسيلة الإعلامية أو الاتصالية في حد ذاتها، وتعاضمت تأثيرات الوسيلة بشكل متسارع وواضح في الوقت الراهن بحكم التطور التكنولوجي المنفجر الذي جعل من الوسيلة الإعلامية أو الاتصالية في حد ذاتها مؤثرا مستقلا عن المحتوى الذي تحمله.

وبالحديث عن التأثيرات السلبية الراهنة "للسيلة" على مستوى اللغة العربية، يمكن رصد العديد من التهديدات في هذا الصدد:

تعتبر تكنولوجيات الإعلام والاتصال كغيرها من التكنولوجيات، صناعة احتكارية غربية وبالتالي فمن البديهي أن لغة البرمجة فيها هي لغة غربية، وكذا من البديهي أن تحضا اللغات الأجنبية بالمكانة الريادية والاستثنائية في استخدام هذه التكنولوجيات.

نجد أن التطورات التكنولوجية الحاصلة على مستوى وسائل الإعلام والاتصال أضحت جزءا من مظهرات نمط العيش المعاصر والمنمط على أساس نمط العيش الغربي western life stile ، وبالتالي

أضحى استخدام وسائل الإعلام والاتصال الجديدة جزءا من الحياة الروتينية للفرد في المجتمعات المحلية المتأثرة بنمط العيش الغربي بما يشتمل عليه من استخدام للغات الغربية التي دخلت مجال الاستخدام اليومي للفرد ولو من باب التفاخر.

إنه وفي ظل التغيير الذي فرضته تكنولوجيات الإعلام والاتصال الجديدة على البيئة الإعلامية/الاتصالية الحالية، والذي أفرز تعاظم لأدوار الإعلام الجديد القائم على الصيغ التفاعلية، فقد أدى إلى تضاؤل أدوار الجهات الحكومية إعلاميا فيما يخص جهود الحفاظ على ثوابت الأمن الهوياتي لديها ومن بينها الحفاظ على اللغات الأصلية لمجتمعاتها.

خلقت الممارسات الاتصالية الجديدة لمستخدمي الإعلام الجديد ووسائطه سلوكيات لغوية جديدة قائمة على استحداث لغة تواصل جديدة وهجينة يقوم نظامها في التعبير على قاموس لغوي يمزج بين اللهجات المحلية وبعض المصطلحات الغربية ضمن نظام تواصل جديد مس مختلف المستويات المنطوقة منها والمكتوبة؛ " ففي اللغة المكتوبة مثلا نجد أن الشباب الجزائري يميلون في تواصلهم الإلكتروني وفي تفاعلهم مع مضامين الإعلام الجديد إلى استخدام الحرف اللاتيني في كتابة الكلمات العربية، وإذا تصادف وأن هنالك حرف عربي لا يوجد نظير لاتيني له فإن مستخدمي وسائط الإعلام الجديد وفضاءات التواصل الاجتماعي عمدوا إلى الاستعانة برموز وأرقام للتعبير على هذه الأحرف؛ فمثلا الرقم 3 يكتب وسط الأحرف اللاتينية لتعويض حرف العين في الكلمة، وكذلك فحرف الحاء يعوض بالرقم 7...، كما أنه وفي ظل هذه البيئة التواصلية دائما فإن استخدام هـ ذا الأسلوب التعبيري الكتابي الجديد في تعويض الحرف العربي يضاف له تغييرات أخرى طرأت على مستوى تركيب الجملة حيث يتخلل تعبير الشباب العربي اليوم استخدام كلمات أجنبية، تتم كتابتها هي الأخرى مختصرة ومختزلة في أحرف، فمثلا إذا أراد الشاب الجزائري أن يفتح محادثته الفايبرية ليلا بعبارة " تصبح على خير" ونظيرها في اللغة الفرنسية هو "boon nuit"، فإن كل ما يحتاجه ليفهم الطرف الآخر هذا المعنى هو كتابته لحرف يتبعه رقم "b8"، وبهذا فإن رواد هذه الفضاءات قد أوجدوا منظومة لغوية مكتوبة جديدة، نجد أن لها تأثيرا بالغا في اللغة العربية الأصلية بحكم أنها خلقت لغة هجينة تختلف اختلافا كبيرا عنها، وتلقى رواجا كبيرا في الأوساط الشبابية اليوم". (لعلوي، 2022)

2- عادات المجتمع وتقاليده وأعرافه:

يعتبر الموروث الاجتماعي من عادات وتقاليده وأعراف المجتمع، أحد أهم الركائز الاجتماعية التي تشكل السمات العامة للمجتمع وتميزه عن غيره من المجتمعات، كما يعتبر من أهم تجليات الثقافة في المجتمع بالإضافة إلى هذا فهي من الأساسيات التي تجعل من أفراد المجتمع يجدون مبررا قويا للانتماء له، وعليه فهو يعتبر من أهم محددات الأمن الفكري للمجتمع التي وجب الحفاظ عليها، فالوعاء الفكري الجمعي يتأثر بشدة بما يسود الجماعة من عادات وتقاليده وأعراف، وما يضمن الأمن الفكري للمجتمع

هو عدم شذوذ أفراده عن المحددات الأساسية للوعاء الفكري لمجتمعهم، فنجد أن التزام الأفراد بما تقتضيه عادات وتقاليد مجتمعهم وأعرافه ضامن أساسي لتحقيق الأمن الفكري للمجتمعات في جزء معتبر من محددات هذا الأمن.

وإذا جئنا للحديث عن مصدر العادات والتقاليد والأعراف في المجتمع، نجد أنها ترتبط أساسا بثلاث مصادر رئيسية: الخلفية العقائدية للمجتمع، تاريخه الحضاري، الحيز المكاني الذي يشغله.

أ- الخلفية العقائدية للمجتمع كمصدر لعادات وتقاليد المجتمع وأعرافه:

إن للخلفية العقائدية الدور الأبرز في تحديد ماهية هذه العادات والتقاليد والأعراف، فنجد أن هذه الأخيرة تصطبغ بالمظهر الديني عندما نتحدث عن المجتمعات المتدينة مثلا، بل نجد أن عادات وأعراف هذه المجتمعات ما هي إلا تجليات وتمظهرات لما يدينون به من عقيدة ودين، فلا نكاد نرى اعتراضا بين الدين والعرف الاجتماعي، فنجد أنهما يتسمان في الأغلب بالاتساق والانسجام، ف دائما ما نجد أن العرف الاجتماعي يكون في خدمة تقديس ديانة المجتمع وتكريسها.

ثم أن العرف الاجتماعي هو ما تعارف عليه الناس، وعاداتهم هي ما اعتادوا على وجوده وتكراره، والدين من أهم ما يتعارف عليه الناس ويألفونه ويتعودون عليه، كما أن العرف الاجتماعي يحمل من قدسية الدين الذي يخدمه، لذلك نجد أن التمسك بعادات المجتمع وأعرافه ينحسر ولا نكاد نرى له أثرا بين أفراد المجتمعات اللا دينية.

ب- التاريخ الحضاري للمجتمع كمصدر لعادات وتقاليد المجتمع وأعرافه:

يعتبر التاريخ الحضاري من القواسم المشتركة التي تعطي لأفراد الجماعة دواعي للحمية والانتماء، وعندما نتحدث عن علاقة تاريخ المجتمع بعاداته وتقاليد وأعرافه، نجد أنه وكما للمجتمع تاريخا فإن عاداته وأعرافه تاريخا كذلك، بما يجعل من الأخير جزءا متضمنا في الأول، فتكوين عادات وتقاليد المجتمع وأعرافه يتطلب مدة زمنية طويلة للتشكل، فنجد أن قدسية العرف الاجتماعي تترسخ ببطء عبر مراحل زمنية متلاحقة، حتى تصبح بالمكانة والمنزلة التي تشغلها؛ فما يقدهه أفراد المجتمع حاضرا، ما كان سوى جزءا اعتيادي من نمط حياة الأفراد الذين سبقوهم في مراحل زمنية سابقة من تاريخ الأجداد. وتنعكس الخصائص التاريخية للمجتمع على السمات الرئيسة لعاداته وتقاليد، فنجد انعكاسا وتجليا واضحا لتاريخ المجتمع في منظومة العادات والتقاليد والأعراف التي يحتكم إليها، فنجد تشابها في كثير من العادات والتقاليد لمجتمعات وشعوب إنسانية مختلفة، ومرد هذا التشابه أن لهذه المجتمعات والشعوب قواسم تاريخية مشتركة، ساهمت هذه القواسم التاريخية في وجود قواسم في العادات والأعراف.

ج- الحيز الجغرافي كمصدر لعادات وتقاليد المجتمع وأعرافه:

عند الحديث عن عادات المجتمع وتقاليد وأعرافه نجد أنها تتجسد في جزء كبير منها في سلوكيات تعكس نمط عيش متفرد يميز المجتمع عن غيره، ونمط عيش الإنسان يحتكم بنسبة كبيرة للخصائص

المكانية والجغرافية للحيز المكاني الذي يشغله، فنجد دائما ما يستقر على نمط العيش الموائم لهذه الخصائص حتى يستطيع التأقلم معها، وبالتالي نجد دائما ما يختار ما يناسب بيئته. وعليه فإنه كما للزمان (التاريخ) سطوة على منظومة عادات وتقاليد وأعراف المجتمع، فإن للمكان حضوره في هذا الأمر، ويترب عن هذه العلاقة بين المكان والموروث العرفي للمجتمع، اختلافات في هذا الأخير.

وأبعد من هذا فإن المجتمع الواحد الذي يشغل حيزا مكانيا شاسعا تختلف سماته الجغرافية وتنوع، نجد اختلافات في عاداته وتقاليد، وأفضل ما يمكن أن نجعله مثلا لهذا المجتمع الجزائري الذي يشغل حيزا جغرافيا مترامي الأطراف تنوع خصائص مناخه وترتبه وتضاريسه وموارده، بالشكل الذي حتم اختلاف أنماط العيش فيه، فنلاحظ بشكل واضح اختلافات في العادات والتقاليد عند الانتقال بين الصحراء والسهوب والهضاب والسواحل، غير أن هذا الاختلاف لا يعدوا أن يكون تنوعا وثناء ثقافيا طبيعيا نسقيا احتكم اضطراريا لخصائص البيئة وضرورة تأقلم الإنسان معها.

تهديدات المكون الإعلامي والاتصالي الحالي لعادات المجتمع وتقاليد وأعرافه:

إن المتمعن في البيئة الإعلامية والاتصالية ومكوناتها الحالية يجد أنها تركز لهيمنة نموذج اجتماعي وثقافي أوحده، تحاول أن تجعل منه معيارا أساسا وجب على كل المجتمعات المحلية وأفرادها السير على نهجه، ولا يعدوا أن يكون هذا النموذج إلا قالبا سوسيو-ثقافيا غريبا دائما ما حاول أن يطغى على باقي الأنساق السوسيو-ثقافية للمجتمعات المحلية الأخرى المشكلة لمكونات المجتمع الإنساني المعاصر، فنجد أن المكون الإعلامي والاتصالي الحالي في سعي دائم لإبراز النموذج السوسيو-ثقافي الغربي على أنه النموذج العالمي الموحد الذي يسير عليه المجتمع الإنساني، ملغيا كل الاختلافات والتنوعات التي تفرضها حقيقة أن هنالك مجتمعات أخرى تشغل جزءا من هذا الكون تختلف الاختلاف الجلي عن المجتمع الغربي وثقافته وفكره، " فيتبادر إلى الأذهان عند قول عوملة ثقافية، وجود خصائص ثقافية عالمية تصلح لكل المجتمعات على اختلافها، و يمكنها أن تتبناها و إنما الأصح في ذلك هو أن العوملة تهدف لهيمنة الثقافة الغربية (الأمر أوروبية) على ثقافات العالم، من خلال هيمنتها على وسائل الإعلام بحيث تقولها في قالب واحد، لتصبح ثقافة واحدة." (بلقاسمي و مزبان، 2012، صفحة 46)

ولما كانت عادات المجتمع وتقاليد وأعرافه من أهم تجليات وتمظهرات ثقافة المجتمع وفكره، فنجد أن المكون الإعلامي والاتصالي الحالي يسوق العديد من التهديدات لهذا الموروث في سياق نشر العوملة الثقافية الغربية بين المجتمعات المحلية التي لا تدور في فلك الغرب وفكره، ويمكن لنا أن نميز العديد من مظاهر هذه التهديدات، والتي يمكن ذكر بعضها من خلال ما يلي:

النزعة الفردية التي تغذيها وتروج لها وسائل الإعلام والاتصال أضعفت من قيمة المجتمع وعاداته وأعرافه وكل مقدساته في فكر الأفراد، حيث أضحي الفرد اليوم متجردا من الحوافز التي تعطيه مبررات

الاندماج في الجماعة ونشاطاتها، بعد أن أصبح المكون الإعلامي يخلق واقعا افتراضيا يسمح للفرد أن ينشط من خلاله ويعيش فيه أحلامه ومخيلاته، مما يجعله في كثير من الأحيان يعتقد بأن هذا الواقع الافتراضي بديل حقيقي للحياة الطبيعية التي يتشاركها مع مجتمعه، وبالتالي تصبح عادات وتقاليد وأعراف المجتمع عنده غير مهمة ولا تدعوا للتمسك بها واحترامها.

إن التوجه العام العالمي لوسائل الإعلام والاتصال الحالية يتوجه نحو تكريس العولمة الثقافية الغربية، التي تحدثنا على أنها لا تعدوا أن تكون نموذجا سوسيوثقافيا غريبا منمطا، يلغي كل الاختلافات والنماذج السوسيوثقافية التي تعبر عنها المجتمعات الأخرى، وجراء كم الإشباع والغرس الثقافي الهائل الذي يتعرض له الأفراد، يصبح لديهم إحساس متزايد بالانتماء لهذا النموذج المنمط، ومن تداعيات هذا الانتماء التجرد التدريجي من مظاهر الانتماء للمجتمع المحلي.

يعتبر شعار المجتمع الإنساني أو العالمي الملغي للحدود، من أكثر المصطلحات المعاصرة التي تروج لها المنظومة الإعلامية العالمية، حيث يحاول المسيطرون على هذه المنظومة أن يحولوا ولاء الإنسان من مجتمعه المحلي وأمه إلى الولاء لما يسمونه المجتمع الإنساني، والمجتمع الإنساني عند هؤلاء هو مجتمع منمط على النموذج السوسيوثقافي، بما معناه أن هذا الاصطلاح ما هو إلى وجه آخر لتكريس العولمة الغربية بما يلغي المحلية والفروقات الثقافية والاجتماعية.

نشهد اليوم عبر وسائل الإعلام ومحتوياتها اتجاهها إعلاميا واسعا يعمد إلى تصوير عادات وتقاليد المجتمع في كثير من مظاهرها على أنها رجعية وتخلف، تنافي مظاهر الحداثة والتطور، وبالتالي فإن الأمر هنا تعدى الحديث عن عدم جدوى موروث المجتمع من عادات وتقاليد وأعراف إلى الحديث عن سلبياته وإيهام الأفراد بأنه أضحى معيقا للمجتمعات لتتطور وتساير متطلبات العصر.

كل ما تحدثنا عليه لحد الآن يمثل أخطارا ومهددات تعمل خارج إطار منظومة عادات وتقاليد المجتمع، أما ما نتحدث عنه هنا هو تهديد يعمل على تفكيك هذه المنظومة من الداخل وإعادة ترتيبها بالشكل الذي تحدده أجنادات جهات مسيطرة على المشهد الإعلامي والاتصالي العالمي، وذلك من خلال محاولات لإدخال عادات دخيلة على المجتمع ضمن منظومة عادات المجتمع وتقاليد، بالشكل الذي يشوه هذه المنظومة ويجعلها لا تعبر عن قيم المجتمع الحقيقية، بالإضافة إلى هذا فإننا نجد تركيزا إعلاميا على العادات والتقاليد التي تمثل نماذج شاذة في هذه المنظومة، بغية إضعافها وبيان مساوئها. خلقت التطورات التقنية التي لحقت البيئة الإعلامية والاتصالية هوة ثقافية وتواصلية بين الأجيال، كما أن البيئة الاتصالية الحالية خلقت أساليب عيش جديدة لا تمت بصلة لأنماط العيش التي ألفتها المجتمعات، ولما كانت عادات المجتمع وتقاليد في جزء منها انعكاس لأساليب عيش المجتمع وطرق تأقلمه مع بيئته، أصبح هنالك تعارض بين أسلوب العيش الجديد الذي فرضته البيئة الإعلامية الاتصالية

الجديدة وأساليب العيش القديمة للمجتمع كتمظهرات لعاداته وتقاليده، مما أضعف من قيمة هذا الموروث لدى الأفراد وخلق لديهم شكاً في مدى جدواه.

تحاول أطراف وجهات مستترة أن تجعل من التنوع الثقافي الذي يتسم به المجتمع الجزائري كغيره من المجتمعات التي تشغل حيزاً جغرافياً واسعاً، مصدراً للفرقة والتعصب والصراع الإثني داخل المجتمع الواحد، فتعمل جاهدة على إبراز هذه الفروقات وعلى تغذية النقاشات التي تحتفي بثقافات فرعية، على حساب ازدياد ثقافات أخرى داخل النسق الثقافي العام للمجتمع الجزائري، وأهداف هذه الأطراف واضحة تتمثل أساساً في تحويل هذا الاختلاف الثقافي الطبيعي إلى نزاع يهدد وحدة المجتمع وتماسكه، وتتخذ هذه الأطراف والجهات من وسائل الإعلام أداة لتحقيق أهدافها.

3- الموروث التاريخي والحضاري المشترك:

لكل مجتمع وأمة تاريخ يمثل مصدر اعتزاز وفخر لأفراده ومدعاة للانتماء له، يعبر هذا التاريخ عن الهوية الأصيلة للمجتمع والتي تميزه عن غيره من المجتمعات، ويرتبط الموروث التاريخي والحضاري للمجتمع ارتباطاً وثيقاً بأمنه الفكري، من خلال أن فكر المجتمع أو ما نعبر عنه بالوعاء الفكري الجمعي ما هو إلا تراكمات فكرية تكونت عبر مراحل زمنية متعاقبة أثرت بأحداثها ووقائعها على هذا الفكر وأخرجتها بالصورة التي هي عليه حاضراً، بالإضافة إلى هذا فإن جزءاً من الفكر والتراث الأدبي للإنسان قد جعل من التاريخ مادة له، حيث أن دراسة التاريخ والأنثروبولوجيا والآثار تعتبر من أهم التخصصات في العلوم الإنسانية والاجتماعية، بالإضافة إلى هذا كله فإن دراسة التاريخ تعطي لنا نظرة موزونة عن طرق التفكير والسلوكيات السليمة الواجب اتباعها لمعالجة مواقف ومشكلات يمكن أن تواجه المجتمع والأمة، بيد أن هذه الإشكاليات والمواقف لا تعدوا أن تكون أحداثاً وقعت أو تكررت في الماضي لا محال، وأن ما حدث في الماضي من هذه المواقف والمشكلات يعطينا دروساً قيمة لمعرفة التعامل الأمثل معها عند مصادفتها حاضراً ومستقبلاً.

كما أن الموروث التاريخي والحضاري للمجتمع يعطي للفرد صورة واضحة عن هويته ويمنع عنه ما يهدده بالتيه والتشتت، فيعرف من خلاله ماضي أمته وأمجادها، ويتعلم من أحداثه ما يعينه على فهم واقعه، ويعطيه التاريخ أيضاً بصيرة تمكنه من تمييز الصديق من العدو، وتجنبه من الانقياد للروايات التي يمكن لها أن تزيف له تاريخ أمته.

وعند الحديث عن الموروث التاريخي والحضاري للمجتمع الجزائري، نجد تنوعاً كبيراً في أحداثه، وأمداً طويلاً في سرده، حيث أن التاريخ الجزائري مر بالعديد من المراحل التي جعلته يزخر بالتنوع، فإذا أردنا أن نتحدث عن تاريخ الجزائر وجب علينا أن نتحدث عن البربر الأمازيغ الذين استوطنوا الجزائر قديماً، ومن بعدها وجب التعرّيج على الصراعات التي أدت إلى احتلال شعبها من الرومان والبيزنطيين، ثم نخصص القدر الوافي من الحديث للفتوحات الإسلامية التي بدأ معها المجتمع الجزائري حقبة جديدة مع الإسلام،

ومن بعدها فترة الخلافة العثمانية ومميزاتها، ثم فترة الاحتلال الفرنسي والمقاومة المستمرة للشعب الجزائري لها، ومن ثم فترة ما بعد الاستقلال وإعادة بناء الدولة، وصولاً إلى أحداث العشرية السوداء وما خلفتها من مآسي.

تهديدات المكون الإعلامي والاتصالي الحالي للموروث التاريخي والحضاري للمجتمع الجزائري:

يمكن لنا أن نحمل التهديدات التي تسوقها وسائل الإعلام والاتصال ومضامينها، في ظل البيئة الإعلامية الاتصالية الحالية في ما يلي:

أ- تزيف التاريخ:

ف نجد أنفسنا في كثير من الأحيان أمام مضامين إعلامية تروج لوقائع وأحداث تاريخية مزيفة، تجعل من المتلقي لهذه المضامين عرضة لأخذ نظرة وانطباع خاطئين عن تاريخ أمته ومجتمعه، ويمكن أن نستشف سبيلين أساسيين لهذه المضامين: إما عن طريق جهات تحمل أجندات معادية للمجتمع والدولة، فتتخذ من تزيف التاريخ ووقائعه سلاحاً لتحقيق هذا الغرض، وإما أن تكون عن طريق أناس جاهلين بالتاريخ من بني جلدتنا، يتناقلون عن جهل هذه الأكاذيب ويسهمون بدون وعي منهم في نشرها ودعم أعداء الأمة والمجتمع، وما غذى هذه السلوكيات ما وفرته البيئة الإعلامية والتواصلية الجديدة التي فسحت المجال لأي فرد ليتحدث في أي موضوع بلا رقابة عليه ولا تخصص ولا دراية واطلاع منه. ويظهر هذا التزيف بشكل جلي عند الحديث عن التاريخ الإسلامي، وتاريخ الثورة الجزائرية، حيث نجد الكثير من المضامين الإعلامية والاتصالية التي تنشر وقائع كاذبة ومزيفة حول هذين الموضوعين.

ب- تقزيم وتحجيم التاريخ:

يعمد النظام الإعلامي العالمي اليوم إلى تقزيم تاريخ المجتمعات المحلية وتحجيمه، من خلال احتفاء دائم بتاريخ الأمة الغربية ومجتمعاتها والحشو والتعبئة المستمرين للمضامين الإعلامية والمحتويات الاتصالية بمظاهر الإطناب له، وكيل المديح للموروث التاريخي والحضاري الغربي، بالشكل الذي يجعل من الفرد منبهراً بهذا التاريخ ومنخرطاً بدون وعي في تمجيده، مقابل إهمال لموروث أمته ومجتمعه التاريخي تناسباً أو جهلاً به، وهذا يرجع للتغيب الممنهج الذي تلتزم به وسائل الإعلام المسيطرة ومحتوياتها لكل ما يمكن له أن يعطي تاريخ المجتمعات المحلية حقها من البروز والمرئية.

ج- تغذية أطروحة الموروث التاريخي والحضاري الإنساني المشترك:

ويعتبر هذا من تجليات العولمة الثقافية الغربية، حيث تحاول الجهات المسيطرة على وسائل الإعلام العالمية اليوم تغيير مفهوم التاريخ من سجلات حضارية مخصوصة يحتوي كل واحد منها تاريخ أمة وإنجازاتها التي تجعلها تتميز عن باقي الأمم، فتحوله إلى سجل حضاري موحد يجعل تاريخ المجتمعات والأمم المتمايزة تماها في هذا السجل الأوحده، وتختفي فيه كل إنجازاتها التاريخية، هذا السجل يتمثل في الموروث التاريخي

والحضاري الإنساني المشترك، حيث يخط هذا السجل على مقاس التاريخ الغربي وإنجازاته بالشكل الذي يصوره على أنه المساهم الرئيسي في هذا الموروث إن لم يكن المساهم الأوحده فيه. في هذا الصدد يقول مؤسس علم الأنثروبولوجيا في القرن العاشر، عبد الرحمان البيروني في كتابه " الآثار الباقية عن القرون الخالية" "إن كل أمة تستعمل تاريخاً تنفرد به"، إلا أننا اليوم نستعمل تاريخاً كونياً موحداً كمظهر من مظاهر العولمة والبيئة الاتصالية الجديدة، أضحت تؤثر على تفاصيل حياتنا وأنشطتنا، وامتد معنى العولمة إلى أكثر من مجال التراث، فأصبحنا نتحدث عن تراث الإنسانية والموروث العالمي، كما زاد تطور العالم الرقمي في احتواء الشعوب والثقافات داخل شبكات الاتصال، وظهرت مفاهيم مثل الإنسانية الرقمية "Digital humanity" وغيرها. (كحلي قلاب، بدون تاريخ، صفحة 79)

د- التغييب الإعلامي لأهمية الاهتمام بدراسة التاريخ:

لقد سبق وتحدثنا عن أهمية التاريخ في الفكر الاجتماعي والإنساني، وأهمية دراسته والعناية به، ومما درج عليه توجه وسائل الإعلام اليوم ومضامينها، هو التقليل من شأن إسهامات وأدوار الدراسات التاريخية في الفكر الإنساني وتقدمه، حيث أن ما نلاحظه اليوم هو توجه لتعظيم أدوار العلوم التطبيقية والتقنية في الفكر البشري، ومن بعدها علوم الاجتماع والنفوس والأدب، وحتى الفنون، دون أن نجد لهذا الاهتمام أثراً عند الحديث على دراسة التاريخ، هذا ما جعل من الأفراد المتعاطين مع المكون الإعلامي والاتصالي الحالي ينخرطون في هذا الاتجاه تدريجياً، بالشكل الذي يجعلهم يحددون أو يجهلون أهمية دراسة تاريخ أمتهم ومجتمعاتهم.

4- رمزية مؤسسات التنشئة الاجتماعية:

مؤسسات التنشئة الاجتماعية هي أركان المجتمع وأساساته، التي لا يمكن تصور قيام مجتمع ما بدونها؛ فلما كان المجتمع عبارة عن إطار عام منظم يرتبط فيه أفراد بعلاقات ومصالح وهوية جماعية مشتركة، فإنه قد وجبت ضرورة أن يتقيد أفراده بالقواعد والقيم والعادات التي تنظم هذا الإطار، كما وجب أن يمتلكوا القدر الأنسب من الاستعدادات النفسية والمعرفية والسلوكية التي تؤهلهم ليكونوا أفراداً إيجابيين وصالحين في مجتمعاتهم، وهنا يأتي دور مؤسسات التنشئة الاجتماعية، التي تعمل على بناء الإنسان السوي والصالح للحياة الاجتماعية والنافع لنفسه ومجتمعه، وعند الحديث على الأمن الفكري للمجتمع فإننا يجب أن نتحدث عن الأدوار التي تؤديها مؤسسات التنشئة الاجتماعية في ترسيخ هذا المفهوم لدى أفراد المجتمع، وأدوارها في الحفاظ عليه من شتى المهددات.

ونقصد بمؤسسات التنشئة الاجتماعية كل الكيانات النسقية التي يمكن لها أن تؤدي أدواراً في تنشئة وتربية وتحضير الفرد ليكون صالحاً للحياة الاجتماعية ومتطلبات العيش في مجتمعه، فتخرج مؤسسات التنشئة الاجتماعية السليمة إنساناً واعياً يستطيع أن يفيد نفسه وجماعته، وهذه المؤسسات التي نتحدث

عنها هنا هي: الأسرة، المرأة المريية، المدرسة، المسجد، القدوات الاجتماعية، جمعيات المجتمع المدني ذات الطابع التربوي، وسائل الإعلام.

أ- الأسرة:

هي النواة الأساسية التي يتشكل منها المجتمع، وهي الفضاء الأول الذي يبدأ فيه الفرد أولى خطوات بناء شخصيته النفسية والاجتماعية، لذلك فإن صلاح الفرد والمجتمع معا مرهونان بصلاح الأسرة، لذلك فالواجب الاعتناء بسلامة الأسرة والحفاظ عليها من كل ما يهددها إذا أردنا أن نحمي أفراد المجتمع، فالأسرة هي الحيز يستشعر الإنسان في إطاره أولى أحاسيس الانتماء و معاني المسؤولية إزاء الآخرين، ثم أن هذا الإنسان مع الزمن يكون أسرة جديدة يورثها ما ورثه هو من أسرة والديه فتصبح التربية الأسرية موروثا يتناقله جيلا بعد آخر، بما يضمن استمرارية المجتمع.

ب- المرأة:

قد يذهب البعض للإنكار على من يعتبر المرأة مؤسسة اجتماعية، ومرد هذا الإنكار يندرج في عدم فهم هؤلاء لاستخدام اصطلاح "المؤسسة" هنا، فالمؤسسة التي نقصدها بتعبيرنا هنا هي كل كيان يمكن أن نحضره، ونوفر له المقومات الضرورية التي تمكنه من المساهمة في بناء الإنسان الصالح والقادر على تبادل أدوار الأخذ والعطاء مع مجتمعه، وعليه فإن المرأة مؤهلة لحمل صفة المؤسسة الاجتماعية، بيد أنها اللبنة الأولى في بناء الأسرة، والتي يجب تحضيرها للقيام بأدوارها الطبيعية في التربية والتنشئة، فالمرأة هي المري الأولى للأجيال، وهي العنصر الأساس والضروري في تكوين شخصية الإنسان وهويته منذ بداياته الأولى، حيث يأتي دور الأم ليسبق أدوار كل مؤسسات التنشئة الاجتماعية من مدرسة ومسجد ومؤسسات تربوية أخرى.. بل إن المرأة في وظيفتها كأم تحضر الابن ليندمج في إطار هذه المؤسسات وتدفعه للانخراط في أنشطتها، وتتجاوز المرأة دور الأمومة إلى دور الزوجة التي تسهم في حفظ التوازن النفسي للزوج وتجلب الاستقرار لحياته، فتتجاوز أدوار التنشئة المنوطة بأومومتها إلى أدوار الرعاية النفسية المتصلة بواجباتها الزوجية.

ج- المدرسة:

المدرسة هي أول فضاء تربوي يستقل فيه الطفل عن ملاحظة ورقابة الأسرة، وأولى خطواته للولوج والتكيف مع الحياة الاجتماعية، والتحلي بقدر من المسؤولية على نفسه وتصرفاته، وهي مؤسسة مكتملة للأدوار التي تؤديها الأسرة في تنشأة الفرد، فنجد أن المدرسة هي مؤسسة تربوية قبل أن تكون مؤسسة تعليمية، وما يمكن للأسرة أن تلقنه للأبناء ضمن أدوارها المنوطة بها، يمكن للمدرسة أن تؤديه بأكثر فعالية وتنظيم، بيد أنها تحتكم لبرامج مختصة في التربية، ولطرق علمية يفترض أن يؤديها أفراد أكفاء ومؤهلين علميا متمثلين في المعلمين والمؤطرين التربويين، كما أن للمدرسة ميزة أخرى تتمثل في كونها تعطي تلقينا مكثفا وبحجم ساعي محتسب يجعل الطفل ينخرط في برنامج مكثف يختصر عليه الكثير من

الوقت لتعلم أشياء جديدة تمكنه من التكيف مع مقتضيات العيش في إطار مجتمعه وخصوصياته، والطفل في المدرسة لا يتلقى تنشأته عبر التلقين والتدريس الممنهج فقط، بل يتلقاه عن طريق النشاطات الغير رسمية التي يمكن له أن يشارك فيها ويعيش تجاربها سواء في إطار النشاطات الثقافية والاستكشافية التي ترعاها المدرسة، أو في إطار مخالطته واندماجه مع أقرانه التلاميذ.

د- المسجد:

حضي المسجد بمكانة أساسية في البناء الاجتماعي للمجتمع المسلم، وتجلت هذه المكانة منذ القدم، لتجعل من المسجد أهم المؤسسات الاجتماعية ليس فقط مؤسسات التنشئة منها، بل أنه لعب دور مؤسسة متعددة الأدوار والوظائف، ويظهر لنا هذا بشكل جلي عند دراسة التاريخ الإسلامي بدءاً بالبدايات الأولى له، حيث شكل المسجد النبوي في المدينة المنورة في عهد الرسول صلى الله عليه وسلم، مركزاً دينياً، وسياسياً وإدارياً وثقافياً واجتماعياً وإعلامياً ومالياً، حيث كان بمثابة مركز القيادة للدولة الإسلامية الأولى، وكان مهداً لبناء أولى لبناتها، فكان المسجد النبوي مصلى تقام فيه الصلوات الخمس، ومنزلاً لرسول الله صلى الله عليه وسلم، ومركزاً للاجتماعات والشورى، وبيتاً لمال المسلمين، ومنبراً للتواصل مع المسلمين وإسداء التعليمات لهم، وداراً للقضاء والبت في الخصومات التي تقع بين الناس... واستمرت مكانة المسجد في المجتمعات المسلمة، حتى وإن تراجعت وظائفه وأدواره بفعل تطور الأنظمة السياسية وهيكل مؤسسات الدولة التي خلقت استقلالية في تخصصات المؤسسات المديرة لشؤون الدولة ومصالح المجتمع وأفراده.

وعند الحديث عن وظيفة التنشئة الاجتماعية التي يؤديها المجتمع، نجد أن له أدواراً كبيرة في هذا الأمر، وترجع أهميته وأهمية أدواره إلى القدسية التي يحضها بها بين أفراد المجتمعات المسلمة، مما يخوله سلطة قوية للمساهمة في بناء الإنسان الفرد وغرس قيم الفضيلة فيه، ثم أن المصدر الأساسي للتنشئة الاجتماعية في هذه المجتمعات يرجع مصدره للموروث العقائدي الديني الذي ينشأ أفراداً على مبادئه وقيمه، وبالتالي فإنه لا توجد مؤسسة من مؤسسات المجتمع الأخرى التي تقترب من مكانته كمصدر لتلقين تلك القيم والمبادئ، بيد أنه في الأصل مؤسسة دينية قبل أن يكون مؤسسة تنشئة اجتماعية.

هـ- القدوات الاجتماعية:

يقتدي الإنسان في حياته بأناس يجسدون نماذج راقية من السلوك، ومثلاً علياً في التفكير والتعامل والعطاء، ورموزاً للتفوق والإبحار، من هؤلاء نجد الأم، والمعلم، والإمام، والعالم، والنخب الاجتماعية، والأبطال التاريخيين، ويمثل هؤلاء مؤسسة اجتماعية قائمة وجب العناية بها، وفعل التنشئة لدى هؤلاء لا ينجر في كثير من الأحوال عن سلوكيات واعية مقصودة منهم، بل مرده في أغلب الأمر إلى الرمزية التي تعكسها الصفة والمكانة التي يحملونها بين أفراد المجتمع، فتصبح كل أقوالهم وسلوكياتهم محط النظر من

بقية أفراد المجتمع، ومحط تقديس وتقليد واحترام من لدنهم، كل هذا يجعل من القدوات الاجتماعية مصدرا أساسيا لتثبيت قيم وأبعاد الأمن الفكري لدى الأفراد. وبالتالي فإنه وبقدر ما يعكسه هؤلاء من أهمية وأدوار فعالة في التنشئة الاجتماعية بقدر خطورة أن يتقمص أدوارهم وشخصياتهم الأشخاص الخطأ الذين يشوهون هذه المثل والنماذج السلوكية والفكرية لدى العامة من أفراد المجتمع.

و- جمعيات المجتمع المدني ذات الطابع التربوي:

تعتبر الجمعيات من أهم الأطر المساهمة في العمل التطوعي داخل المجتمع، ونجد أن هنالك جزء منها يقع تحت توصيف "جمعيات ذات طابع تربوي"، ويعنى هذا النوع من الجمعيات التطوعية بفتح باب الانخراط في أنشطتها للأطفال والشباب اليافعين، حيث تسهم بهذا في عملية التنشئة الاجتماعية للأفراد، سواء كان ذلك من خلال برامج تربوية مسطرة تلقنها لهم، أو من خلال إدماجهم وإشراكهم في الأعمال الخيرية والحملات التطوعية، بما يجعل من هذا السلوك التربوي الأمثل الذي يهذب السلوك الاجتماعي للأفراد دون إخضاعهم لحصص تلقينية تربوية، بل عن طريق إشراكهم في العمل التطوعي والخيري، بما يغرس فيهم معاني وقيم العطاء والمسؤولية الاجتماعية، وبما يساهم في تغطية أوقات فراغ الشباب وتفرغ طاقاتهم فيما هو مفيد لهم ومجتمعاتهم، بما يسهم في بناء أفراد من ذوي الفكر الواعي المسهم في جودة الوعي الفكري الجمعي في مجتمعاتهم.

ي- وسائل الإعلام:

لقد فرضت وسائل الإعلام نفسها كواحدة من أهم مؤسسات التنشئة الاجتماعية المعاصرة، فضاهت بذلك مكانة مؤسسات التنشئة الاجتماعية التقليدية في أدوارها التربوية المتعلقة ببناء الإنسان ووعيه وفكره، بل يمكن القول أن وسائل الإعلام تفوق في أهميتها كل هذه المؤسسات، وذلك من خلال كونها تمتلك من الآليات والوسائل المستخدمة في عمليات الغرس الثقافي والإقناع وترسيخ القيم ومظاهر السلوك وأساليب الإبحار، مما لا تستطيع أن تجاريها فيه مؤسسة اجتماعية أخرى، ثم أن أهمية الحديث عن وسائل الإعلام كمؤسسات اجتماعية، راجع إلى صعوبة التحكم بها وتطويعها لصالح التنشئة القويمة للأفراد بما يتواءم مع قيم المجتمع وخصوصياته، فكل مؤسسات التنشئة الاجتماعية التي سبق ذكرها يمكن القول بأنها تتبع مسارا واحدا وتعمل في إطار مشترك ومنسجم، يجعل منها أجزاء منسجمة ومتوازنة، تقل فيها احتمالية ظهور العناصر الشاذة والخارجة عن إطارها، بما يسهل معه مراقبة هذه العناصر وإعادة تقويم مسارها، أما وسائل الإعلام فنجد أن بيئة نشاطها أوسع ما يكون، ونجد فيها من الاختلافات ما يجعل هذه الوسائل تعمل في كثير من الأحيان في أطر ومساعي متعارضة تصعب من التحكم بها وتطويعها، كما أن البيئة الإعلامية والاتصالية التي تنشط بها هذه المؤسسات عبارة عن فضاء عالمي ليست له حدود جغرافية أو سلطوية يمكن أن تفرضها جهات حكومية أو رقابية، وبالتالي فإن هذا

الوضع يجعل من وسائل الإعلام كمؤسسات للتنشئة الاجتماعية بقدر فائدتها وأدوارها الإيجابية التي يمكن أن تؤديها في المجتمعات، بقدر أخطارها ومهدداتها لأمنه الفكري إذا ما لم يتم احتواءها وضبط نشاطها بما يخدم مصالح المجتمع وأمنه.

تهديدات المكون الإعلامي والاتصالي الحالي لرمزية مؤسسات التنشئة الاجتماعية:

كغيرها من أبعاد الأمن الفكري، فإن مؤسسات التنشئة الاجتماعية تتعرض لتهديدات جمة من المكون الإعلامي والاتصالي الحالي بمضامينه وتقنياته، بقدمه وجديده، وبما أن وسائل الإعلام والاتصال تنشط في عالم من الرموز، فإن أشد ما تضرر في هذه المؤسسات جراء تدخل المكون الإعلامي والاتصالي هو رمزيتها التي كانت تحدد مكانتها الراقية في المجتمع، ويمكن هنا رصد العديد من التهديدات التي تسوقها البيئة الإعلامية الاتصالية الحالية لمؤسسات التنشئة الاجتماعية من خلال ما يلي:

- الانتقاص من مكانة مؤسسات التنشئة الاجتماعية وأدوارها في المجتمع.
- محاولة تطويع مؤسسات التنشئة الاجتماعية لمسايرة نماذج تربية غريبة دخيلة عن المجتمع
- احتكار وسائل الإعلام لدور التنشئة الاجتماعية، ومحاولة تغييب أدوار مؤسسات التنشئة الأخرى، ولو كان ذلك بسلوك غير واعي منها.

- تمجيد منظومات اجتماعية دخيلة وإبرازها كنماذج تربية معيارية.

- النزعة الفردانية التي خلقتها البيئة التواصلية المعاصرة والتي تغذيها بشكل مستمر، أبعدت بشكل تدريجي المزيد من الأفراد عن مؤسسات التنشئة الاجتماعية، وعن الانخراط في أنشطتها وأعمالها واهتماماتها.

- هدم الأسرة وجعل أدوارها تختزل في كونها حاضنة بيولوجية ينتهي دورها ببلوغ الأبناء سن 18 سنة

محاولة تقييد أدوار المرأة في التربية وصناعة الإنسان، من خلال جعلها نماذج تسويقية وجعل جسدها سلعة تجارية للعرض، بالإضافة إلى إثارة قضايا جدلية حول المرأة كحقها في العمل، والسفر، والمساواة مع الرجل، فتحول بذلك مركز اهتمامات المرأة من التربية إلى اقتحام مجالات عمل الرجل، بالشكل الذي يصل بها إلى الخجل بأدوار الأمومة المنوطة بها، وجعل مصدر فخرها هو منافسة الرجل في الميادين التي كانت حكرا عليه من قبل، ليصل بها في الأخير لمرحلة تقديس الجسد وجعله مصدر الفخر الوحيد لها.

- نجد أيضا أن هنالك حملات ممنهجة إعلاميا للانتقاص من أدوار المدرسة والسخرية من المعلم وجعله هدفا للتنكيت والتسليية، بالإضافة إلى تمييع وإبراز للبعض الأحداث والحوادث المنعزلة من تجاوزات وأخطاء لبعض العناصر الشاذة من التربويين والمعلمين وتصويرها كمظاهر اجتماعية سائدة ومتكررة الحدوث في المجتمع.

- نجد أن العديد من وسائل الإعلام ومحتوياتها ما فتئت تهاجم المسجد والإمام، سواء من خلال الانتقاص من أدوارها الاجتماعية، وتصوير المسجد على أنه مؤسسة دينية لا تتجاوز أدواره إقامة الصلوات، أو من خلال تشويه صورة الإمام من خلال تميمها لحوادث شاذة وتزييفها لحوادث أخرى تستهدف صورته ورمزيته في المجتمع.
- نجد أن العديد من الشخصيات التي تمثل قذوات اجتماعية محترمة في المجتمع لطالما كانت محطاً للهجوم الإعلامي من خلال الانتقاص من مكانتها وتشويه في أحيان أخرى لصورتها لدى العامة من أفراد المجتمع، في مقابل الترويج لنماذج من شخصيات عامة ذات مستوى أخلاقي منحط، أو على أقل تقدير فإنه غير موائم لمعايير المجتمع وخصوصياته، تقدم لهذه الشخصيات على أنها نماذج اجتماعية صالحة لتأدية أدوار القذوات الاجتماعية في المجتمع، فتجعل من المغنين والممثلين ومشاهير المحتويات المسفة في مواقع التواصل الاجتماعي خياراً بديل للقذوات الاجتماعية الحقيقية للمجتمع كالأم، والمعلم، والإمام، والعلماء والمفكرين، والنخب الاجتماعية، والأبطال التاريخيين.
- في العادة نجد أن وسائل الإعلام تحتفي بأنشطة جمعيات الفن والغناء والرياضة، وتحجم عن دعم جمعيات المجتمع المدني ذات الطابع التربوي وتهمش جهودها.
- من خلال متابعة مفرزات البيئة الإعلامية الحالية، نجد أن وسائل الإعلام استقلت من أدوارها المتعلقة بالتنشئة الاجتماعية، وأصبحت بدل ذلك معاول للهدم الاجتماعي.

المبحث ثالث: القيم المدنية للمجتمع الجزائري وتحديات المكون الإعلامي الاتصالي الحالي لها

إن الحديث عن المجتمع كوعاء جامع للأفراد، ونسق عام يعيش الأفراد في كنفه منتظمين بنظامه ومستقرين باستقراره، لا يجب أن يحجب عنا نسقا آخر لا يقل أهمية ولا شمولية عن المجتمع ألا وهو الدولة والنظام السياسي في علاقتهما مع أفراد المجتمع، فتتحدد في هذه العلاقة منظومة الحقوق والواجبات التي تجعل الفرد يعلم ما له من حق وما عليه من واجب، كما تتوفر الدولة على صلاحيات تحديد أطر النظام العام وعلى آليات الإلزام بها وعلى إمكانيات أجزاء الثواب والعقاب على ضوئها، بما يضمن الحفاظ على أمن المجتمع والفرد واستقرارهما، بما في ذلك الأمن الفكري لهما.

فلا يمكن تصور مجتمع قوي بدون دولة قوية توفر له مقومات الصمود وتحميه من التهديدات المختلفة التي تسعى لإضعافه وتفكيكه والإخلال بأمنه، وكما نجد أن هنالك قيم سوسيو-ثقافية يحتكم إليها الأفراد في تنظيم علاقتهم بالمجتمع وتحديد إطارها، فإن هنالك قيما مدنية تضبط العلاقة بين الأفراد والدولة بما يضمن اندماج الفرد في الحياة المدنية وجعله عنصرا إيجابيا فيها، ويمكن أن نستشف قيمتين مدنيتين أساسيتين في إطار هذه العلاقة هما: الوطنية والمواطنة.

1- الوطنية:

يمكن أن نعبر عن الوطنية على أنها حب الوطن والإحساس بالانتماء القوي له والاعتزاز بهذا الإحساس، بما يقتضي تغليب مصلحة الوطن على المصلحة الشخصية، ومن هذا التعريف البسيط للوطنية تبرز لنا الأهمية البالغة لها في توطيد العلاقة بين الأفراد وبين وطنهم، ويختلف مفهوم الوطن هنا عن مفهوم المجتمع، فنجد أن هذا الأخير يحيل إلى الانتماء للجماعة بينما يحيل الوطن للانتماء للأرض، ونجد أن الوطنية تخدم علاقة الفرد الإيجابية بمجتمعه، فمن أحب وطنه أحب لا محال مجتمعه.

وتجعل الوطنية من الفرد عنصرا فعالا في بناء وطنه والمساهمة في نهضة ورقي أمته ومجتمعه، حيث أنه وبتغليب الدائم لمصلحة وطنه فهو يعمل جاهدا على أن يكون مصدر فخر لهذا الوطن، لذلك فإن الوطنية من أهم أبعاد الأمن الفكري الواجب المحافظة عليها في أوقات السلم والحرب.

إننا نجد أن الوطنية دافع أساسي لعطاء الفرد الاجتماعي، ومدعاة له لينخرط في الحياة المدنية تحت إطار اصطلاح آخر هو "المواطنة" التي سنتحدث عنها بعد هذا، لذلك فإن ضمان استمرارية عطاء الأفراد مرهون برفع روحهم الوطنية والحفاظ عليها، ويتأتى هذا برفع كل مظاهر الظلم والتمييز الاجتماعي وهضم الحقوق، أي بتحقيق العدالة الاجتماعية التي تستدعي أن يكون كل أفراد الوطن سواسية، وأن نقوي القانون ونجعله فوق الجميع فعلا وليس شعارا، فأشد ما ينفر الأفراد من الوطنية هو

إحساسهم بالظلم وانعدام العدل، فتنتشر بهذا صور نمطية بين العامة من أفراد الوطن الواحد مفادها أن الوطنية لعامة الشعب أما الوطن وخيراته فللمتنفذين وعلية القوم. كما أن الحفاظ على الروح الوطنية يتأتى أيضا بتقوية أداء الدولة، وجعله مصدر فخر للشعب لا مصدر ازدراء وسخرية.

الوطنية وتهديدات المكون الإعلامي والاتصالي الحالي لها:

كغيرها من أبعاد الأمن الفكري للمجتمع تتعرض قيم الوطنية لتهديدات حمة من البيئة الإعلامية والاتصالية الحالية، حيث يمكن أن نستشف بعضا من هذه التهديدات من خلال ما يلي:

هنالك تهديدات تتعلق بالاتجاه العام العالمي المسوق له إعلاميا، والمتجه نحو إلغاء مفهوم الوطن ذو الحدود الجغرافية التي تمتلك الدول السيادة الكاملة عليها، نحو مفاهيم جديدة تدفعنا نحو مفاهيم كاللا-أمة واللا-وطن، بحيث يفرز لنا هذا الواقع أفرادا منعدمي الولاء لأمتهم ولوطنهم، بعد أن تم إيهامهم بأن لا حدود تفصل بين البشر، وأن الوطن والوطنية ما هما إلا قيد وجب التخلص منه للوصول لمعاني الحرية والاستقلالية والانفتاح على العالم، ونجد أن هذا التوجه قد نمت وتطور بشكل كبير مع الإعلام الجديد وإفرازاته التي جعلت من العالم قرية اتصالية ألغيت فيها الحدود السياسية والجغرافية افتراضيا، في سبيل سيطرة الجهات النافذة في العالم على الأفراد وعقولهم بعد تجريدهم من كل دواعي الانتماء والولاء لأمتهم وأوطانهم، (فنجد أن الإعلام الجديد اليوم هو الحامل الرئيس لقيم العولمة الغربية والتي تقوم على مبادئ " اللأمة " و " اللاوطن " و " اللادولة"، لأن ذلك يسهل عليها عمليات الاستلاب التي تقوم بها، فللعولمة لا تستوطن بلدا ولا تركز إلى شعب أو أمة، وإنما تستوطن الفضاء المعلوماتي الذي تصنعه شبكات الاتصال، والذي يوجه، الثقافة والسياسة والاقتصاد، وعن طريق ذلك تخلع الفرد من هويته وأسرته، وتخلع الأسرة من مجتمعتها، والمجتمع من أمته الكبرى، وتخلع الأمة من رباطاتها الإنسانية .) (بوعطيط و بوعطيط، 2017، صفحة 479)

وتهديدات أخرى تتعلق بنشر وسائل الإعلام وتمييعها لمظاهر الفساد في أركان الدولة حتى تنفر الأفراد من وطنيتهم، بحيث يتم إعلاميا ربط صورة الفساد والمفسدين بالوطن، بالشكل الذي يؤدي بالأفراد إلى تكوين قناعات بأن هؤلاء المفسدين هم الوطن، وأن حب الوطن ما هو إلا دعم هؤلاء وإقرار لهم على فسادهم.

كما أنه ومن خلال الإعلام الجديد خاصة، ينتشر كم كبير من المضامين المميعة لمظاهر الظلم وانعدام العدالة الاجتماعية، والتي تقترح بدائل خطيرة كالهجرة الغير شرعية، هروبا من هذا الظلم، بالشكل الذي يغذي حقد الأفراد على أوطانهم ويضعف روح الوطنية لديهم.

كما أنه يتم توظيف الوطنية خدمة لأطراف معينة في سياقات زمنية خاصة، فنجد أن بعض الأطراف تتخذ من الوطنية شعارات ترفع بها قدرها عند حدوث إنجازات وطنية تستحق التمجيد، فيخرج

هؤلاء محاولين نسب الفضل لهم، وفي المقابل يتخذون من الوطنية مطية لتحويل خصومهم ما إن ظهرت بوادر زلة لسان أو قلم يمكن أن تدينهم، بحيث أنهم لا يتوانون في اقتناص كل فرصة تمكنهم من اغتنام الوطنية واحتكارها.

2- المواطنة:

نقصد بالمواطنة مشاركة الأفراد وانخراطهم في الحياة المدنية التي تفرض التعايش مع النظام السياسي القائم في البلاد، وكذا احترام المعايير والقوانين والقواعد المنظمة للحياة المدنية، بالإضافة إلى هذا فهي تحيل إلى الأدوار الفعالة التي يقوم بها الفرد خدمة لوطنه، (و تجسد المواطنة دور العضو في الجماعة التي ينتمي إليها؛ فالفرد مواطن حينما يسجل حضوره الدائم في عملية المشاركة الواسعة، وفي تصور استراتيجية للتغيير ورسم الأهداف المرغوبة بحسب طبيعة النظام الأيديولوجي والسياسي المنتهج، وأيضاً المساهمة الفعلية في تحقيق مساعي تلك الأهداف وتحويلها إلى مجسمات حقيقية في مجالات مختلفة تربوية واقتصادية وثقافية وتكنولوجية...، عبر مجموعة القنوات أو المعايير المشروعة.) (عبيشور، بدون تاريخ، صفحة 193)

ومن خلال التعريف البسيط الذي أوردناه للمواطنة يتضح لنا أنها تجسيد للوطنية على أرض الواقع، فالوطنية شعور وإحساس بالانتماء للوطن وحبه، والمواطنة هي تصديق هذه المشاعر بالبذل والعطاء. وتتصل المواطنة بالأمن الفكري للمجتمع، بكونها تمثل معياراً للعلاقة السليمة التي ينبغي أن يسعى الفرد لبنائها مع وطنه ودولته، فالمواطنة كسلوك تجسد مدنية الفرد، أي تكيفه مع متطلبات الحياة المدنية التي تفرض عليه قواعد وقوانين جبرية، تستقل عن منظومة القيم والأعراف الاجتماعية، ولا يعني هذا أن تحمل تعارضاً معها بل على العكس من ذلك فإن قوانين الدولة يفترض أن تكون حامية للعرف الاجتماعي وخادمة له، وعليه فإن أي قصور في سلوك المواطنة لدى أفراد المجتمع فإنه دلالة واضحة على خلل في الأمن الفكري لهم، وجب البحث عن أسبابه، وإيجاد الحلول الفعالة له.

تهديدات المكون الإعلامي والاتصالي الحالي لقيم المواطنة في المجتمع:

يمكن إجمال التهديدات التي تسوقها البيئة الإعلامية الاتصالية الراهنة لقيم المواطنة لدى أفراد المجتمع فيما يلي:

- تقديس قيم الفردانية والاستقلالية الفردية التي يتبناها التوجه الإعلامي العام، يؤدي إلى زيادة

التباعد بين الأفراد ودولتهم.

- إن إضعاف روح الوطنية لدى الأفراد المواطنين سبب مباشر لإضعاف قيم المواطنة لديهم، فنجد

حملات إعلامية مغرضة تسعى لإضعاف روح المواطنة لدى الشعوب، بالشكل الذي يسمح لها بتحقيق أجنداث سرية لصالح أطراف معينة.

- إن قيم "اللا أمة" واللا وطن" التي يروج لها الإعلام العالمي، التي تحدثنا عنها سابقا، من أهم المهددات لقيم المواطنة التي يحملها الفرد.
- نجد وسائط الإعلام الجديد بشكل مخصوص تمتلئ مضامين ومحتويات تحرض على التمرد على القوانين التي تسنها الدولة وعلى القواعد العامة التي تنظم الحياة المدنية للمجتمع.
- توسع المضامين الإعلامية والاتصالية السلبية من الهوة بين الدولة والشعب، بالشكل الذي يؤدي إلى انعدام الثقة في الدولة ومؤسساتها، وبالقدر الذي يجعل من الأفراد يجمعون عن الانخراط في تجسيد سلوكيات المواطنة.
- تهاجم المضامين الإعلامية السلبية مؤسسات الدولة والأشخاص في مراكز المسؤولية، بالشكل الذي يولد كراهية ونفورا من الأفراد اتجاههم.

الفصل السادس
الإطار الميداني
للدراسة

الفصل السادس: الإطار الميداني للدراسة

المبحث الأول: محاور الاستبيان والمقاييس الإحصائية المعتمدة في الدراسة.

المبحث الثاني: عرض وتحليل البيانات الشخصية للمبحوثين.

المبحث الثالث: عرض وتحليل استخدامات وإشباعات المبحوثين من وسائل الإعلام والاتصال.

المبحث الرابع: عرض وتحليل المحتويات السلبية التي يصادفها المبحوثون في وسائل الإعلام والاتصال.

المبحث الخامس: عرض وتحليل اتجاهات المبحوثين إزاء المحتويات السلبية المهددة للأمن الفكري في وسائل الإعلام والاتصال.

المبحث السادس: عرض وتحليل التأثيرات السلبية لمحتويات وسائل الإعلام والاتصال على المبحوثين.

الفصل السادس: الإطار الميداني للدراسة

يُعرّف هذا الفصل بداية بالمحاور الأساسية للاستبيان والتي تم على ضوءها بناء أسئلته، وكذا يبين ترتيبها وارتباطاتها المنطقية مع الإطار النظري لهذه الدراسة، هذا ويستعرض الفصل بعد ذلك البيانات التي تم استقاؤها من الاستبانة في جداول بسيطة وأخرى مركبة، مع بيان مختلف المعاملات والمقاييس والأساليب الإحصائية التي اعتمدها الدراسة في تحليل هذه البيانات، بالإضافة إلى تمثيلها بيانيا عن طريق مختلف الرسومات البيانية من دوائر وأعمدة و منحنيات بيانية...، ومن ثم التعليق على هذه البيانات وتحليلها وصفيا بربط العلاقات بين المتغيرات الأساسية التي تعبر عنها خدمة لأهداف هذه الدراسة، كما يتضمن الفصل الحديث عن مختلف الأدوات الإحصائية والبرمجية التي اعتمدها الدراسة لتحليل الاستبيان.

هذا ويحتوي هذا الفصل على ستة مباحث يمثل كل مبحث منها محورا من محاور الاستبيان، في حين يسبقها مبحث يعرف بمحاور الاستبيان والمقاييس الإحصائية التي اعتمدها الدراسة، وجاءت مباحث الفصل الخامس كالتالي:

المبحث الأول: محاور الاستبيان والمقاييس الإحصائية المعتمدة في الدراسة.

المبحث الثاني: عرض وتحليل البيانات الشخصية للمبحوثين.

المبحث الثالث: عرض وتحليل استخدامات وإشباعات المبحوثين من وسائل الإعلام والاتصال.

المبحث الرابع: عرض وتحليل المحتويات السلبية التي يصادفها المبحوثون في وسائل الإعلام والاتصال.

المبحث الخامس: عرض وتحليل اتجاهات المبحوثين إزاء المحتويات السلبية المهددة للأمن الفكري في وسائل الإعلام والاتصال.

المبحث السادس: عرض وتحليل التأثيرات السلبية لمحتويات وسائل الإعلام والاتصال على المبحوثين.

المبحث الأول: محاور الاستبيان والمقاييس الإحصائية المعتمدة في الدراسة

1- محاور الاستبيان:

تم بناء أسئلة الاستبانة وفقا لخمسة محاور أساسية، يعكس كل محور بعدا أساسيا يعبر من خلال المؤشرات التي تجسدها أسئلته عن سؤال فرعي واحد من الأسئلة المصاغة في إشكالية الدراسة، كما يستهدف كل محور منها خلق ارتباط منطقي بين الإطار الميداني لهذه الدراسة وإطارها النظري الذي بني على أربعة مقتربات نظرية أساسية هي مقرب الفئات الاجتماعية كمصدر للفروقات الفردية، مقرب الاستخدامات والإشباع، مقرب الحتمية التكنولوجية، مقرب الحتمية القيمية، (أنظر المخطط التوضيحي للمقاربات النظرية المعتمدة في الدراسة صفحة 43)، وقد جاءت محاور الاستبيان لهذه الدراسة كالتالي:

المحور الأول؛ حيث استهدفت أسئلة هذا المحور البيانات الشخصية للمبحوثين كالجنس، السن، مكان السكن، الوضعية الاجتماعية، المستوى التعليمي، المهنة، الوضعية المادية، وباستقاء هذه البيانات يمكن لنا معرفة الفروقات الاجتماعية الأساسية بين المبحوثين من خلال المتغيرات سابقة الذكر، كما تم دمج بيانات هذا المحور مع بيانات المحاور اللاحقة في هذا الاستبيان، للبحث في مدى وجود فروقات دالة إحصائية تثبت أو تنفي العلاقة الوسيطة للفروقات الاجتماعية ممثلة في البيانات الشخصية للمبحوثين في دعم العلاقة الأساسية التي تبحثها الدراسة بين المتغيرين الرئيسيين فيها وهما المكون الإعلامي في علاقته التأثيرية السلبية مع الأمن الفكري للمجتمع الجزائري.

المحور الثاني؛ والذي عاجلت أسئلته استخدامات وإشباع المبحوثين من وسائل الإعلام والاتصال التي يتרכب منها المكون الإعلامي والاتصالي في سياقه الزمني الحالي من تلفزيون وإذاعة وصحف ووسائط أنترنت، واستهدفت أسئلة الاستبيان من خلال هذا معرفة مفاضلة المبحوثين بين هذه الوسائل وكذا تفضيلاتهم فيما يخص محتوياتها، بالإضافة إلى عادات المبحوثين في استخداماتهم لهذه الوسائل ومقدار الأوقات التي يقضونها في استخدامهم لها، وقد تم استعراض كل هذا ضمن جداول بسيطة تعبر عن تكرارات ونسب المبحوثين، ثم استغلال هذه المعطيات فيما بعد ضمن جداول مركبة تدمج فيها مع بيانات محاور الاستبيان اللاحقة للبحث عن مدى وجود فروقات دالة إحصائية تعبر عن وجود علاقة وسيطة لاختلاف استخدامات وإشباع المبحوثين لوسائل الإعلام قد تدعم العلاقة التأثيرية الرئيسية التي تبحث فيها الدراسة وهي التأثيرات السلبية المحتملة للمكون الإعلامي والاتصالي الحالي على الأمن الفكري للمجتمع الجزائري.

المحور الثالث؛ من خلال إجابات المبحوثين على أسئلة هذا المحور فقد حاولت الدراسة معرفة مدى مصادفتهم لمختلف المحتويات الإعلامية والاتصالية السلبية المهدة للأمن الفكري للمجتمع الجزائري خلال

تعاطيهم وتعاملهم مع وسائل الإعلام والاتصال التي يستخدمونها، وتمثل هذه التهديدات في كل ما يتعارض مع القيم المحددة للأمن الفكري لمجتمع الجزائري في أبعاده الأساسية والتي تم التفصيل فيها ضمن الفصول النظرية لهذه الدراسة وهي: القيم الدينية العقائدية، القيم السوسيو-ثقافية، والقيم المدنية، ولقد تم تنظيم معطيات هذا المحور من الاستبيان في جدول يتضمن المطلوب واحد هو أن يبين المبحوث مدى مصادفته للمحتويات الإعلامية والاتصالية السلبية ضمن قائمة من 32 محتوى سلبي، بحيث تتم الإجابة بوضع علامة (x) أمام الإجابة المعبرة عنه ضمن قائمة من أربعة إجابات احتمالية على شكل مقياس رباعي: أصادفها دائما، أحيانا، نادرا، أبدا، بحيث تتبين من خلال اختيار المبحوث إحدى هذه الإجابات الاحتمالية درجة مصادفته لهذه المحتويات.

المحور الرابع؛ ويحمل عنوان اتجاهات المبحوثين إزاء متابعة المحتويات السلبية في وسائل الإعلام، حيث ومن خلال جدول يحتوي على نفس المضامين الإعلامية والاتصالية السلبية المدرجة في المحور السابق، تم طرح سؤال واحد في أعلى الجدول: من خلال تعاملك مع وسائل الإعلام المختلفة: (تلفزيون، إذاعة، صحف، أنترنت)، ما هو رد فعلك الاعتيادي عند مصادفتك للمحتويات الإعلامية التالية؟، وتتم الإجابة بنفس طريقة المحور السابق بوضع علامة (x) أمام الإجابة المختارة ضمن قائمة من أربعة إجابات احتمالية على شكل مقياس رباعي: لا أجد حرجا في متابعتها، أتابعها بحذر وتحفظ، لا أتابعها، لا أتابعها وأعمل جاهدا على تجنبها، بحيث تتبين من خلال اختيار المبحوث إحدى هذه الإجابات ردود أفعاله الاعتيادية عند مصادفته للمحتويات الإعلامية والاتصالية السلبية والمهددة لأمنه الفكري.

المحور الخامس؛ يهدف إلى بيان التأثيرات السلبية لمحتويات وسائل الإعلام على المبحوثين من وجهات نظرهم، حيث وفي جدول واحد وبنفس طريقة المحورين السابقين، تم وضع السؤال المطلوب إجابته من المبحوثين في أعلى الجدول: كيف تقيم تأثرك بوسائل الإعلام التي تستخدمها وتستخدم محتوياتها من خلال ما يلي؟، وتم إدراج 35 تأثير سلبي محتمل لها ارتباط وثيق بالمحتويات الإعلامية السلبية المدرجة في المحورين السابقين للاستبانة، وتقابل كل واحد من هذه التأثيرات خمسة أجوبة احتمالية مقترحة تعبر عن حجم التأثير السلبي لوسائل الإعلام والاتصال على المبحوث، معبرين عنها ب: تأثير قوي، تأثير متوسط، تأثير محدود (ضعيف)، تأثير منعدم، لا أدري، هذه الأخيرة (لا أدري) تعبر عن عدم وعي للمبحوث بوجود الأثر السلبي من عدمه، كما يمكن اعتبارها استجابة وسطية محايدة.

2 - صدق وثبات الاستبانة:

أ - صدق الاستبانة (validity):

- الصدق الظاهري للأداة:

حيث تم عرض وثيقة الاستبيان على خمسة محكمين من الأساتذة أهل الاختصاص، لإبداء ملاحظاتهم على وثيقة الاستبيان، وإبداء رأيهم العلمي على مدى صلاحيتها لقياس ما أريد قياسه، ولتحصيل البيانات المطلوبة للإجابة على التساؤلات المصاغة في إشكالية الدراسة، وقد جاء رأي المحكمين موافقا لعامة ما جاء في الاستبيان، ومنهم من أبدى بعض الملاحظات التي تم أخذها بعين الاعتبار في الوثيقة النهائية للدراسة.

الصدق الداخلي للأداة:

حيث تم الاستعانة بـ معامل pearson بيرسون للارتباط، لمعرفة درجة ارتباط كل عبارة من عبارات الاستبيان مع المحور الذي تنتمي إليه، لنجد أن قيم معامل الارتباط لهذه العبارات جاءت محصورة بين 0.549 و 0.855 عند مستوى الدلالة 0.00 وجاءت كلها دالة عند مستوى الدلالة 0.01، بما يقودنا للحكم على صدق اتساق عبارات الاستبيان مع محاورها، وبالتالي صدق الاستبيان داخليا.

ب- ثبات الاستبانة (Reliability):

حيث تم الاعتماد على معامل الثبات Alpha-cronbach ألفا-كرونباخ، للاطلاع على اتساق نتائج الدراسة، كما يوضحه الجدول رقم 03:

مدى مصادفة المبحوثين	اتجاهات المبحوثين إزاء متابعة	مدى تأثير المحتويات السلبية	معدل ألفا-كرونباخ
محتويات مهددة لأمنهم الفكري	المحتويات المهددة لأمنهم الفكري	على الأمن الفكري للمبحوثين	0.973
0.973	0.973	0.971	

الجدول رقم 03: نتائج تطبيق معامل الثبات Alpha-cronbach ألفا-كرونباخ على

الاستبيان.

نلاحظ من خلال الجدول أن معامل ألفا-كرونباخ تراوحت قيمه ما بين 0.971 و 0.973 لمحاور الاستبيان الأساسية، بما معناه أن مؤشر ثبات الاستبانة يتجاوز 97%، مع العلم أن الإحصائيين يحددون نسبة 60% كقيمة مرجعية لا يجب أن تنزل تحتها نسبة ثبات الاستبانة، وبالتالي فإن هذا يشير إلى درجة ثبات واتساق كبيرتين لعبارات هذا الاستبيان ومحاوره.

3- المقاييس الإحصائية المعتمدة في الدراسة:

اعتمدت هذه الدراسة العديد من المقاييس الإحصائية التي مكنت من الوصول إلى تحليلات وصفية دقيقة للبيانات المستقاة من الاستبيانات الموزعة على عينة الدراسة، وتتعدد المقاييس الإحصائية المعتمدة في هذه الدراسة من تكرارات ونسب مئوية، مقاييس للنزعة المركزية، مقاييس للتشتت، اختبارات للصدق والثبات، اختبارات للتباين، معاملات ارتباط.

أ- معامل pearson بيرسون للارتباط:

حيث تم بواسطة هذا المعامل اختبار درجة صدق الاستبانة، من خلال قياس درجة ارتباط كل فقرة من فقرات الاستبيان مع المحور الذي تنتمي إليه.

ب- معامل الثبات Alpha-cronbach ألفا-كرونباخ:

حيث تم الاستعانة بهذا المعامل لاختبار ثبات الاستبانة، من خلال التأكد من اتساق وثبات أسئلة الاستبيان.

ج- التكرارات والنسب المئوية:

حيث اعتمدناها في بناء جداول بسيطة تعبر عن الأعداد والفعلية للمبحوثين الذين اختاروا إجابة من الإجابات الاحتمالية المقترحة لكل سؤال من الأسئلة المدرجة في وثيقة الاستبانة، وكذا ما يعبر عنها من نسبة مئوية تؤخذ من النسبة الكاملة المعبرة عن العدد الإجمالي والنهائي للمبحوثين أو مفردات العينة، مما يعطينا صورة واضحة عن الكتلل العددية التي اختارت كل إجابة من الإجابات الاحتمالية المقترحة، وملاحظة الإجابات الأكثر اختيارا وكذا الأقل اختيارا ضمن قائمة الإجابات.

د- الوسط الحسابي:

على الرغم من أن جل البيانات التي استهدفها الاستبيان في هذه الدراسة هي بيانات كيفية، إلا أننا اعتمدنا على الوسط الحسابي، أو ما يسمى بالمتوسط الحسابي أو المعدل الحسابي، والذي مكنا من تحديد الإجابة المعبرة عن القيمة الوسطية للتكرارات التي تعكس القيمة الوسط لخيارات المبحوثين في كل سؤال من أسئلة المحاور الثلاثة الأخيرة من الاستبيان، وكذا لكل عبارة من العبارات التي تضمنها المحور.

هـ- المتوسط المرجح للأوزان:

حيث تم اعتماد هذا المقياس الإحصائي، بحكم أن البيانات المستهدفة للقياس في المحاور الثلاثة الأخيرة للاستبيان هي بيانات كيفية ترتبط بأسئلة بنيت إجاباتها الاحتمالية على أساس مقياس رباعي أو خماسي، وبالتالي نجد أن المتوسط الحسابي لإجابات المبحوثين يكون غالبا عددا عشريا لا يعبر عن الإجابة الوسيطة والأكثر اختيارا من طرفهم، فوجب بذلك وضع ميزانين تقديريين واحد للمقياس الرباعي للإجابات الاحتمالية، وآخر للمقياس الخماسي، ويطبق الميزانان على عبارات الأجوبة الاحتمالية للمحاور الثلاثة الأخيرة من الاستبيان، ويبينان المتوسط المرجح للأوزان لكل إجابة من الإجابات الاحتمالية وكذا يبينان طول الفقرة التي تنحصر فيها القيمة التقديرية لكل وزن، وبالتالي يمكن لنا من خلال هذا تحديد الإجابة الوسيطة لكل مبحث من المبحوثين في كل محور من المحاور المذكورة، ومن بعدها يتم تحديد الإجابة الوسيطة المعبرة عن المتوسط الحسابي الإجمالي لإجابات المبحوثين ككل، وبالتالي معرفة الاتجاه العام لإجابات المبحوثين في كل محور، كما هو موضح في الجدولين التاليين:

المستوى	طول الفقرة	المتوسط المرجح للأوزان	الاستجابة	
مرتفع	0.75	من 1.00 إلى 1.75	لا أجد حرجا في متابعتها	دائما
	0.75	من 1.76 إلى 2.51	أتابعها بحذر وتخفيض	أحيانا
منخفض	0.75	من 2.52 إلى 3.27	لا أتابعها	نادرا
	0.75	من 3.28 إلى 4.00	لا أتابعها وأعمل جاهدا على تجنبها	أبدا

الجدول رقم 04؛ ميزان تقديري لمقياس ليكرت الرباعي مطبق على بعض عبارات الأجوبة الاحتمالية المتضمنة في الاستبيان

المستوى	طول الفقرة	المتوسط المرجح للأوزان	الاستجابة	
قوي	0.79	من 1.00 إلى 1.79	قوي	
	0.79	من 1.80 إلى 2.59	متوسط	
ضعيف	0.79	من 2.60 إلى 3.39	محدود	
	0.79	من 3.40 إلى 4.19	منعدم	
محايد	0.79	من 4.20 إلى 5.00	لا أدري	

الجدول رقم 05؛ ميزان تقديري لمقياس ليكرت الرباعي مطبق على بعض عبارات الأجوبة الاحتمالية المتضمنة في الاستبيان

- اختبارات التباين:

استخدمنا هذه الاختبارات لربط العلاقات بين المتغيرات المختلفة التي تحتويها محاور متعددة من الاستبيان، فربطنا بين جداول المحاور الأخيرة للاستبيان التي تحتوي بيانات تتعلق بالمتغير التابع ممثلا في الأمن الفكري، وبين جداول المحاور الأولى المتناولة للبيانات الشخصية للمبحوثين واستخداماتهم لوسائل الإعلام والاتصال، وذلك بغية الكشف على الدلالات الإحصائية للفروقات في إجابات المبحوثين حول المتغير التابع للدراسة والتي يكون سببها متغيرات البيانات الشخصية أو بيانات استخدامات المبحوثين لوسائل الإعلام والاتصال.

ويفيد هذا في تحليل العلاقة الواسطية للفئات الاجتماعية، كمصدر للفروقات في إجابات المبحوثين حول المحتويات الإعلامية والاتصالية المهتدة لأبعاد الأمن الفكري، وذلك للتأكد من تجلي فرضيات نظرية الفئات الاجتماعية كمصدر للفروقات الاجتماعية في الدراسة الميدانية، ومن بعدها تحليل العلاقة الواسطية لاستخدامات المبحوثين لوسائل الإعلام والاتصال، للتأكد من تجلي فرضيات نظرية الاستخدامات والإشباع في الدراسة الميدانية، وكذا نظرية الحتمية التكنولوجية، وتبيان مظاهر هذا

التحلي إن وجد، لما تمثله هذه النظريات من دعامة نظرية بنيت عليها هذه الدراسة كما يوضحه الهيكل البنائي النظري للدراسة واستخدمنا لهذا الغرض:

- اختبار(ت) بالنسبة للمتغيرات المستقلة ذات العينتين.

-اختبار التباين الأحادي **ANOVA** (أنوفا) بالنسبة للمتغيرات المستقلة ذات الثلاث عينات فأكثر،

- اختبار المقارنات البعدية **(Scheffe) Multiple comparisons**:

استخدمنا هذا الاختبار لمعرفة ماهية وسبب الفروق الدالة إحصائياً، إذا كشف اختبار أنوفا عن وجودها، حيث يستخدم هذا الاختبار في حالة العينات الغير متساوية العدد، وهو حال العينات التي تحملها المتغيرات المستقلة محل الاختبار.

هذا وتم تطبيق كل المقاييس والمعاملات الالمقاييس والمعاملات الحصائية سابقة الذكر بالاستعانة بالبرنامج والمعالج الإحصائي الآلي spss، اختصاراً للوقت والجهد.

المبحث الثاني: عرض وتحليل البيانات الشخصية للمبحوثين.

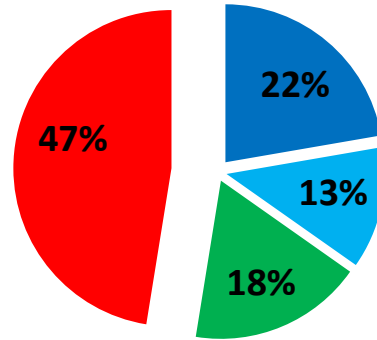
1- توزيع المبحوثين حسب المنطقة الجغرافية:

الولاية	أعداد المبحوثين	النسبة المئوية	النسبة المئوية التجميعية
الغرب	89	22.3%	34.7%
الجزائري	50	12.5%	
الوسط الجزائري	71	17.8%	17.8%
الشرق الجزائري	190	47.5%	47.5%

الجدول رقم 06: توزيع المبحوثين حسب المنطقة الجغرافية

كما يوضحه الجدول رقم 06، والشكل رقم 09، يتوزع المبحوثون في هذه الدراسة على مناطق الشرق، الغرب والوسط من البلاد؛ عبر أربعة ولايات من الوطن هي تلمسان، معسكر، المسيلة، سطيف، ليبلغ العدد الإجمالي لعينة الدراسة من المبحوثين 400 مفردة مبحوثة.

■ سطيف ■ المسيلة ■ معسكر ■ تلمسان



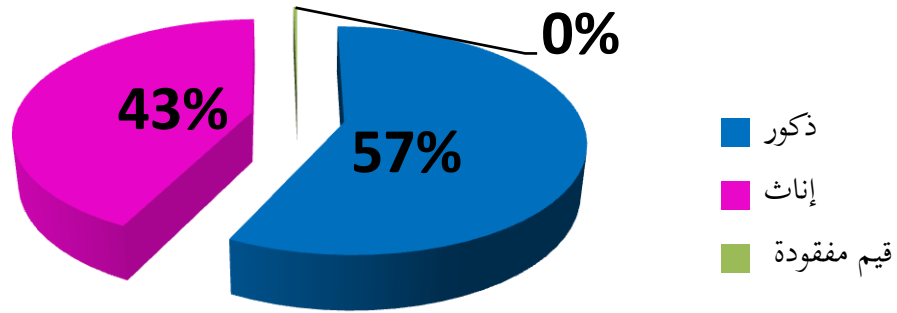
الشكل رقم 09: توزيع المبحوثين حسب المنطقة الجغرافية

2- الجدول رقم 07: يوضح توزيع أعداد ونسب المبحوثين على أساس الجنس

النسبة المئوية	التكرار	
57.3%	229	الذكور
42.5%	170	الإناث
0.3%	01	قيم مفقودة
100%	400	المجموع

يعتبر الجنس من الفروقات الفردية التي يمكن لها أن تخلق دلالات إحصائية معبرة إحصائياً عن وجود فروقات في إجابات المبحوثين ترجع لاختلافهم في الجنس، أو بشكل مبسط يمكن أن نجد فروقات بين الذكور والإناث في إجاباتهم عن أسئلة المحاور اللاحقة.

يوضح الجدول رقم 07، والشكل رقم 10، توزيع أعداد ونسب المبحوثين حسب متغير الجنس، حيث نجد أن 57.3% من المبحوثين كانوا من الذكور، في حين أن 42.5% من عدد المبحوثين كانوا إناثاً، وما نلاحظه أيضاً، أن أعداد مفردات العينة كانت متوازنة نسبياً بين الإناث والذكور، حيث لم تتجاوز النسبة المئوية للفرق العددي بين الجنسين 15.2%.



الشكل رقم 10؛ يوضح توزيع أعداد ونسب المبحوثين حسب متغير الجنس

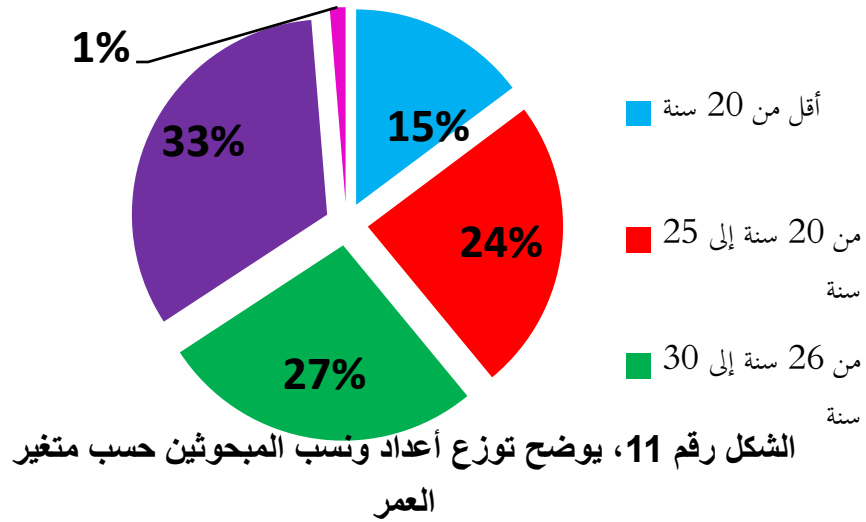
الجدول رقم 08، يوضح توزيع أعداد ونسب المبحوثين حسب فئاتهم العمرية

النسبة المئوية	التكرار	
14.8 %	59	أقل من 20 سنة
24.3 %	97	من 20 سنة إلى 25 سنة
26.8 %	107	من 26 سنة إلى 30 سنة
33 %	132	من 31 سنة إلى 36 سنة
1.3 %	5	قيم مفقودة
100 %	400	المجموع:

عندما نتحدث عن العمر لدى الإنسان، فإننا نحيل إلى تركيبة نفسية واستعدادات سيكولوجية وذهنية، وسلوكيات تختلف اختلافاً واضحاً من فئة عمرية إلى فئة عمرية أخرى، وعليه فيمكن تمييز العمر على أنه أحد أهم الأسباب التي يمكن أن تخلق دلالات إحصائية عن وجود فروقات في إجابات المبحوثين في دراسات التأثير السوسولوجي والفردية لوسائل الإعلام والاتصال، وهذا ما توجهت له هذه الدراسة، بحيث ربطت بين متغير السن والمحاور اللاحقة، للبحث في هذه العلاقة.

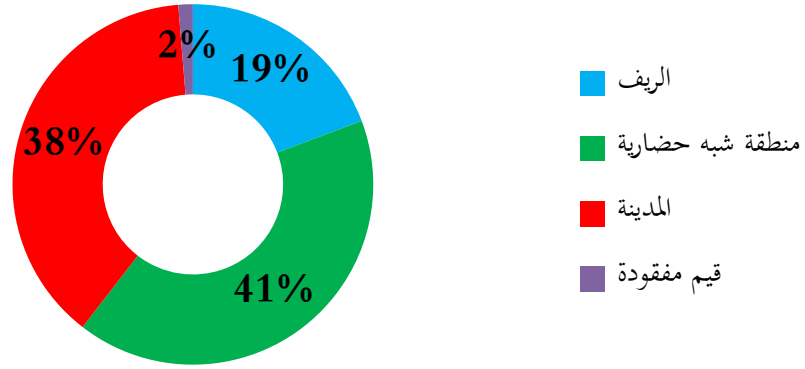
نلاحظ من الجدول رقم 08، والشكل رقم 11؛ أنه وبالأخذ بعين الاعتبار الفئات العمرية الموضحة في الجدول، فإن أعداد ونسب المبحوثين كانت متفاوتة نسبيا لكن الفروقات بينها لم تكن كبيرة؛ حيث توزع حجم العينة بنسب متفاوتة فنجد أن أعداد المبحوثين الذين لم يتجاوزوا 20 سنة بلغت 14.8% من النسبة الإجمالية لعدد المبحوثين، أما نسبة المبحوثين الذين تتراوح أعمارهم بين 20 سنة و 25 سنة فقد بلغت 24.3%، وبنسبة مئوية قريبة منها نجد عدد المبحوثين الذين تراوحت أعمارهم بين 26 سنة و 30 سنة قد بلغت 26.8%، أما أكبر نسبة من المبحوثين وبفارق ليس بالكبير عن الفئتين العمريتين اللتين سبقتاها فكانت لأعداد المبحوثين الذين تراوحت أعمارهم بين 31 سنة و 36 سنة.

وبملاحظة المعطيات السابقة نجد أن توزع أعداد ونسب مفردات العينة حسب متغير السن قد غطى بصفة متفاوتة نسبيا كل الفئات العمرية المعبرة عن الاختلافات السنوية لفئة الشباب محل البحث في هذه الدراسة.



الجدول رقم 09، يوضح توزع أعداد ونسب المبحوثين على حسب مناطق سكنهم

النسبة المئوية	التكرار	
19.3 %	77	الريف
41.3 %	165	منطقة شبه حضرية
38.3 %	153	المدينة
1.3 %	05	قيم مفقودة
100 %	400	المجموع



الشكل رقم 12؛ يوضح توزع أعداد ونسب المبحوثين حسب مناطق سكنهم

تعتبر منطقة السكن من الفروقات التي يمكن على أساسها تقيئة المبحوثين لفئات اجتماعية قد تترتب على أساسها فروقات فردية فيما يخص العلاقات المدروسة في مجال بحوث تأثيرات وسائل الإعلام والاتصال على غرار هذه الدراسة.

وانطلاقا من الجدول رقم 09 والشكل رقم 12، نجد أن أكبر نسبة من المبحوثين يقطنون في مناطق شبه حضرية بما يمثل 41.3% من العدد الإجمالي للمبحوثين، يليهم سكان المدن بـ 38.3%، ثم سكان الريف بـ 19.3%، وهو توزيع متفاوت بشكل نسبي بفوارق غير كبيرة.

ومما يجب التنبيه له هنا هو نسبية فهم المبحوثين لاصطلاح (المنطقة شبه حضرية)، فوجدنا العديد من المناطق التي اختلف المبحوثون في تصنيفها بين ريفية وشبه حضرية، ونفس الشيء بالنسبة لمناطق أخرى لم يتفق المبحوثون على تصنيف واحد لها بين من يعتبرها مدينة ومن يعتبرها منطقة شبه حضرية، وعلى الرغم من هذا يبقى تصنيف المنطقة السكنية الموضوع تحت توصيف "المنطقة شبه حضرية" فئة وسطية لازمة، لا تحل باستدلالات إحصائية لاحقة على هذا الجدول.

الجدول رقم 10، يوضح توزع أعداد ونسب المبحوثين على أساس وضعيتهم الاجتماعية

النسبة المئوية	التكرار	
60%	240	عازبين
39.8%	159	متزوجين
0.3%	01	قيم مفقودة
100	400	المجموع

من الجدول رقم 10، والشكل رقم 13 نلاحظ أن 60% من المبحوثين عازبون، في حين أن 39.8% منهم متزوجون، وبملاحظة هذا التوزيع في عدد المبحوثين يمكن القول أنه توزيع منطقي إذا أخذنا بعين الاعتبار الفئة العمرية للمبحوثين والتي شملت أعمار تقل عن 20 سنة أي في سن المراهقة، بالإضافة إلى هذا، فإن بعض الاعتبارات الاجتماعية كتأخر سن الزواج عند الشباب الجزائريين مبرر آخر لهذا التباين.

ويمكن لاختلاف الوضعية الاجتماعية للمبحوثين أن تحدث فروقات دالة إحصائيا في ما يخص التأثيرات السلبية لوسائل الإعلام والاتصال على الشباب الجزائريين، ولو بصفة جزئية في بعض أبعادها. الجدول رقم 11 يوضح توزيع أعداد ونسب المبحوثين حسب مستواهم الدراسي

النسبة المئوية	التكرار	
2.8	11	مستوى ابتدائي
12.5	50	مستوى إكمالي
26.3	105	مستوى ثانوي
52.3	209	مستوى جامعي
4.3	17	دراسات عليا (دكتوراه)
02	08	قيم مفقودة
100	400	المجموع

قد يرتبط موضوع الأمن الفكري لدى المبحوثين ارتباطا وثيقا بمستواهم التعليمي، بيد أن هذا الأخير يعكس ولو جزئيا مستويات مختلفة لقابلية الاختراق والتدمير من المهددات الإعلامية والاتصالية، قد تتعاظم وتزداد بضعف المستوى التعليمي للمبحوث، وقد تقلص بزيادة مستواه التعليمي الذي قد يشكل مصدرا لوعيه بهذه المهددات وكيفية التعامل معها، وهذا ما نحاول استشفافه لاحقا في محاور لاحقة من هذه الدراسة.

من الجدول رقم 11، والشكل رقم 14 نلاحظ أن أكبر نسبة من المبحوثين كانوا من ذوي المستوى التعليمي الجامعي بنسبة بلغت 56.6% (مستوى جامعي + دراسات عليا)، يليها عدد المبحوثين ذوو المستوى الثانوي ب 26.3%، في حين لم تتعدى نسبة المبحوثين ذوي المستوى التعليمي الابتدائي والمتوسط 15.3%، وبالتالي نلاحظ تفاوت كبير نسبيا في فارق المستوى التعليمي بين المبحوثين، وما يبرر النسبة القليلة لذوي المستويات التعليمية الدنيا بين المبحوثين (الابتدائي والمتوسط) في العينة، هو أن ما تضمنته وثيقة الاستبيان من عبارات يتطلب قدرا معينا من المستوى التعليمي للمبحوث لفهم ما تقتضيه هذه العبارات ولتكون إجاباته معبرة حقيقية عنه وعن آرائه، هذا ما ألزمتنا بالاعتماد على أسلوب المقابلة مع هذه الفئات لتبسيط عبارات الاستبيان وضمان تحصيل الإجابات الفعلية والصادقة للمبحوثين ذوي المستوى التعليمي المتدني، وعليه فلم تسعفنا الجهود سوى لتحصيل 61 مفردة بحث من هذه الفئة، وعلى الرغم من أن هذا العدد لا يمثل نسبة معتبرة عند مقارنته بالعدد الإجمالي للمبحوثين، إلا أن ذلك يرجع للحجم المعتبر لعينة البحث والتي تبلغ 400 مفردة، وبالتالي فإننا نعتبر أن 61

مبحوث من ذوي المستوى التعليمي المتدني هو عدد مقبول يمكن الاعتداد به في الاستدلالات الإحصائية المتعلقة بالمحاور اللاحقة لهذا الاستبيان.

الجدول رقم 12 يوضح توزيع أعداد ونسب المبحوثين حسب مهنتهم الحالية

النسبة المئوية	التكرار	
13.8	55	تلميذ
21.3	85	طالب
30.8	123	عامل يومي
1.3	05	فلاح
7.3	29	تاجر / صاحب مهنة حرة
6.3	25	معلم / أستاذ/ مربي
2.3	09	إمام
16	64	بدون عمل
1.3	05	قيم مفقودة
100	400	المجموع

يمكن للمهنة أن تعكس المستوى المعيشي للمبحوث، وهذا ما اعتمدناه في هذه الدراسة في مسعى الحصول على معطيات في هذا الصدد، إضافة إلى أخذ تصريحات المبحوثين عن ما يصفون به وضعيتهم المادية ضمن مقياس ثلاثي (وضع صعب، متوسط الحال، وضع جد مريح) وهذا ما يعبر عنه الجدول رقم 13، كما يمكن للمهنة أيضا أن تعكس المستوى الثقافي للمبحوث ولو بشكل جزئي، ولا تخفى أهمية المستوى المعيشي كأهم المتغيرات المحددة للفئات الاجتماعية التي يمكن أن تكون مصدرا للفروقات الفردية بين المبحوثين في مجال تأثير وسائل الإعلام.

وانطلاقا من الجدول رقم 12، والشكل رقم 15، نجد أن حجم العينة يتوزع ليغطي جل الفئات المهنية الممكنة بشكل متباين، فنلاحظ أن أكبر نسبة من المبحوثين هم من العمال اليوميين بـ 30.8% من الحجم الإجمالي للعينة، وهذه الفئة -بالإضافة إلى أجزاء من فئات أخرى- يمكن أن تمثل ما يمكن أن نطلق عليه توصيف الطبقة الوسطى في المجتمع، أو ذات المستوى المعيشي المتوسط، ويولي هذه الفئة الطلاب الجامعيون بنسبة 21.3%، ثم التلاميذ بـ 13.8%، وهتئنا الفئتين الأخيرتين (الطلبة والتلاميذ)، لا تعكسان مستوى معيشي معين لكنهما تعبران عن فئات عمرية معينة شملتها الدراسة، وبخلاف هذا فهما قد يحملان دلالة على المستويين الثقافي والفكري، وفي الحديث عن هذين المستويين نجد أن فئة الأساتذة والتربويين وفئة الأئمة باعتبارهم نخب اجتماعية يمثلون ما نسبته 8.6%

من العدد الإجمالي للمبحوثين، أما فئة البطالين أو من لا يملكون مهنة فيمثلون ما نسبته 16% من العدد الإجمالي للمبحوثين، وي طرح هنا تساؤل جاد حول مدى وجود علاقة ارتباطية بين الفراغ الذي يخلفه عدم انتظام الفرد في نشاط أو عمل منتظم يشغل حيز زمني معتبر من وقته، وبين زيادة حجم التأثيرات السلبية لوسائل الإعلام والاتصال على الأمن الفكري لهذه الفئة من الشباب، وهو ما سنحاول استنباطه عند ربط العلاقة بين هذه القيم الإحصائية ومحاور لاحقة لهذا الاستبيان، كما نجد في المقابل أن 7.3% من المبحوثين تجار، مما قد يعبر عن وضع مادي مريح لهذه الفئة.

الجدول رقم 13؛ يوضح توزيع أعداد ونسب المبحوثين حسب وضعهم المادي

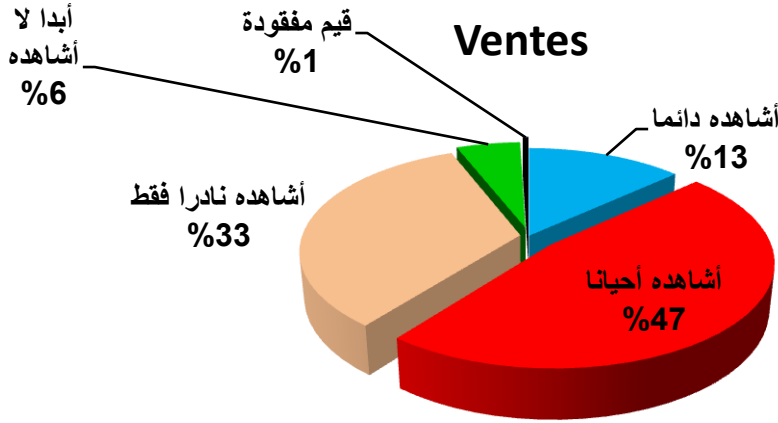
النسبة المئوية	التكرار	
17.3	69	وضع صعب
76	304	متوسط الحال
6.3	25	جد مريح
0.3	01	قيم مفقودة
100	400	المجموع

من الجدول رقم 13، والشكل رقم 16، نجد أن ما نسبته 17.3% من المبحوثين قد وصفوا وضعهم المادي بالصعب، في المقابل نجد أن 6.3% فقط من المبحوثين يصفون وضعهم المادي بالجد مريح، في حين يعبر الأغلبية بما نسبته 76% من المبحوثين عن وضعهم المادي بأنه متوسط الحال . وهنا أيضا نجد أن أغلبية المبحوثين ينزعون للإجابة الوسيطة التي قد تحمل قيم مخفية كان يمكن لها أن تتضمن في طريقي التفتية الأقصى والأدنى (وضع صعب/ وضع جد مريح)، لو لم يتم اعتماد الإجابة الوسيطة ضمن الإجابات الاحتمالية لهذا السؤال، إلا أن ذلك كان ليعطي إجابات المبحوثين صيغة متطرفة تبتعد عن الوسيطة والاتزان.

المبحث الثالث: عرض وتحليل استخدامات وإشباعات المبحوثين من وسائل الإعلام والاتصال.

الجدول رقم 14؛ يوضح إجابات المبحوثين عن مدى استخدامهم للتلفزيون

إجابات المبحوثين	التكرار	النسبة المئوية
أشاهده دائما	53	13.3
أشاهده أحيانا	189	47.3
أشاهده نادرا فقط	134	33.5
أبدا لا أشاهده	22	5.5
قيم مفقودة	02	0.5
المجموع	400	100



الشكل رقم 17

من الجدول رقم 14، والشكل رقم 17؛ نجد أن 13.3% من المبحوثين أجابوا بأنهم يشاهدون التلفاز

بشكل دائم، في حين أن النسبة الأكبر منهم (47.3%) يشاهدونه أحيانا حسب إجاباتهم، وفي المقابل نجد أن 33.5% من المبحوثين لا يشاهدون التلفاز إلا نادرا، أما المبحوثون الذين لا يشاهدون التلفاز أبدا فلم تتجاوز نسبتهم 5.5%.

وإذا جمعنا نسب المبحوثين الذين يشاهدون التلفاز بشكل دائم أو أحيانا أي بما يمكن أن نعبر عنه بأنه وقت معتبر للمشاهدة، نجد أنهم يشكلون ما نسبتهم 60.6% من مجمل المبحوثين، في المقابل نجد أن 39% من المبحوثين لا يشاهدون التلفاز، سواء بصفة قطعية أو أن تعاملهم مع التلفاز نادر الحدوث.

ويتضح لنا من خلال هذه الأرقام أن التلفاز لا يزال وسيلة إعلامية جماهيرية رائجة وواسعة الاستخدام بين الشباب في الوقت الراهن، على الرغم من التراجع الواضح في نسب مشاهدته والاختصار النسبي للوقت الإعلامي لمشاهدة التلفاز بين الشباب لصالح وسائل الاتصال والإعلام الجديدة وهذا ما تعبر عنه نسبة الباحثين الذين يشاهدون التلفاز بصفة دائمة والذين لم يتجاوزوا 13% من العدد الإجمالي للمبحوثين، حيث أن أكبر نسبة من المبحوثين أجابوا بأنهم يشاهدون التلفاز أحيانا أو ما يمكن أن نعبر عنه على أنه زمن مشاهدة موزع على فترات زمنية غير منتظمة، وبدون الأخذ بعين الاعتبار النسب المتفاوتة التي تعكسها هذه الأرقام فإننا يمكن أن نستغل بيانات الجدول فيما بعد، في عقد مقارنة بين المبحوثين الذين يفضلون مشاهدة التلفاز وبين المبحوثين الذين يفضلون استخدام وسائل إعلام أخرى فيما يخص التأثيرات السلبية لوسائل الإعلام على المبحوثين، والتي تعكسها بيانات جداول لاحقة، وهذا من خلال إنشاء جداول مركبة تفيد في هذا.

الجدول رقم 15؛ يوضح إجابات المبحوثين عن نوع جهاز التلفاز الذي يستخدمونه

النسبة المئوية	التكرار	إجابات المبحوثين
08	32	جهاز سميك الحجم (طراز قديم)
45	180	جهاز رفيع السمك ومتوسط الحجم
43.1	171	شاشة كبيرة الحجم
04	16	قيم ضائعة
100	400	المجموع

من الجدول رقم 15، والشكل رقم 18؛ نجد أن النسبة الأكبر من المبحوثين (43.5%) يستخدمون جهاز تلفزيون ذو شاشة كبيرة الحجم، تليهم نسبة 43.1% من المبحوثين يستخدمون جهاز تلفاز رفيع السمك ومتوسط الحجم، في حين لا تتعدى نسبة المبحوثين الذين يستخدمون جهاز التلفاز سميك الحجم من الطراز القديم 8% من العدد الإجمالي للمبحوثين، كما بلغت نسبة القيم الضائعة في هذا الجدول 4% وهو ما يمكن أن نفسرها بأنها نسبة معبرة عن المبحوثين الذين لا يستخدمون أولا يملكون جهاز تلفاز في الأصل، وما يعزز هذا التفسير هو أن 5.5% من المبحوثين أجابوا بأنهم لا يشاهدون التلفاز أبدا (أنظر الجدول رقم 12).

وقد تم وضع هذا السؤال خصيصا للبحث في مدى وجود علاقة ارتباطية بين نوع جهاز التلفاز المستخدم من المبحوثين والوقت الذي يستغرقونه عادة في مشاهدة التلفاز، ومن ربط العلاقة بين الوسيلة الإعلامية كتكنولوجيا ممثلة في جهاز التلفاز وبين زمن المشاهدة، وبينها وبين التأثيرات السلبية للوسيلة الإعلامية والاتصالية على جمهور المبحوثين.

وبتعبير آخر فإن الهدف الأساسي لهذا الجدول هو التأكد من وجود علاقات ارتباطية ساققتها فرضيات مقارنة الحتمية التكنولوجية والتي مفادها أن للتكنولوجيا الإعلامية والاتصالية التي تمثلها الوسيلة تأثيرا واضحا على المستويين الفردي والاجتماعي لمستخدمي وسائل الإعلام بغض النظر على المحتوى الذي يتعرضون له.

الجدول رقم 16؛ إجابات المبحوثين عن مقدار الساعات اليومي الذي يقضونه عادة في مشاهدة التلفاز

النسبة المئوية	التكرار	إجابات المبحوثين
43.3	173	أقل من نصف ساعة
35.8	143	من نصف ساعة إلى 2 ساعات
08	32	من 2 ساعات إلى 3 ساعات
08	32	أكثر من ثلاث ساعات
05	20	قيم ضائعة
100	400	المجموع
المتوسط الحسابي للإجابات: 1.80		

نلاحظ في الجدول رقم 16، والشكل رقم 19، الاختلافات بين المبحوثين في الوقت الذي يقضونه عادة في مشاهدة التلفاز، حيث نجد أن 43.3% من المبحوثين صرحوا أن الوقت الذي يستغرقونه عادة في مشاهدة التلفاز لا يتعدى نصف ساعة، بينما ما نسبته 35.8% من المبحوثين صرحوا أنهم يشاهدون التلفاز عادة لمدة تتراوح بين نصف ساعة و ساعتين، أما المبحوثين الذين قدروا أن مقدار الساعات اليومي الذي يقضونه عادة في متابعة التلفاز يتراوح بين الساعتين والثلاث ساعات فلم تتجاوز نسبتهم 8%، وهي نفس نسبة المبحوثين الذين صرحوا أنهم يقضون أكثر من ثلاث ساعات يوميا أمام أجهزة التلفاز.

وبنظرة استدلالية لهذا الجدول وبياناته نجد أنه يعبر (كميا) عن الزمن الإعلامي المستغرق في مشاهدة التلفاز من طرف المبحوثين، وبالتالي فهو امتداد لما كان قد عبر عنه الجدول رقم 14، الذي عبر عن هذا الزمن كيفيا.

وبنظرة تحليلية، وحيث وإن عبرنا على مقدار المشاهدة اليومي للتلفاز المتراوح بين نصف ساعة والساعتين من الزمن على أنه يعكس مستوى ضعيف للمشاهدة إلى متوسط، وأن زمن المشاهدة الذي يتراوح بين الساعتين و الثلاث ساعات، وما يتجاوز الثلاث ساعات يوميا على أنه مستوى قوي، فإننا نجد أن الاتجاه العام الغالب لإجابات المبحوثين يعبر عن مستوى ضعيف إلى متوسط للمشاهدة، مما يدل على تقلص وانحصر كبير في الزمن الإعلامي لمشاهدة التلفاز، حيث وعند الجمع بين خانات

الجدول بالشكل الموضح أعلاه نجد أن 83.2% من المبحوثين يشاهدون التلفاز في زمن لا يتعدى الساعتين، في حين أن نسبة المبحوثين الذين يشاهدون التلفاز لمدة تتجاوز الساعتين والثلاث ساعات من الزمن لم تتعدى 16%.

وقد تم إجراء اختبار التباين الأحادي ANOVA (أنوفا) لاكتشاف هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية في المقدار الوقي لاستخدام التلفزيون من طرف المبحوثين تبعا لنوع جهاز التلفاز الذي يستخدمونه، ويوضح الجدول رقم 17 نتائج الاختبار والدلالة الإحصائية له.

القيمة الاحتمالية	قيمة ف	الدلالة الإحصائية
0.216	0.375	عدد ساعات مشاهدة التلفزيون حسب متغير نوع الجهاز
غير دالة إحصائيا		

الجدول رقم 17، يوضح اختبار أنوفا حول مدى وجود فروق ذات دلالة إحصائية في المقدار الوقي لاستخدام التلفزيون من طرف المبحوثين تبعا لنوع جهاز التلفاز الذي يستخدمونه نجد من خلال الجدول رقم 17، أنه لا توجد فروقات ذات دلالة إحصائية في إجابات المبحوثين حول مقدار ساعات جلوسهم المعتاد أمام التلفاز، تبعا لمتغير نوع جهاز التلفاز الذي يستخدمونه؛ حيث نجد قيمة (ف) 0.375 بقيمتها الاحتمالية 0.216، أكبر من مستوى الدلالة 0.05، مما يدل على عدم وجود فروقات دالة إحصائيا.

يعبر الجدول رقم 18 والشكل رقم 20، عن إجابات المبحوثين فيما يخص برامج التلفاز التي يفضلون مشاهدتها، وتم استقاء بيانات الجدول عن طريق سؤال ترتيبي يحمل ثمانية (08) أجوبة احتمالية تعبر عن البرامج التلفزيونية التي يمكن أن يفضلها المبحوثون، والتي تمكن المبحوث من التعبير عن تفضيلاته من خلال ترتيبها، ومن الجدول والشكل أعلاه نجد أن الأفلام والمسلسلات شكلت التفضيل الأول بالنسبة للمبحوثين بمتوسط حسابي 2.78، تليها البرامج الرياضية بمتوسط حسابي قدره 2.99، ثم البرامج الدينية ب 3.28، وتليها بمتوسطات حسابية مقارنة الأشرطة الوثائقية بمتوسط قدره 3.31، ثم البرامج الإخبارية ب 3.33.

أما فيما يخص البرامج التلفزيونية التي شكلت آخر اهتمامات المبحوثين فنجد في المرتبة الأخيرة البرامج السياسية بمتوسط حسابي قدره 5.50، يليها في المرتبة ما قبل الأخيرة برامج الفن والموسيقى بمتوسط حسابي 5.19، ثم برامج التسلية والترفيه ب 4.49، ويؤيد هذا الترتيب ما نلاحظه في ترتيب البرامج الغير مرتبة، أي البرامج التي لم تكن أصلا ضمن خيارات المبحوثين، فنجدها جاءت على الترتيب كالتالي؛ الفن والموسيقى 49.8%، السياسة 44.5%، التسلية والترفيه 41.5%.

ما نلاحظه من بيانات الجدول أيضا الانحراف المعياري الجمل الكبير لأجوبة المبحوثين على هذا السؤال والذي قدر ب 4.83، مما يدل على تشتت إجابات المبحوثين، وعدم وجود اتفاق واضح على إجابات محددة تمكننا من تحديد الاتجاه العام لإجابات المبحوثين.

ومن البيانات سابقة الذكر، نجد أن برامج الأفلام والمسلسلات والدين والأشرطة الوثائقية والأخبار، تمثل أهم البرامج التلفزيونية التي يفضلها المبحوثون، وبالعودة لما تم إيراده ضمن الفصول النظرية لهذه الدراسة، فإن هذه البرامج باستثناء الأفلام والمسلسلات قد تحمل قيمة سلبية أقل تهديدا لأبعاد الأمن الفكري، إذا قارناها بالقيم التي تحملها في العادة برامج التسلية والترفيه وبرامج الموسيقى التي صنفها المبحوثون كأخر اهتماماتهم، وعليه فإن هذه البيانات قد تعبر عن اتجاه إيجابي للمبحوثين إزاء المضامين التلفزيونية المهذدة لأبعاد أمنهم الفكري، ويصدق هذا أو يكذبه ما سنستقيه من بيانات عند الربط بين بيانات هذا الجدول وبيانات محاور أخرى في هذا الاستبيان ضمن جداول مركبة.

الجدول رقم 19؛ يوضح إجابات المبحوثين عن نوع برامج التلفاز التي يفضلونها

ترتيب برامج التلفزيون حسب مفاضلة المبحوثين في مشاهدتها							
المرتبة الأولى		المرتبة الثانية		المرتبة الثالثة		غير مرتبة	
التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%
190	47.5%	64	16%	59	14.8%	87	21.9%
87	21.8%	157	39.3%	34	8.5%	122	30.5%
103	25.8%	43	10.8%	105	26.3%	149	37.3%

من الجدول 19 والشكل 21، نجد أن النسبة الأكبر من المبحوثين (47.5%) يفضلون مشاهدة البرامج التلفزيونية الجزائرية كخيار أول بالنسبة لهم، فيما نجد أن 25.8% يفضلون البرامج العربية، و21.8% يفضلون البرامج العربية، ومن خلال هذه البيانات نجد أن المحتويات التلفزيونية الجزائرية تبقى الخيار الأول بالنسبة للشباب الجزائريين، ويتعزز هذا الطرح عند ملاحظة البرامج التلفزيونية التي لم يرتبها المبحوثون بمعنى آخر تلك البرامج التي لا تدخل أصلا ضمن اهتمامات المبحوثين، فنجد أن أقل نسبة من المبحوثين اختاروا البرامج الجزائرية، على عكس البرامج الأجنبية التي لم يرتبها 37.5% من المبحوثين، ويمكن من خلال هذا أن نقول بأن نزوع الشباب الجزائريين للمحتويات المحلية على حساب الأجنبية منها قد يكون عاملا مثبتا للتأثيرات السلبية التي تسوقها المحتويات الأجنبية الحاملة في الأغلب لقيم تتعارض مع القيم المحلية للمجتمع بما يهدد أمنه الفكري.

الجدول رقم 20؛ يوضح إجابات المبحوثين عن تفضيلات مشاهدة التلفاز من حيث مشاركة تجربة

المشاهدة مع الآخرين

النسبة المئوية للتكرارات	التكرارات	
41.5%	166	المشاهدة منفردا
44.3%	177	المشاهدة مع العائلة
6.5%	26	مع الأصدقاء
7.8%	31	قيم مفقودة
100%	400	المجموع

تعتبر مشاركة تجربة استخدام الوسيلة الإعلامية مع الآخرين مؤشرا على نزعة فردية أو اجتماعية للمبحوثين يمكن لها أن تؤدي أدوار وسيطة في علاقة التأثير السلبية لوسائل الإعلام ومضامينها على الأمن الفكري لدى المبحوثين، خصوصا فيما يتعلق بتهديد القيم الاجتماعية لهم، فمن المعقول أن نعتبر أن النزعة الفردية للمبحوثين في استخدامهم لوسائل الإعلام، قد يحدث قابلية أكبر لحدوث هذه التأثيرات السلبية، على عكس النزعة الاجتماعية المفترض لها أن تحكم قيما ومعايير اجتماعية تفرضها الجماعة التي تشارك الفرد في تجربة تلقي الإعلامي، والتي يمكن لها أن تولد مقاومة إزاء ما يهدد القيم الاجتماعية لديه، وتتعزيز هذه المقاومة إذا كانت الجماعة المشاركة هنا هي الأسرة وليس الأصدقاء، لما تمثله الأسرة من مؤسسة تقليدية أساسية في البناء العام للمجتمعات المحلية، ومرجعا للقيم والمعايير والأعراف الاجتماعية المشكلة لحملة القيم السوسولوجية المحددة لمعايير الخطأ والصواب في المجتمع.

نلاحظ من خلال الجدول رقم 20، والشكل رقم 22؛ أن 44.3% من المبحوثين يفضلون مشاهدة التلفاز مع العائلة، في حين أن 41.5% من المبحوثين يفضلون مشاهدة التلفاز لوحدهم، أي

دون مشاركة تجربة المشاهدة مع الآخرين، بينما لا تتجاوز نسبة المبحوثين الذين يفضلون مشاهدة التلفاز مع الأصدقاء 6.5%، ومن خلال هذه النسب نجد أنه لا توجد فروقات إحصائية كبيرة بين من يفضلون مشاهدة التلفاز مع العائلة ومن يفضلون مشاهدته لوحدهم، ويمكن تفسير هذا أن البيئة الإعلامية الحالية من خلال وسائل الإعلام الحديثة التي تمثل جزء معتبرا من المكون الإعلامي والاتصالي الحالي ما فتئت تزيد من توجه الأفراد المتعرضين لوسائل الإعلام نحو الفردانية في تعاملهم مع هذه الوسائل وهذا ما يفسر جنوح 41.5% من المبحوثين إلى تفضيل مشاهدتهم للتلفاز بصفة منفردة، إلا أنه ومن خلال بيانات نفس الجدول، يتضح لنا أن التلفزيون يحافظ على سمته كوسيلة إعلام تقليدية سمتها الأساسية الجماهيرية بما تعكسه من تشاركية في سلوك التعرض الإعلامي لهذه الوسيلة من طرف الأفراد. الجدول رقم 21؛ يوضح إجابات المبحوثين عن مدى تفضيلهم لمناقشة ما يشاهدونه على التلفاز مع الآخرين

النسبة المئوية للتكرارات	التكرارات	
6.5%	26	دائما
50.6%	202	أحيانا
26.5%	106	نادرا
10.8%	43	لا، أبدا
5.8%	23	قيم مفقودة
100%	400	المجموع

من خلال الجدول رقم 21، والشكل رقم 23؛ نجد أن 50.6% من المبحوثين أجابوا بأنهم يناقشون أحيانا ما يشاهدونه في التلفاز مع الآخرين في حين أن 26.5% أجابوا بأنهم نادرا ما يشاركون في نقاشات حول ما شاهدوه من برامج تلفزيونية، أما ما نسبته 10.8% من المبحوثين فأجابوا بأنهم لا يناقشون ما يشاهدونه في التلفاز أبدا، على عكس نسبة أخرى من المبحوثين (6.5%) الذين أجابوا بأنهم يشاركون في نقاشات حول ما يشاهدونه من برامج تلفزيونية بشكل دائم. ويتضح لنا من خلال هذه النسب أن التوجه العام للمبحوثين فيما يخص المشاركة في نقاشات حول ما يشاهدونه من برامج تلفزيونية سار نحو الإجابة الاحتمالية (أناقشها أحيانا)، بما تمثله من حد وسط بين الإجابتين الاحتماليتين المتنافرتين (دائما) و(لا، أبدا)، وتعكس إجابات المبحوثين على هذا السؤال مدى نزوع المبحوثين لمشاركة تجربة مشاهدة التلفاز مع الآخرين، وكذا فهي تعكس أيضا جزئيا تأثير التلفزيون على النزعة الفكرية للمبحوثين في ما إذا كانت برامج التلفزيون التي يشاهدونها تدفعهم لإثارة نقاشات وقضايا فكرية حولها.

ويتضح لنا من خلال بيانات الجدول أن التلفزيون بما يقدمه من مواد إعلامية لا يزال يقدم تجربة إعلامية تستطيع أن تدفع مستخدمي التلفزيون لإثارة نقاشات فكرية حولها، على الرغم من أن نسبة معتبرة من المبحوثين لا يفضلون المشاركة في نقاشات حول ما يشاهدونه في التلفاز، كما تدعم بيانات الجدول ما تم الوصول إليه من خلال بيانات الجدول الذي سبقه، في ما يخص حفاظ التلفزيون على سمته الجماهيرية التشاركية الذي يطبع سلوك مستخدميه.

الجدول رقم 22؛ يوضح إجابات المبحوثين عن مدى استخدامهم للراديو

إجابات المبحوثين	التكرار	النسبة المئوية
أستمع له دائما	15	3.8%
أحيانا	118	29.5%
نادرا	126	31.5%
أبدا لا أستعمله	118	29.5%
قيم مفقودة	23	5.8%
المجموع	400	100%

من خلال الجدول رقم 22، والشكل رقم 24؛ نلاحظ أن 31.5% من المبحوثين نادرا ما يستمعون للراديو، في حين أن 29.5% من المبحوثين لا يستخدمونه أبدا، في المقابل نجد نفس النسبة من المبحوثين (29.5%) يستمعون للراديو أحيانا فقط، ولا تتجاوز نسبة من يستمعون للراديو بشكل دائم 3.8% من العدد الإجمالي للمبحوثين.

انطلاقا من هذه البيانات، نجد أن استخدام الراديو في أوساط الشباب الجزائريين من المبحوثين منحسر بشكل كبير، حيث أن الزمن الإعلامي المستغرق في الاستماع للراديو شغلته أزمنة إعلامية لوسائل إعلام أخرى مثل التلفزيون ووسائل الأنترنت (أنظر الجدول ..، والجدول .. ص.٠).

وبما يمثل الراديو من وسيلة إعلامية تتسم بالمحلية، فإن الانحصر الكبير في أعداد مستعمليه قد يؤدي هو الآخر دور العلاقة الوسيطة في تغذية التأثيرات السلبية لبقية وسائل الإعلام الشاغلة للبيئة الإعلامية الحالية والتي تزيد من احتمالية تعرض الشباب الجزائريين للمضامين السلبية المتعارضة مع القيم المحلية للمجتمع، والمهددة للأمن الفكري لديهم.

الجدول رقم 23؛ يوضح إجابات المبحوثين عن جهاز الراديو الذي يستخدمونه عادة

النسبة المئوية	التكرار	إجابات المبحوثين
10.25%	41	راديو منزلي
24.25%	97	راديو محمول، أو راديو هاتف نقال
29.25%	117	راديو سيارة
6%	24	الإذاعة عبر أثير الأنترنت
33%	132	قيم مفقودة
100	411	المجموع

يوضح الجدول رقم 23، والشكل رقم 25، إجابات المبحوثين عن جهاز الراديو الذي يستخدمونه عادة؛ حيث نلاحظ أن 29.25% من المبحوثين يستخدمون راديو السيارة، وقد تعطي هذه النسبة دلالات على أن استخدام الراديو أضحى في بعض الأحيان وسيلة ملئ للفراغ، تستخدم عند عدم توافر إمكانية استخدام وسائل إعلام أخرى، حيث أن من يقود السيارة لا يمكن له الانشغال بوسيلة إعلام أخرى بغير الراديو الذي يعطيه تجربة إعلامية آمنة لا تؤثر على قيادته للمركبة، تليهم نسبة 24.25% من المبحوثين يستخدمون راديو محمول أو راديو هاتف نقال، في حين لا تتجاوز نسبة المبحوثين الذين يستخدمون الراديو المنزلي 10.25%، مما يعطي دلالات على تراجع قيمة الراديو كوسيلة إعلامية توفر تجربة إعلامية عاطفية ومؤنسة في المنزل، فيما يمكن القول أن قلة عدد مستخدمي الراديو عبر أثير الأنترنت من المبحوثين والذين لم يتجاوزوا نسبة 6%، قد يعطي قراءات واضحة على عدم تكيف الراديو والإذاعة مع متطلبات البيئة الاتصالية الحالية، وقد يكون مؤشرا صريحا على تراجع كبير في الأدوار الاجتماعية التي تؤديها هذه الوسيلة الإعلامية.

الجدول رقم 24؛ إجابات المبحوثين عن مقدار الساعات اليومية الذي يقضونه عادة في الاستماع للراديو

النسبة المئوية	التكرار	إجابات المبحوثين
48.5%	194	أقل من نصف ساعة
13%	52	من نصف ساعة إلى 2 ساعات
2.7%	11	من 2 ساعات إلى 3 ساعات
1.5%	6	أكثر من ثلاث ساعات
34.3%	137	قيم ضائعة
100%	400	المجموع

المتوسط الحسابي لإجابات الجدول: 1.46

من خلال الجدول رقم 24، والشكل رقم 26؛ نجد أن 48.5% من المبحوثين أجابوا أنهم يستمعون للراديو بمقدار يومي لا يتعدى النصف ساعة من الزمن، وهو الحد الزمني الأدنى الممثل في الإجابات الاحتمالية المقترحة على المبحوثين، أما 13% من المبحوثين فصرحوا أنهم يستمعون للإذاعة لما بين النصف ساعة إلى ساعتين من الزمن يوميا، في حين لا تتجاوز نسبة المبحوثين الذين يستمعون للراديو لمدة زمنية تتعدى الساعتين يوميا 4.2% من العدد الإجمالي للمبحوثين. وتدعم هذه النسب والأرقام ما تحدثنا عنه سابقا من انحصار للزمن الإعلامي للإذاعة من بين الأزمات الإعلامية لباقي وسائل الإعلام المركبة للمكون الإعلامي والاتصالي الحالي.

الجدول رقم 25؛ يوضح إجابات المبحوثين عن نوع برامج الراديو التي يفضلون الاستماع إليها

ترتيب برامج الراديو حسب مفاضلة المبحوثين في متابعتها																	
الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	غير مرتبة		المرتبة 7		المرتبة 6		المرتبة 5		المرتبة 4		المرتبة 3		المرتبة 2		المرتبة 1	
		ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%
3.19	3.49	228	57%	8	5%	22	5.5%	20	5%	32	8%	33	8.3%	26	6.5%	30	7.5%
1.98	2.38	180	45%	0	0%	05	1.3%	18	4.5%	24	6%	43	10.8%	47	11.8%	82	20.5%
4.49	3.61	247	61.8%	21	5.3%	20	5%	14	3.5%	16	4%	17	4.3%	36	9%	29	7.3%
3.99	3.80	237	59.3%	22	5.5%	16	4%	27	6.8%	17	4.3%	30	7.5%	25	6.3%	26	6.5%
2.40	2.64	191	47%	2	5%	8	2%	20	5%	30	7.5%	37	9.3%	45	11.3%	66	16.5%
3.47	4.38	256	64%	26	6.5%	21	5.3%	19	4.8%	30	7.5%	24	6%	12	3%	12	3%
4.29	3.08	230	57.5%	16	4%	15	3.8%	14	3.5%	19	4.8%	20	5%	28	7%	57	14.3%
3.40	الانحراف المعياري المجمع:																

يعبر الجدول رقم 25، عن إجابات المبحوثين فيما يخص برامج الإذاعة التي يفضلون الاستماع إليها، وتم استقاء بيانات الجدول عن طريق سؤال ترتيبى يحمل سبعة (07) أجوبة احتمالية تعبر عن

البرامج الإذاعية التي يمكن أن يفضلها المبحوثون، والتي تمكن المبحوث من التعبير عن تفضيلاته من خلال ترتيبها.

ومن الجدول والشكل أعلاه نجد أن الأخبار شكلت التفضيل الأول بالنسبة للمبحوثين ضمن قائمة البرامج الإذاعية، بمتوسط حسابي 2.38، تليها البرامج الدينية بمتوسط حسابي قدره 2.64، ثم البرامج الرياضية ب 3.08.

أما فيما يخص البرامج الإذاعية التي شكلت آخر اهتمامات المبحوثين فنجد في المرتبة الأخيرة البرامج السياسية بمتوسط حسابي قدره 4.81، ونجد في المرتبة ما قبل الأخيرة برامج التسلية والترفيه بمتوسط حسابي 3.80، وقبلها برامج الفن والموسيقى ب 3.61، وقبلها برامج الشؤون المحلية ب 3.49، ويؤيد هذا الترتيب ما نلاحظه في ترتيب البرامج الغير مرتبة، أي البرامج التي لم تكن أصلا ضمن خيارات المبحوثين، فنجدها جاءت على الترتيب كالتالي؛ الفن والموسيقى 49.8%، السياسة 44.5%، التسلية والترفيه 41.5%.

ما نلاحظه من بيانات الجدول أيضا الانحراف المعياري الجمل الكبير لأجوبة المبحوثين على هذا السؤال والذي قدر ب 3.40، مما يدل على تشتت إجابات المبحوثين، وعدم وجود اتفاق واضح على إجابات محددة يمكننا من تحديد اتجاه عام واضح لإجابات المبحوثين.

ومن البيانات سابقة الذكر، نجد أنه لا توجد فروقات كبيرة بين تفضيلات المبحوثين فيما يخص الإذاعة أو التلفاز، حيث أنه وبالرجوع للجدول رقم ..، نجد أنه وعلى عكس البرامج الرياضية فقد شكلت البرامج الإخبارية والدينية تفضيلات مشتركة بين التلفاز والإذاعة، وكذلك الأمر بالنسبة للبرامج التي مثلت آخر اهتمامات للمبحوثين، فنجد أن البرامج السياسية، برامج التسلية والترفيه، وبرامج الموسيقى والفن مثلت آخر اهتمامات المبحوثين للتلفاز والإذاعة على حد سواء.

الجدول رقم 26؛ يوضح إجابات المبحوثين عن برامج الإذاعة التي يفضلونها

ترتيب برامج الإذاعة حسب مفاضلة المبحوثين							
المرتبة الأولى		المرتبة الثانية		المرتبة الثالثة		غير مرتبة	
التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%
204	51.5%	17	4.3%	15	3.8%	164	41%
40	10%	87	21.8%	9	2.3%	264	65.5%
19	4.8%	17	4.3%	61	15.3%	134	75.8%

من خلال الجدول رقم 26، نلاحظ أن 51.5% من المبحوثين يضعون المحتويات الإذاعية الجزائرية كخيار أول بالنسبة لهم، في حين أن 10% من المبحوثين اختاروا المحتويات الإذاعية العربية، 4 أما المحتويات الغربية فلم يضعها في المركز الأول سوى 4.8% من المبحوثين.

ويتوضح لنا هنا أن الإذاعة لا تزال تحتفظ بسمتها الأساسية كوسيلة إعلامية محلية بامتياز، مما يجعلنا نقول أن محليتها وضعف إقبال مستمعيها على البرامج الأجنبية قد يجعل منها أقل وسيلة حاملة للتهديدات الإعلامية للأمن الفكري من باقي مكونات البيئة الإعلامية والاتصالية الحالية وفي مقدمتها الأنترنت، وهذا ما سنحاول التأكد منه من خلال بناء الجداول المركبة التي ستبحث في هذه العلاقة لاحقا.

الجدول رقم 27؛ يوضح إجابات المبحوثين عن تفضيلات الاستماع للراديو من حيث مشاركة تجربة الاستماع مع الآخرين.

النسبة المئوية للتكرارات	التكرارات	
43.3%	173	منفردا
15.8%	63	مع العائلة
6.3%	25	مع الأصدقاء
1%	04	مع الأصدقاء والعائلة
0.3%	01	منفردا أو مع العائلة
33.3%	134	قيم مفقودة

من خلال الجدول رقم 27؛ نجد أن 43.3% من المبحوثين يفضلون الاستماع للراديو بصفة انفرادية، في المقابل نجد أن 15.8% من المبحوثين يفضلون مشاركة تجربة استماع الإذاعة مع العائلة، و 6.3% يفضلون مشاركتها مع الأصدقاء، وتتضح من خلال هذه البيانات النزعة الفردية الجلية للمبحوثين فيما يخص تفضيلاتهم لكيفية تعرضهم لبرامج الإذاعة، وما قد تلعبه هذه الأخيرة من أدوار وسيطة في العلاقة التأثيرية السلبية لوسائل الإعلام والاتصال على الأمن الفكري للمجتمع الجزائري كما وضحناه سابقا.

الجدول رقم 28؛ يوضح إجابات المبحوثين عن مدى تفضيلهم لمناقشة ما يستمعون له عبر الراديو مع الآخرين

النسبة المئوية للتكرارات	التكرارات	
2.3%	9	دائما
23.8%	95	أحيانا
22.8%	92	نادرا
17.8%	71	لا، أبدا
33.3%	133	قيم مفقودة
100%	400	المجموع

من خلال الجدول رقم 28؛ نجد أن 23.8% من المبحوثين أجابوا بأنهم يناقشون ما يستمعون له في الإذاعة مع الآخرين، في المقابل نجد أن 22.8% من المبحوثين أجابوا بأنهم لا يناقشون ما يستمعون له عبر الراديو إلا نادرا، كما أن 17.8% منهم أجابوا بأنهم لا يناقشون ما يستمعون إليه إطلاقا، ويتضح لنا من خلال هذه النسب أن التوجه العام للمبحوثين فيما يخص المشاركة في نقاشات حول ما يستمعون له في الإذاعة سار نحو الإجابة الاحتماليتين (أحيانا ونادرا)، متبوعة بالإجابة الاحتمالية (لا، أبدا)، بما يعبر عن نزعة سلبية للمبحوثين اتجاه إثارة النقاشات حول ما يستمعون له عبر الراديو، حيث أن 2.3% من المبحوثين فقط أجابوا بأنهم يناقشون بصفة دائمة ما يستمعون له عبر الإذاعة مع الآخرين، وهذا ما يعزز طرحنا السابق حول النزعة الفردانية لدى المبحوثين في تعاملهم مع وسائل الإعلام.

الجدول رقم 29؛ يوضح إجابات المبحوثين عن مدى قراءتهم للجرائد

النسبة المئوية	التكرار	إجابات المبحوثين
2.8%	11	أقرؤها دائما
26.5%	106	أقرؤها أحيانا
30.2%	121	نادرا ما أقرؤها
24%	96	أبدا لا أقرؤها
16.5%	66	قيم مفقودة
100%	400	المجموع

من خلال الجدول رقم 29؛ نلاحظ أن 30.2% من المبحوثين لا يقرؤون الجرائد إلا نادرا، وأن 24% منهم لا يقرؤونها على الإطلاق، في حين أن 26.5% منهم يقرؤونها أحيانا فقط، ويتبين لنا

من خلال هذا ضعف نسبة الإقبال على مطالعة الصحف في أوساط الشباب الجزائريين، حيث أن 2.8% من المبحوثين فقط أجابوا بأنهم يقرؤون الجرائد بصفة دائمة. ونجد من خلال هذ البيانات أن الشباب يتعدون عن استخدام الجرائد شأنها شأن الإذاعة، حيث تقلص زمن القراءة وزمن الاستماع بشكل كبير، ليعوضهم زمن التصفح على النات وبدرجة أقل زمن مشاهدة التلفزيون.

الجدول رقم 30؛ إجابات المبحوثين عن نوع الجرائد التي يطالعونها

النسبة المئوية	التكرار	
26.8%	107	الجرائد الورقية
32.5%	130	الجرائد الإلكترونية
2.3%	09	الجرائد الورقية والإلكترونية معا
38.5%	154	قيم مفقودة
100%	400	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم 30؛ أن 32.5% من المبحوثين يطالعون الجرائد الإلكترونية في مقابل 26.8% منهم يطالعون الجرائد الورقية، ويمكن أن يعطي هذا دلالتين، الأولى هو انحصار لاستخدام الجرائد الورقية من طرف الشباب الجزائريين، والثانية هو تكيف الجريدة كوسيلة إعلام تقليدية مع متطلبات البيئة الإعلامية والاتصالية الحالية -ولو نسبيا- على عكس ما لاحظناه بالنسبة للإذاعة وهو ما يتبين من خلال النسب العالية للشباب المستخدمين للجرائد الإلكترونية، مقارنة بمن يستخدمون الجرائد الورقية منهم.

الجدول رقم 31؛ يوضح إجابات الباحثين عن المواضيع التي يفضلون قراءتها في الجرائد

ترتيب مواضيع الجرائد حسب مفاضلة الباحثين في قراءتها																	
الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	المرتبة 1		المرتبة 2		المرتبة 3		المرتبة 4		المرتبة 5		المرتبة 6		المرتبة 7		غير مرتبة	
		ت		ت		ت		ت		ت		ت		ت		ت	
		%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت
أخبار محلية	69	17.3%	36	9%	25	6.3%	27	6.8%	13	3.3%	19	4.8%	5	1.3%	206	51.3%	2.77
رياضة	93	23.3%	36	9%	20	5%	16	4%	15	3.8%	11	2.8%	11	2.8%	198	49.5%	2.51
مواضيع دينية	49	12.3%	44	11%	51	12.8%	25	6.3%	20	5%	6	1.5%	4	1%	201	50%	2.78
تسليية	17	4.3%	30	7.5%	34	8.5%	28	7%	20	5%	30	7.5%	8	2%	233	58.3%	3.75
الفن وأخبار المشاهير	15	3.8%	16	4%	20	5%	20	3%	12	3.3%	13	4%	16	9.3%	271	67.8%	4.46
سياسة	19	4.8%	21	5.3%	22	5.5%	26	6.5%	31	7.8%	20	5%	26	6.5%	235	58.8%	4.17
ثقافة	34	8.5%	34	8.5%	28	7%	43	10.8%	29	7.3%	16	4%	4	1%	212	53%	3.33

يعبر الجدول رقم 31؛ عن إجابات الباحثين فيما يخص المواضيع التي يفضلون الاستماع إليها، وتم استقاء بيانات الجدول عن طريق سؤال ترتيبي يحمل سبعة (07) أجوبة احتمالية تعبر عن المواضيع التي يمكن أن يفضلها الباحثون، والتي تمكن الباحث من التعبير عن تفضيلاته من خلال ترتيبها. ومن الجدول والشكل أعلاه نجد أن الرياضة شكلت التفضيل الأول بالنسبة للباحثين ضمن قائمة المواضيع الاعتيادية للصحافة المكتوبة، بمتوسط حسابي أشر في 2.51، تليها الأخبار بمتوسط حسابي قدره 2.77، ثم البرامج الدينية ب 3.78.

أما فيما يخص البرامج الإذاعية التي شكلت آخر اهتمامات الباحثين فنجد في المرتبة الأخيرة مواضيع الفن وأخبار المشاهير بمتوسط حسابي قدره 4.46، ونجد في المرتبة ما قبل الأخيرة مواضيع

السياسة بمتوسط حسابي قدره 4.17، وقبلها التسلية ب 4.17، وقبلها الثقافة بمتوسط قدره 3.49، ويؤيد هذا الترتيب ما نلاحظه في ترتيب البرامج الغير مرتبة، أي البرامج التي لم تكن أصلا ضمن خيارات المبحوثين، فنجدها جاءت على الترتيب كالتالي؛ الفن ب 67.8% من العدد الإجمالي للمبحوثين، السياسة ب 58.5%، التسلية والترفيه ب 58.3%، وقد جاء هذا الترتيب مطابقا لما كان في البرامج الإذاعية من قبل؛ (أنظر تعليقنا على الجدول رقم 25).

ما نلاحظه من بيانات الجدول أيضا الانحراف المعياري الجمل لأجوبة المبحوثين على هذا السؤال قدر ب 3.33، مما يدل على تشتت إجابات المبحوثين، وعدم وجود اتفاق واضح على إجابات محددة تمكنا من تحديد اتجاه عام واضح لإجابات المبحوثين.

ومن البيانات سابقة الذكر، نجد أن تفضيلات المبحوثين فيما يخص مواضيع الصحافة المكتوبة التي يفضلون قراءتها قد جاءت متطابقة لحد كبير مع تفضيلاتهم بخصوص برامج الإذاعة أو التلفاز قبل هذا، حيث أنه وبالرجوع للجدولين رقم 18 و 25، نجد أن البرامج الرياضية، البرامج الإخبارية، والبرامج الدينية شكلت تفضيلات مشتركة بين الصحف والتلفاز أو الإذاعة، وكذلك الأمر بالنسبة للبرامج التي مثلت آخر اهتمامات للمبحوثين، فنجد أن البرامج السياسية، برامج التسلية والترفيه، وبرامج الموسيقى والفن مثلت آخر اهتمامات المبحوثين للتلفاز والإذاعة أيضا.

الجدول رقم 32؛ يوضح إجابات المبحوثين عن عاداتهم في مناقشة ما يقرؤونه في الجرائد مع الآخرين

النسبة المئوية للتكرارات	التكرارات	
4.3%	17	دائما
24.3%	97	أحيانا
22.5%	90	نادرا
14.3%	57	لا، أبدا
34.8%	139	قيم مفقودة
100%	400	المجموع

انطلاقا من الجدول 32؛ نجد أن 24.3% من المبحوثين أجابوا بأنهم يناقشون ما يقرؤونه في الجرائد عادة، تليها نسبة 22.5% من المبحوثين قد أجابوا بأنهم نادرا ما يناقشون ما يقرؤونه في الجرائد، في حين أن 14.3% من المبحوثين قد صرحوا بأنهم لا يناقشون ما يقرؤونه أبدا، ولم تتعدى نسبة المبحوثين الذين صرحوا بأنهم يناقشون ما يقرؤونه في الجرائد بصفة دائمة 4.3% من العدد الإجمالي للمبحوثين.

وكما ذكرنا من قبل، فإن نزوع المتلقي لمناقشة تجربته الإعلامية أو بتعبير آخر مشاركته لما تلقاه من محتويات إعلامية في وسيلة إعلام معينة مع الآخرين من عدمه، يعكس مدى تأثير تلك الوسيلة الإعلامية على المبحوثين في توجيههم نحو الجناح للفردانية أو الاجتماعية، ومما لا شك فيه أن سلوك مناقشة المحتويات الإعلامية مع الآخرين أو ما نعر عنه ب(الجماعة)، عبارة عن نشاط فكري يعزز من قابلية الفرد للانخراط في التوجه الفكري العام السائد للجماعة الذي يعبر عن الوعاء الفكري الجمعي المختكم لمعايير المجتمع المحلي وأعرافه، وبالتالي يعطي كل هذا مؤشرات نسبية عن مدى قابلية المبحوثين للتأثر بالتهديدات السلبية للمكون الإعلامي والاتصالي على الأمن الفكري لديهم.

وما نلاحظه من الأرقام أعلاه، نجد أن التوجه العام للمبحوثين في ما يخص عاداتهم المتعلقة بمناقشة ما يقرؤونه في الجرائد مع الآخرين يتجه للإيجابيتين الوسطيتين (أحيانا ونادرا)، يليها انحدار نحو توجه سلبي لمناقشة محتويات الجرائد مع الآخرين (14.3% من المبحوثين لا يناقشون ما يقرؤون في الجرائد أبدا)، في حين لا تتعدى نسبة المبحوثين الذين يناقشون ما يقرؤونه في الجرائد بصفة دائمة 4.3% من العدد الإجمالي للمبحوثين، وبالتالي فمحمل ما تعبر عنه هذه الأرقام هو توجه سلبي للمبحوثين فيما يخص مناقشة محتويات الجرائد التي يطالعونها مع الآخرين، أو ما يمكن أن نعر عنه بنزعة فردانية للمبحوثين في هذا الأمر.

الجدول رقم 33؛ يوضح الإشباع التي يتوخاها المبحوثون من استخدامهم وسائل الإعلام التقليدية

النسبة المئوية	التكرار	الإشباع
42.5%	244	الاطلاع على الجديد
20.5%	118	تعلم أشياء ومهارات جديدة
20.4%	117	تطوير الذات وتقوية الشخصية
16.6%	95	الاستمتاع والتسلية
100%	574	مجموع التكرارات

يوضح الجدول رقم 33؛ الإشباع التي يسعى المبحوثون لتحصيلها من استخدامهم لوسائل الإعلام التقليدية، ومن خلال بياناتها نجد أن الاطلاع على الجديد شكل الإشباع الرئيسي الذي يتوخاه المبحوثون من متابعتهم لوسائل الإعلام التقليدية بنسبة 42.5% من المبحوثين، يليها تعلم أشياء ومهارات جديدة وتطوير الذات وتقوية الشخصية بنسبة واحدة تقريبا 20.5% و 20.4% على التوالي، ليحتل الإشباع المتعلق بالاستمتاع والتسلية المركز الأخير في قائمة الإشباع التي يتوخاها المبحوثون من استخدامهم لوسائل الإعلام التقليدية بنسبة 16.6%.

تشكل الإشباع التي يسعى جمهور المتلقين لتحقيقها من وسائل الإعلام الدوافع الحقيقية التي توجه الأفراد لانتقاء المحتويات الإعلامية والاتصالية التي يتعرضون لها، والاختلاف بين هذه الإشباع يمكن له أن يخلق لمستخدمي وسائل الإعلام استعدادات متفاوتة للانقياد نحو المحتويات الإعلامية والاتصالية السلبية والمهددة للأمن الفكري لهؤلاء المستخدمين، و في هذا الصدد يمكن القول أنه ومن خلال قائمة الإشباع التي عبر عنها المبحوثون أعلاه يمكن أن نميز إشباع قد تؤدي إلى تعزيز قابلية إذعان مستخدمي وسائل الإعلام التقليدية للتهديدات التي تسوقها هذه الوسائل، فالإشباع المتعلق بالاستمتاع والتسلية مثلا يجعل مستخدم وسائل الإعلام يفضل محتويات التسلية والترفيه التي تعرض عبرها، ولا يخفى أن هذه المحتويات بالذات تحمل قدرا أكبر من القيم السلبية والمسفة، إذا ما قارناها بالمحتويات التعليمية والتثقيفية التي يمكن أن يجنح إليها مستخدموا وسائل الإعلام الذين يتوخون إشباع تتعلق بتعلم الجديد وتطوير الذات، في مقابل ذلك نجد أن الاطلاع على الجديد كإشباع يمكن أن يحتل مكانا وسطا في مؤشر السلبية التي تخلقها الدافعية الاستخدام لدى المتلقين، حيث أن مؤشر السلبية والإيجابية هنا يتحدد على أساس ماهية الجديد الذي يريد المتلقي الاطلاع عليه، فيختلف الأمر بين ما إذا كان الجديد مفيدا أو ما إذا كان يتعلق بتتبع جديد الشخصيات التي تعبر عن نماذج سلوك سلبية ومنافية لمعايير و أعراف المجتمع مثلا.

ومن خلال البيانات والأرقام أعلاه نجد توجهها واضحا للمبحوثين نحو ما صنّفناه كفئة وسيطة في مقياس السلبية والإيجابية في دافعية الاستخدام لدى المبحوثين، أي توجهها نحو الإشباع المتعلق بالاطلاع نحو الجديد، يليه توجه نحو دافعية الاستخدام الإيجابية والتي تعبر عنها إشباع مثل تعلم أشياء ومهارات جديدة وتطوير الذات وتقوية الشخصية، في مقابل ذلك نجد أن توجه المبحوثين أقل من ما سبق ذكره نحو ما صنّفناه على أنه دافعية سلبية نحو التهديدات الإعلامية للأمن الفكري متضمنة في الإشباع المتعلق بالتوجه نحو الترفيه والتسلية.

الجدول رقم 32؛ يوضح إجابات المبحوثين عن مدى استخدامهم للإنترنت

إجابات المبحوثين	التكرار	النسبة المئوية
أستخدمها دائما	298	74.5%
أستخدمها أحيانا	88	22%
نادرا ما أستخدمها	09	2.3%
لا أستخدمها أبدا	03	0.5%

انطلاقا من الجدول رقم 32؛ نجد أن 74.5% من المبحوثين يستخدمون الإنترنت بشكل دائم، في حين نجد أن 22% منهم صرحوا بأنهم يستخدمونها أحيانا، ولا تتعدى نسبة المبحوثين الذين لا

يستخدمون الأنترنت إلا نادرا 2.3%، وتكاد تنعدم نسبة من لا يستخدمون الأنترنت أبدا، حيث لم تتجاوز نسبة هؤلاء 0.5%.

من البيانات أعلاه يتضح لنا النسب العالية لاستخدام الأنترنت في أوساط الشباب الجزائريين، حيث أن أغلب الشباب الجزائريين يستخدمون الأنترنت بشكل دائم، ويكاد أن لا يكون هنالك أثر لانعدام استخدام الأنترنت في أوساطهم، ويتضح لنا من خلال هذا ماهية المكون الإعلامي والاتصالي الحالي، والذي يتجسد بشكل واضح في الإعلام الجديد، الذي يتخذ من وسائط الأنترنت تجليا له، وبهذا يمكن القول بصدق التعريف الإجرائي الذي أوردها للمكون الإعلامي والاتصالي الحالي؛ والذي جاء فيه بأنه يحيل في هذه الدراسة إلى المحددات الحالية للإعلام في الوقت الراهن، بشقيه التقليدي والجديد، وكذا الوسائط الاتصالية المستخدمة اليوم في عملية التواصل الاجتماعي، والمحتويات الإعلامية المتعددة الأشكال، في علاقتها التأثيرية بالمجتمع الجزائري فيما يخص موضوع أمنه الفكري، مع التركيز على وسائط الإعلام والاتصال الجديدة على افتراض أنها الأكثر استخداما من طرف شريحة الشباب — عينة الدراسة—، والأكثر تأثيرا اجتماعيا.

وتتعرز هذه الرؤية عند مقارنة هذه البيانات التي تعبر عن نسب استخدام الأنترنت، مع بيانات نسب استخدام وسائل الإعلام التقليدي؛ فنجد أن نسبة من يستخدمون التلفاز بشكل دائم من المبحوثين 13.3%، وفي الراديو 3.8%، وفي الجرائد 2.8%، أما نسبة المبحوثين الذين لا يستخدمون التلفاز بصفة مطلقة فتجاوز 5.5%، وفي الراديو 29.5%، وبالنسبة للجرائد 24%، ويزيد من وضوح هذه الرؤيا عندما نعلم أن 32.5% من المبحوثين الذين يقرؤون الجرائد يستخدمون الجرائد الإلكترونية، وأن 06% من مستخدمي الراديو يستعينون بالأنترنت للاستماع للأثير، أي أنه وبالإضافة إلى النسب الضعيفة نسبيا لمستخدمي وسائل الإعلام التقليدي بصفة منتظمة، فإن نسبة منهم يستعينون بوسائط النات لمتابعتهما، هذا ما يشير نقاشا أبعد حول ما إذا كان هذا الاستخدام يخرج هذه الوسائل من دائرة الإعلام التقليدي إلى الجديد. (أنظر الجداول رقم 13، 15، 20، 21، 27،

28)

الجدول رقم 35؛ يوضح الإشباع التي يتوخاها المبحوثون من استخدامهم الأنترنت

المتوسط الحسابي		الانحراف المعياري		المرتبة 1		المرتبة 2		المرتبة 3		المرتبة 4		المرتبة 5		المرتبة 6		غير مرتبة																															
الدراسة واكتساب مهارات	التعارف وتكوين صداقات	الترفيه والتسلية	الإطلاع على الأخبار	التواصل مع المعارف	أغراض العمل	ن	%	ن	%	ن	%	ن	%	ن	%	ن	%																														
																		ن	%	ن	%	ن	%	ن	%																						
155	34	49	131	58	46	26	6.5%	12	3%	73	18.3%	2.29	2.37	37	9.3%	44	11%	52	13%	174	43.5%	3.81	3.10	59	14.8%	20	5%	12	3%	44	11%	97	24.3%	3.43	2.57	50	12.5%	31	7.8%	32	8%	51	12.8%	150	37.5%	3.47	3.24
الانحراف المعياري الكلي: 2.56																																															

من خلال بيانات الجدول رقم 35؛ والذان يوضحان دوافع المبحوثين لاستخدامهم الأنترنت، ومقارنة المتوسطات الحسابية لها؛ نجد أن الدافع الأول بالنسبة للمبحوثين يتمثل في الدراسة واكتساب مهارات جديدة بمتوسط حسابي قدره 2.29، دافع الإطلاع على الأخبار بمتوسط قدره 2.38، ودافع التواصل مع المعارف ب 2.89، ثم نجد دافع الترفيه والتسلية 3.43، ودافع استخدامها في أغراض العمل بمتوسط حسابي قدره 3.47، وآخر ما رتبته المبحوثون نجد التعارف وتكوين صداقات بمتوسط قدره 3.81.

تعكس دوافع الاستخدام لدى المبحوثين الإشباع التي يبحثون عن تحقيقها من استخدامهم للأنترنت، وأول ما نذكره هنا أن دافعية الإطلاع على الأخبار مثلت إشباعاً مشتركاً ذو أولوية بالنسبة للمبحوثين بين وسائل الإعلام التقليدية والآنترنت (أنظر الجدول ..، ص.. للمقارنة)، كما يمكن القول أن دافع الدراسة واكتساب المهارات الجديدة يعتبر من الدوافع الإيجابية التي يمكن أن تلعب أدواراً وسيطة

معاكسة في علاقة التأثير السلبي للأنترنيت على الأمن الفكري للمجتمع الجزائري، وما يعزز هذا أن دافع التسلية والترفيه جاء في مرتبة متأخرة (الرابعة) ضمن اهتمامات المبحوثين، وهو للإشارة قد احتل مراتب متأخرة أيضا في دوافع استخدام المبحوثين لوسائل الإعلام التقليدية، حسب بيانات الجداول السابقة، أما ترتيب المبحوثين لدافع التواصل ضمن المراتب الأولى لإشباعاتهم لا يحدث مفاجأة، بيد أن الأنترنيت توفر جل وسائط التواصل المهيمنة في الوقت الحالي، في حين نجد أن ترتيب دافعية التعارف وتكوين الصداقات جاء في المراتب الأخيرة، مما قد يجعل منه مؤشرا على توجه إيجابي للمبحوثين، وابتعادهم عن دافعية سلبية اتجاه مضامين مهددة لأمنهم الفكري، فمفهوم دافعية " التعارف وتكوين الصداقات " قد يحيل عند الشباب للعلاقات التواصلية بين الجنسين وما يخالطها من تهديدات جمّة، وما يعزز هذا التحليل أن أنماط التواصل التي تكون خارج هذا الإطار نجدها متضمنة في دوافع استخدام الأنترنيت لأغراض العمل والدراسة، والتواصل مع المعارف وكلها ذكرت كدوافع مستقلة.

انطلاقاً من الجدول رقم 36؛ نجد أن الفاييسوك هو الوسيط الأكثر استخداماً من المبحوثين حسب إجاباتهم بمتوسط حسابي استقر عند مؤشر 1.62، حيث أن 72.8% من المبحوثين وضعوه في المرتبتين الأولى والثانية ضمن أكثر وسائط الأنترنت التي يستخدمونها، ثم يليه في المركز الثاني اليوتيوب بمتوسط حسابي قدره 2.66، ثم متصفح google ب 3.28.

أما فيما يخص تطبيقات ووسائط النات التي احتلت المراتب الأخيرة في ترتيب المبحوثين، أي أنها الأقل استخداماً منهم؛ فنجد في المرتبة الأخيرة ألعاب النات بمتوسط حسابي قدره 4.38، يسبقها في المرتبة ما قبل الأخيرة البريد الإلكتروني بمتوسط حسابي قدره 4.05، وقبله المدونات والمنتديات التعليمية ب 4.04، ويؤيد هذا الترتيب ما نلاحظه في ترتيب الوسائط الغير مرتبة، أي الوسائط التي لا يستخدمها المبحوثون أصلاً، فنجدها جاءت على الترتيب كالتالي؛ ألعاب النات 53%، المدونات والمنتديات التعليمية 47.5%، البريد الإلكتروني 45.8%.

نلاحظ من خلال الجدول أيضاً، أن هنالك العديد من مواقع التواصل الاجتماعي وتطبيقات المراسلة الفورية التي يستخدمها المبحوثون، والتي لم نوردها ضمن قائمة الوسائط والتطبيقات المتضمنة في الأجوبة الاحتمالية، ونجد من هذه التطبيقات الأنستغرام الذي تبين أن 22.5% من المبحوثين يستخدمونه، وقد تكون النسبة أكبر بكثير، قد يكون السبب في عدم ظهورها عدم تواجد الأنستغرام ضمن قائمة الأجوبة الاحتمالية، شأنها شأن التطبيقات والوسائط الأخرى التي ظهرت ضمن خيار (تطبيقات ووسائط أخرى..أذكرها)، ونقدر أن عدم إدراجنا لهذه التطبيقات ضمن الأجوبة الاحتمالية خطأ لم ننتبه لتبعاته حتى بدأ عملية تفرغ البيانات، وهي مرحلة متأخرة لم نستطع خلالها تدارك هذا الخطأ. ما نلاحظه من بيانات الجدول أيضاً أن الانحراف المعياري المجهول لأجوبة المبحوثين على هذا السؤال استقر في مؤشر 1.69، مما يدل على تشتت ضعيف لإجابات المبحوثين، أي وجود اتفاق واضح على إجابات محددة تمكننا من تحديد الاتجاه العام لإجابات المبحوثين.

إذا ومن البيانات سابقة الذكر، نجد أن تطبيق الفاييسوك يحتل المرتبة الأولى في استخدامات المبحوثين لوسائط النات دون منازع، ثم يليه تطبيق اليوتيوب ومتصفح Google، بينما نجد استخداماً ضعيفاً من المبحوثين لألعاب النات، المدونات والمنتديات التعليمية، البريد الإلكتروني، ويمكن تفسير ضعف استخدام البريد الإلكتروني من طرف المبحوثين بكونهم قد أجابوا من قبل بأن استخدامهم للأنترنت لا يكون لأغراض العمل (أنظر الجدول رقم..ص..)، فالبريد الإلكتروني يستخدم كوسيلة رسمية واحترافي للتواصل في أمور العمل، على عكس التواصل في الإطار الشخصي الذي يتم عادة عن طريق وسائط التراسل الفورية، ووسائط التواصل الاجتماعي، أما في ما يخص ضعف استخدام المبحوثين للمدونات والمنتديات التعليمية فيصعب تفسيره، بحكم أن المبحوثين يرون أن الدراسة من أهم الدوافع التي تدفعهم لاستخدام الأنترنت، إلا أنه يمكن القول أن استخدام النات من طرف المبحوثين لغرض الدراسة قد

يتم عن طريق البحث في موقع Google أو اليوتيوب وكلاهما مرتب في أوائل التطبيقات الأكثر استخداما من المبحوثين حسب إجاباتهم.

الجدول رقم 37؛ يوضح ترتيب الأجهزة الإلكترونية التي يستخدمها المبحوثون في تصفح الأنترنت

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	غير مرتبة		المرتبة الثالثة		المرتبة الثانية		المرتبة الأولى		
		%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	
0.4	1.03	5%	20	0.3%	01	2.5%	10	92.3%	369	الهاتف النقال أو الطابلات
0.25	1.98	53.8%	215	4.5%	18	35.5%	142	6.2%	25	حاسوب محمول
0.40	2.59	68.5%	274	20.3%	81	8.8%	35	2.4%	10	حاسوب ثابت

من الجدول 37؛ نجد أن الأغلبية الساحقة من المبحوثين يفضلون استخدام الهاتف النقال أو الطابلات عند استخدامهم للأنترنت بما نسبته 92.3% من إجمالي المبحوثين الذين وضعوه كخيار أول بالنسبة لهم، و 5% من المبحوثين الذين لم يرتبوه، بمتوسط حسابي يشير ل 1.03، يليه الحاسوب المحمول بمتوسط حسابي بلغ 0.25، ثم الحاسوب الثابت بمتوسط حسابي وصل ل 2.59، و 2.4% من المبحوثين فقط من الذين يستخدمونه كخيار أول.

وتتوضح لنا من خلال هذه البيانات تفضيل المبحوثين لجعل تجربة استخدام الأنترنت تجربة فردية تتمتع بأكبر قدر من الخصوصية، بتفضيلهم للهاتف والحاسب المحمول على حساب الحاسب الثابت بيد أن استخدام الحاسوب الثابت يميل في الأغلب إلى الحاسوب المنزلي أو حاسوب العمل الذي يتم مشاركته مع مجموعة من الأشخاص.

الجدول رقم 38؛ يوضح إجابات المبحوثين عن مقدار الساعات اليومية الذي يقضونه عادة في تصفح

الأنترنت

النسبة المئوية	التكرار	إجابات المبحوثين
8.3%	33	أقل من نصف ساعة
27.5%	110	من نصف ساعة إلى 2 ساعات
17.8%	71	من 2 ساعات إلى 3 ساعات
43.8%	175	أكثر من ثلاث ساعات
2.8%	11	قيم مفقودة

من الجدول 38؛ نجد أن 43.8% من المبحوثين يقضون أكثر من ثلاث ساعات يوميا عادة في تصفحهم للأنترنت، و 17.8% منهم يقضون ما بين الساعتين إلى ثلاث ساعات يوميا في تصفحها،

و27.5% منهم يتصفحونها في مقدار وقي يتراوح بين نصف ساعة إلى ساعتين، في حين أن 8.3% من الباحثين فقط لا يتعدى استخدامهم للإنترنت حاجز النصف ساعة.

من خلال البيانات أعلاه يتضح لنا المقدار الوقي الكبير الذي يشغله استخدام الإنترنت في الحياة اليومية للشباب الجزائريين، حيث نجد أن النسبة الأكبر من الباحثين يستخدمون الإنترنت لأكثر من ثلاث ساعات يوميا، في حين أن النسبة الأقل منهم هم أولئك الذين يكتفون بالحد الأدنى من المقدار الوقي المعبر عنه بأقل من نصف ساعة.

ويتعزز بهذا ما توصلنا إليه سابقا من خلال تحليل بيانات الجدول رقم 32 ومقارنتها مع بيانات الجداول السابقة التي تصف استخدام الباحثين لوسائل الإعلام التقليدية، على توجه الشباب الجزائريين لاستخدام الإنترنت مقابل تخليهم الجزئي عن استخدام وسائل الإعلام التقليدية، بمعنى آخر تعاضم الزمن الإعلامي لوسائل الإعلام الجديد على حساب انحصار الزمن الإعلامي لوسائل الإعلام التقليدية، حيث وبقراءة مقارنة، نجد أن 1.5% من الباحثين فقط يتجاوزون حاجز الثلاث ساعات يوميا في الاستماع للراديو، و8% منهم فقط يتجاوزونها عند الحديث على مشاهدة التلفاز، في المقابل فإن من لا يتعدى حجم تعرضهم اليومي للراديو النصف ساعة يتجاوزون 48.5%، وتتجاوز 43.3% في مشاهدة التلفاز، وهو ما يبرز الفروقات الطردية في الزمنين الإعلاميين لوسائل الإعلام الجديد، والإعلام التقليدي.

الجدول رقم 39؛ يوضح إجابات الباحثين عن تفضيلات استخدام الإنترنت من حيث مشاركة تجربة التصفح مع الآخرين

النسبة المئوية للتكرارات	التكرارات	
87.3%	349	التصفح منفردا
6.8%	27	مع الأسرة
2.3%	09	مع الأصدقاء
3.8%	15	قيم مفقودة

من خلال الجدول رقم 39؛ تبين لنا النزعة الفردية القوية التي تتصل باستخدام الإنترنت ووسائله الإعلامية التواصلية؛ حيث أن 87.3% من الباحثين يفضلون تصفح الإنترنت بصفة منفردة، في مقابل 6.8% منهم فقط يفضلون مقاسمة تجربة التصفح مع الأسرة، و 2.3% مع الأصدقاء، ولقد تحدثنا من قبل عن فرضية أثر النزعة الاستقلالية والفردانية عند مستخدمي وسائل الإعلام والاتصال في تعزيز احتمالية حدوث الأثر السلبي لوسائل الإعلام والاتصال على الأمن الفكري لديهم.

ويتضح لنا عند مقارنة البيانات أعلاه مع بيانات سابقة تتعلق بتفضيلات استخدام الباحثين لوسائل الإعلام التقليدية، تغيرا في تفضيلات استخدام وسائل الإعلام بين التقليدية والجديدة في ما يخص

مشاركة تجربة الاستخدام مع الآخرين؛ فنجد أن 41.5% من الباحثين فقط يفضلون مشاهدة التلفاز بصفة منفردة، و 43.3% منهم يفضلون الاستماع للراديو وحدهم دون تقاسم تجربة الاستماع مع الآخرين. (أنظر الجدول رقم 18، والجدول رقم 25)

الجدول رقم 40؛ يوضح إجابات الباحثين عن مدى تفاعلهم مع مضامين الأنترنت بالتعليق أو الإعجاب أو المشاركة

النسبة المئوية للتكرارات	التكرارات	
21.5%	86	أتفاعل معها دائما
53.3%	213	أتفاعل معها أحيانا
16.3%	65	نادرا ما أتفاعل معها
7%	28	لا أتفاعل معها أبدا
2%	08	قيم مفقودة

يوضح لنا الجدول رقم 40؛ عادات الباحثين فيما يخص التفاعل مع المضامين والمحتويات التي يتصفحونها عبر الأنترنت سواء بالإعجاب أو التعليق أو المشاركة، حيث نجد أن 53.3% من الباحثين قد صرحوا بأنهم يتفاعلون أحيانا مع هذه المضامين، في حين أن 21.5% من الباحثين صرحوا أنهم يتفاعلون معها بشكل دائم، في مقابل ذلك نجد أن 16.5% من الباحثين لا يتفاعلون معها إلا نادرا، في حين أن الباحثين الذين لا يتفاعلون مع محتويات النات لا يتجاوزون 7%.

من خلال البيانات سالفة الذكر نجد أن الاتجاه العام لإجابات الباحثين يتجه نحو تفاعلهم مع المضامين المنشورة عبر الأنترنت سواء بشكل دائم أو وقتي، حيث يشكل الباحثون الذين يتفاعلون مع محتويات النات بشكل دائم أو أحيانا مجتمعين 74.8% من العدد الإجمالي للباحثين، ويرجع هذا أساسا لكون الميزة الأساسية التي تتسم بها وسائط النات التي يتجلى من خلالها الإعلام الجديد هي التفاعلية والتشاركية، فنجد أنها أهم عامل جذب لمواقع التواصل الاجتماعي المعاصرة مثلا وأهم مميزاتهما، والتي انبرى عنها تفوق واضح للإعلام الجديد في تحقيقه لإشباعات جديدة لم تستطع وسائل الإعلام التقليدية تحقيقها.

الجدول رقم 41؛ يوضح مدى مصادفة المبحوثين للمحتويات الإعلامية والاتصالية المهددة للقيم الإيمانية الغيبية للمجتمع الجزائري.

مدى مصادفة المبحوثين لهذه المحتويات من خلال استخدامهم لوسائل الإعلام المختلفة								المحتويات المهددة للقيم الإيمانية الغيبية	
الاستجابة الموزونة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	قيم ضائعة	أبدا	نادرا	أحيانا	دائما		
أبدا	0.80	3.35	9	229	93	48	21	ت	محتويات تشكك في وجود الله، أو تحمل قيم إحادية
			%2.3	%57.3	%23.3	%12	%5.3	%	
أبدا	0.71	3.35	12	218	101	57	12	ت	محتويات تتضمن رسوم ماسونية، وطقوس عبدة الشيطان
			%3	%54.5	%25.3	%14.3	%3	%	
نادرا	0.97	3.04	9	163	113	80	34	ت	محتويات تحاجم الإسلام
			%2.3	%40.8	%28.3	%20	%8.7	%	
نادرا	1.00	3.00	7	165	95	101	32	ت	محتويات تنسب للإسلام أمورا خاطئة، أو تحمل مغالطات حول الشريعة الإسلامية
			%1.8	%41.3	%23.8	%25.3	%8	%	
نادرا	0.88	3.16	7	188	103	80	22	ت	محتويات تروج لطوائف وجماعات دينية منحرفة عن العقيدة الإسلامية السوية
			%1.8	%47	%25.7	%20	%5.5	%	
نادرا	0.98	3.06	8	178	84	104	26	ت	محتويات تدعو لفصل الدين عن الدولة والسياسة وشؤون الحياة
			%98	%44.5	%21	%26	%6.5	%	
أبدا	0.78	3.30	11	213	92	71	13	ت	محتويات تبشيرية، تحمل إغراءات لاعتناق المسيحية
			%2.8	%53.3	%23	%17.8	%3.3	%	
المتوسط الحسابي الإجمالي لعبارات المحور: 3.18								الانحراف المعياري الإجمالي لعبارات المحور: 0.87	

من خلال الجدول رقم 41؛ نجد أن الاتجاه العام للمبحوثين يتجه نحو أنهم لا يصادفون المحتويات الإعلامية والاتصالية المهددة للقيم العقائدية الإيمانية والغيبية لديهم خلال تعاملهم مع وسائل الإعلام إلا نادرا، حيث نلاحظ أن المتوسط الحسابي المحمل لعبارات المحور استقر عند مؤشر: 3.18 ، وهو ما يحيل حسب الجدول المعبر عن الميزان التقديري لمقياس ليكرت الرباعي (أنظر الجدول رقم 03، صفحة..). إلى الاستجابة الموزونة الجملة "نادرا" ضمن قائمة الإجابات الاحتمالية المقترحة على المبحوثين للإجابة على سؤال المحور الذي جاء نصه: خلال تعاملك مع وسائل الإعلام المختلفة: (تلفزيون، إذاعة، صحف، أنترنت)، أي من المحتويات الإعلامية التالية تصادفها أكثر؟، مع انحراف

معياري إجمالي استقر في مؤشر 0.87، بما يجيل إلى عدم وجود تشتت يخل بالدلالات الإحصائية للمتوسط الحسابي الإجمالي المعبر عن الاتجاه العام لإجابات المبحوثين عن عبارات هذا المحور. وإذا جئنا للتفصيل في عبارات المحور نجد أن أكثر عبارة أجاب الباحثون فيها على أنهم لا يصادفون في وسائل الإعلام ما يهدد قيمهم الإيمانية الغيبية فيها على الإطلاق، هي العبارة الأولى من المحور، والتي تتحدث عن المحتويات المشككة في وجود الله، أو تلك التي تحمل قيم إلحادية، حيث صرح 57.3% المبحوثين أنهم لا يصادفونها أبدا خلال تجربتهم في استخدام وسائل الإعلام، في حين صرح 23.3% من المبحوثين أنهم نادرا ما يصادفونها، كما أن 54.5% من المبحوثين صرحوا أنهم لا يصادفون أبدا محتويات تتضمن رسوم ماسونية، وطقوس عبدة الشيطان، و 25.3% منهم أجابوا بأنهم لا يصادفونها إلا نادرا، وفي مؤشرات مقارنة نجد 53.3% من المبحوثين أجابوا أنهم لا يصادفون على الإطلاق محتويات تبشيرية تحمل إغراءات لاعتناق المسيحية، عبر وسائل الإعلام، و 23% منهم أجابوا أنهم لا يصادفونها إلا نادرا، ومن هنا يمكن القول أن الاتجاه العام لإجابات المبحوثين يشير لعدم تعرضهم لمحتويات إعلامية واتصالية سلبية متكررة، يمكن لها أن تهدد قيمهم العقائدية الإيمانية والغيبية. وعلى الرغم من الاتجاه العام السالب لإجابات المبحوثين والذي يتجه نحو عدم مصادفة المبحوثين لمحتويات إعلامية واتصالية سلبية متكررة تهدد قيمهم العقائدية الإيمانية والغيبية إلا نادرا، إلا أن هنالك بعض المؤشرات المعاكسة التي وجب الوقوف عندها حتى لو لم تكن في الاتجاه العام لإجابات المبحوثين؛ فنجد أن 25.10% من المبحوثين كانت متوسط إجاباتهم تتراوح ما بين الإجابتين "دائما وأحيانا"، عند إجابتهم على عبارات المحور، كما نجد أن 29.16% من المبحوثين قد أجابوا بأنهم يصادفون دائما أو أحيانا محتويات إعلامية سلبية متضمنة في العبارات الثالثة، الرابعة والخامسة، وعليه يمكن القول أن أكثر من ربع حجم عينة البحث يصادفون محتويات إعلامية واتصالية مهددة لقيمهم الإيمانية والغيبية، وأن أكثر ما يصادفه المبحوثون من هذه المحتويات هو على الترتيب: محتويات تنسب للإسلام أمورا خاطئة، أو تحمل مغالطات حول الشريعة الإسلامية، محتويات تدعو لفصل الدين عن الدولة والسياسة وشؤون الحياة، محتويات تحاجم الإسلام، محتويات تروج لطوائف وجماعات دينية منحرفة عن العقيدة الإسلامية السوية و يبقى ما يقارب ثلاث أرباع حجم عينة البحث يجدون أنهم لا يصادفون هذه المحتويات على الإطلاق أو على النادر من الحدوث، بما يعبر عن الاتجاه العام لإجابات المبحوثين عن عبارات هذا المحور.

الجدول رقم 42؛ يوضح مدى مصادفة الباحثين للمضامين الإعلامية والاتصالية المهددة للقيم العلمية

الفكرية لدى المجتمع الجزائري

مدى مصادفة الباحثين لهذه المحتويات من خلال استخدامهم وسائل الإعلام								المحتويات الإعلامية والاتصالية المهددة للقيم العلمية الفكرية للمجتمع الجزائري	
الاستجابة الموزونة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	قيم مفقودة	أبدا	نادرا	أحيانا	دائما		
نادرا	1.06	3.00	9	169	91	93	38	ت	محتويات تهاجم علماء دين، وتنتقص من مكانتهم
			%2.3	%42.3	%22.8	%23.3	%9.5		
نادرا	1.00	3.00	14	165	87	105	29	ت	محتويات تنتقص من مكانة العلوم الدينية
			%3.5	%41.3	%21.8	%26.3	%7.3		
أحيانا	1.30	2.45	11	102	75	110	102	ت	محتويات تسلية مسفة وترفيه غير هادف
			%2.8	%25.5	%18.8	%27.5	%25.5		
نادرا	1.11	2.83	9	143	85	115	47	ت	محتويات تروج للاحتيال والرجل والشعوذة باسم الطب البديل أو الرقية الشرعية
			%2.3	%35.8	%21.3	%28.8	%11.8		
نادرا	1.10	2.71	7	122	90	127	54	ت	محتويات تسخر من الواقع الاجتماعي للمعلم والأستاذ، وتنتقص من مكانته الاجتماعية
			%1.8	%30.5	%22.5	%31.8	%13.5		
المتوسط الحسابي الإجمالي لعبارات المحور: 2.80								الانحراف المعياري الإجمالي لعبارات المحور: 1.11	

من خلال الجدول رقم 42؛ نجد أن الاتجاه العام لإجابات الباحثين يتجه نحو أنهم لا يصادفون المحتويات الإعلامية والاتصالية المهددة للقيم العلمية الفكرية لديهم خلال تعاملهم مع وسائل الإعلام إلا نادرا، حيث نلاحظ أن المتوسط الحسابي المحمل لعبارات المحور استقر عند مؤشر: 2.80، وهو ما يحيل حسب الجدول المعبر عن الميزان التقديري لمقياس ليكرت الرباعي (أنظر الجدول رقم 03، صفحة..) إلى الاستجابة الموزونة المحملة "نادرا" ضمن قائمة الإجابات الاحتمالية المقترحة على الباحثين للإجابة على عبارات المحور، مع انحراف معياري إجمالي استقر في مؤشر 1.11، بما يحيل إلى وجود تشتت واختلاف نسبي بين إجابات الباحثين على أسئلة هذا المحور. ونلاحظ من خلال مقارنة المتوسطات الحسابية للعبارات المصاغة في المحور، والموضحة في الجدول، أن العبارة التي حازت على أصغر متوسط حسابي ضمن عبارات الجدول (ب) 2.45، هي العبارة الثالثة في المحور: "محتويات تسلية مسفة وترفيه غير هادف"، أي أن هذه المحتويات هي أكثر المحتويات التي

يصادفها المبحوثون عند استخدامهم لوسائل الإعلام، وهي العبارة الوحيدة ضمن المحور التي اتجهت فيها إجابات المبحوثين لكونهم يصادفونها أحيانا.

أما باقي عبارات الجدول قد اتجهت إجابات المبحوثين فيها إلى كونهم لا يصادفونها خلال استخدامهم لوسائل الإعلام إلا نادرا، وقد جاء ترتيب المتوسطات الحسابية لهذه العبارات كالتالي؛ العبارة الخامسة " محتويات تسخر من الواقع الاجتماعي للمعلم والأستاذ، وتنتقص من مكانته الاجتماعية " بمتوسط حسابي قدره 2.71، ثم العبارة الرابعة: " محتويات تروج للاحتيال والدجل والشعوذة باسم الطب البديل أو الرقية الشرعية " بمتوسط حسابي استقر عند مؤشر 2.83، ثم العبارتين الأولى والأخيرة، " محتويات تهاجم علماء دين وتنتقص من مكانتهم " و " محتويات تسخر من الواقع الاجتماعي للمعلم والأستاذ، وتنتقص من مكانته الاجتماعية"، بمتوسط حسابي متساوي قدره: 3.00.

من خلال البيانات أعلاه نجد اتجاه المبحوثين إلى عدم مصادفتهم لمحتويات إعلامية سلبية متكررة قد تهدد أمنهم الفكري في بعده المتعلق بقيمهم العلمية الفكرية إلى على نحو نادر، دون أن يكون هنالك اتفاق كبير على هذا الاتجاه قياسا بالانحراف المعياري المحمل لعبارات المحور والذي بلغ 1.11، مع تشتت نسبي يحيل إلى مصادفتهم لمحتويات سلبية تتعلق بمضامين تسلية مسفة وغير هادفة أحيانا.

الجدول رقم 43؛ يوضح مدى مصادفة المبحوثين للمحتويات الإعلامية والاتصالية المهددة للقيم الأخلاقية لدى المجتمع الجزائري

مدى مصادفة المبحوثين لهذه المحتويات من خلال استخدامهم وسائل الإعلام								المحتويات المهددة للقيم الأخلاقية للمجتمع الجزائري	
الموزونة	الاستجابة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	قيم مفقودة	أبدا	نادرا	أحيانا		دائما
نادرا	1.23	2.70	6	135	71	122	66	ت	محتويات تحمل إهزاءات جنسية، ومضامين مخلة بالحياة
			1.5%	33.8%	17.8%	30.5%	16.5%	%	
نادرا	1.11	3.00	11	176	79	94	40	ت	محتويات إباحية صريحة
			2.8%	44%	19.8%	23.5%	10%	%	
نادرا	1.27	2.79	7	154	67	109	63	ت	محتويات تشجع على التحرر الجنسي والفساد الأخلاقي
			1.8%	38.5%	16.8%	27.3%	15.8%	%	
نادرا	1.28	2.61	9	119	83	105	83	ت	محتويات تبرز شخصيات ذات مستوى أخلاقي هابط كمنخب وقدوات اجتماعية
			2.3%	29.8%	20.8%	26.3%	20.8%	%	
نادرا	1.18	2.81	9	148	73	118	52	ت	محتويات لغة مشينة، وألفاظ بذيئة مخلة بالذوق العام
			2.3%	37%	18.3%	29.5%	13%	%	
2.78	المتوسط الحسابي الإجمالي			36.62%	18.7%	27.42%	15.22%	النسب المئوية الإجمالية	
1.21	الانحراف المعياري المحمل			55.32%		42.64%		النسب المئوية التراكمية الإجمالية	

من خلال الجدول رقم 43؛ نلاحظ من خلال مقارنة المتوسطات الحسابية للعبارات المصاغة في المحور، والموضحة في الجدول، أنها جاءت متقاربة بشكل كبير حيث لم يتعد الفرق بين أكبر متوسط وأصغره 0.39، وهو أقل من طول الفقرة المحدد في جدول الأوزان للمقياس الرباعي للإجابات الاحتمالية (0.75)؛ (أنظر الجدول..)، بما لا يعطي جدوى من استعراضها والتعليق عليها بشكل مفصل.

ونجد أن الاتجاه العام لإجابات الباحثين يتجه نحو أنهم لا يصادفون المحتويات الإعلامية والاتصالية المهددة للقيم العلمية الفكرية لديهم خلال تعاملهم مع وسائل الإعلام إلا نادرا، حيث نلاحظ أن المتوسط الحسابي المحمل لعبارات المحور استقر عند مؤشر: 2.78، وهو ما يحيل إلى الاستجابة الموزونة المحملة "نادرا" ضمن قائمة الإجابات الاحتمالية المقترحة على الباحثين للإجابة على عبارات المحور، مع انحراف معياري إجمالي استقر في مؤشر 1.21، بما يحيل إلى وجود تشتت واختلاف نسبي بين إجابات الباحثين على أسئلة هذا المحور، تعبر عنه الفروقات بين النسبتين المثويتين التراكميتين للإجابتين (دائما/أحيانا) عند مقارنتهما مع الإجابتين الاحتماليتين (نادرا/أبدا).

فنلاحظ من خلال النسب المؤية التراكمية الإجمالية للإجابات أن 55.32% من إجابات الباحثين توزعت بين الإجابتين الاحتماليتين نادرا وأبدا، بما معناه عدم مصادفتهم لمحتويات إعلامية سلبية تهدد أمنهم الفكري في بعده المتعلق بالقيم الأخلاقية على نحو مطلق أو نادر، 36.62% منهم اختاروا الإجابة الاحتمالية أبدا، في المقابل نجد أن 42.64% من إجابات الباحثين توزعت بين الإجابتين دائما وأحيانا، ونجد هنا أن 15.22% فقط من الباحثين أجابوا بأنهم يصادفون هذه المحتويات على نحو دائم، ويتضح من خلال هذا أنه وعلى رغم من اتجاه إجابات الباحثين نحو الإجابة الاحتمالية نادرا، إلا أنه لا توجد فروق إحصائية كبيرة بين المستوى الضعيف لمصادفة الباحثين هذه المحتويات ممثلا في الإجابتين الاحتماليتين (نادرا/أبدا)، والمستوى القوي للمصادفة ممثلا في الإجابتين الاحتماليتين (دائما/أحيانا).

الجدول رقم 42؛ يوضح مدى مصادفة الباحثين للمحتويات الإعلامية والاتصالية المهددة للقيم

السيكولوجية النفسية لدى الفرد الجزائري

مدى مصادفة الباحثين لهذه المحتويات من خلال استخدامهم وسائل الإعلام							المحتويات المهددة للقيم السيكولوجية النفسية للفرد الجزائري		
الموزونة	الاستجابية	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	قيم مفقودة	أبدا	نادرا	أحيانا	دائما	
نادرا	1.14	2.84	11	146	87	106	50	ت	محتويات تشييد بسلوكيات العنف كالقتل، السرقة، الاغتصاب، الضرب
			%2.8	%36.5	%21.8	%26.5	%12.5	%	
أحيانا	1.32	2.44	11	105	67	113	104	ت	محتويات تروج لحياة الرفاهية والبذخ كنموذج اجتماعي معياري ومغري يجب التطلع إليه
			%2.8	%26.3	%16.8	%28.3	%26	%	
أحيانا	1.24	2.37	12	85	83	110	110	ت	محتويات تروج للثقافة الاستهلاكية
			%3	%21.3	%20.8	%27.5	%27.5	%	
2.55	المتوسط الحسابي الإجمالي			28.03	19.8	27.4	22	النسب المئوية الإجمالية	
1.23	الانحراف المعياري الإجمالي			47.83		49.4		النسب المؤوية التراكمية الإجمالية	

من خلال الجدول رقم 44؛ نلاحظ من خلال مقارنة المتوسطات الحسابية للعبارات المصاغة في

المحور، والموضحة في الجدول، أن أكثر المحتويات السلبية مصادفة من طرف الباحثين من عبارات الجدول، والتي تهدد الأمن الفكري لديهم فيما يخص البعد النفسي السيكولوجي، تمثلت في المح تويات المروحة للثقافة الاستهلاكية، بمتوسط حسابي قدره 2.37، تليها المحتويات المروحة لحياة الرفاهية والبذخ كنموذج اجتماعي معياري ومغري وجب التطلع إليه، بمتوسط حسابي قدره 2.44، ثم المحتويات المشيدة بسلوكيات العنف كالقتل، السرقة، الاغتصاب، الضرب، بمتوسط حسابي قدره 2.84

ونجد أن الاتجاه العام لإجابات الباحثين سار نحو أنهم لا يصادفون المحتويات الإعلامية والاتصالية

المهددة للقيم العلمية الفكرية لديهم خلال تعاملهم مع وسائل الإعلام إلا نادرا، حيث نلاحظ أن المتوسط الحسابي المحمل لعبارات المحور استقر عند مؤشر: 2.55، وهو ما يحيل إلى الاستجابة الموزونة المحملة "نادرا" ضمن قائمة الإجابات الاحتمالية المقترحة على الباحثين للإجابة على عبارات المحور، مع انحراف معياري إجمالي استقر في مؤشر 1.23، بما يحيل إلى وجود تشتت واختلاف نسبي بين إجابات الباحثين على أسئلة هذا المحور، تعبر عنه الفروقات بين النسبتين المقيوتين التراكميتين للإجابتين (دائما/ أحيانا) عند مقارنتهما مع الإجابتين الاحتماليتين (نادرا/أبدا).

فلاحظ من خلال النسب المؤية التراكمية الإجمالية للإجابات أن **47.8%** من إجابات الباحثين توزعت بين الإجابتين الاحتماليتين **نادرا وأبدا**، بما معناه عدم مصادفتهم لمحتويات إعلامية سلبية تهدد أمنهم الفكري في بعده المتعلق بالقيم النفسية والسيكولوجية على نحو مطلق أو نادر، **28.03%** منهم اختاروا الإجابة الاحتمالية أبدا وهي أعلى نسبة بين الإجابات الاحتمالية، في المقابل نجد أن **49.4%** من إجابات الباحثين توزعت بين الإجابتين **دائما وأحيانا**، ونجد هنا أن **22%** من الباحثين أجابوا بأنهم يصادفون هذه المحتويات على نحو **دائم**، ويتضح من خلال هذا أنه وعلى رغم من اتجاه إجابات الباحثين نحو الإجابة الاحتمالية نادرا، إلا أنه لا توجد فروق إحصائية كبيرة بين المستوى الضعيف لمصادفة الباحثين هذه المحتويات ممثلا في الإجابتين الاحتماليتين (نادرا/أبدا)، والمستوى القوي للمصادفة ممثلا في الإجابتين الاحتماليتين (دائما/أحيانا)، على الرغم من انحراف طفيف لاتجاه إجابات الباحثين نحو المستوى الضعيف منه.

الجدول رقم 45؛ يوضح مدى مصادفة الباحثين للمحتويات الإعلامية والاتصالية المهتدة لقيم الاعتدال الفكري وتقبل الآخر في المجتمع الجزائري

مدى مصادفة الباحثين لهذه المحتويات من خلال استخدامهم وسائل الإعلام والاتصال								المحتويات المهتدة لقيم الاعتدال الفكري وتقبل الآخر	
الإستجابة الموزونة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	قيم مفقودة	أبدا	نادرا	أحيانا	دائما		
نادرا	1.11	2.71	10 %2.5	121 %30.3	90 %22.5	124 %31	55 %13.8	ت	محتويات تقدم نماذج في التعصب للرأي وإلغاء الرأي الآخر
نادرا	1.32	2.65	4 %1	136 %34	63 %15.8	118 29.5 %	79 %19.8	ت	محتويات مهاجمة لأفراد أو جماعات معينة باستخدام أساليب القذف والسخرية
نادرا	1.07	3.00	19 %4.8	166 %41.5	87 %21.8	91 %22.8	37 %9.3	ت	محتويات تروج للتطرف والتشدد الديني
2.78	المتوسط الحسابي الإجمالي			35.27	20.03	27.8	14.3	النسب المؤية الإجمالية	
1.16	الانحراف المعياري الاجمالي			55.3		42.1		النسب المؤية التراكمية الإجمالية	

من خلال الجدول رقم 45؛ والشكل رقم 45؛ نلاحظ من خلال مقارنة المتوسطات الحسابية للبيانات المصاغة في المحور، والموضحة في الجدول، أنها جاءت متقاربة بشكل كبير حيث لم يتعد الفرق بين أكبر متوسط وأصغره **0.35**، وهو أقل بكثير من طول الفقرة المحدد في جدول الأوزان للمقياس الرباعي للإجابات الاحتمالية (**0.75**)؛ (أنظر الجدول..)، بما لا يعطي جدوى من استعراضها والتعليق عليها بشكل مفصل.

ونجد أن الاتجاه العام لإجابات الباحثين سار نحو أنهم لا يصادفون المحتويات الإعلامية والاتصالية المهددة للقيم العلمية الفكرية لديهم خلال تعاملهم مع وسائل الإعلام إلا نادرا، حيث نلاحظ أن المتوسط الحسابي المحمل لعبارة المحور استقر عند مؤشر: **2.78**، وهو ما يميل إلى الاستجابة الموزونة المحملة "نادرا" ضمن قائمة الإجابات الاحتمالية المقترحة على الباحثين للإجابة على عبارات المحور، مع انحراف معياري إجمالي استقر في مؤشر **1.16**، بما يميل إلى وجود تشتت واختلاف نسبي بين إجابات الباحثين على أسئلة هذا المحور، نلاحظه أيضا من خلال النسبتين المتويتين التراكميتين للإجابتين (دائما/أحيانا) عند مقارنتهما مع الإجابتين الاحتماليتين (نادرا/أبدا).

فنلاحظ من خلال النسب المؤية التراكمية الإجمالية للإجابات أن **55.3%** من إجابات الباحثين توزعت بين الإجابتين الاحتماليتين نادرا وأبدا، بما معناه عدم مصادفتهم لمحتويات إعلامية سلبية تهدد أمنهم الفكري في بعده المتعلق بالقيم النفسية والسيكولوجية على نحو مطلق أو نادر، **35.27%** منهم اختاروا الإجابة الاحتمالية أبدا وهي أعلى نسبة بين الإجابات الاحتمالية، في المقابل نجد أن **42.1%** من إجابات الباحثين توزعت بين الإجابتين دائما وأحيانا، ونجد هنا أن **14.3%** فقط من الباحثين أجابوا بأنهم يصادفون هذه المحتويات على نحو دائم، ومنه يتضح أنه توجد فروق إحصائية معتبرة بين المستوى الضعيف لمصادفة الباحثين لهذه المحتويات ممثلا في الإجابتين الاحتماليتين (نادرا/أبدا)، والمستوى القوي للمصادفة ممثلا في الإجابتين الاحتماليتين (دائما/أحيانا)، بفرق بينهما في النسبة المؤية يقدر بـ **13.2%** من الباحثين، مع اتجاه إجابات الباحثين نحو المستوى الضعيف منه.

الجدول رقم 46؛ يوضح مدى مصادفة الباحثين للمحتويات الإعلامية والاتصالية المهددة للغة

العربية واللهجات المحلية للمجتمع الجزائري

مدى مصادفة الباحثين لهذه المحتويات من خلال استخدامهم وسائل الإعلام والاتصال								
الإستجابة الموزونة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	قيم مفقودة	أبدا	نادرا	أحيانا	دائما	المحتويات المهددة للغة العربية واللهجات المحلية للمجتمع الجزائري
نادرا	1.35	2.60	11	127	70	103	89	ت محتويات تشيد باللغات الأجنبية وتصورها كمظهر للرفق الفكري، مقابل احتقارها للغة العربية
			2.8%	31.8%	17.5%	25.8%	22.3%	%
نادرا	1.06	2.82	8	134	89	114	45	ت محتويات تزدري (تحتقر) اللهجات والثقافات المحلية المنتشرة في بعض مناطق الوطن
			2%	33.5%	24.8%	29.1%	11.5%	%
2.71	المتوسط الحسابي الإجمالي			32.6	21.1	27.4	16.9	النسب المؤية الإجمالية
1.20	الانحراف المعياري الاجمالي			53.6		44.3		النسب المؤية التراكمية الإجمالية

من خلال الجدول رقم 46؛ ومن خلال مقارنة المتوسطات الحسابية لعبارتي الجدول، نلاحظ أن أكثر المحتويات السلبية مصادفة من طرف المبحوثين، بما يهدد الأمن الفكري لديهم فيما يخص اللغة العربية، تمثلت في المحتويات المشيدة باللغات الأجنبية والتي تصورها كمظهر للرقى الفكري، مقابل احتقارها للغة العربية، بمتوسط حسابي قدره 2.60، تليها المحتويات المزدرية للهجات والثقافات المحلية المنتشرة في بعض مناطق الوطن، بمتوسط حسابي قدره 2.82.

ونجد أن الاتجاه العام لإجابات المبحوثين سار نحو أنهم لا يصادفون المحتويات الإعلامية والاتصالية المهددة للقيم العلمية الفكرية لديهم خلال تعاملهم مع وسائل الإعلام إلا نادرا، حيث نلاحظ أن المتوسط الحسابي المحمل لعبارات المحور استقر عند مؤشر: 2.71، وهو ما يميل إلى الاستجابة الموزونة المحملة "نادرا" ضمن قائمة الإجابات الاحتمالية المقترحة على المبحوثين للإجابة على عبارات المحور، مع انحراف معياري إجمالي استقر في مؤشر 1.20، بما يميل إلى وجود تشتت واختلاف نسبي بين إجابات المبحوثين على أسئلة هذا المحور، تعبر عنه الفروقات بين النسبتين المثويتين التراكميتين للإجابتين (دائما/أحيانا) عند مقارنتهما مع الإجابتين الاحتماليتين (نادرا/أبدا).

فنلاحظ من خلال النسب المؤية التراكمية الإجمالية للإجابات أن 53.6% من إجابات المبحوثين توزعت بين الإجابتين الاحتماليتين نادرا وأبدا، بما معناه عدم مصادفتهم لمحتويات إعلامية سلبية تهدد أمنهم الفكري في بعده المتعلق بالقيم النفسية والسيكولوجية على نحو مطلق أو نادر، 32.6% منهم اختاروا الإجابة الاحتمالية أبدا وهي أعلى نسبة بين الإجابات الاحتمالية، في المقابل نجد أن 44.3% من إجابات المبحوثين توزعت بين الإجابتين دائما وأحيانا، ونجد هنا أن 16.9% منهم فقط أجابوا بأنهم يصادفون هذه المحتويات على نحو دائم ومنه يتضح أنه توجد فروق إحصائية معتبرة بين المستوى الضعيف لمصادفة المبحوثين لهذه المحتويات ممثلا في الإجابتين الاحتماليتين (نادرا/أبدا)، والمستوى القوي للمصادفة ممثلا في الإجابتين الاحتماليتين (دائما/أحيانا)، بفرق بينهما في النسبة المؤية يقدر ب9.3% من المبحوثين، مع اتجاه إجابات المبحوثين نحو المستوى الضعيف منه.

الجدول رقم 47؛ يوضح مدى مصادفة الباحثين للمحتويات الإعلامية والاتصالية المهددة لمنظومة عادات وتقاليد وأعراف المجتمع الجزائري

مدى مصادفة الباحثين لهذه المحتويات من خلال استخدامهم وسائل الإعلام والاتصال								المحتويات المهددة لمنظومة عادات وتقاليد وأعراف المجتمع الجزائري	
الإستجابة الموزونة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	قيم مفقودة	أبدا	نادرا	أحيانا	دائما	ت	%
نادرا	1.10	2.85	10	142	94	107	47	ت	محتويات ترددي (تحتقر) العادات والتقاليد والأعراف الاجتماعية، وتصورها كمظاهر للرجعية والتخلف
			%2.5	%35.5	%23.5	%26.8	%11.8	%	
نادرا	1.27	2.54	11	110	79	111	89	ت	محتويات تعكس مظاهر ثقافية وطرق عيش دخيلة على المجتمع
			%2.8	%27.5	%19.8	%27.8	%22.3	%	
2.69	المتوسط الحسابي الإجمالي			31.5	21.65	27.3	17.05	النسب المئوية الإجمالية	
1.18	الانحراف المعياري الإجمالي			53.15		44.35		النسب المئوية التراكمية الإجمالية	

من خلال الجدول رقم 47؛ ومن خلال مقارنة المتوسطات الحسابية لعبارتي الجدول، نلاحظ أن المحتويات الإعلامية والاتصالية المهددة لمنظومة عادات وتقاليد وأعراف المجتمع الجزائري الأكثر مصادفة من طرف الباحثين، بما يهدد الأمن الفكري لديهم، تمثلت في المحتويات التي تعكس مظاهر ثقافية وطرق عيش دخيلة على المجتمع، بمتوسط حسابي قدره 2.54، تليها محتويات المزديرة (المحتقرة) للعادات والتقاليد والأعراف الاجتماعية، والتي تصورها كمظاهر للرجعية والتخلف، بمتوسط حسابي قدره 2.85.

ونجد أن الاتجاه العام لإجابات الباحثين سار نحو أنهم لا يصادفون المحتويات الإعلامية والاتصالية المهددة للقيم العلمية الفكرية لديهم خلال تعاملهم مع وسائل الإعلام إلا نادرا، حيث نلاحظ أن المتوسط الحسابي المحمل لعبارات المحور استقر عند مؤشر: 2.69، وهو ما يميل إلى الاستجابة الموزونة الجملة "نادرا" ضمن قائمة الإجابات الاحتمالية المقترحة على الباحثين للإجابة على عبارات المحور، مع انحراف معياري إجمالي استقر في مؤشر 1.20، بما يميل إلى وجود تشتت واختلاف نسبي بين إجابات الباحثين على أسئلة هذا المحور، تعبر عنه الفروقات بين النسبتين المقويتين التراكميتين للإجابتين (دائما/أحيانا) عند مقارنتهما مع الإجابتين الاحتماليتين (نادرا/أبدا).

فلاحظ من خلال النسب المئوية التراكمية الإجمالية للإجابات أن 53.6% من إجابات الباحثين توزعت بين الإجابتين الاحتماليتين نادرا وأبدا، بما معناه عدم مصادفتهم لمحتويات إعلامية سلبية تهدد أمنهم الفكري في بعده المتعلق بالقيم النفسية والسيكولوجية على نحو مطلق أو نادر، 32.6% منهم اختاروا الإجابة الاحتمالية أبدا وهي أعلى نسبة بين الإجابات الاحتمالية، في المقابل نجد أن 44.3% من إجابات الباحثين توزعت بين الإجابتين دائما وأحيانا، ونجد هنا أن 16.9% منهم فقط أجابوا

بأنهم يصادفون هذه المحتويات على نحو دائم ومنه يتضح أنه توجد فروق إحصائية معتبرة بين المستوى الضعيف لمصادفة المبحوثين لهذه المحتويات ممثلا في الإجابتين الاحتماليتين (نادرا/أبدا)، والمستوى القوي للمصادفة ممثلا في الإجابتين الاحتماليتين (دائما/أحيانا)، بفرق بينهما في النسبة المؤوية يقدر ب9.3% من المبحوثين، مع اتجاه إجابات المبحوثين نحو المستوى الضعيف منه.

الجدول رقم 48؛ يوضح مدى مصادفة المبحوثين للمحتويات الإعلامية والاتصالية المهددة للموروث التاريخي والحضاري للمجتمع الجزائري

مدى مصادفة المبحوثين لهذه المحتويات من خلال استخدامهم وسائل الإعلام والاتصال								المحتويات المهددة للموروث التاريخي والحضاري للمجتمع الجزائري	
الإستجابة الموزونة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	قيم مفقودة	أبدا	نادرا	أحيانا	دائما		
نادرا	1.12	2.86	9	147	90	105	48	ت	محتويات تتضمن وقائع كاذبة أو مزيفة عن تاريخ الإسلام
			2.3%	36.8%	22.5%	26.4%	12%	%	
نادرا	1.10	2.87	386	142	102	93	49	ت	محتويات تتضمن وقائع كاذبة أو مزيفة عن تاريخ الجزائر
			3.5%	35.5%	25.5%	23.3%	12.3%	%	
2.86	المتوسط الحسابي الإجمالي			36.1	24	24.8	12.1	النسب المئوية الإجمالية	
1.11	الانحراف المعياري الاجمالي			60.1	36.9		النسب المؤوية التراكمية الإجمالية		

من خلال الجدول رقم 48؛ نلاحظ أن العبارتين في الجدول لهما نفس المتوسط الحسابي تقريبا (2.87/2.86)، بما يحيل إلى الاستجابة الموزونة الجملة "نادرا" ضمن قائمة الإجابات الاحتمالية المقترحة على المبحوثين للإجابة على عبارات المحور، مع انحراف معياري إجمالي استقر في مؤشر 1.11، بما يحيل إلى وجود تشتت واختلاف ضعيف نسبيا بين إجابات المبحوثين على أسئلة هذا المحور، يؤيد هذا الفروقات الواضحة بين النسبتين المئويتين التراكميتين للإجابتين الاحتماليتين (دائما/أحيانا) عند مقارنتهما مع الإجابتين الاحتماليتين (نادرا/أبدا).

فلاحظ من خلال النسب المئوية التراكمية الإجمالية للإجابات أن 60.1% من إجابات المبحوثين توزعت بين الإجابتين الاحتماليتين نادرا وأبدا، بما معناه عدم مصادفتهم لمحتويات إعلامية سلبية تهدد أمنهم الفكري في بعده المتعلق بالموروث التاريخي والحضاري المشترك للمجتمع الجزائري، على نحو مطلق أو نادر، 36.1% منهم اختاروا الإجابة الاحتمالية أبدا وهي أعلى نسبة بين الإجابات الاحتمالية، في المقابل نجد أن 36.9% من إجابات المبحوثين توزعت بين الإجابتين دائما وأحيانا، ونجد هنا أن 12.1% منهم فقط أجابوا بأنهم يصادفون هذه المحتويات على نحو دائم، ومنه يتضح أنه توجد فروق إحصائية معتبرة بين المستوى الضعيف لمصادفة المبحوثين لهذه المحتويات ممثلا في الإجابتين الاحتماليتين

(نادرا/أبدا)، والمستوى القوي للمصادفة ممثلا في الإجابتين الاحتماليتين (دائما/أحيانا)، بفرق بينهما في النسبة المؤوية يقدر ب 23.2% من المبحوثين، بما يقود الاتجاه العام لإجابات المبحوثين على نحو واضح إلى المستوى الضعيف منه.

الجدول رقم 48؛ يوضح مدى مصادفة المبحوثين للمحتويات الإعلامية والاتصالية المهددة لرمزية مؤسسات التنشئة الاجتماعية في المجتمع الجزائري

مدى مصادفة المبحوثين لهذه المحتويات من خلال استخدامهم وسائل الإعلام والاتصال								المحتويات المهددة لرمزية مؤسسات التنشئة الاجتماعية في المجتمع الجزائري	
الإستجابة الموزونة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	قيم مفقودة	أبدا	نادرا	أحيانا	دائما	ت	محتويات تتأجم مؤسسات التنشئة الاجتماعية كالأسرة، المدرسة، المسجد، وتتنقص من أدوارها الاجتماعية
نادرا	1.18	2.80	7	143	88	104	58	%	النسب المؤوية التراكمية الإجمالية
			1.8	%35.8	%22	%26	%14.5		
				57.8		40.5			

من خلال الجدول رقم 48؛ نلاحظ أن المتوسط الحسابي الموزون للعبارة المتضمنة في الجدول:

"محتويات تتأجم مؤسسات التنشئة الاجتماعية كالأسرة، المدرسة، المسجد، وتتنقص من أدوارها

الاجتماعية"، يحيل إلى الاستجابة الموزونة "نادرا"

ونلاحظ من خلال النسب المؤوية التراكمية الإجمالية للإجابات أن 57.8% من إجابات المبحوثين

توزعت بين الإجابتين الاحتماليتين نادرا وأبدا، بما معناه عدم مصادفتهم لمحتويات إعلامية سلبية تهدد

أمنهم الفكري في بعده المتعلق برمزية مؤسسات التنشئة الاجتماعية على نحو مطلق أو نادر، 35.8%

منهم اختاروا الإجابة الاحتمالية أبدا وهي أعلى نسبة بين الإجابات الاحتمالية، في المقابل نجد أن

40.5% من إجابات المبحوثين توزعت بين الإجابتين دائما وأحيانا، ونجد هنا أن 14.5% منهم

فقط أجابوا بأنهم يصادفون هذه المحتويات على نحو دائم، ومنه يتضح أنه توجد فروق إحصائية معتبرة

بين المستوى الضعيف لمصادفة المبحوثين لهذه المحتويات ممثلا في الإجابتين الاحتماليتين (نادرا/أبدا)،

والمستوى القوي للمصادفة ممثلا في الإجابتين الاحتماليتين (دائما/أحيانا)، بفرق بينهما في النسبة المؤوية

يقدر ب 19.3% من المبحوثين، بما يقود الاتجاه العام لإجابات المبحوثين على نحو واضح إلى المستوى

الضعيف للمصادفة.

الجدول رقم 49؛ يوضح مدى مصادفة المبحوثين للمحتويات المهددة للقيم المدنية لدى المجتمع الجزائري

مدى مصادفة المبحوثين لهذه المحتويات من خلال استخدامهم وسائل الإعلام والاتصال								المحتويات المهددة للقيم المدنية لدى المجتمع الجزائري	
الإستجابة الموزونة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	قيم مفقودة	أبدا	نادرا	أحيانا	دائما		
نادرا	1.13	2.89	8	149	106	83	54	ت	محتويات تخرض التمرد على القانون والنظام العام
			%2	%37.3	%26.5	%20.8	%13.5	%	
نادرا	1.21	2.82	11	143	97	86	63	ت	محتويات تحاجم مؤسسات الدولة والأشخاص في مراكز المسؤولية
			%2.8	%35.8	%24.3	%21.5	%15.8	%	
2.85	المتوسط الحسابي الإجمالي			36.5	25.4	21.1	14.6	النسب المئوية الإجمالية	
1.17	الانحراف المعياري الاجمالي			61.9		35.7		النسب المئوية التراكمية الإجمالية	

من خلال الجدول رقم 49؛ نلاحظ من خلال مقارنة المتوسطات الحسابية للعبارة المصاغة في المحور، والموضحة في الجدول، أنها جاءت متقاربة بشكل كبير حيث لم يتعد الفرق بين المتوسطين الحسابيين للعبارتين 0.07، بما لا يعطي جدوى من استعراضها والتعليق عليها بشكل مفصل. ونجد أن الاتجاه العام لإجابات المبحوثين سار نحو أنهم لا يصادفون المحتويات الإعلامية والاتصالية المهددة للقيم العلمية الفكرية لديهم خلال تعاملهم مع وسائل الإعلام إلا نادرا، حيث نلاحظ أن المتوسط الحسابي المحمل للعبارتين استقر عند مؤشر: 2.85، وهو ما يحيل إلى الاستجابة الموزونة المحملة "نادرا" ضمن قائمة الإجابات الاحتمالية المقترحة على المبحوثين، مع انحراف معياري إجمالي استقر في مؤشر 1.17، بما يحيل إلى وجود تشتت نسبي ليس بالكبير بين إجابات المبحوثين على أسئلة هذا المحور، وهو ما تعبر عنه الفروقات بين النسبتين المئويتين التراكميتين للإجابتين (دائما/ أحيانا) عند مقارنتهما مع الإجابتين الاحتماليتين (نادرا/ أبدا).

فنلاحظ من خلال النسب المئوية التراكمية الإجمالية للإجابات أن 61.9% من إجابات المبحوثين توزعت بين الإجابتين الاحتماليتين نادرا وأبدا، بما معناه عدم مصادفتهم لمحتويات إعلامية سلبية تهدد أمنهم الفكري في بعده المتعلق القيم المدنية للمجتمع الجزائري، على نحو مطلق أو نادر، منهم 36.1% اختاروا الإجابة الاحتمالية أبدا وهي أعلى نسبة بين الإجابات الاحتمالية، في المقابل نجد أن 35.7% من إجابات المبحوثين توزعت بين الإجابتين دائما وأحيانا، ونجد هنا أن 14.6% منهم فقط أجابوا بأنهم يصادفون هذه المحتويات على نحو دائم، ومنه يتضح أنه توجد فروق إحصائية معتبرة بين المستوى الضعيف لمصادفة المبحوثين لهذه المحتويات ممثلا في الإجابتين الاحتماليتين (نادرا/أبدا)، والمستوى القوي للمصادفة ممثلا في الإجابتين الاحتماليتين (دائما/أحيانا)، بفرق بينهما في النسبة المئوية

يقدر بـ 23.2% من المبحوثين، بما يقود الاتجاه العام لإجابات المبحوثين على نحو واضح إلى المستوى الضعيف منه.

مدى مصادفة المبحوثين لهذه المحتويات من خلال استخدامهم وسائل الإعلام والاتصال						أبعاد الأمن الفكري المهددة من المضامين الإعلامية والاتصالية السلبية
الاستجابة الموزونة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الفرق بين ن.م.ت 2 و ن.م.ت 1	ن.م.ت 1 * (دائما-أحيانا)	ن.م.ت 2 ** (نادرا- أبدا)	
نادرا	1.23	2.55	(- 2.4) %	47.83%	49.40%	القيم السيكلوجية النفسية
نادرا	1.18	2.69	8.80%	53.15%	44.35%	منظومة عادات وتقاليد وأعراف المجتمع
نادرا	1.20	2.71	9.30%	53.60%	44.30%	قيمة اللغة العربية واللهجات المحلية
نادرا	1.16	2.78	13.20%	55.30%	42.10%	قيم الاعتدال الفكري وتقبل الآخر
نادرا	1.21	2.78	12.68%	55.32%	42.64%	القيم الأخلاقية
نادرا	1.11	2.80	15.46%	56.52%	41.06%	القيم العلمية الفكرية
نادرا	1.18	2.80	17.30%	57.80%	40.50%	رمزية مؤسسات التنشئة الاجتماعية
نادرا	1.17	2.85	26.20%	61.90%	35.70%	القيم المدنية
نادرا	1.11	2.86	23.30%	60.10%	36.90%	قيمة الموروث التاريخي والحضاري المشترك
نادرا	0.78	3.18	32.55%	72.75%	25.09%	القيم الإيمانية الغيبية
نادرا	1.13	2.80	15.88%	57.42%	40.20%	المتوسطات

الجدول رقم 50؛ جدول تجميعي لإجابات المبحوثين عن المحور

* ن.م.ت 1: النسبة المؤوية التراكمية للإجابتين الاحتماليتين (دائما-أحيانا)

** ن.م.ت 2: النسبة المؤوية التراكمية للإجابتين الاحتماليتين (نادرا- أبدا)

يمثل الجدول رقم 50؛ جدولاً تجميعياً لما سبقه من جداول تعبر عن إجابات المبحوثين عن درجة مصادفتهم للمحتويات الإعلامية والاتصالية السلبية المهددة لأبعاد أمنهم الفكري، من خلال الاختيار من خمسة إجابات احتمالية.

وتشير المتوسطات الحسابية في هذا الجدول التجميعي إلى الاستجابة الموزونة التي استقرت عليها إجابات المبحوثين في كل جدول من الجداول السابقة، حيث أنه وكلما كان المتوسط الحسابي صغيراً كلما اتجه نحو مصادفة المبحوثين القوية لهذه المحتويات السلبية، ممثلاً في الإجابتين الاحتماليتين (أصافها دائماً/ أصادفها أحيانا)، وعلى العكس من ذلك فإنه كلما كان المتوسط الحسابي كبيراً كلما اتجه نحو المستوى الضعيف من مصادفة المبحوثين لهذه المحتويات ممثلاً في الإجابتين الاحتماليتين (نادرا ما أصادفها/أبدا لا أصادفها).

وتمثل النسبة المؤوية التجميعية التراكمية نسبة المبحوثين الذين اختاروا إحدى الإجابتين الاحتماليتين المعبرتين عن المستوى الضعيف لمصادفتهم هذه المحتويات أو المستوى القوي منه، أي نسبة المبحوثين الذين اختاروا إحدى الإجابتين (أصادفها دائما/ أصادفها أحيانا) أو (أصادفها نادرا/ لا أصادفها أبدا)، وكلما نقص الفرق بين النسبتين التراكميتين التجميعيتين للمستويين القوي والضعيف كلما دل ذلك على وجود دلالات إحصائية تعبر عن تشتت إجابات المبحوثين في الاتجاه المعاكس لما يشير إليه المتوسط الحسابي، وفي هذه الحالة فإنه يشير هنا إلى زيادة نسبة المبحوثين الذين اختاروا إحدى الإجابتين الاحتماليتين المعبرتين على المستوى القوي للمصادفة (أصادفه دائما/أصادفه أحيانا) ونلاحظ من خلال المتوسطات الحسابية في الجدول أن التهديدات المتعلقة بالقيم السيكولوجية النفسية قد حازت أصغر متوسط حسابي قدره 2.55، تليها باقي أبعاد الأمن الفكري المهددة بمتوسطات حسابية مقارنة محصورة بين (2.69 و 2.86)، ثم في الأخير نجد التهديدات المتعلقة بالقيم الإيمانية الغيبية بمتوسط حسابي قدره 3.18، ويمكن القول أن الاتجاه العام لإجابات المبحوثين دال على أنهم لا يصادفون ما يهدد الأبعاد الأساسية لأمنهم الفكري إلا نادرا، وهو ما يحيل إليه المتوسط الحسابي الإجمالي للجدول التجميعي والمقدر بـ 2.80.

وعلى الرغم من الاتجاه العام لإجابات المبحوثين المتجه إلى الإجابة الاحتمالية "نادرا ما أصادفها"، إلا أن هنالك دلالات إحصائية تعبر عنها الفروقات بين النسب المئوية التراكمية للمستويين القوي والضعيف في إجابات المبحوثين حول المضامين المهددة لبعض أبعاد الأمن الفكري في الجدول؛ فبالنسبة للقيم السيكولوجية النفسية نجد أن نسبة المبحوثين الذين أجابوا بأنهم يصادفون دائما أو أحيانا محتويات سلبية مهددة لأمنهم الفكري في ما يتعلق بالقيم السيكولوجية النفسية، كانت أكثر من نسبة المبحوثين الذين أجابوا بأنهم لا يصادفونها إلا نادرا، أو أنهم لا يصادفونها أبدا بفارق قدره 2.4%، ونجد أن الفارق بين المستويين القوي والضعيف لم يتعد 15% في إجابات المبحوثين حول مصادفتهم مضامين إعلامية واتصالية مهددة لمنظومة عادات وتقاليد وأعراف المجتمع، قيمة اللغة العربية واللهجات المحلية، قيم الاعتدال الفكري وتقبل الآخر، القيم الأخلاقية، ما معناه أن نسبة معتبرة من المبحوثين أجابوا بأنهم يصادفون محتويات سلبية مهددة لأبعاد الأمن الفكري المذكورة أعلاه أحيانا أو دائما في المقابل نجد أن الفارق بين المستويين القوي والضعيف تجاوز 20% في إجابات المبحوثين حول مصادفتهم مضامين إعلامية واتصالية مهددة للقيم المدنية، قيمة الموروث التاريخي والحضاري المشترك، والقيم الإيمانية الغيبية، أي أن نسبة قليلة فقط من المبحوثين أجابوا بأنهم يصادفون محتويات سلبية مهددة لأبعاد الأمن الفكري المذكورة أعلاه أحيانا أو دائما.

ويمكن القول أن الاتجاه العام لإجابات المبحوثين، جاء متعارضا نسبيا مع ما يلحظ واقعا من انتشار كبير للمحتويات الإعلامية والاتصالية المهددة للأمن الفكري في أبعاده المختلفة، وقد يعزوا ذلك إلى عدم استيعاب المبحوثين الجيد للمطلوب منهم في هذا السؤال، والذي استهدف درجة مصادفتهم للمحتويات السلبية المهددة لأمنهم الفكري في أبعاده الأساسية، إلا أنه ومن المحتمل أن نسبة من المبحوثين قد فهموا أن المقصود هنا هو المحتويات الإعلامية والاتصالية السلبية التي يستهدفون متابعتها أو يتابعونها اختياريا، لا تلك المحتويات التي يرون أنها تتكرر باستمرار فيصادفونها دون خيار منهم.. ويبقى بذلك تحليل المضمون الأداة الأنسب لتحصيل بيانات من هذا النوع، وليست الاستبانة التي فرضتها المتطلبات المنهجية لدراستنا هذه.

5- متغير مقدار استخدام وسائل الإعلام والاتصال:

تمت المقارنة بين متوسطات إجابات المبحوثين على المحور تبعا لاختلاف مقدار استخدامهم لوسائل الإعلام والاتصال المختلفة، كما تم إجراء اختبار التباين الأحادي ANOVA (أنوفا) لاكتشاف هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية في إجابات المبحوثين المعبرة حول مدى مصادفتهم للمحتويات الإعلامية والاتصالية السلبية والمهددة لأمنهم الفكري تبعا لمتغير مقدار استخدام وسائل الإعلام والاتصال، ويوضح الجدول رقم 51 الفروقات في المتوسطات، نتائج الاختبارات والدلالات الإحصائية. الجدول رقم 51؛ مصادفة المبحوثين للمحتويات المهددة للأمن الفكري تبعا لمتغير مقدار

استخدام وسائل الإعلام

متوسط إجابات المبحوثين على المحور حسب متغير قدر استخدام الوسيلة الإعلامية					
قدر المشاهدة	التلفزيون	الإذاعة	الجرائد	الأنترنيت	
دائما	2.86	2.68	2.57	2.79	
أحيانا	2.91	2.80	2.93	2.98	
نادرا	2.81	2.80	2.70	3.05	
أبدا	2.40	2.88	2.89	3.78	
قيمة ف	2.96	0.445	2.288	3.008	
القيمة الاحتمالية	0.032	0.721	0.078	0.030	
الدلالة الإحصائية	توجد فروقات إحصائية	لا توجد فروقات إحصائية	لا توجد فروقات إحصائية	توجد فروقات إحصائية	

من خلال الجدول رقم 51، نجد أنه لا توجد فروقات ذات دلالة إحصائية في إجابات المبحوثين المعبرة عن مدى مصادفتهم للمحتويات الإعلامية والاتصالية السلبية والمهددة لأمنهم الفكري تبعا لمتغير

مقدار استخدام الإذاعة والجرائد، حيث جاءت قيم (ف) بقيمها الاحتمالية لاستخدام هذه الوسائل أكبر من 0.05، مما يدل على عدم وجود فروقات إحصائية.

في حين نجد أنه توجد فروقات ذات دلالة إحصائية في إجابات المبحوثين المعبرة عن مدى مصادقتهم للمحتويات الإعلامية والاتصالية السلبية والمهددة لأمنهم الفكري تبعاً لمتغير مقدار استخدام التلفزيون والإنترنت، حيث جاءت قيم (ف) بقيمها الاحتمالية لاستخدام هذه الوسائل أصغر من 0.05، مما يدل على وجود فروقات إحصائية.

ونلاحظ من خلال الجدول، أن المتوسط الحسابي لإجابات المبحوثين في هذا المحور من الذين لا يستخدمون الإنترنت أبداً مثل أكبر متوسط حسابي في المجموعات الثلاث قدر ب 3.78، وهو المتوسط الحسابي الوحيد الذي يميل إلى الاستجابة الموزونة لا أصادفها أبداً، بما معناه أن من لا يستخدمون الإنترنت بصفة مطلقة أجابوا بأنهم لا يصادفون محتويات إعلامية واتصالية سلبية تهدد أمنهم الفكري على الإطلاق، ويدعم هذا الاتجاه أن ثاني أكبر متوسط حسابي سجل في المجموعتين يعود للمبحوثين الذين لا يستخدمون الإنترنت إلا نادراً ب 3.05، في المقابل نلاحظ أن المتوسط الحسابي لإجابات المبحوثين على عبارات هذا المحور من الذين لا يستخدمون التلفزيون أبداً مثل أصغر متوسط حسابي في المجموعات الثلاث قدر ب 2.40، وهو المتوسط الحسابي الوحيد الذي يميل إلى الاستجابة الموزونة أصادفها أحياناً.

وعليه فإنه يتجلى لنا هنا أن من لا يستخدمون الإنترنت على الإطلاق أو على النادر هم الأقل مصادفة للمحتويات الإعلامية والاتصالية السلبية والمهددة للأمن الفكري، في المقابل فإن من لا يستخدمون التلفزيون على الإطلاق هم الأكثر مصادفة لهذه المحتويات، ويمكن تفسير هذا بأنه وعلى افتراض أن سبب عدم استخدام التلفاز على الإطلاق عند بعض المبحوثين قد يعود إلى الاكتفاء باستخدام الإنترنت عند هؤلاء، أي أن زمن التصفح في النات ألغى زمن مشاهدة التلفاز عندهم، بما معناه أن من لا يشاهدون التلفاز على الإطلاق، يزيد استخدامهم للإنترنت، وعليه فإن هذا يقودنا إلى القول أن أكثر المحتويات الإعلامية والاتصالية السلبية مصادفة من طرف المبحوثين هي تلك المحتويات المنشورة عبر الإنترنت.

المبحث الخامس: عرض وتحليل اتجاهات المبحوثين إزاء متابعة المحتويات السلبية المهددة للأمن الفكري في وسائل الإعلام والاتصال.

الجدول رقم 52؛ يوضح اتجاهات المبحوثين إزاء متابعة المحتويات الإعلامية والاتصالية المهددة للقيم الإيمانية الغيبية لدى المجتمع الجزائري

إجابات المبحوثين المعبرة عن ردود أفعالهم المعتادة إزاء هذه المحتويات الإعلامية والاتصالية								المحتويات الإعلامية والاتصالية المهددة للقيم الإيمانية الغيبية	
الإستجابة الموزونة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	قيم مفقودة	لا أتابعها وأعمل جاهدا على تجنبها	لا أتابعها	أتابعها بحذر وتحفظ	لا أجد حرجا في متابعتها	ت	%
لا أتابعها	0.96	2.87	3	130	122	107	38	ت	أفلام أو مسلسلات ممتعة، شخصية البطل فيها ملحدة لا تؤمن بوجود الله
			%0.8	%32.5	%30.5	%26.8	%9.5	%	
لا أتابعها	0.63	3.22	3	167	164	54	12	ت	رسوم كارتونية أو مسلسلات ممتعة تحمل رموزا ماسونية أو طقوس عبدة الشيطان
			0.8	%41.8	%41	%13.5	%3	%	
لا أتابعها وأعمل جاهدا على...	0.49	3.39	4	202	151	40	3	ت	محتويات تتأجج الإسلام وتنسب له أمورا خاطئة، أو تحمل مغالطات حول الشريعة الإسلامية
			%1	%51	%38.1	%10	%0.8	%	
لا أتابعها وأعمل جاهدا على...	0.50	3.38	3	197	160	34	6	ت	محتويات تروج لطوائف وجماعات دينية منحرفة عن العقيدة الإسلامية السوية
			%0.3	%49.3	%40	%8.5	%1.5	%	
لا أتابعها	0.70	3.17	3	160	162	57	18	ت	محتويات تدعو لفصل الدين عن الدولة والسياسة وشؤون الحياة
			%0.8	%40	%40.5	%14.3	%4.5	%	
لا أتابعها وأعمل جاهدا على...	0.43	3.47	2	219	155	18	6	ت	محتويات تبشيرية، تحمل إغراءات لاعتناق المسيحية
			%0.5	%54.8	%38.8	%4.5	%1.5	%	
3.25	المتوسط الحسابي الإجمالي			44.9	38.15	12.93	3.47	النسب المئوية الإجمالية	
0.61	الانحراف المعياري الإجمالي			83.05		16.4		النسب المئوية التراكمية الإجمالية	

يوضح الجدول رقم 52؛ ردود الفعل الاعتيادية للمبحوثين عند مصادفتهم للمحتويات الإعلامية السلبية المهددة لأمنهم الفكري في بعده المتعلق بالقيم الإيمانية العقائدية، من خلال أربعة إجابات احتمالية توضح هذه الردود، وتشير المتوسطات الحسابية في الجدول إلى الاستجابة الموزونة التي استقرت عليها إجابات المبحوثين في كل عبارة من عبارات الجدول، حيث أنه وكلما كان المتوسط الحسابي صغيرا كلما اتجه نحو حدي المستوى القوي لردود الأفعال الموسوم بالإجابتين الاحتماليتين (لا أجد حرجا في متابعتها/ أتابعها بحذر وتحفظ)، لذلك فإننا نرتب هذه العبارات من أصغر متوسط حسابي إلى أكبره، ونلاحظ من خلال مقارنة المتوسطات الحسابية للعبارات الواردة في الجدول، أن العبارة الأولى في الجدول

والتي تتحدث عن الأفلام أو المسلسلات الممتعة، التي تكون شخصية البطل فيها ملحدة لا تؤمن بوجود الله؛ قد حازت أصغر متوسط حسابي قدر ب 2.87، تليها العبارة الخامسة من الجدول والتي تتحدث عن محتويات تدعوا لفصل الدين عن الدولة والسياسة وشؤون الحياة، والتي حازت متوسط حسابي قدره 3.17، تليها العبارة الثانية من الجدول والمعبرة عن المحتوى الإعلامي: "رسوم كارتونية أو مسلسلات ممتعة تحمل رموزا ماسونية أو طقوس عبدة الشيطان" بمتوسط حسابي قدره 3.22، وتشير المتوسطات الحسابية للعبارات الثالث إلى الاستجابة الموزونة "لا أتابعها"، في حين تراوحت المتوسطات الحسابية للعبارات المتبقية بين المؤشرين 3.38 و 3.47، لتشير للاستجابة الموزونة لا أتابعها وأعمل جاهدا على تجنبها.

ونجد أن الاتجاه العام لإجابات الباحثين سار نحو أنهم لا يتابعون المحتويات الإعلامية والاتصالية المهددة للقيم العلمية الفكرية لديهم خلال تعاملهم مع وسائل الإعلام، حيث نلاحظ أن المتوسط الحسابي الجمل للعبارات الجدول استقر عند مؤشر: 3.25، وهو ما يحيل إلى الاستجابة الموزونة المجمل "لا أتابعها" ضمن قائمة الإجابات الاحتمالية المقترحة على الباحثين، مع انحراف معياري إجمالي استقر في مؤشر 0.61، بما يحيل إلى عدم وجود تشتت نسبي لإجابات الباحثين على أسئلة هذا المحور، يمكن أن يخل بالدلالة الإحصائية للمتوسط الحسابي، وهو ما نلاحظه جليا عند المقارنة بين النسبتين المئويتين التراكميتين للإيجابيتين (لا أجد حرجا في متابعتها/أتابعها بحذر وتحفظ) المعبرتين عن المستوي القوي لمتابعة هذه المضامين، حيث نجد أن 16.4% من الباحثين فقط قد اختاروا إحدى هاتين الإيجابيتين، مع الإيجابيتين الاحتماليتين (لا أتابعها/ لا أتابعها وأعمل جاهدا على تجنبها)، المعبرتين عن المستوى الضعيف لمتابعة الباحثين هذه المضامين، حيث نجد أن 83.05% من الباحثين اختاروا إحدى هاتين الإيجابيتين.

الجدول رقم 53؛ يوضح اتجاهات الباحثين إزاء المحتويات الإعلامية والاتصالية المهتدة للقيم العلمية الفكرية لدى المجتمع الجزائري

إجابات الباحثين المعبرة عن ردود أفعالهم المعتادة إزاء هذه المحتويات الإعلامية والاتصالية								المحتويات الإعلامية والاتصالية المهتدة للقيم العلمية الفكرية	
لا أحد حرجا في متابعتها	أتابعها بحذر وتحفظ	لا أتابعها وأعمل جاهدا على تجنبها	قيم مفقودة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الإستجابة الموزونة	ت		
13	37	177	7	3.26	0.58	لا أتابعها	ت	محتويات تحاجم علماء الدين، وتنتقص من مكانتهم	
3.3%	9.4%	44.3%	1.8%				%		
7	36	180	6	3.31	0.50	لا أتابعها وأعمل جاهدا على...	ت	محتويات تنتقص من مكانة العلوم الدينية	
1.8%	9%	45%	1.5%				%		
32	68	179	14	2.93	0.78	لا أتابعها	ت	محتويات تسلية مسفة وترفيه غير هادف	
8%	17%	44.8%	3.5%				%		
37	72	163	16	2.91	0.86	لا أتابعها	ت	محتويات مظلمة تروج للتداوي بالأعشاب والرقية المدفوعة الأجر	
9.3%	18%	40.8%	4%				%		
27	58	188	10	3.01	0.73	لا أتابعها	ت	محتويات تسخر من الواقع الاجتماعي للمعلم والأستاذ، وتنتقص من مكانته الاجتماعية	
6.8%	14.5%	47%	2.5%				%		
		11.31	33.68%	المتوسط الحسابي الإجمالي		3.08	النسب المؤوية الإجمالية		
		44.38%							
		17.15%	78.06%		الانحراف المعياري الإجمالي		النسب المؤوية التراكمية الإجمالية		
					0.69				

يوضح الجدول رقم 53؛ ردود الفعل الاعتيادية للباحثين عند مصادفتهم للمحتويات الإعلامية السلبية المهتدة لأمنهم الفكري في بعده المتعلق بالقيم العلمية الفكرية، ونلاحظ من خلال مقارنة المتوسطات الحسابية للعبارات الواردة في الجدول، أن العبارة الرابعة في الجدول والتي تتحدث عن المحتويات المظلمة التي تروج للتداوي بالأعشاب والرقية المدفوعة الأجر؛ قد حازت أصغر متوسط حسابي قدر ب 2.91، تليها العبارة الثالثة من الجدول والتي تتحدث عن محتويات تسلية مسفة وترفيه غير هادف، والتي حازت متوسط حسابي قدره 2.93، ويشير المتوسطين الحسابيين لهاتين العبارتين إلى الاستجابة الموزونة "لا أتابعها"، في حين جاءت المتوسطات الحسابية للعبارات الثلاث المتبقية على الترتيب كالتالي: 3.01، 3.26 و 3.30، لتشير للاستجابة الموزونة "لا أتابعها وأعمل جاهدا على تجنبها".

إذا نجد أن الاتجاه العام لإجابات الباحثين سار نحو أنهم لا يتابعون المحتويات الإعلامية والاتصالية المهتدة لقيمهم العلمية الفكرية خلال تعاملهم مع وسائل الإعلام، حيث نلاحظ أن المتوسط الحسابي المحمل لعبارات الجدول استقر عند مؤشر: 3.08، وهو ما يميل إلى الاستجابة الموزونة المحملة "لا أتابعها" ضمن قائمة الإجابات الاحتمالية المقترحة على الباحثين، مع انحراف معياري إجمالي استقر في

مؤشر **0.69**، بما يجعل إلى عدم وجود تشتت نسبي لإجابات الباحثين على أسئلة هذا المحور، يمكن أن يخل بالدلالة الإحصائية للمتوسط الحسابي الإجمالي، وهو ما يتضح جليا عند ملاحظة النسبة المئوية التراكمية للإجابتين (لا أجد حرجا في متابعتها/أتابعها بحذر وتحفظ) المعبرتين عن المستوى القوي لمتابعة هذه المضامين، حيث نجد أن 17.5% من الباحثين فقط قد اختاروا إحدى هاتين الإجابتين، وعند مقارنتها بالنسبة المئوية التراكمية للإجابتين الاحتماليتين (لا أجد حرجا في متابعتها/أتابعها بحذر وتحفظ)، المعبرتين عن المستوى الضعيف لمتابعة الباحثين هذه المضامين، نجد أن 78.06% من الباحثين اختاروا إحدى هاتين الإجابتين.

الجدول رقم 54؛ يوضح اتجاهات الباحثين إزاء المحتويات الإعلامية والاتصالية المهددة للقيم الأخلاقية للمجتمع الجزائري

إجابات الباحثين المعبرة عن ردود أفعالهم المعتادة إزاء هذه المحتويات الإعلامية والاتصالية								المحتويات الإعلامية والاتصالية المهددة للقيم الأخلاقية	
لا أجد حرجا في متابعتها	أتابعها بحذر وتحفظ	لا أتابعها وأعمل جاهدا على تجنبها	قيم مفقودة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الإستجابة الموزونة	ت		
10	14	151	13	3.46	0.48	لا أتابعها وأعمل جاهدا على ...	ت	محتويات تحمل إهزاءات جنسية ، ومضامين مخلة بالحياء	
2.5%	3.5%	37.8%	3.3%				%		
10	15	134	13	3.50	0.48	لا أتابعها وأعمل جاهدا على ...	ت	محتويات إباحية صريحة	
2.5%	3.8%	33.5%	3.3%				%		
6	13	137	13	3.53	0.41	لا أتابعها وأعمل جاهدا على ...	ت	محتويات تشجع على التحرر الجنسي	
1.5%	3.3%	34.3%	3.3%				%		
11	41	185	8	3.23	0.56	لا أتابعها	ت	محتويات تبرز شخصيات ذات مستوى أخلاقي هابط كنخب وقذوات اجتماعية	
2.8%	10.3%	46.3%	2%				%		
19	62	163	11	3.11	0.72	لا أتابعها	ت	محتويات تعكس سلوكيات العنف كالقتل، السرقة، الاغتصاب، الضرب	
4.8%	15.5%	40.6%	2.8%				%		
9	31	194	9	3.28	0.50	لا أتابعها وأعمل جاهدا على ...	ت	محتويات تحمل لغة مشينة، وألفاظ بذيئة	
2.3%	7.8%	48.5%	2.3%				%		
2.73%	7.37%	40.17%	46.98%	3.35		المتوسط الحسابي الإجمالي		النسب المؤوية الإجمالية	
10.1%	87.15%			0.40		الانحراف المعياري الإجمالي		النسب المؤوية التراكمية الإجمالية	

يوضح الجدول رقم 54؛ ردود الفعل الاعتيادية للباحثين عند مصادفتهم للمحتويات الإعلامية السلبية المهددة لأمنهم الفكري في بعده المتعلق بالقيم الأخلاقية، ونلاحظ من خلال مقارنة المتوسطات الحسابية للعبارات الواردة في الجدول، أن العبارة الرابعة في الجدول والتي تتحدث عن محتويات تعكس

سلوكيات العنف كالقتل، السرقة، الاغتصاب، الضرب؛ قد حازت أصغر متوسط حسابي قدر ب 3.11، تليها العبارة الثالثة من الجدول والتي تتحدث عن محتويات تبرز شخصيات ذات مستوى أخلاقي هابط كنخب وقذوات اجتماعية، والتي حازت متوسط حسابي قدره 3.28، ويشير المتوسطين الحسابيين لهاتين العبارتين إلى الاستجابة الموزونة "لا أتابعها"، في حين جاءت المتوسطات الحسابية للعبارة الأربعة المتبقية على الترتيب كالتالي: 3.28، 3.46، 3.48، 3.53 لتشير للاستجابة الموزونة "لا أتابعها وأعمل جاهدا على تجنبها".

إذا نجد أن الاتجاه العام لإجابات الباحثين سار نحو أنهم لا يتابعون المحتويات الإعلامية والاتصالية المهددة لقيمهم الأخلاقية، حيث نلاحظ أن المتوسط الحسابي الجمل لعبارة الجدول استقر عند مؤشر: 3.35، وهو ما يحيل إلى الاستجابة الموزونة الجملة "لا أتابعها وأعمل جاهدا على تجنبها" ضمن قائمة الإجابات الاحتمالية المقترحة على الباحثين، مع انحراف معياري إجمالي استقر في مؤشر 0.40، بما يحيل إلى عدم وجود تشتت نسبي لإجابات الباحثين في هذا المحور يمكن له أن يخل بالدلالة الإحصائية للمتوسط الحسابي الإجمالي، وهو ما يتضح جليا عند ملاحظة النسبة المئوية التراكمية للإجابتين (لا أجد حرجا في متابعتها/أتابعها بحذر وتحفظ) المعبرتين عن المستوى القوي لمتابعة هذه المضامين، حيث نجد أن 10.1% من الباحثين فقط قد اختاروا إحدى هاتين الإجابتين، وعند مقارنتها بالنسبة المئوية التراكمية للإجابتين الاحتماليتين (لا أجد حرجا في متابعتها/أتابعها بحذر وتحفظ)، المعبرتين عن المستوى الضعيف لمتابعة الباحثين هذه المضامين، نجد أن 87.15% من الباحثين اختاروا إحدى هاتين الإجابتين، وهو دلالة على الاتجاه القوي للباحثين لهتين الإجابتين.

الجدول رقم 55؛ يوضح اتجاهات الباحثين إزاء المحتويات الإعلامية والاتصالية المهددة

للقيم السيكولوجية النفسية للأفراد في المجتمع الجزائري

إجابات الباحثين المعبرة عن ردود أفعالهم المعتادة إزاء هذه المحتويات الإعلامية والاتصالية								المحتويات الإعلامية والاتصالية المهددة للقيم السيكولوجية النفسية
لا أجد حرجا في متابعتها	أتابعها بحذر وتحفظ	لا أتابعها	لا أتابعها وأعمل جاهدا على تجنبها	قيم مفقودة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الإستجابة الموزونة	
38	93	151	107	11	2.84	0.88	لا أتابعها	محتويات تروج لحياة الرفاهية والبذخ كنموذج اجتماعي معياري ومغري يجب التطلع إليه
9.5%	23.3%	37.8%	26.8%	2.8%				
57	100	139	93	11	2.69	0.99	لا أتابعها	محتويات تروج للثقافة الاستهلاكية الغربية
14.3%	25%	34.8%	23.3%	2.8%				
النسب المئوية الإجمالية								
11.9%	24.15%	36.8%	25.05%	المتوسط الحسابي الإجمالي			2.76	
النسب المؤوي التراكمية الإجمالية								
36.05%		61.85%		الانحراف المعياري الإجمالي			0.93	

يوضح الجدول رقم 55؛ ردود الفعل الاعتيادية للمبحوثين عند مصادفتهم للمحتويات الإعلامية السلبية المهذدة لأمنهم الفكري في بعده المتعلق بالقيم السيكولوجية النفسية، ونلاحظ من خلال مقارنة المتوسطين الحسابيين للعبارتين الواردتين في الجدول، أن العبارة الثانية والتي تتحدث عن المح تويات المهوجة للثقافة الاستهلاكية الغربية؛ قد حازت أصغر متوسط حسابي قدر ب 2.69، تليها العبارة الأولى من الجدول والتي تتحدث عن المحتويات المهوجة لحياة الرفاهية والبذخ كنموذج اجتماعي معياري ومغري يجب التطلع إليه، والتي حازت متوسط حسابي قدره 2.84، ويشير المتوسطين الحسابيين لهاتين العبارتين إلى الاستجابة الموزونة "لا أتابعها"، وبالتالي فإن الاتجاه العام لإجابات المبحوثين سار نحو أنهم لا يتابعون المحتويات الإعلامية والاتصالية المهذدة لقيمهم الأخلاقية، وهذا ما نلاحظه من خلال المتوسط الحسابي المحمل لعبارتي الجدول الذي استقر عند مؤشر: 2.76، ونجد أن الانحراف المعياري الإجمالي للعبارتين استقر في مؤشر 0.40، بما يحيل إلى عدم وجود تشتت نسبي لإجابات المبحوثين في هذا المحور، يمكن له أن يخل بالدلالة الإحصائية للمتوسط الحسابي الإجمالي.

الجدول رقم 56؛ يوضح اتجاهات المبحوثين إزاء المحتويات الإعلامية والاتصالية المهذدة لقيم

الاعتدال الفكري وتقبل الآخر في المجتمع الجزائري

إجابات المبحوثين المعبرة عن ردود أفعالهم المعتادة إزاء هذه المحتويات الإعلامية والاتصالية								المحتويات الإعلامية والاتصالية المهذدة لقيم الاعتدال الفكري وتقبل الآخر	
لا أحد حرجا في متابعتها	أتابعها بحذر وتحفظ	لا أتابعها وأعمل جاهدا على تجنبها	قيم مفقودة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الإستجابة الموزونة	ت		
32	82	176	10	2.88	0.78	لا	ت	برامج حوار تقدم نماذج في التعصب للرأي وإلغاء الرأي الآخر	
8%	20.5%	44%	2.5%			أتابعها	%		
20	55	186	09	3.09	0.67	لا	ت	محتويات مهاجمة لأفراد أو جماعات معينة، باستخدام أساليب القذف والسخرية	
5%	13.8%	46.5%	2.3%			أتابعها	%		
11	44	177	9	3.24	0.58	لا	ت	محتويات تروج للتطرف والتشدد الديني	
2.8%	11%	44.3%	2.3%			أتابعها	%		
النسب المؤوية الإجمالية		5.26%	15.1%	44.93%	32.43%	المتوسط الحسابي الإجمالي	3.07		
النسب المؤوية التراكمية الإجمالية		26.36%	77.36%			الانحراف المعياري الإجمالي	0.68		

يوضح الجدول رقم 56؛ ردود الفعل الاعتيادية للمبحوثين عند مصادفتهم للمحتويات الإعلامية السلبية المهذدة لأمنهم الفكري في بعده المتعلق بالقيم الاعتدال الفكري وتقبل الآخر، ونلاحظ من خلال مقارنة المتوسطين الحسابيين للعبارتين الواردتين في الجدول، أن العبارة أولى من الجدول والتي

تحدث عن برامج الحوار التي تقدم نماذج في التعصب للرأي وإلغاء الرأي الآخر ؛ قد حازت أصغر متوسط حسابي قدر ب 2.88، تليها العبارة الثانية من الجدول والتي تتحدث عن المحتويات المهاجمة لأفراد أو جماعات معينة، باستخدام أساليب القذف و السخرية، والتي حازت متوسط حسابي قدره 3.09، ثم العبارة الثالثة والتي تتحدث عن المحتويات المروجة للتطرف والتشدد الديني، بمتوسط حسابي قدره 3.24، وتشير المتوسطات الحسابية لهاته العبارات الثلاث إلى الاستجابة الموزونة "لا أتابعها"، وبالتالي فإن الاتجاه العام لإجابات الباحثين سار نحو أنهم لا يتابعون المحتويات الإعلامية والاتصالية المهددة لقيمهم الأخلاقية، وهذا ما نلاحظه من خلال المتوسط الحسابي الجمل لعبارات الجدول الذي استقر عند مؤشر: 3.07، ونجد أن الانحراف المعياري الإجمالي لعبارات الجدول استقر في مؤشر 0.68، بما يحيل إلى عدم وجود تشتت نسبي لإجابات الباحثين في هذا المحور، يمكن له أن يخل بالدلالة الإحصائية للمتوسط الحسابي الإجمالي.

الجدول رقم 57؛ يوضح اتجاهات الباحثين إزاء المحتويات الإعلامية والاتصالية المهددة العربية واللهجات المحلية الجزائرية

إجابات الباحثين المعبرة عن ردود أفعالهم المعتادة إزاء هذه المحتويات الإعلامية والاتصالية								المحتويات الإعلامية والاتصالية المهددة للغة العربية واللهجات المحلية الجزائرية	
لا أجد حرجا في متابعتها	أتابعها بحذر وتحفظ	لا أتابعها وأعمل جاهدا على تجنبها	قيم مفقودة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الإستجابة الموزونة	لا أتابعها	ت	
22	69	169	10	3.04	0.74	لا	لا أتابعها		محتويات تشيد باللغات الأجنبية وتصورها كمظهر للرفي الفكري، مقابل احتقارها للغة العربية.
5.5%	17.3%	42.3%	2.5%						
15	63	192	11	3.07	0.62	لا	لا أتابعها		محتويات تزدرى (تحتقر) اللهجات والثقافات المحلية المنتشرة في بعض مناطق الوطن
3.8%	15.8%	48%	2.8%						
النسب المؤوية الإجمالية		4.65%	16.55%	45.15%	31.15%	المتوسط الحسابي الإجمالي	3.05		
النسب المؤوية التراكمية الإجمالية		21.2%	76.3%			الانحراف المعياري الإجمالي	0.68		

يوضح الجدول رقم 57؛ ردود الفعل الاعتيادية للباحثين عند مصادفتهم للمحتويات الإعلامية السلبية المهددة لأمنهم الفكري في بعده المتعلق بالقيم للغة العربية واللهجات المحلية، ونلاحظ من خلال مقارنة المتوسطين الحسابيين للعبارتين الواردتين في الجدول، أن العبارة الأولى والتي تتحدث عن المحتويات التي تشيد باللغات الأجنبية وتصورها كمظهر للرفي الفكري، مقابل احتقارها للغة العربية؛ قد حازت أصغر متوسط حسابي قدر ب 3.04، تليها العبارة الثانية من الجدول والتي تتحدث عن المحتويات التي تزدرى (تحتقر) اللهجات والثقافات المحلية المنتشرة في بعض مناطق الوطن، والتي حازت متوسط حسابي قدره 3.07، ويشير المتوسطين الحسابيين لهاتين العبارتين إلى الاستجابة الموزونة "لا أتابعها"، وبالتالي فإن

استقر في مؤشر **0.79**، بما يجعل إلى عدم وجود تشتت نسبي لإجابات المبحوثين في هذا المحور، يمكن له أن يخل بالدلالة الإحصائية للمتوسط الحسابي الإجمالي.

الجدول رقم 58؛ يوضح اتجاهات المبحوثين إزاء المحتويات الإعلامية والاتصالية المهددة

للموروث التاريخي والحضاري للمجتمع الجزائري

إجابات المبحوثين المعبرة عن ردود أفعالهم المعتادة إزاء هذه المحتويات الإعلامية والاتصالية								المحتويات الإعلامية والاتصالية المهددة للموروث التاريخي والحضاري للمجتمع الجزائري	
لا أجد حرجا في متابعتها	أتابعها بحذر وتحفظ	لا أتابعها وأعمل جاهدا على تجنبها	قيم مفقودة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الإستجابة الموزونة			
ت	5	53	166	166	10	0.54	لا	محتويات تروج وقائع كاذبة أو مزيفة عن تاريخ الإسلام	
%	%1.3	%13.3	%41.5	%41.5	%2.5		أتابعها		
ت	14	65	151	166	4	0.67	لا	محتويات تتضمن وقائع كاذبة أو مزيفة عن تاريخ الجزائر	
%	%3.5	%13.8	%36.3	%43.3	%3.3		أتابعها		
							3.20	النسب المؤوية الإجمالية	
							0.60	النسب المؤوية التراكمية الإجمالية	
								المتوسط الحسابي الإجمالي	
								الانحراف المعياري الإجمالي	
								%38.9	
								%42.4	
								%13.55	
								%2.4	
								%81.2	
								%15.95	

يوضح الجدول رقم 58؛ ردود الفعل الاعتيادية للمبحوثين عند مصادفتهم للمحتويات الإعلامية السلبية المهددة لأنهم الفكري في بعده المتعلق الموروث التاريخي والحضاري للمجتمع، ونلاحظ من خلال مقارنة المتوسطين الحسابيين للعبارتين الواردتين في الجدول، أن العبارة الثانية والتي تتحدث عن المحتويات التي تتضمن وقائع كاذبة أو مزيفة عن تاريخ الجزائر؛ قد حازت أصغر متوسط حسابي قدره 3.14، تليها العبارة الأولى من الجدول والتي تتحدث عن المحتويات الموهجة وقائع كاذبة أو مزيفة عن تاريخ الإسلام، والتي حازت متوسط حسابي قدره 3.26، ويشير المتوسطين الحسابيين لهاتين العبارتين إلى الاستجابة الموزونة "لا أتابعها"، وبالتالي فإن الاتجاه العام لإجابات المبحوثين سار نحو أنهم لا يتابعون المحتويات الإعلامية والاتصالية المهددة لقيمهم الأخلاقية، وهذا ما نلاحظه من خلال المتوسط الحسابي الإجمالي لعبارتي الجدول الذي استقر عند مؤشر: **3.20**، ونجد أن الانحراف المعياري الإجمالي للعبارتين استقر في مؤشر **0.60**، بما يجعل إلى عدم وجود تشتت نسبي لإجابات المبحوثين في هذا المحور، يمكن له أن يخل بالدلالة الإحصائية للمتوسط الحسابي الإجمالي.

**الجدول رقم 59؛ يوضح اتجاهات الباحثين إزاء المحتويات الإعلامية والاتصالية المهددة
لرمزية مؤسسات التنشئة الاجتماعية في المجتمع الجزائري**

إجابات الباحثين المعبرة عن ردود أفعالهم المعتادة إزاء هذه المحتويات الإعلامية والاتصالية								محتويات الإعلام والاتصالية المهددة لرمزية مؤسسات التنشئة الاجتماعية
الإستجابة الموزونة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	قيم مفقودة	لا أتابعها وأعمل جاهدا على تجنبها	لا أتابعها	أتابعها بحذر وتحفظ	لا أجد حرجا في متابعتها	
لا أتابعها	0.64	3.16	13	145	173	55	14	ت
			%3.3	%36.3	%43.3	%13.8	%3.5	%
								محتويات تتهاجم مؤسسات التنشئة الاجتماعية كالأُسرة، المدرسة، المسجد، وتنقص من أدوارها الاجتماعية
				%79.3		%17		النسب المؤوية التراكمية الإجمالية

يوضح الجدول رقم 59؛ ردود الفعل الاعتيادية للباحثين عند مصادفتهم للمحتويات الإعلامية السلبية المهددة لأنهم الفكري في بعده المتعلق برمزية مؤسسات التنشئة الاجتماعية، متمثلا في المحتويات التي تتهاجم مؤسسات التنشئة الاجتماعية كالأُسرة، المدرسة، المسجد، وتنقص من أدوارها الاجتماعية، ونلاحظ أن المتوسط الحساب لإجابات الباحثين بلغ 3.16، بما يشير إلى الاستجابة الموزونة "لا أتابعها"، وبالتالي فإن الاتجاه العام لإجابات الباحثين سار نحو أنهم لا يتابعون هذه المحتويات، ونلاحظ أن الانحراف المعياري لإجابات الباحثين استقر في مؤشر 0.64، بما يجعل إلى عدم وجود تشتت نسبي لإجابات الباحثين في هذا المحور، يمكن له أن يحل بالدلالة الإحصائية للمتوسط الحسابي الإجمالي.

**الجدول رقم 60؛ يوضح اتجاهات الباحثين إزاء المحتويات الإعلامية والاتصالية المهددة
للقيم المدنية في المجتمع الجزائري**

إجابات الباحثين المعبرة عن ردود أفعالهم المعتادة إزاء هذه المحتويات الإعلامية والاتصالية								محتويات الإعلام والاتصالية المهددة للقيم المدنية في المجتمع الجزائري
الإستجابة الموزونة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	قيم مفقودة	لا أتابعها وأعمل جاهدا على تجنبها	لا أتابعها	أتابعها بحذر وتحفظ	لا أجد حرجا في متابعتها	
لا أتابعها	0.67	3.12	15	136	181	48	20	ت
			%3.8	%34	%45.3	%12	%5	%
								محتويات تحرض التمرد على القانون والنظام العام
لا أتابعها	0.77	3.00	13	123	168	70	26	ت
			%3.3	%30.8	%42	%17.5	%6.5	%
								محتويات تتهاجم مؤسسات الدولة والأشخاص في مراكز المسؤولية
3.06			المتوسط الحسابي الإجمالي	%32.4	%43.65	%14.75	%5.75	النسب المؤوية الإجمالية
0.72		الانحراف المعياري الإجمالي		%76.5		%20.5		النسب المؤوية التراكمية الإجمالية

يوضح الجدول رقم 60؛ ردود الفعل الاعتيادية للمبحوثين عند مصادفتهم للمحتويات الإعلامية السلبية المهددة لأمنهم الفكري في بعده المتعلق بالقيم المدنية للمجتمع، ونلاحظ من خلال مقارنة المتوسطين الحسابيين لإجابات المبحوثين عن العبارتين الواردتين في الجدول، أن العبارة الثانية والتي تتحدث عن المحتويات المهاجم لمؤسسات الدولة والأشخاص في مراكز المسؤولية؛ قد حازت أصغر متوسط حسابي قدر ب 3.00، تليها العبارة الأولى من الجدول والتي تتحدث عن المحتويات التي تعرض على التمرد على القانون والنظام العام، والتي حازت متوسط حسابي قدره 3.12، ويشير المتوسطين الحسابيين لهاتين العبارتين إلى الاستجابة الموزونة "لا أتابعها"، وبالتالي فإن الاتجاه العام لإجابات المبحوثين سار نحو أنهم لا يتابعون المحتويات الإعلامية والاتصالية المهددة لقيمهم الأخلاقية، وهذا ما نلاحظه من خلال المتوسط الحسابي الإجمالي لعبارتي الجدول الذي استقر عند مؤشر: 3.06، ونجد أن الانحراف المعياري الإجمالي للعبارتين استقر في مؤشر 0.72، بما يحيل إلى عدم وجود تشتت في إجابات المبحوثين على هذا المحور، يمكن له أن يخل بالدلالة الإحصائية للمتوسط الحسابي الإجمالي.

الجدول رقم 61؛ جدول تجميعي يعبر عن إجابات المبحوثين حول اتجاهاتهم إزاء متابعة

المضامين المهددة للأمن الفكري

إجابات المبحوثين المعبرة عن ردود أفعالهم المعتادة إزاء المحتويات الإعلامية والاتصالية المهددة لهذه الأبعاد					أبعاد الأمن الفكري المهددة من المضامين الإعلامية والاتصالية السلبية
الاستجابة الموزونة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الفرق بين ن.م.ت2 و ن.م.ت1	ن.م.ت 1* (دائماً-أحياناً)	
لا أتابعها	0.93	2.76	25.8%	61.85	القيم السيكولوجية النفسية
لا أتابعها	0.79	2.95	43.05%	70.20	منظومة عادات وتقاليد وأعراف المجتمع
لا أتابعها	0.68	3.05	55.10%	76.30	قيمة اللغة العربية واللهجات المحلية
لا أتابعها	0.72	3.06	56%	76.50	القيم المدنية
لا أتابعها	0.68	3.07	51%	77.36	قيم الاعتدال الفكري وتقبل الآخر
لا أتابعها	0.69	3.08	60.91%	78.06	القيم العلمية الفكرية
لا أتابعها	0.64	3.16	62.30%	79.30	رمزية مؤسسات التنشئة الاجتماعية
لا أتابعها	0.60	3.20	65.25%	81.20	قيمة الموروث التاريخي والحضاري المشترك
لا أتابعها	0.61	3.25	66.65%	83.05	القيم الإيمانية الغيبية
لا أتابعها وأعمل جاهداً على تجنبها	0.40	3.35	77.05%	87.15	القيم الأخلاقية
لا أتابعها	0.67	3.09	56.31%	77.10%	المتوسطات

* ن.م.ت 1: النسبة المؤوية التراكمية للإجابتين الاحتماليتين (دائماً-أحياناً)

*ن.م.ت 2: النسبة المؤوية التراكمية للإجابتين الاحتماليتين (نادرا- أبدا)

يمثل الجدول رقم 61، جدولا تجميعيا لما سبقه من جداول تعبر عن إجابات المبحوثين حول ردود فعلهم الاعتيادية عند مصادفتهم للمحتويات الإعلامية والاتصالية السلبية المهددة لأبعاد أمنهم الفكري، من خلال الاختيار من أربعة إجابات احتمالية.

وتشير المتوسطات الحسابية في هذا الجدول التجميعي إلى الاستجابة الموزونة التي استقرت عليها إجابات المبحوثين في كل جدول من الجداول السابقة، حيث أنه وكلما كان المتوسط الحسابي صغيرا كلما اتجه نحو مصادفة المبحوثين القوية لهذه المحتويات السلبية، ممثلا في الإجابتين الاحتماليتين (لا أجد حرجا في متابعتها/ أتابعها بحذر وتحفظ)، وعلى العكس من ذلك فإنه كلما كان المتوسط الحسابي كبيرا كلما اتجه نحو المستوى الضعيف من مصادفة المبحوثين لهذه المحتويات ممثلا في الإجابتين الاحتماليتين (لا أتابعها/ لا أتابعها وأعمل جاهدا على تجنبها).

وتمثل النسبة المؤوية التجميعية التراكمية نسبة المبحوثين الذين اختاروا إحدى الإجابتين الاحتماليتين المعبرتين عن المستوى الضعيف لمصادفتهم هذه المحتويات أو المستوى القوي منه، أي نسبة المبحوثين الذين اختاروا إحدى الإجابتين (لا أجد حرجا في متابعتها/ أتابعها بحذر وتحفظ) أو (لا أتابعها/ لا أتابعها وأعمل جاهدا على تجنبها)، وكلما نقص الفرق بين النسبتين التراكميتين التجميعيتين للمستويين القوي والضعيف كلما دل ذلك على وجود دلالات إحصائية تعبر عن تشتت إجابات المبحوثين في الاتجاه المعاكس لما يشير إليه المتوسط الحسابي، وفي هذه الحالة فإنه يشير هنا إلى زيادة نسبة المبحوثين الذين اختاروا إحدى الإجابتين الاحتماليتين المعبرتين على المستوى القوي للمصادفة (لا أجد حرجا في متابعتها/أتابعها بحذر وتحفظ)

وأول ما نلاحظه من الجدول أن ترتيب المتوسطات الحسابية في هذا الجدول جاء متطابقا لحد كبير مع ترتيب المتوسطات في الجدول رقم..، بما يعني أن أكثر ما يصادفه المبحوثون من محتويات إعلامية واتصالية مهددة لأبعاد الأمن الفكري هي المحتويات نفسها التي يمتلك المبحوثون استعدادية أكبر لمتابعتها.

وجاءت كل المتوسطات الحسابية في الجدول لتعبر عن الاستجابة الموزونة **لا أتابعها**، باستثناء المحتويات المهددة للقيم الأخلاقية التي أحال المتوسط الحسابي لها للاستجابة الموزونة **لا أتابعها وأعمل جاهدا على تجنبها**، وعموما فإن المتوسط الحسابي الإجمالي للجدول التجميعي والمقدر ب **2.80**، يشير إلى الاستجابة الموزونة **لا أتابعها**.

فيما تشير الانحرافات المعيارية إلى عدم وجود تشتت في إجابات المبحوثين يمكنه من إضعاف الدلالة الإحصائية للمتوسط الحسابي، فنجد أن الانحراف المعياري الإجمالي في الجدول قدره 0.67، ومن خلال ملاحظة الفروقات بين النسب المؤوية التراكمية للمستويين القوي والضعيف في إجابات المبحوثين حول

المضامين المهددة لأبعاد الأمن الفكري في الجدول نجدها قد جاءت كبيرة فبلغ أصغر فرق فيها 25.80%، في حين بلغ متوسط الفروق الإجمالي بين هذه النسب 56.31%؛ بما يؤكد ما أحال إليه الانحراف المعياري بعدم وجود تشتت في إجابات المبحوثين.

ويمكن القول أن الاتجاه العام لإجابات المبحوثين يميل إلى أن لديهم اتجاه إيجابي إزاء التعامل مع المحتويات الإعلامية والاتصالية المهددة لأمنهم الفكري، حيث أشارت إجاباتهم إلى أنهم لا يتابعون هذه المحتويات.

ونأخذ هذه النتائج بتحفظ، آخذين في عين الاعتبار إمكانية أن لا تحمل هذه النتائج مؤشرات دقيقة عن ردود الفعل الحقيقية للمبحوثين، ويعزوا هذا لما لمسناه من تخرج العديد من المبحوثين من محتوى هذه الأسئلة، التي رأى البعض أنها حساسة، مما يكون قد أدى بهم إلى تقديم إجابات غير معبرة عن اتجاهاتهم الفعلية.

نشير أيضا أنه وتبعاً للتهديدات الخطيرة التي تسوقها هذه المحتويات السلبية للأمن الفكري للمجتمع فإنه ومهما ضعفت نسبة المبحوثين الذين أجابوا بأنهم لا يجدون حرجا في متابعة هذه المحتويات (6.56%)*، إلا أنها تبقى ذات دلالة على مخاطر فعلية تهدد الأمن الفكري للشباب الجزائريين. وبعد استعراض وتحليل نتائج المحور، نحاول الآن تحليل العلاقة الواسطية للفروقات الاجتماعية، كمصدر للفروقات في ردود أفعال المبحوثين المعتادة إزاء المحتويات الإعلامية والاتصالية المهددة لأبعاد الأمن الفكري، وذلك للتأكد من تجلي فرضيات نظرية الفئات الاجتماعية كمصدر للفروقات الاجتماعية في هذا المحور، ومن بعدها تحليل العلاقة الواسطية لاستخدامات المبحوثين لوسائل الإعلام والاتصال، للتأكد من تجلي فرضيات نظرية الاستخدامات والإشباع في المحور، و تبيان مظاهر هذا التجلي إن وجد، لما تمثله النظريتان من دعامة نظرية بنيت عليها هذه الدراسة كما يوضحه الهيكل البنائي النظري للدراسة (أنظر الشكل رقم..، ص..)، ونستخدم لهذا الغرض اختبارات تحليل التباين؛ اختبار(ت) بالنسبة للمتغيرات المستقلة ذات العيتين، واختبار التباين الأحادي ANOVA (أنوفا) بالنسبة للمتغيرات المستقلة ذات الثلاث عينات فأكثر، وكذلك اختبار المقارنات البعدية Multiple Comparisons (Scheffe)، التي توضح ماهية وسبب هذه الفروق الدالة إحصائيا، إن كشف اختبار أنوفا عن وجودها:

* جمعت من جداول المحور

1- متغير الجنس:

تم إجراء اختبار (ت) لاكتشاف هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية في ردود أفعالهم الاعتيادية عند مصادفتهم لمحتويات إعلامية واتصالية سلبية تهدد أبعاد أمنهم الفكري في وسائل الإعلام والاتصال التي يستخدمونها تبعاً لمتغير الجنس، ويوضح الجدول رقم 62 نتائج الاختبار والدلالة الإحصائية.

العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة ت	القيمة الاحتمالية	الدلالة الإحصائية
228	3.04	0.58	2.025	0.44	غير دالة إحصائية
169	3.16	0.55			

الجدول رقم 62؛ يوضح نتائج اختبار ت بخصوص اتجاهات الباحثين إزاء متابعة المحتويات المهددة لأمنهم الفكري تبعاً لمتغير الجنس

يتضح من بيانات الجدول رقم 62؛ أن متوسط إجابات الذكور على أسئلة المحور قدر ب 3.04، بانحراف معياري قدره 0.58، وهو أصغر من متوسط إجابات الإناث على أسئلة المحور والذي قدر ب 3.16، بانحراف معياري قدره 0.55، ليحيل كلا المتوسطين للاستجابة الموزونة "لا أتبعها"، كما جاءت نتيجة اختبار (ت) 2.025 بقيمة احتمالية 0.44 أكبر من مستوى الدلالة (0.05)، مما يدل على عدم وجود فروقات دالة إحصائية بين الذكور والإناث في ردود أفعالهم الاعتيادية عند مصادفتهم لمحتويات إعلامية واتصالية سلبية تهدد أبعاد أمنهم الفكري في وسائل الإعلام والاتصال التي يستخدمونها، ويوضح الرسم البياني التالي هذه النتائج.

2- متغير العمر:

تم اختبار التباين الأحادي ANOVA (أنوفا) لاكتشاف هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية في ردود أفعالهم الاعتيادية عند مصادفتهم لمحتويات إعلامية واتصالية سلبية تهدد أبعاد أمنهم الفكري في وسائل الإعلام والاتصال التي يستخدمونها تبعاً لمتغير العمر، ويوضح الجدول رقم 62 نتائج الاختبار والدلالة الإحصائية.

إجابات الباحثين على المحور تبعاً لمتغير العمر	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة ف	القيمة الاحتمالية	الدلالة الإحصائية
أقل من 20 سنة	3.13	0.60	4.015	0.008	دالة إحصائية
20 إلى 25 سنة	2.95	0.54			
من 26 إلى 30 سنة	3.06	0.53			
من 31 إلى 36 سنة	3.20	0.56			

الجدول رقم 62؛ يوضح نتائج اختبار ت بخصوص اتجاهات الباحثين إزاء متابعة المحتويات المهددة

لأمنهم الفكري تبعاً لمتغير العمر



يوضح الجدول رقم 62؛ نتائج تحليل التباين أحادي الاتجاه، فنجد أنه توجد فروقات ذات دلالة إحصائية في إجابات الباحثين حول ردود أفعالهم الاعتيادية عند مصادفتهم لمضامين إعلامية واتصالية سلبية تحدد أمنهم الفكري في أبعاده الأساسية تبعاً لمتغير العمر، حيث جاءت قيمة (ف) 4.015 بقيمة احتمالية 0.008، أصغر من 0.05، مما يدل على وجود فروقات إحصائية. ويتضح من الجدول أن أصغر متوسط حسابي حازته الفئتين العمريتين الوسطيتين (من 31 سنة إلى 36 سنة) و (من 26 إلى 30 سنة)، فيما حازت الفئتين العمريتين الأكبر والأصغر (أقل من 20 سنة) و (من 31 إلى 36 سنة) على أكبر متوسطين حسابيين قدرهما على التوالي 3.20 و 3.13. ولمعرفة سبب الفروقات تم اختبار المقارنات البعدية (Multiple comparisons Scheffe)، التي توضح ماهية وسبب هذه الفروق الدالة إحصائياً.

جدول رقم 63، نتائج اختبار المقارنات البعدية شيفيه

إجابات الباحثين على المحور تبعاً لمتغير العمر	الفرق في المتوسطات	القيمة الاحتمالية	الدلالة الإحصائية
أقل من 20 سنة-----من 20 إلى 25 سنة	0.175	0.310	غير دالة
أقل من 20 سنة-----من 26 إلى 30 سنة	0.633	0.923	غير دالة
من 26 إلى 30 سنة-----من 20 إلى 25 سنة	0.112	0.555	غير دالة
من 31 إلى 36 سنة-----أقل من 20 سنة	0.076	0.861	غير دالة
من 31 إلى 36 سنة-----من 20 إلى 25 سنة	0.252 *	0.010	دالة
من 31 إلى 36 سنة-----من 26 إلى 30 سنة	0.139	0.293	غير دالة

يتضح لنا من الجدول 63 أن سبب الفروق الدالة إحصائياً في إجابات الباحثين حول ردود أفعالهم الاعتيادية عند مصادفتهم لمضامين إعلامية واتصالية سلبية تحدد أمنهم الفكري في أبعاده الأساسية تبعاً لمتغير العمر، تعود إلى الفرق بين الفئة العمرية (من 31 إلى 36 سنة) والفئة العمرية (من 20 إلى 25 سنة)، بفارق معنوي 0.252، بقيمة احتمالية 0.010، أي أقل من 0.05. بينما الفرق بين الفئات العمرية الأخرى لم تحمل دلالات إحصائية، حيث جاءت القيم الاحتمالية لهذه الفروقات أكبر من 0.05.

3- متغير منطقة السكن:

تم اختبار التباين الأحادي ANOVA (أنوفا) لاكتشاف هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية في ردود أفعالهم الاعتيادية عند مصادفتهم لمحتويات إعلامية واتصالية سلبية تحدد أبعاد أمنهم الفكري في وسائل الإعلام والاتصال التي يستخدمونها تبعاً لمتغير منطقة السكن، ويوضح الجدول رقم .. نتائج الاختبار والدلالة الإحصائية.

الجدول رقم 64؛ يوضح نتائج اختبار أنوفا بخصوص اتجاهات المبحوثين إزاء متابعة المحتويات المهددة لأمنهم الفكري تبعاً لمتغير منطقة السكن

إجابات المبحوثين على المحور تبعاً لمتغير منطقة السكن	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة ف	القيمة الاحتمالية	الدلالة الإحصائية
الريف	3.06	0.60	0.170	0.844	غير دالة إحصائياً
منطقة شبه حضرية	3.08	0.55			
المدينة	3.10	0.54			

يوضح الجدول رقم 64 نتائج تحليل التباين أحادي الاتجاه، فنجد أنه لا توجد فروقات ذات دلالة إحصائية في إجابات المبحوثين حول ردود أفعالهم الاعتيادية عند مصادفتهم لمضامين إعلامية واتصالية سلبية تهدد أمنهم الفكري في أبعاده الأساسية تبعاً لمتغير منطقة السكن، حيث جاءت قيمة (ف) 0.170 بقيمة احتمالية 0.844، أكبر من 0.05، مما يدل على عدم وجود فروقات إحصائية. لفحص السؤال تم القيام باختبار التباين (ت) لاكتشاف هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية في ردود أفعالهم الاعتيادية عند مصادفتهم لمحتويات إعلامية واتصالية سلبية تهدد أبعاد أمنهم الفكري في وسائل الإعلام والاتصال التي يستخدمونها تبعاً لمتغير منطقة السكن، ويوضح الجدول رقم .. نتائج الاختبار والدلالة الإحصائية.

4- متغير الحالة الاجتماعية:

الجدول رقم 65؛ يوضح نتائج اختبار ت بخصوص اتجاهات المبحوثين إزاء متابعة المحتويات المهددة لأمنهم الفكري تبعاً لمتغير الحالة الاجتماعية

العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة ت	القيمة الاحتمالية	الدلالة الإحصائية
159	3.12	0.54	0.973	0.331	غير دالة إحصائياً
238	3.07	0.58			

يتضح من بيانات الجدول رقم 65؛ أن نتيجة اختبار (ت) 2.025 بقيمة احتمالية 0.44 جاءت أصغر من مستوى الدلالة (0.05)، مما يدل على عدم وجود فروقات دالة إحصائية بين المتزوجين والعزاب في ردود أفعالهم الاعتيادية عند مصادفتهم لمحتويات إعلامية واتصالية سلبية تهدد أبعاد أمنهم الفكري في وسائل الإعلام والاتصال.

5- متغير المستوى التعليمي:

تم اختبار التباين الأحادي ANOVA (أنوفا) لاكتشاف هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية في ردود أفعالهم الاعتيادية عند مصادفتهم لمحتويات إعلامية واتصالية سلبية تهدد أبعاد أمنهم الفكري

في وسائل الإعلام والاتصال التي يستخدمونها تبعاً لمتغير المستوى التعليمي، ويوضح الجدول رقم 66 نتائج الاختبار والدلالة الإحصائية.

قيمة ف	القيمة الاحتمالية	الدلالة الإحصائية
0.947	0.437	غير دالة إحصائياً

الجدول رقم 66؛ يوضح نتائج اختبار أنوفا بخصوص اتجاهات الباحثين إزاء متابعة المحتويات المهددة لأمنهم الفكري تبعاً لمتغير المستوى التعليمي

يوضح الجدول رقم 66 نتائج تحليل التباين أحادي الاتجاه، فنجد أنه لا توجد فروقات ذات دلالة إحصائية في إجابات الباحثين حول ردود أفعالهم الاعتيادية عند مصادفتهم لمضامين إعلامية واتصالية سلبية تهدد أمنهم الفكري في أبعاده الأساسية تبعاً لمتغير المستوى التعليمي، حيث جاءت قيمة (ف) 0.947 بقيمة احتمالية 0.437، أكبر من 0.05، مما يدل على عدم وجود فروقات إحصائية.

6- متغير المهنة:

تم اختبار التباين الأحادي ANOVA (أنوفا) لاكتشاف هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية في ردود أفعالهم الاعتيادية عند مصادفتهم لمحتويات إعلامية واتصالية سلبية تهدد أبعاد أمنهم الفكري في وسائل الإعلام والاتصال التي يستخدمونها تبعاً لمتغير المهنة، ويوضح الجدول رقم 67 نتائج الاختبار والدلالة الإحصائية.

قيمة ف	القيمة الاحتمالية	الدلالة الإحصائية
2.518	0.013	دالة إحصائياً

الجدول رقم 67؛ يوضح نتائج اختبار أنوفا بخصوص اتجاهات الباحثين إزاء متابعة المحتويات المهددة لأمنهم الفكري تبعاً لمتغير المهنة

يوضح الجدول رقم 67 نتائج تحليل التباين أحادي الاتجاه، فنجد أنه توجد فروقات ذات دلالة إحصائية في إجابات الباحثين حول ردود أفعالهم الاعتيادية عند مصادفتهم لمضامين إعلامية واتصالية سلبية تهدد أمنهم الفكري في أبعاده الأساسية تبعاً لمتغير المهنة، حيث جاءت قيمة (ف) 2.518 بقيمة احتمالية 0.013، أقل من 0.05، مما يدل على وجود فروقات إحصائية.

7- متغير الوضع المادي:

تم اختبار التباين الأحادي ANOVA (أنوفا) لاكتشاف هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية في ردود أفعالهم الاعتيادية عند مصادفتهم لمحتويات إعلامية واتصالية سلبية تهدد أبعاد أمنهم الفكري في وسائل الإعلام والاتصال التي يستخدمونها تبعاً لمتغير الوضع المادي، ويوضح الجدول رقم 68 نتائج الاختبار والدلالة الإحصائية.

قيمة ف	القيمة الاحتمالية	الدلالة الإحصائية
0.254	0.776	غير دالة إحصائياً

الجدول رقم 68؛ يوضح نتائج اختبار ت بخصوص اتجاهات الباحثين إزاء متابعة المحتويات المهددة لأمنهم الفكري تبعاً لمتغير الوضع المادي

يوضح الجدول رقم 68 نتائج تحليل التباين أحادي الاتجاه، فنجد أنه لا توجد فروقات ذات دلالة إحصائية في إجابات الباحثين حول ردود أفعالهم الاعتيادية عند مصادفتهم لمضامين إعلامية واتصالية سلبية تهدد أمنهم الفكري في أبعاده الأساسية تبعاً لمتغير الوضع المادية، حيث جاءت قيمة (ف) 0.254 بقيمة احتمالية 0.776، أكبر من 0.05، مما يدل على عدم وجود فروقات إحصائية.

8- متغير مقدار استخدام وسائل الإعلام والاتصال:

تمت المقارنة بين متوسطات إجابات الباحثين على المحور تبعاً لاختلاف مقدار استخدام وسائل الإعلام والاتصال المختلفة، كما تم إجراء اختبار التباين الأحادي ANOVA (أنوفا) لاكتشاف هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية في ردود أفعالهم الاعتيادية عند مصادفتهم لمحتويات إعلامية واتصالية سلبية تهدد أبعاد أمنهم الفكري في وسائل الإعلام والاتصال التي يستخدمونها تبعاً لمتغير مقدار استخدام وسائل الإعلام والاتصال، ويوضح الجدول رقم 69 الفروقات في المتوسطات، نتائج الاختبار والدلالة الإحصائية.

متوسط إجابات الباحثين على المحور حسب متغير قدر استخدام الوسيلة الإعلامية				
قدر المشاهدة	التلفزيون	الإذاعة	الجرائد	الإنترنت
دائماً	3.03	3.01	3.03	3.07
أحياناً	3.14	3.15	3.16	3.11
نادراً	3.07	3.06	2.99	3.26
أبداً	2.94	3.03	3.09	3.66
قيمة ف	1.181	0.979	1.713	1.47
القيمة الاحتمالية	1.181	0.979	1.713	1.468
الدلالة الإحصائية	0.317	0.402	0.164	0.223

الجدول رقم 69؛ يوضح نتائج اختبار ت بخصوص اتجاهات الباحثين إزاء متابعة المحتويات

المهددة لأمنهم الفكري تبعاً لمتغير مقدار استخدام وسائل الإعلام والاتصال

يوضح الجدول رقم 69، فنجد أنه لا توجد فروقات ذات دلالة إحصائية في إجابات الباحثين حول ردود أفعالهم الاعتيادية عند مصادفتهم لمضامين إعلامية واتصالية سلبية تهدد أمنهم الفكري في

أبعاده الأساسية تبعاً لمتغير مقدار استخدام وسائل الإعلام والاتصال: ، حيث جاءت قيم (ف) بقيمتها الاحتمالية لكل وسائل الإعلام، أكبر من 0.05، مما يدل على عدم وجود فروقات إحصائية. ونلاحظ من خلال الجدول، أن المتوسط الحسابي لإجابات المبحوثين في هذا المحور من الذين لا يستخدمون الأنترنت أبداً مثل أكبر متوسط حسابي في المجموعات الثلاث قدر ب **3.66**، وهو المتوسط الحسابي الوحيد الذي يميل إلى الاستجابة الموزونة لا أتابعها وأعمل جاهداً على تجنبها، بما معناه أن من لا يستخدمون الأنترنت بصفة مطلقة هم الأقل قابلية لمتابعة المضامين الإعلامية والاتصالية السلبية والمهددة لأبعاد الأمن الفكري، ويؤيد هذا المتوسط الحسابي الذي يأتي بعده هو المتوسط الحسابي للمبحوثين الذين لا يستخدمون الأنترنت إلا نادراً ب **3.26**.

المبحث السادس: عرض وتحليل التأثيرات السلبية لمحتويات وسائل الإعلام والاتصال على المبحوثين.

الجدول رقم 70؛ يوضح مدى التأثيرات السلبية لمحتويات وسائل الإعلام والاتصال على القيم الإيمانية الغيبية لدى المبحوثين

إجابات المبحوثين المعبرة عن رأيهم حول مدى تأثرهم بهذه المحتويات الإعلامية والاتصالية السلبية		المحتويات الإعلامية والاتصالية المهددة للقيم الإيمانية الغيبية						
تأثير قوي	تأثير متوسط	تأثير محدود	تأثير منعدم	لا أدري	قيم مفقودة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الإستجابة الموزونة
ت	25	14	22	290	41	4.37	1.19	تأثير منعدم
%	6.3%	3.5%	5.5%	72.5%	10.3%	8		
					2%			
ت	15	39	45	232	52	4.26	1.22	تأثير منعدم
%	3.8%	9.8%	11.3%	58%	13%	17		
					4.3%			
ت	9	20	26	299	39	4.49	1.01	تأثير منعدم
%	2.3%	5%	6.5%	74.8%	9.8%	7		
					1.8%			
ت	20	44	58	235	32	4.14	1.26	تأثير محدود
%	5%	11%	14.5%	58.8%	8%	10		
					2.5%			
ت	17	30	52	255	36	4.28	1.17	تأثير منعدم
%	4.3%	7.5%	13%	63.8%	9%	10		
					2.5%			
ت	19	29	37	254	43	4.25	1.21	تأثير منعدم
%	4.8%	7.3%	9.3%	63.5%	10.8%	18		
					4.5%			
	4.41%	10.96%	10.01%	65.23%	10.15%			النسب المؤوية الإجمالية
								النسب المؤوية التراكمية الإجمالية
		14.97%	75.4%	10.15%				

يوضح الجدول رقم 70؛ إجابات المبحوثين المعبرة عن رأيهم حول مدى تأثرهم بالمحتويات الإعلامية والاتصالية السلبية والمهددة لأمنهم الفكري في بعده المتعلق بالقيم الإيمانية العقائدية، من خلال اختيار إجابة من خمسة إجابات احتمالية توضح آراءهم، وتشير المتوسطات الحسابية في الجدول إلى الاستجابة الموزونة التي استقرت عليها إجابات المبحوثين في كل عبارة من عبارات الجدول، حيث أنه وكلما كان المتوسط الحسابي صغيراً كلما اتجه نحو حدي مستوى التأثير القوي لهذه المحتويات، والموسوم بالإيجابتين الاحتماليتين (تأثير متوسط/ تأثير قوي)، وكلما كان المتوسط الحسابي كبيراً كلما اتجه نحو حدي المستوى

الضعيف من التأثير (تأثير محدود/تأثير منعدم)، في حين تعبر الإجابة الاحتمالية "لا أدري" عن الرأي المحايد للمبحوثين في هذا الموضوع، لذلك فإننا نرتب هذه العبارات من أصغر متوسط حسابي إلى أكبره؛ فنلاحظ من خلال مقارنة المتوسطات الحسابية للعبارات الواردة في الجدول، أن العبارة الثالثة في الجدول والتي تتحدث عن الإعجاب أو المشاركة بالاحتفالات ذات الخلفيات العقائدية المخالفة للدين كاحتفالات رأس السنة الميلادية، الهلويين، الفالنتين (عيد الحب) ...؛ قد حازت أصغر متوسط حسابي قدر ب 4.14، ويشير هذا المتوسط الحسابي إلى الاستجابة الموزونة "تأثير محدود"، في حين أشارت المتوسطات الحسابية لباقي العبارات للاستجابة الموزونة "تأثير منعدم"، فتراوحت المتوسطات بين المؤشرين 4.25 و 4.49.

ونجد أن الاتجاه العام لإجابات المبحوثين سار نحو أنهم يرون أن التأثير السلبي للمحتويات الإعلامية والاتصالية على قيمهم العلمية والفكرية لديهم **منعدم**، حيث نلاحظ أن المتوسط الحسابي المحمل لعبارات الجدول استقر عند مؤشر: **4.30**، وهو ما يميل إلى الاستجابة الموزونة المحملة "تأثير منعدم" ضمن قائمة الإجابات الاحتمالية المقترحة على المبحوثين، مع انحراف معياري إجمالي استقر في مؤشر **1.18**، بما يميل إلى عدم وجود تشتت كبير في إجابات المبحوثين على أسئلة هذا المحور، يمكن أن يخل بالدلالة الإحصائية للمتوسط الحسابي، وهو ما نلاحظه عند المقارنة بين النسبتين المؤقتين التراكميتين للإجابتين (تأثير متوسط/تأثير قوي) المعبرتين عن المستوى القوي لمتابعة هذه المضامين، حيث نجد أن **14.97%** من المبحوثين فقط قد اختاروا إحدى هاتين الإجابتين، مع الإجابتين الاحتماليتين (تأثير محدود/تأثير منعدم)، المعبرتين عن المستوى الضعيف لمتابعة المبحوثين هذه المضامين، حيث نجد أن **75.4%** من المبحوثين اختاروا إحدى هاتين الإجابتين، في حين أن **10.15%** من المبحوثين اختاروا الإجابة المحايدة "لا أدري".

ويمكن أن نستدل بنسبة المبحوثين الذين اختاروا الإجابة الوسطية الحيادية على جهل المبحوثين بالتأثيرات السلبية لمضامين وسائل الإعلام على أبعاد أمنهم الفكري.

الجدول رقم 71؛ يوضح مدى التأثيرات السلبية لمحتويات وسائل الإعلام والاتصال على القيم

العلمية والفكرية لدى المبحوثين

إجابات المبحوثين المعبرة عن مدى تأثرهم بهذه المحتويات الإعلامية والاتصالية السلبية									المحتويات الإعلامية والاتصالية المهددة للقيم العلمية والفكرية	
تأثير قوي	تأثير متوسط	تأثير محدود	تأثير منعدم	لا أدري	قيم مفقودة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الإستجابة الموزونة		
15	24	46	251	53	11	4.27	1.14	منعدم	ت	تقبل لأفكار غربية علمانية مثل فصل الدين عن الدولة وعن شؤون السياسة
3.8%	6%	11.5%	62.8%	13.3%	2.8%					
20	20	52	250	49	9	4.26	1.17	منعدم	ت	تلقي معلومات دينية خاطئة أو مظلمة
5%	5%	13%	62.5%	12.3%	2.3%					
10	9	45	274	53	9	4.44	0.98	منعدم	ت	التأثر بفكر جماعات دينية منحرفة عن الإسلام الصحيح
2.5%	2.3%	11.3%	68.5%	13.3%	2.3%					
9	28	80	214	60	9	4.18	1.08	محدود	ت	تكوين صورة ذهنية سلبية عن بعض علماء الدين
2.3%	7%	20%	53.5%	15%	2.3%					
12	23	44	265	42	14	4.37	1.09	منعدم	ت	تكوين نظرة سلبية عن قيمة العلوم الدينية بين باقي العلوم
3%	5.8%	11%	66.3%	10.5%	3.5%					
32	64	84	163	45	12	3.73	1.37	محدود	ت	حمول فكري وميول متزايد اتجاه الترفيه والتسلية
8%	16%	21%	40.7%	11.3%	3%					
18	27	63	228	53	11				ت	تصديق محتويات احتيالية تهدف للربح السريع تحت غطاء التداوي بالأعشاب أو الرقية الشرعية.
4.5%	6.8%	15.8%	57%	13.3%	2.8%					
17	25	60	242	42	14				ت	تكوين صورة سلبية اتجاه المعلم والأستاذ والأدوار التي يؤديانها في المجتمع
4.3%	6.3%	15%	60.5%	10.5%	3.5%					
4.17%	6.90%	14.82%	58.97%	12.44%		4.21				النسب المؤوية الإجمالية
11.07%	73.79%			12.44%		1.17				النسب المؤوية التراكمية الإجمالية

يوضح الجدول رقم 71؛ إجابات المبحوثين المعبرة عن رأيهم حول مدى تأثرهم بالمحتويات الإعلامية والاتصالية السلبية والمهددة لأمنهم الفكري في بعده المتعلق بالقيم العلمية والفكرية، وبترتيب هذه العبارات من أصغر متوسط حسابي إلى أكبره؛ نلاحظ أن العبارة السادسة من الجدول والتي تتحدث عن الحمول الفكري والميول المتزايد اتجاه الترفيه والتسلية؛ قد حازت أصغر متوسط حسابي قدر ب 3.73، تليها العبارة الرابعة من الجدول: تكوين صورة ذهنية سلبية عن بعض علماء الدين، بمتوسط حسابي قدره 4.18، ويشير المتوسطين الحسابيين للعبارتين إلى الاستجابة الموزونة "تأثير محدود"؛ أي

أن المبحوثين يرون أن تأثيرهم بالمضامين الإعلامية والاتصالية المذكورة في العبارتين **محدود**، في حين تراوحت المتوسطات الحسابية للأربع عبارات المتبقية بين المؤشرين 4.26 و 4.44، لتحليل للاستجابة الموزونة "تأثير منعدم"، أي أن المبحوثين يرون أن تأثيرهم بالمضامين السلبية للمحتويات المذكورة في هذه العبارات **منعدم**.

ونجد أن الاتجاه العام لإجابات المبحوثين سار نحو أنهم يرون أن التأثير السلبي للمحتويات الإعلامية والاتصالية على قيمهم العلمية والفكرية لديهم **منعدم**، حيث نلاحظ أن المتوسط الحسابي المجمع لعبارات الجدول استقر عند مؤشر: **4.21**، وهو ما يميل إلى الاستجابة الموزونة المجدلة "تأثير منعدم" ضمن قائمة الإجابات الاحتمالية المقترحة على المبحوثين، مع انحراف معياري إجمالي استقر في مؤشر **1.17**، بما يميل إلى عدم وجود تشتت كبير في إجابات المبحوثين على أسئلة هذا المحور، يمكن أن يخل بالدلالة الإحصائية للمتوسط الحسابي، وهو ما نلاحظه عند المقارنة بين النسبتين المتويتين التراكميتين للإجابتين (تأثير متوسط/تأثير قوي) المعبرتين عن المستوى القوي لمتابعة هذه المضامين، حيث نجد أن **11.12%** من المبحوثين فقط قد اختاروا إحدى هاتين الإجابتين، مع الإجابتين الاحتماليتين (تأثير محدود/تأثير منعدم)، المعبرتين عن المستوى الضعيف لمتابعة المبحوثين هذه المضامين، حيث نجد أن **71.62%** من المبحوثين اختاروا إحدى هاتين الإجابتين، في حين أن **12.57%** من المبحوثين اختاروا الإجابة المحايدة "لا أدري".

الجدول رقم 72؛ يوضح مدى التأثيرات السلبية لمحتويات وسائل الإعلام والاتصال على القيم الأخلاقية للمبحوثين

إجابات المبحوثين المعبرة عن مدى تأثرهم بهذه المحتويات الإعلامية والاتصالية السلبية									المحتويات الإعلامية والاتصالية المهتدة للقيم الأخلاقية	
تأثير قوي	تأثير متوسط	تأثير محدود	تأثير منعدم	لا أدري	قيم مفقودة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الإستجابة الموزونة		
16	24	41	253	52	14	4.27	1.16	منعدم	ت	انقياد وضعف حساسية اتجاه قيم الإثارة الجنسية والإغراء
4%	6%	10.3%	63.3%	13%	3.5%				%	
12	17	29	282	41	19	4.45	1.05	منعدم	ت	إدمان للمحتويات الإباحية
3%	4.3%	7.3%	70.5%	10.2%	4.8%				%	
16	18	36	275	40	15	4.39	1.11	منعدم	ت	تقبل أو استخدام لأسلوب تواصل قائم على الألفاظ المشينة والكلام الفاحش
4%	4.5%	9%	68.8%	10%	3.8%				%	
24	19	49	254	40	14	4.27	1.20	منعدم	ت	التأثر بمظاهر العنف المجسدة في المحتويات الإعلامية كالضرب، العنف اللفظي، السرقة، القتل، الاغتصاب...
6%	4.8%	12.3%	63.5%	10%	3.5%				%	
20	26	60	234	46	14	4.20	1.19	منعدم	ت	التأثر بشخصيات فنية أو رياضية تتبنى أفكار أو أساليب عيش تتعارض مع قيم المجتمع
5%	6.5%	15%	58.5%	11.5%	3.5%				%	
4.4	5.22	10.78	64.92	10.94	المتوسط الحسابي الإجمالي		4.32			النسب المؤوية الإجمالية
9.66	75.70	10.94	الانحراف المعياري الإجمالي		1.15					النسب المؤوية التراكمية الإجمالية

يوضح الجدول رقم 72؛ إجابات المبحوثين المعبرة عن رأيهم حول مدى تأثرهم بالمحتويات الإعلامية والاتصالية السلبية والمهتدة لأنهم الفكري في بعده المتعلق بقيمهم الأخلاقية، وتراوحت المتوسطات الحسابية لعبارات الجدول بين المؤشرين 4.20 و 4.45، لتحيل للاستجابة الموزونة "تأثير منعدم"، أي أن المبحوثين يرون أن تأثرهم بالمضامين السلبية للمحتويات المذكورة في عبارات الجدول منعدم، حيث نلاحظ أن المتوسط الحسابي الجمل لعبارات الجدول استقر عند مؤشر: 4.32، وهو ما يحيل إلى الاستجابة الموزونة الجمل "تأثير منعدم" ضمن قائمة الإجابات الاحتمالية المقترحة على المبحوثين، مع انحراف معياري إجمالي استقر في مؤشر 1.15، بما يحيل إلى عدم وجود تشتت كبير في إجابات المبحوثين على أسئلة هذا المحور، يمكن أن يخل بالدلالة الإحصائية للمتوسط الحسابي، وهو ما يتضح عند المقارنة بين النسبتين المئويتين التراكميتين للإجابتين (تأثير متوسط/تأثير قوي) المعبرتين عن المستوي القوي لمتابعة هذه المضامين، حيث نجد أن 9.66% من المبحوثين فقط قد اختاروا إحدى هاتين الإجابتين، مع الإجابتين الاحتماليتين (تأثير محدود/ تأثير منعدم)، المعبرتين عن المستوى الضعيف

لمتابعة المبحوثين هذه المضامين، حيث نجد أن **75.10%** من المبحوثين اختاروا إحدى هاتين الإيجابيتين، في حين أن **10.94%** من المبحوثين اختاروا الإجابة المحايدة "لا أدري".
الجدول رقم 73؛ يوضح مدى التأثيرات السلبية لمحتويات وسائل الإعلام والاتصال على القيم السيكولوجية النفسية للمبحوثين

إجابات المبحوثين المعبرة عن مدى تأثرهم بهذه المحتويات الإعلامية والاتصالية السلبية									المحتويات الإعلامية والاتصالية المهددة للقيم السيكولوجية النفسية للمبحوثين	
الإستجابة الموزونة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	قيم مفقودة	لا أدري	تأثير منعدم	تأثير محدود	تأثير متوسط	تأثير قوي		
محدود	1.23	4.07	16	55	209	67	31	22	ت	تفضيل العزلة الاجتماعية والانطواء على الحياة الاجتماعية
			4%	13.8%	52.3%	16.8%	7.8%	5.5%	%	
منعدم	1.14	4.24	18	51	237	52	30	12	ت	إدمان في استخدام وسائل إعلام معينة أو في متابعة محتويات محددة
			4.5%	12.8%	59.3%	13%	7.5%	3%	%	
محدود	1.39	3.78	20	49	174	71	49	37	ت	اضطراب نفسي دائم بسبب التطلع للواقع الافتراضي والإعلامي المثالي الذي تصوره وسائل الإعلام والذي يتعذر تجسيده في الواقع المعاش
			5%	12.3%	43.5%	17.8%	12.3%	9.3%	%	
محدود	1.48	3.46	20	42	137	78	69	54	ت	تكوين نظرة سلبية اتجاه المجتمع والوضع الأخلاقي السائد فيه
			5%	10.5%	34.2%	19.5%	17.3%	13.5%	%	
3.89	المتوسط الحسابي الإجمالي			12.35%	47.32%	16.77%	11.22%	7.82%		النسب المؤوية الإجمالية
1.35	الانحراف المعياري الإجمالي			12.35%	64.09		19.04%			النسب المؤوية التراكمية الإجمالية

يوضح الجدول رقم 73؛ إجابات المبحوثين المعبرة عن رأيهم حول مدى تأثرهم بالمحتويات الإعلامية والاتصالية السلبية والمهددة لأمنهم الفكري في بعده المتعلق بالقيم السيكولوجية النفسية، وبترتيب هذه العبارات من أصغر متوسط حسابي إلى أكبره؛ نلاحظ أن العبارة الرابعة من الجدول والتي تتحدث عن تكوين نظرة سلبية اتجاه المجتمع والوضع الأخلاقي السائد فيه؛ قد حازت أصغر متوسط حسابي قدره **3.46**، تليها العبارة الثالثة من الجدول: اضطراب نفسي دائم بسبب التطلع للواقع الافتراضي والإعلامي المثالي الذي تصوره وسائل الإعلام والذي يتعذر تجسيده في الواقع المعاش، بمتوسط حسابي قدره **3.78**، ثم العبارة الأولى من الجدول تفضيل العزلة الاجتماعية والانطواء على الحياة الاجتماعية بمتوسط حسابي قدره **4.07**، وتشير المتوسطات الحسابية للعبارات الثلاث إلى الاستجابة الموزونة "تأثير محدود"؛ أي أن المبحوثين يرون أن تأثرهم بالمضامين الإعلامية والاتصالية المذكورة في هذه العبارات محدود، في حين قدر المتوسط الحسابي للعبارة المتبقية: إدمان في استخدام وسائل إعلام معينة أو في متابعة محتويات محددة ب **4.24**، ليحيل للاستجابة الموزونة "تأثير منعدم"، أي أن المبحوثين يرون أن تأثرهم بالمضامين السلبية المذكورة في هذه العبارة منعدم.

ونجد أن الاتجاه العام لإجابات الباحثين سار نحو أنهم يرون أن التأثير السلبي للمحتويات الإعلامية والاتصالية على قيمهم العلمية والفكرية لديهم **محدود**، حيث نلاحظ أن المتوسط الحسابي المحمل لعبارة الجدول استقر عند مؤشر: **3.89**، وهو ما يميل إلى الاستجابة الموزونة المحملة "تأثير منعدم" ضمن قائمة الإجابات الاحتمالية المقترحة على الباحثين ، مع انحراف معياري إجمالي استقر في مؤشر **1.35**، بما يميل إلى عدم وجود تشتت كبير في إجابات الباحثين على أسئلة هذا المحور، يمكن أن يخل بالدلالة الإحصائية للمتوسط الحسابي، وهو ما نلاحظه عند المقارنة بين النسبتين المؤقتين التراكميتين للإجابتين (تأثير متوسط/تأثير قوي) المعبرتين عن المستوى القوي لمتابعة هذه المضامين، حيث نجد أن **19.04%** من الباحثين قد اختاروا إحدى هاتين الإجابتين ، مع الإجابتين الاحتماليتين (تأثير محدود/ تأثير منعدم) المعبرتين عن المستوى الضعيف لمتابعة الباحثين هذه المضامين، حيث نجد أن **64.09%** من الباحثين اختاروا إحدى هاتين الإجابتين، في حين أن **12.35%** من الباحثين اختاروا الإجابة المحايدة "لا أدري".

الجدول رقم 74؛ يوضح مدى التأثيرات السلبية لمحتويات وسائل الإعلام والاتصال على قيم الاعتدال الفكري وتقبل الآخر عند الباحثين

إجابات الباحثين المعبرة عن مدى تأثرهم بهذه المحتويات الإعلامية والاتصالية السلبية									المحتويات الإعلامية والاتصالية المهتدة لقيم الاعتدال الفكري وتقبل الآخر	
تأثير قوي	تأثير متوسط	تأثير محدود	تأثير منعدم	لا أدري	قيم مفقودة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الإستجابة الموزونة	ت	%
13	51	61	197	46	18	4.03	1.24	محدود	ت	%6.8
	%12.8	%15.3	%49.3	%11.5	%4.5					%
36	65	76	162	43	18	3.69	1.40	محدود	ت	%9
	%16.3	%19	%40.5	%10.8	%4.5					%
	%7.9	%14.5	%17.15	%44.9	%11.15			3.85		
	%22.4	%62.05	%11.15					1.34		

يوضح الجدول رقم 74؛ إجابات الباحثين المعبرة عن رأيهم حول مدى تأثرهم بالمحتويات الإعلامية والاتصالية السلبية والمهتدة لأنهم الفكري في بعده المتعلق بقيم الاعتدال الفكري وتقبل الآخر لديهم، وتراوحت المتوسطات الحسابية لعبارة الجدول بين المؤشرين **3.69** و **4.03**، لتحليل للاستجابة الموزونة "تأثير محدود"، أي أن الباحثين يرون أن تأثرهم بالمضامين السلبية للمحتويات المذكورة في عبارة الجدول **محدود**، وهو ما يعبر عنه المتوسط الحسابي المحمل للعبارتين والذي استقر عند مؤشر: **3.85**، ونلاحظ أن الانحراف المعياري الإجمالي لإجابات الباحثين استقر في مؤشر **1.34**، بما يميل إلى عدم وجود تشتت كبير في إجابات الباحثين على أسئلة هذا المحور، يمكن أن يخل بالدلالة الإحصائية

للمتوسط الحسابي، وهو ما يتضح عند المقارنة بين النسبتين المئويتين التراكميتين للإيجابيتين (تأثير متوسط/تأثير قوي) المعبرتين عن المستوى القوي لمتابعة هذه المضامين، حيث نجد أن 22.4% من المبحوثين قد اختاروا إحدى هاتين الإيجابيتين، مع الإيجابيتين الاحتماليتين (تأثير محدود/تأثير منعدم)، المعبرتين عن المستوى الضعيف لمتابعة المبحوثين هذه المضامين، حيث نجد أن 62.05% من المبحوثين اختاروا إحدى هاتين الإيجابيتين، في حين أن 11.15% من المبحوثين اختاروا الإجابة المحايدة "لا أدري".

الجدول رقم 75؛ يوضح مدى التأثيرات السلبية لمحتويات وسائل الإعلام والاتصال على

المبحوثين في ما يخص اللغة العربية واللهجات المحلية الجزائرية

إجابات المبحوثين المعبرة عن مدى تأثرهم بهذه المحتويات الإعلامية والاتصالية السلبية										
الإستجابة الموزونة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	قيم مفقودة	لا أدري	تأثير منعدم	تأثير محدود	تأثير متوسط	تأثير قوي		
محدود	1.22	4.15	14	49	230	56	31	20	ت	التفاخر باستخدام اللغات الأجنبية وتفضيلها على اللغة العربية
			%3.5	%12.3	%57.5	%14	%7.8	%5	%	
منعدم	1.11	4.31	18	52	252	44	21	13	ت	كراهية ونظرة احتقار اتجاه لهجات أو ثقافات جزائرية محددة
			%4.5	%13	%63	%11	%5.3	%3.3	%	
4.23	المتوسط الحسابي الإجمالي			%12.65	%60.25	%12.5	%6.55	%4.15		النسب المئوية الإجمالية
1.17	الانحراف المعياري الإجمالي			%12.65	%72.75		10.7%			النسب المئوية التراكمية الإجمالية

يوضح الجدول رقم 75؛ إجابات المبحوثين المعبرة عن رأيهم حول مدى تأثرهم بالمحتويات الإعلامية والاتصالية السلبية والمهددة لأمنهم الفكري في ما يخص اللغة العربية واللهجات المحلية، ونجد أن المتوسط الحسابي للعبارة الأولى: التفاخر باستخدام اللغات الأجنبية وتفضيلها على اللغة العربية قد بلغ 4.15، ليحيل للاستجابة الموزونة "تأثير محدود"، أي أن المبحوثين يرون أنهم تأثروا تأثراً سلبياً محدوداً بوسائل الإعلام والاتصال ومحتوياتهما من خلال أنهم أصبحوا يتفاخرون باللغات الأجنبية ويفضلونها على اللغة العربية، في حين نجد أن المتوسط الحسابي للعبارة الثانية من الجدول قد بلغ 4.31 ليشير إلى الإجابة الموزونة "تأثير منعدم"، أي أن المبحوثين يرون أن تأثرهم السلبي بوسائل الإعلام والاتصال ومحتوياتهما فيما يتعلق بكراهية ونظرة احتقار اتجاه لهجات أو ثقافات جزائرية محددة منعدم، ونجد أن الاتجاه العام لإجابات المبحوثين سار نحو أنهم يرون أن التأثير السلبي للمحتويات الإعلامية والاتصالية على قيمة اللغة العربية واللهجات المحلية للمجتمع لديهم منعدم، حيث نلاحظ أن المتوسط الحسابي المحمل لعبارة الجدول استقر عند مؤشر: 4.23، وهو ما يحيل إلى الاستجابة الموزونة المحملة "تأثير منعدم" ضمن قائمة الإجابات الاحتمالية المقترحة على المبحوثين، مع انحراف معياري إجمالي استقر في مؤشر

1.17، بما يحيل إلى عدم وجود تشتت كبير في إجابات المبحوثين على أسئلة هذا المحور، يمكن أن يخل بالدلالة الإحصائية للمتوسط الحسابي، وهو ما نلاحظه عند المقارنة بين النسبتين المئويتين التراكميتين للإيجابيتين (تأثير متوسط/تأثير قوي) المعبرتين عن المستوى القوي لمتابعة هذه المضامين، حيث نجد أن **10.07%** من المبحوثين قد اختاروا إحدى هاتين الإيجابيتين، مع الإيجابيتين الاحتماليتين (تأثير محدود/ تأثير منعدم) المعبرتين عن المستوى الضعيف لمتابعة المبحوثين هذه المضامين، حيث نجد أن **72.75%** من المبحوثين اختاروا إحدى هاتين الإيجابيتين، في حين أن **12.65%** من المبحوثين اختاروا الإجابة المحايدة "لا أدري".

الجدول رقم 76؛ يوضح مدى التأثيرات السلبية لمحتويات وسائل الإعلام والاتصال على المبحوثين في ما يخص عادات وتقاليد وأعراف المجتمع الجزائري

إجابات المبحوثين المعبرة عن مدى تأثرهم بهذه المحتويات الإعلامية والاتصالية السلبية								المحتويات الإعلامية والاتصالية المهذدة لمنظومة العادات والتقاليد والأعراف في المجتمع الجزائري	
الإستجابة الموزونة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	قيم مفقودة	لا أدري	تأثير منعدم	تأثير محدود	تأثير متوسط	تأثير قوي	
محدود	1.30	4.01	25	40	208	67	44	25	ت
			%6.3	%10	%52	%16.8	%11	%6.3	%
محدود	1.21	3.94	14	44	129	70	30	14	ت
			%3.5	%11	%57.3	%17.5	%7.5	%3.5	%
3.97	المتوسط الحسابي الإجمالي			%10.5	%54.65	%17.15	%9.25	%9.8	
1.25	الانحراف المعياري الإجمالي			%10.5	%71.8		%19.5		

يوضح الجدول رقم 76؛ إجابات المبحوثين المعبرة عن رأيهم حول مدى تأثرهم بالمحتويات الإعلامية والاتصالية السلبية والمهذدة لأمنهم الفكري في بعده المتعلق بمنظومة عادات وتقاليد وأعراف المجتمع، وتراوحت المتوسطات الحسابية لعبارتي الجدول بين المؤشرين 3.94 و 4.01، لتحيل للاستجابة الموزونة "تأثير محدود"، أي أن المبحوثين يرون أن تأثرهم بالمضامين السلبية للمحتويات المذكورة في عبارات الجدول محدود، وهو ما يعبر عنه أيضا المتوسط الحسابي المحمل للعبارتين والذي استقر عند مؤشر: **3.97**، ونلاحظ أن الانحراف المعياري الإجمالي لإجابات المبحوثين استقر في مؤشر **1.25**، بما يحيل إلى عدم وجود تشتت كبير في إجابات المبحوثين على أسئلة هذا المحور، يمكن أن يخل بالدلالة الإحصائية للمتوسط الحسابي، وهو ما يتضح عند المقارنة بين النسبتين المئويتين التراكميتين للإيجابيتين (تأثير متوسط/تأثير قوي) المعبرتين عن المستوى القوي لمتابعة هذه المضامين، حيث نجد أن **19.5%** من المبحوثين قد اختاروا إحدى هاتين الإيجابيتين، مع الإيجابيتين الاحتماليتين (تأثير محدود/ تأثير منعدم)، المعبرتين عن المستوى الضعيف لمتابعة المبحوثين هذه المضامين، حيث نجد أن **71.8%** من

المبحوثين اختاروا إحدى هاتين الإجابتين، في حين أن 10.5% من المبحوثين اختاروا الإجابة المحايدة "لا أدري".

الجدول رقم 77؛ يوضح مدى التأثيرات السلبية لمحتويات وسائل الإعلام والاتصال على القيم

المدنية للمبحوثين في ما يخص الموروث التاريخي والحضاري للمجتمع الجزائري

إجابات المبحوثين المعبرة عن مدى تأثرهم بهذه المحتويات الإعلامية والاتصالية السلبية									المحتويات الإعلامية والاتصالية المهتدة	
الإستجابة الموزونة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	قيم مفقودة	لا أدري	تأثير منعدم	تأثير محدود	تأثير متوسط	تأثير قوي	الموروث التاريخي والحضاري للمجتمع الجزائري	
									ت	%
منعدم	1.18	4.26	12	46	252	47	24	19	ت	تكوين معلومات تاريخية مزيفة تخص تاريخ الجزائر أو التاريخ الإسلامي
			%3	%11.5	%63	%11.8	%6	%4.8	%	
				%11.5	%74.8	%10.8		النسب المؤوية التراكمية الإجمالية		

يوضح الجدول رقم 77؛ إجابات المبحوثين المعبرة عن رأيهم حول مدى تأثرهم بالمحتويات الإعلامية والاتصالية السلبية والمهتدة لأمنهم الفكري في بعده المتعلق بالموروث التاريخي والحضاري للمجتمع، حيث قدر المتوسط الحسابي لإجابات المبحوثين على عبارة الجدول: تكوين معلومات تاريخية مزيفة تخص تاريخ الجزائر أو التاريخ الإسلامي ب4.26، ليحيل للاستجابة الموزونة "تأثير منعدم"، أي أن المبحوثين يرون أن تأثرهم بالمضامين السلبية للمحتويات المذكورة في عبارات الجدول منعدم، وهو ما تعبر عنه أيضا المقارنة بين النسبتين المؤويتين التراكميتين للإجابتين (تأثير متوسط/تأثير قوي) المعبرتين عن المستوي القوي لمتابعة هذه المضامين، حيث نجد أن 10.8% من المبحوثين قد اختاروا إحدى هاتين الإجابتين، مع الإجابتين الاحتماليتين (تأثير محدود/ تأثير منعدم) ، المعبرتين عن المستوى الضعيف لمتابعة المبحوثين هذه المضامين، حيث نجد أن 74.8% من المبحوثين اختاروا إحدى هاتين الإجابتين، في حين أن 11.5% من المبحوثين اختاروا الإجابة المحايدة "لا أدري".

الجدول رقم 78؛ يوضح مدى التأثيرات السلبية لمحتويات وسائل الإعلام والاتصال على

المبحوثين في ما يخص رمزية مؤسسات التنشئة الاجتماعية لديهم

إجابات المبحوثين المعبرة عن مدى تأثرهم بهذه المحتويات الإعلامية والاتصالية السلبية									المحتويات الإعلامية والاتصالية المهتدة	
الإستجابة الموزونة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	قيم مفقودة	لا أدري	تأثير منعدم	تأثير محدود	تأثير متوسط	تأثير قوي	لرمزية مؤسسات التنشئة الاجتماعية	
									ت	%
منعدم	1.18	4.29	15	39	256	47	22	21	ت	تكوين صورة سلبية اتجاه قيمة الأسرة، المدرسة، المسجد، والأدوار التي تؤديها في صلاح الفرد والمجتمع
			%3.8	%9.8	%64	%11.8	%5.5	%5.3	%	
				%9.8	%75.8	%10.8		النسب المؤوية التراكمية الإجمالية		

يوضح الجدول رقم 78؛ إجابات المبحوثين المعبرة عن رأيهم حول مدى تأثرهم بالمحتويات الإعلامية والاتصالية السلبية والمهددة لأمنهم الفكري في بعده المتعلق برمزية مؤسسات التنشئة الاجتماعية، حيث قدر المتوسط الحسابي لإجابات المبحوثين على عبارة الجدول: تكوين صورة سلبية اتجاه قيمة الأسرة، المدرسة، المسجد، والأدوار التي تؤديها في صلاح الفرد والمجتمع ب 4.29، ليحيل للاستجابة الموزونة "تأثير منعدم"، أي أن المبحوثين يرون أن تأثرهم منعدم فيما يتعلق بالمضامين السلبية لوسائل الإعلام والاتصال التي يمكن أن تجعلهم يكونون صورة سلبية اتجاه قيمة الأسرة، المدرسة، المسجد، والأدوار التي تؤديها في صلاح الفرد والمجتمع، وهو ما تعبر عنه أيضا المقارنة بين النسبتين المؤيبتين التراكميتين للإجابتين (تأثير متوسط/تأثير قوي) المعبرتين عن المستوى القوي لمتابعة هذه المضامين، حيث نجد أن 10.8% من المبحوثين قد اختاروا إحدى هاتين الإجابتين، مع الإجابتين الاحتماليتين (تأثير محدود/تأثير منعدم)، المعبرتين عن المستوى الضعيف لمتابعة المبحوثين هذه المضامين، حيث نجد أن 75.8% من المبحوثين اختاروا إحدى هاتين الإجابتين، في حين أن 9.5% من المبحوثين اختاروا الإجابة المحايدة "لا أدري".

الجدول رقم 79؛ يوضح مدى التأثيرات السلبية لمحتويات وسائل الإعلام والاتصال على القيم

المدنية التي يحملها المبحوثون

إجابات المبحوثين المعبرة عن مدى تأثرهم بهذه المحتويات الإعلامية والاتصالية السلبية									المحتويات الإعلامية والاتصالية المهددة للقيم المدنية في المجتمع الجزائري	
الإستجابة الموزونة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	قيم مفقودة	لا أدري	تأثير منعدم	تأثير محدود	تأثير متوسط	تأثير قوي		
منعدم	1.18	4.24	19	39	236	63	22	21	ت	ضعف قيم الوطنية والاعتزاز بالرموز الوطنية
			%4.8	%9.8	%59	%15.8	%5.5	%5.3	%	
محدود	1.45	3.54	14	52	149	71	67	47	ت	انعدام الثقة بالمسؤولين ومؤسسات الدولة
			%3.5	%13	%37.3	%17.8	%16.8	%11.8	%	
محدود	1.25	3.97	15	52	191	76	47	19	ت	الامتناع عن المشاركة في الأعمال التطوعية ومشاريع المصلحة العامة
			%3.8	%13	%47.8	%19	%11.8	%4.8	%	
منعدم	1.09	4.28	59	54	214	45	18	10	ت	التمرد على القوانين والأنظمة التي تسنها الدولة
			%14.8	%13.5	%53.5	%11.3	%4.5	%2.5	%	
4.00	المتوسط الحسابي الإجمالي			%12.32	%49.4	%15.97	%9.65	%22.52		النسب المؤوية الإجمالية
1.29	الانحراف المعياري الإجمالي			%12.32	%65.37		%32.17			النسب المؤوية التراكمية الإجمالية

يوضح الجدول رقم 79؛ إجابات المبحوثين المعبرة عن رأيهم حول مدى تأثرهم بالمحتويات الإعلامية والاتصالية السلبية والمهددة لأمنهم الفكري في بعده المتعلق بقيمهم المدنية، وبترتيب هذه العبارات من

أصغر متوسط حسابي إلى أكبره؛ نلاحظ أن العبارة الثانية من الجدول والتي تتحدث انعدام الثقة بالمسؤولين ومؤسسات الدولة؛ قد حازت أصغر متوسط حسابي قدر ب 3.54، تليها العبارة الثالثة من الجدول: الامتناع عن المشاركة في الأعمال التطوعية ومشاريع المصلحة العامة، بمتوسط حسابي قدره 3.97، ويشير المتوسطين الحسابيين للعبارتين إلى الاستجابة الموزونة "تأثير محدود"؛ أي أن المبحوثين يرون أن تأثيرهم بالمضامين الإعلامية والاتصالية المذكورة في هتين العبارتين محدود، في حين قدر المتوسط الحسابي للعبارة الأولى من الجدول: ضعف قيم الوطنية والاعتزاز بالرموز الوطنية ب 4.24، يليها المتوسط الحسابي للعبارة الأخيرة من الجدول: التمرد على القوانين والأنظمة التي تسنها الدولة والذي قدره 4.28، ليحيل المتوسطين الحسابيين للعبارتين للاستجابة الموزونة "تأثير منعدم"، أي أن المبحوثين يرون أن تأثيرهم بالمضامين السلبية المذكورة في هتين العبارتين منعدم.

ونجد أن الاتجاه العام لإجابات المبحوثين سار نحو أنهم يرون أن التأثير السلبي للمحتويات الإعلامية والاتصالية على قيمهم العلمية والفكرية لديهم محدود، حيث نلاحظ أن المتوسط الحسابي المجمل لعبارات الجدول استقر عند مؤشر: 4.00، وهو ما يحيل إلى الاستجابة الموزونة المحتملة "تأثير محدود" ضمن قائمة الإجابات الاحتمالية المقترحة على المبحوثين، مع انحراف معياري إجمالي استقر في مؤشر 1.29، بما يحيل إلى عدم وجود تشتت كبير في إجابات المبحوثين على أسئلة هذا المحور، يمكن أن يخل بالدلالة الإحصائية للمتوسط الحسابي، وهو ما نلاحظه عند المقارنة بين النسبتين المئويتين التراكميتين للإجابتين (تأثير متوسط/تأثير قوي) المعبرتين عن المستوى القوي لمتابعة هذه المضامين، حيث نجد أن 32.17% من المبحوثين قد اختاروا إحدى هاتين الإجابتين، مع الإجابتين الاحتماليتين (تأثير محدود/تأثير منعدم) المعبرتين عن المستوى الضعيف لمتابعة المبحوثين هذه المضامين، حيث نجد أن 65.37% من المبحوثين اختاروا إحدى هاتين الإجابتين، في حين أن 12.32% من المبحوثين اختاروا الإجابة المحايدة "لا أدري".

الجدول رقم 80؛ جدول تجميعي لإجابات الباحثين حول مدى تأثرهم بالمحتويات المهددة
لأمنهم الفكري

إجابات الباحثين المعبرة حول مدى تأثرهم بالمحتويات الإعلامية والاتصالية السلبية والمهددة لأمنهم الفكري							أبعاد الأمن الفكري المهددة من المضامين الإعلامية والاتصالية السلبية
الاستجابة الموزونة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	ن.م.3 3***	الفرق بين ن.م.2 و ن.م.1	ن.م.2 ** (نادرا- أبدا)	ن.م.1 * (دائما- أحيانا)	
تأثير محدود	1.00	3.38	%11.15	%84.45	%62.05	%22.4	قيم الاعتدال الفكري وتقبل الآخر
تأثير محدود	0.87	3.47	%12.35	%45.05	%64.09	%19.04	القيم السيكلوجية النفسية
تأثير محدود	0.80	3.55	%12.32	%33.20	%65.37	%32.17	القيم المدنية
تأثير محدود	0.86	3.58	%10.5	%52.30	%71.8	%19.5	منظومة عادات وتقاليد وأعراف المجتمع
تأثير محدود	0.68	3.70	%12.44	%62.72	%73.79	%11.07	القيم العلمية الفكرية
تأثير محدود	0.84	3.70	%12.65	%62.05	%72.75	10.7%	قيمة اللغة العربية واللهجات المحلية
تأثير محدود	0.92	3.70	%9.8	%65	%75.8	%10.8	رمزية مؤسسات التنشئة الاجتماعية
تأثير محدود	0.69	3.71	%10.15	%60.43	%75.4	%14.97	القيم الإيمانية الغيبية
تأثير محدود	0.92	3.73	%11.5	%64	%74.8	%10.8	قيمة الموروث التاريخي والحضاري المشترك
تأثير محدود	0.70	3.75	%10.94	%66.04	%75.70	%9.66	القيم الأخلاقية
تأثير محدود	0.83	3.63	11.38	%59.52	%71.15	%16.11	المتوسطات

* ن.م.1: النسبة المؤوية التراكمية للإجابتين الاحتماليتين (تأثير قوي-تأثير متوسط)

** ن.م.2: النسبة المؤوية التراكمية للإجابتين الاحتماليتين (تأثير محدود- تأثير منعدم)

*** ن.م.3: النسبة المؤوية للإجابة الاحتمالية (لا أدرى)

يمثل الجدول رقم 80، جدولا تجميعيا لما سبقه من جداول تعبر عن إجابات الباحثين حول مدى تأثرهم بالمحتويات الإعلامية والاتصالية السلبية والمهددة لأمنهم الفكري، من خلال الاختيار من خمسة إجابات احتمالية.

وتشير المتوسطات الحسابية في هذا الجدول التجميعي إلى الاستجابة الموزونة التي استقرت عليها إجابات الباحثين في كل جدول من الجداول السابقة، حيث أنه وكلما كان المتوسط الحسابي صغيرا كلما اتجه نحو التأثير القوي لهذه المحتويات السلبية على الباحثين، ممثلا في الإجابتين الاحتماليتين (تأثير قوي/ تأثير متوسط)، وعلى العكس من ذلك فإنه كلما كان المتوسط الحسابي كبيرا كلما اتجه نحو

المستوى الضعيف من تأثير هذه المحتويات على المبحوثين ممثلاً في الإجابتين الاحتماليتين (تأثير محدود/ تأثير منعدم)، في حين تعبر الإجابة الاحتمالية "لا أدري" عن استجابة وسطية حيادية.

وتمثل النسبة المؤوية التجميعية التراكمية نسبة المبحوثين الذين اختاروا إحدى الإجابتين الاحتماليتين المعبرتين عن المستوى الضعيف لمصادفتهم هذه المحتويات أو المستوى القوي منه، وكلما نقص الفرق بين النسبتين التراكميتين التجميعيتين للمستويين القوي والضعيف كلما دل ذلك على وجود دلالات إحصائية تعبر عن تشتت إجابات المبحوثين في الاتجاه المعاكس لما يشير إليه المتوسط الحسابي، وفي هذه الحالة فإنه يشير هنا إلى زيادة نسبة المبحوثين الذين اختاروا إحدى الإجابتين الاحتماليتين المعبرتين على المستوى القوي للتأثير السلبي للمحتويات المهددة للأمن الفكري (تأثير قوي/ تأثير متوسط).

وأول ما نلاحظه من الجدول أن ترتيب المتوسطات الحسابية في هذا الجدول جاء مختلفاً عن ترتيب المتوسطات في الجدولين رقم 3.63 و 3.64، بما يعني أن أكثر ما يصادفه المبحوثون من محتويات إعلامية واتصالية مهددة لأبعاد الأمن الفكري، وأكثر المحتويات التي يمتلك المبحوثون استعدادية أكبر لمتابعتها، ليست بالضرورة هي نفسها المحتويات الأكثر تأثيراً على المبحوثين في ما يهدد أمنهم الفكري.

وجاءت كل المتوسطات الحسابية في الجدول لتعبر عن الاستجابة الموزونة "تأثير محدود"، وقدر المتوسط الحسابي الإجمالي للجدول التجميعي بـ 3.63، ليشير إلى نفس الاستجابة الموزونة.

فيما تشير الانحرافات المعيارية إلى عدم وجود تشتت في إجابات المبحوثين يمكنه إضعاف الدلالة الإحصائية للمتوسط الحسابي، فنجد أن الانحراف المعياري الإجمالي في الجدول قدره 0.83، ومن خلال ملاحظة الفروقات بين النسب المئوية التراكمية للمستويين القوي والضعيف في إجابات المبحوثين حول المضامين المهددة لأبعاد الأمن الفكري في الجدول نجد أنها قد جاءت كبيرة، فبلغ متوسط الفروق الإجمالي بين هذه النسب 59.52%؛ بما يؤكد ما أحال إليه الانحراف المعياري بعدم وجود تشتت في إجابات المبحوثين، في حين أنه يمكن أن نستثني تهديدات القيم المدنية من هذا الحكم؛ حيث نجد أن 32.17% من المبحوثين يقيمون تأثيرهم بالمحتويات السلبية المهددة لأمنهم الفكري على أنه قوي أو متوسط، مما يحيل إلى قوة هذه التهديدات مقارنة ببقية مهددات أبعاد الأمن الفكري.

ويمكن القول أن الاتجاه العام لإجابات المبحوثين يحيل إلى أنهم يرون أن التأثير السلبي للمحتويات الإعلامية والاتصالية المهددة لأمنهم الفكري محدود.

وتبقى هذه النتائج نسبية، وتؤخذ بتحفظ، نظراً لأنها مأخوذة من آراء المبحوثين، فيمكن أن تكون هنالك احتمالية كبيرة لحدوث تأثيرات سلبية كثيرة على المبحوثين إلا أنهم لا يدركونها، بيد أن التأثير في كثير من جوانبه يكون معنوياً غير مرئي، بالإضافة إلى الأخذ بعين الاعتبار الطبيعة الحساسة نسبياً لأسئلة الاستبانة، والتي يمكن أن تجعل من المبحوثين لا يصرحون حقيقة عن إجاباتهم الفعلية.

نشير أيضا إلى أن 16.11% من المبحوثين قد أحالت إجاباتهم إلى التأثير القوي أو المتوسط للتهديدات التي تسوقها المحتويات السلبية للأمن الفكري للمجتمع، بما يعبر عن وجود مخاطر فعلية تهدد الأمن الفكري للشباب الجزائريين.

وبعد استعراض وتحليل نتائج المحور، نحاول الآن تحليل العلاقة الواسطية للفروقات الاجتماعية، كمصدر للفروقات في إجابات المبحوثين المعبرة حول مدى تأثرهم بالمحتويات الإعلامية والاتصالية السلبية والمهددة لأمنهم الفكري، وذلك للتأكد من تجلي فرضيات نظرية الفئات الاجتماعية كمصدر للفروقات الاجتماعية في هذا المحور، ومن بعدها تحليل العلاقة الواسطية لاستخدامات المبحوثين لوسائل الإعلام والاتصال، للتأكد من تجلي فرضيات نظرية الاستخدامات والإشباع في المحور، و تبيان مظاهر هذا التجلي إن وجد، لما تمثله النظريتان من دعامة نظرية بنيت عليها هذه الدراسة كما يوضحه الهيكل البنائي النظري للدراسة (أنظر الشكل رقم ..، ص..)، ونستخدم لهذا الغرض اختبارات تحليل التباين؛ اختبار(ت) بالنسبة للمتغيرات المستقلة ذات العينتين، واختبار التباين الأحادي ANOVA (أنوفا) بالنسبة للمتغيرات المستقلة ذات الثلاث عينات فأكثر، وكذلك اختبار المقارنات البعدية Multiple Comparisons (Scheffe)، التي توضح ماهية وسبب هذه الفروق الدالة إحصائيا، إن كشف اختبار أنوفا عن وجودها.

1- متغير الجنس:

تم إجراء اختبار (ت) لاكتشاف هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية في إجابات المبحوثين المعبرة حول مدى تأثرهم بالمحتويات الإعلامية والاتصالية السلبية والمهددة لأمنهم الفكري تبعا لمتغير الجنس، ويوضح الجدول رقم 81 نتائج الاختبار والدلالة الإحصائية.

العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة ت	القيمة الاحتمالية	الدلالة الإحصائية
225	3.65	0.58	0.012	0.990	غير دالة إحصائيا
169	3.65	0.69			

الجدول رقم 81؛ يوضح نتائج اختبار ت لإجابات المبحوثين حول مدى تأثرهم بالمحتويات المهددة لأمنهم الفكري تبعا لمتغير الجنس

يتضح من بيانات الجدول رقم 81؛ أن متوسط إجابات الذكور على أسئلة المحور هو نفسه متوسط إجابات الإناث، حيث قدر ب 3.65، ليحيل المتوسطين للاستجابة الموزونة "تأثير محدود"، كما جاءت نتيجة اختبار (ت) 0.012 بقيمة احتمالية 0.990 أكبر من مستوى الدلالة (0.05)، مما يدل على عدم وجود فروقات دالة إحصائية بين الذكور والإناث في إجابات المبحوثين المعبرة حول

مدى تأثرهم بالمحتويات الإعلامية والاتصالية السلبية والمهددة لأمنهم الفكري، ويوضح الرسم البياني التالي هذه النتائج.

2- متغير العمر:

إجابات المبحوثين على المحور تبعا لمتغير العمر	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة ف	القيمة الاحتمالية	الدلالة الإحصائية
أقل من 20 سنة	3.75	0.64	4.859	0.002	دالة إحصائية
20 إلى 25 سنة	3.66	0.63			
من 26 إلى 30 سنة	3.46	0.70			
من 31 إلى 36 سنة	3.75	0.53			

الجدول رقم 82؛ يوضح نتائج اختبار أنوفا لإجابات المبحوثين حول مدى تأثرهم بالمحتويات المهددة لأمنهم الفكري تبعا لمتغير الجنس

يوضح الجدول رقم 82 نتائج تحليل التباين أحادي الاتجاه، فنجد أنه توجد فروقات ذات دلالة إحصائية في إجابات المبحوثين المعبرة حول مدى تأثرهم بالمحتويات الإعلامية والاتصالية السلبية والمهددة لأمنهم الفكري تبعا لمتغير العمر، حيث جاءت قيمة (ف) 4.015 بقيمة احتمالية 0.008، أصغر من 0.05، مما يدل على وجود فروقات إحصائية.

ويتضح من الجدول أن أصغر متوسطين حسابيين حازتهما الفئتين العمريتين الوسطيتين (من 20 سنة إلى 25 سنة) و (من 26 إلى 30 سنة)، فيما حازت الفئتين العمريتين الأكبر والأصغر (أقل من 20 سنة) و (من 31 إلى 36 سنة) على أكبر متوسطين حسابيين قدرهما 3.75.

ولمعرفة سبب الفروقات تم اختبار المقارنات البعدية (Multiple comparisons Scheffe)، التي توضح ماهية وسبب هذه الفروق الدالة إحصائيا.

جدول رقم 83؛ نتائج اختبار المقارنات البعدية شيفيه

إجابات المبحوثين على المحور تبعا لمتغير العمر	الفرق في المتوسطات	القيمة الاحتمالية	الدلالة الإحصائية
أقل من 20 سنة----من 20 إلى 25 سنة	0.915	0.854	غير دالة إحصائيا
أقل من 20 سنة----من 26 إلى 30 سنة	0.282	0.055	غير دالة إحصائيا
من 20 إلى 25 سنة----من 26 إلى 30 سنة	0.190	0.193	غير دالة إحصائيا
من 31 إلى 36 سنة----أقل من 20 سنة	0.008	1.00	غير دالة إحصائيا
من 31 إلى 36 سنة----من 20 إلى 25 سنة	0.099	0.697	غير دالة إحصائيا
من 31 إلى 36 سنة----من 26 إلى 30 سنة	0.290 *	0.005	دالة إحصائيا

يتضح لنا من الجدول 83 أن سبب الفروق الدالة إحصائياً في إجابات الباحثين المعبرة حول مدى تأثرهم بالمحتويات الإعلامية والاتصالية السلبية والمهددة لأمنهم الفكري تبعاً لمتغير العمر، تعود إلى الفرق بين الفئة العمرية (من 31 إلى 36 سنة) والفئة العمرية (من 26 إلى 30 سنة)، بفارق معنوي 0.252، بقيمة احتمالية 0.010، أي أقل من 0.05.

بينما الفرق بين الفئات العمرية الأخرى لم تحمل دلالات إحصائية، حيث جاءت القيم الاحتمالية لهذه الفروقات أكبر من 0.05.

3- متغيرات منطقة السكن، المستوى التعليمي، المهنة، الوضعية المادية:

تم اختبار التباين الأحادي ANOVA (أنوفا) لاكتشاف هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية في إجابات الباحثين المعبرة حول مدى تأثرهم بالمحتويات الإعلامية والاتصالية السلبية والمهددة لأمنهم الفكري تبعاً لمتغيرات: منطقة السكن، المستوى التعليمي، المهنة، الوضعية المادية، ويوضح الجدول رقم 84 نتائج الاختبارات والدلالات الإحصائية لها.

قيمة ف	القيمة الاحتمالية	الدلالة الإحصائية
0.320	0.726	غير دالة إحصائياً
1.221	0.301	غير دالة إحصائياً
0.662	0.704	غير دالة إحصائياً
1.557	0.212	غير دالة إحصائياً

الجدول رقم 84؛ يوضح نتائج اختبار أنوفا لإجابات الباحثين حول مدى تأثرهم بالمحتويات المهددة لأمنهم الفكري تبعاً لمتغيرات منطقة السكن، المستوى التعليمي، المهنة، الوضعية المادية يوضح الجدول رقم 84 نتائج تحليل التباين أحادي الاتجاه ANOVA (أنوفا)، فنجد أنه لا توجد فروقات ذات دلالة إحصائية في إجابات الباحثين حول ردود أفعالهم الاعتيادية عند مصادفتهم لمضامين إعلامية واتصالية سلبية تهدد أمنهم الفكري في أبعاده الأساسية تبعاً لمتغيرات منطقة السكن، المستوى التعليمي، المهنة، الوضعية المادية، حيث جاءت قيم (ف) بقيمتها الاحتمالية كلها أكبر من 0.05، مما يدل على عدم وجود فروقات إحصائية.

4- متغير الحالة الاجتماعية:

العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة ت	القيمة الاحتمالية	الدلالة الإحصائية
159	3.69	0.48	1.035	0.301	غير دالة إحصائياً
238	3.62	0.71			

الجدول رقم 85؛ يوضح نتائج اختبار إجابات الباحثين حول مدى تأثرهم بالمحتويات المهددة لأمنهم الفكري تبعاً

لمتغير الحالة الاجتماعية

والعزباب في إجابات المبحوثين المعبرة حول مدى تأثرهم بالمحتويات الإعلامية والاتصالية السلبية والمهددة لأمنهم الفكري.

5- متغير مقدار استخدام وسائل الإعلام والاتصال:

تمت المقارنة بين متوسطات إجابات المبحوثين على المحور تبعا لاختلاف مقدار استخدام وسائل الإعلام والاتصال المختلفة، كما تم إجراء اختبار التباين الأحادي ANOVA (أنوفا) لاكتشاف هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية في إجابات المبحوثين المعبرة حول مدى تأثرهم بالمحتويات الإعلامية والاتصالية السلبية والمهددة لأمنهم الفكري تبعا لمتغير مقدار استخدام وسائل الإعلام والاتصال، ويوضح الجدول رقم 86 الفروقات في المتوسطات، نتائج الاختبار والدلالة الإحصائية.

متوسط إجابات المبحوثين على المحور حسب متغير قدر استخدام الوسيلة الإعلامية				
قدر المشاهدة	التلفزيون	الإذاعة	الجرائد	الأنترنت
دائما	3.65	3.44	3.47	3.66
أحيانا	3.67	3.58	3.72	3.62
نادرا	3.67	3.70	3.58	3.69
أبدا	3.36	3.66	3.65	4.24
قيمة ف	1.733	1.241	1.314	0.969
القيمة الاحتمالية	0.160	0.295	0.270	0.407
الدلالة الإحصائية	غير دالة إحصائيا	غير دالة إحصائيا	غير دالة إحصائيا	غير دالة إحصائيا

الجدول رقم 86؛ يوضح نتائج اختبار أنوفا لإجابات المبحوثين حول مدى تأثرهم بالمحتويات المهددة لأمنهم الفكري تبعا لمتغير مقدار استخدام وسائل الإعلام والاتصال

من خلال الجدول رقم 86، نجد أنه لا توجد فروقات ذات دلالة إحصائية في إجابات المبحوثين المعبرة حول مدى تأثرهم بالمحتويات الإعلامية والاتصالية السلبية والمهددة لأمنهم الفكري تبعا لمتغير مقدار استخدام وسائل الإعلام والاتصال: ، حيث جاءت قيم (ف) بقيمتها الاحتمالية لكل وسائل الإعلام، أكبر من 0.05، مما يدل على عدم وجود فروقات إحصائية.

ونلاحظ من خلال الجدول، أن المتوسط الحسابي لإجابات المبحوثين في هذا المحور من الذين لا يستخدمون الأنترنت على الإطلاق مثل أكبر متوسط حسابي في المجموعات الثلاث قدر ب 4.24، وهو المتوسط الحسابي الوحيد الذي يميل إلى الاستجابة الموزونة تأثير منعدم، بما معناه أن من لا يستخدمون الأنترنت بصفة مطلقة من المبحوثين يرون أن تأثرهم بالمحتويات الإعلامية والاتصالية السلبية والمهددة لأمنهم الفكري منعدم.



النتائج العامة

والتوصيات

النتائج العامة للدراسة:

1- استخدامات وإشباع المبحوثين من وسائل الإعلام والاتصال:

أ- التلفزيون:

بالنسبة للتلفاز فإنه لا يزال وسيلة إعلامية جماهيرية رائجة وواسعة الاستخدام بين الشباب في الوقت الراهن، فنجد أن أغلبية المبحوثين يستخدمون التلفاز بشكل دائم في فترات منتظمة أو غير منتظمة، على الرغم من التراجع الواضح في نسب مشاهدته والآنحصار الواضح للوقت الإعلامي لمشاهدة التلفاز (زمن المشاهدة) بين الشباب لصالح وسائل الاتصال والإعلام الجديد، حيث نجد أن أغلب المبحوثين لا يزيد المقدار الوقي لمشاهدتهم التلفاز عن الساعتين يوميا، ونجد أن أغلب مستخدمي التلفاز يمتلكون أجهزة تلفاز حديثة، دون أن نجد دلالات إحصائية تدل على علاقة ارتباطية بين نوع جهاز التلفاز الذي يستخدمه المبحوثون والحجم الساعي لمشاهدة التلفاز لديهم.

أما بالنسبة لتفضيلات المبحوثين فيما يتعلق بمحتويات التلفزيون، فنجد على الترتيب أن الأفلام والمسلسلات، البرامج الرياضية، البرامج الدينية، الأشرطة الوثائقية، ثم البرامج الإخبارية شكلت خيارات أولى بالنسبة لهم، في حين نجد برامج التسلية والترفيه، برامج الفن والموسيقى، البرامج السياسية قد شكلت آخر اهتمامات المبحوثين،

كما نجد أن النسبة الأكبر من المبحوثين يفضلون مشاهدة البرامج التلفزيونية الجزائرية كخيار أول بالنسبة لهم، ثم البرامج الغربية، فالعربية.

ويحافظ التلفزيون على سمته كوسيلة إعلام تقليدية سمته الأساسية الجماهيرية بما تعكسه من تشاركية في سلوك التعرض الإعلامي لهذه الوسيلة من طرف الأفراد، على الرغم من تزايد النزعة الفردانية في تفضيلات استخدام وسائل الإعلام في الوقت الراهن، فنجد أن أكثر من نصف المبحوثين يفضلون مشاركة تجربة مشاهدة التلفاز مع العائلة أو مع الأصدقاء، في حين يفضل باقي المبحوثين مشاهدة التلفاز بشكل منفرد.

كما نجد أن أكثر من نصف المبحوثين يناقشون ما يشاهدونه في التلفاز مع الآخرين عادة، ولهذا دلالة أن التلفزيون بما يقدمه من مواد إعلامية لا يزال يقدم تجربة إعلامية تستطيع أن تدفع مستخدمي التلفزيون لإثارة نقاشات فكرية حولها.

ب- الإذاعة:

على عكس التلفزيون، نجد أن استخدام الراديو في أوساط الشباب الجزائريين من المبحوثين منحسر بشكل كبير، حيث أن الزمن الإعلامي المستغرق في الاستماع للراديو شغلته أزمنا إعلامية لوسائل إعلام أخرى مثل التلفزيون ووسائل الأنترنت، حيث نجد أن أكثر من ربع الكتلة العددية للمبحوثين لا

يستخدمون الإذاعة على الإطلاق، في حين أن القلة القليلة من المبحوثين هم من يستمعون لها بشكل دائم، ونجد أن أغلب المبحوثين من المستمعين للراديو يكتفون بالحد الأدنى من المقدار الوقي اليومي للاستماع للراديو، وبما يمثله الراديو من وسيلة إعلامية تتسم بالمحلية، فإن الانحصار الكبير في أعداد مستعمليه قد يؤدي دور العلاقة الوسيطة في تغذية التأثيرات السلبية لبقية وسائل الإعلام الشاغلة للبيئة الإعلامية الحالية والتي تزيد من احتمالية تعرض الشباب الجزائريين للمضامين السلبية المتعارضة مع القيم المحلية للمجتمع، والمهددة للأمن الفكري لديهم، دون أن يكون في نتائج هذه الدراسة ما يؤكد هذه العلاقة.

نجد أيضا أن الاستماع للراديو عبر أثر الأنترنت غير شائع في أوساط المبحوثين، مما يعطي دلالات بعدم تكيف الإذاعة في الجزائر مع تغيرات البيئة الإعلامية الاتصالية ومتطلباتها الحالية. أما بالنسبة لتفضيلات المبحوثين فيما يتعلق بمحتويات الإذاعة، فنجد أن الأخبار، تليها البرامج الدينية، ثم البرامج الرياضية هي البرامج الإذاعية المفضلة بالنسبة للمبحوثين، أما فيما يخص البرامج الإذاعية التي شكلت آخر اهتمامات المبحوثين فنجد برامج الشؤون المحلية، برامج الفن والموسيقى، برامج التسلية والترفيه، البرامج السياسية.. وتتشابه بشكل كبير تفضيلات المبحوثين بين برامج الإذاعة والتلفزيون، كما نجد أن أغلبية المبحوثين يفضلون الاستماع للمحتويات الإذاعية المحلية، بما يؤكد على أن الإذاعة لا تزال تحتفظ بسمتها الأساسية كوسيلة إعلامية محلية بامتياز. ووجدت الدراسة أن النزعة الفردية في استخدام وسائل الإعلام، قد مست عادات الاستماع الراديو أيضا، فنجد أن ما يقارب النصف من عدد المبحوثين يفضلون الاستماع للإذاعة بشكل منفرد، كما تتضح النزعة السلبية للمبحوثين اتجاه إثارة النقاشات حول ما يستمعون له عبر الراديو.

ج- الجرائد:

فيما يخص الجرائد، فقد توصلت الدراسة إلى ضعف نسبة الإقبال على مطالعة الصحف في أوساط الشباب الجزائريين، فالشباب يتعدون عن استخدامها شأنها شأن الإذاعة، حيث تقلص زمن القراءة وزمن الاستماع بشكل كبير، ليعوضهم زمن التصفح على النات وبدرجة أقل زمن مشاهدة التلفزيون. ويمكن القول أن الجريدة في الجزائر كوسيلة إعلام تقليدية قد تكيفت مع متطلبات البيئة الإعلامية والاتصالية الحالية -ولو نسبيا- على عكس ما لاحظناه بالنسبة للإذاعة وهو ما يتبين من خلال النسب العالية للشباب المستخدمين للجرائد الإلكترونية، مقارنة بمن يستخدمون الجرائد الورقية منهم، كما يمكن ملاحظة انحصار لاستخدام الجرائد الورقية من طرف الشباب الجزائريين.

وبالنسبة لتفضيلات المبحوثين فيما يخص مواضيع الصحافة المكتوبة، نجد أن المحتويات التي يفضل المبحوثون قراءتها قد جاءت متطابقة لحد كبير مع تفضيلاتهم بخصوص محتويات الإذاعة أو التلفاز قبل هذا، فنجد أن المحتويات الرياضية، الإخبارية، الدينية قد شكلت تفضيلات مشتركة بين الصحف

والتلفزيون والإذاعة، وكذلك الأمر بالنسبة للبرامج التي مثلت آخر اهتمامات الباحثين، فنجد أن المحتويات السياسية، محتويات التسلية والترفيه، ومحتويات الموسيقى والفن مثلت آخر اهتمامات الباحثين في وسائل الإعلام الثلاث على حد سواء.

ونجد توجهها سلبيا للباحثين فيما يخص مناقشة محتويات الجرائد التي يطالعونها مع الآخرين، أو ما يمكن أن نعبر عنه بنزعة فردانية للباحثين في هذا الأمر.

د- إشباع الباحثين من استخدام وسائل الإعلام التقليدية:

وإذا جئنا للحديث عن الإشباع التي يسعى الباحثون لتحقيقها من وسائل الإعلام، نجد أنها تعبر عن الدوافع الحقيقية التي توجهه لانتقاء المحتويات الإعلامية والاتصالية التي يتعرضون لها، والاختلاف بين هذه الإشباع يمكن له أن يخلق لمستخدمي وسائل الإعلام استعدادات متفاوتة للانقياد نحو المحتويات الإعلامية والاتصالية السلبية والمهددة للأمن الفكري لهؤلاء المستخدمين، و في هذا الصدد يمكن أن نميز إشباع قد تؤدي إلى تعزيز قابلية إذعان مستخدمي وسائل الإعلام التقليدية للتهديدات التي تسوقها هذه الوسائل، فالإشباع المتعلق بالاستمتاع والتسلية مثلا يجعل مستخدم وسائل الإعلام يفضل محتويات التسلية والترفيه التي تعرض عبرها، ولا يخفى أن هذه المحتويات بالذات تحمل قدرا أكبر من القيم السلبية والمسفة، إذا ما قارناها بالمحتويات التعليمية والتثقيفية التي يمكن أن ينجح إليها مستخدموا وسائل الإعلام الذين يتوخون إشباع تتعلق بتعلم الجديد وتطوير الذات، في مقابل ذلك نجد أن الاطلاع على الجديد كإشباع يمكن أن يحتل مكانا وسطا في مؤشر السلبية التي تخلقها دافعية الاستخدام لدى المتلقين، حيث أن مؤشر السلبية والإيجابية هنا يتحدد على أساس ماهية الجديد الذي يريد المتلقي الاطلاع عليه، فيختلف الأمر بين ما إذا كان الجديد مفيدا أو ضارا.

ووجدت هذه الدراسة توجهها واضحا للباحثين نحو ما صنفاه كفاءة وسيطة في مقياس السلبية والإيجابية في دافعية الاستخدام لدى الباحثين، أي توجهها نحو الإشباع المتعلق بالاطلاع نحو الجديد، يليه توجه نحو دافعية الاستخدام الإيجابية والتي تعبر عنها إشباع مثل تعلم أشياء ومهارات جديدة وتطوير الذات وتقوية الشخصية، في مقابل ذلك نجد أن توجه الباحثين أقل من ما سبق ذكره نحو ما صنفاه على أنه دافعية سلبية نحو التهديدات الإعلامية للأمن الفكري متضمنة في الإشباع المتعلق بالتوجه نحو الترفيه والتسلية.

هـ- الأنترنيت:

تتضح لنا من خلال هذه الدراسة النسب العالية لاستخدام الأنترنيت في أوساط الشباب الجزائريين، حيث أن أغلب الباحثين يستخدمون الأنترنيت بشكل دائم، ويكاد أن لا يكون هنالك أثر لانعدام استخدام الأنترنيت في أوساطهم، ويتضح لنا من خلال هذا ماهية المكون الإعلامي والاتصالي الحالي، والذي يتجسد من خلال هذه النتائج بشكل واضح في الإعلام الجديد، الذي يتخذ من وسائط

الأنترنت تجلبها له، وبهذا يمكن القول بصدق التعريف الإجرائي الذي أورده للمكون الإعلامي والاتصالي الحالي؛ والذي جاء فيه بأنه يحيل في هذه الدراسة إلى المحددات الحالية للإعلام في الوقت الراهن، بشقيه التقليدي والحديث، وكذا الوسائط الاتصالية المستخدمة اليوم في عملية التواصل الاجتماعي، والمحتويات الإعلامية المتعددة الأشكال، في علاقتها التأثيرية بالمجتمع الجزائري فيما يخص موضوع أمنه الفكري، مع التركيز على وسائط الإعلام والاتصال الجديدة على افتراض أنها الأكثر استخداما من طرف شريحة الشباب -عينة الدراسة-، والأكثر تأثيرا اجتماعيا.

أما بخصوص الإشاعات التي يتوخاها المبحوثون من استخدامهم لوسائط الأنترنت والتي تعبر عن دوافع استخدام لهم، فنجد أن الدافع الأول بالنسبة للمبحوثين يتمثل في الدراسة واكتساب مهارات جديدة، يليه دافع الإطلاع على الأخبار، ثم دافع التواصل مع المعارف، ثم نجد دافع الترفيه والتسلية، يليه دافع استخدام الأنترنت في أغراض العمل، في حين نجد أن التعارف وتكوين الصداقات شكل آخر تفضيلات المبحوثين.

و نجد أن تطبيق الفايبروك يحتل المرتبة الأولى في استخدامات المبحوثين لوسائط النات دون منازع، ثم يليه تطبيق اليوتيوب ومتصفح Google، بينما نجد استخداما ضعيفا من المبحوثين لألعاب النات، المدونات والمنتديات التعليمية، البريد الإلكتروني، في حين نجد مؤشرات عن حضور مميز لبعض وسائط التواصل الاجتماعي والتراسل الفوري الأخرى لم تمكن الإجابات الاحتمالية المحدودة التي وضعت للمبحوثين من ظهورها بشكل واضح، منها: الأنستغرام، الواتساب، السنابشات، التويتتر، التيك توك... ووجدت الدراسة أن الأغلبية الساحقة من المبحوثين يفضلون استخدام الهاتف النقال أو الطابلات عند استخدامهم للأنترنت، كما يلحظ المقدار الزمني الكبير الذي يشغله استخدام الأنترنت في الحياة اليومية للشباب الجزائريين، حيث نجد أن النسبة الأكبر من المبحوثين يستخدمون الأنترنت لأكثر من ثلاث ساعات يوميا، في حين أن القلة قليلة منهم هم أولئك الذين يكتفون بالحد الأدنى من المقدار الزمني المعبر عنه بأقل من نصف ساعة، ويتضح هنا توجه الشباب الجزائريين لاستخدام الأنترنت مقابل تخليهم الجزئي عن استخدام وسائل الإعلام التقليدية، بمعنى آخر تعاضم الزمن الإعلامي لوسائط الإعلام الجديد على حساب انحصار الزمن الإعلامي لوسائط الإعلام التقليدية.

وتبين لنا من خلال هذه الدراسة نزعته فردية قوية تتصل باستخدام الأنترنت ووسائطه الإعلامية التواصلية ومؤشرات بعيدة عن باقي وسائل الإعلام الأخرى؛ حيث نجد أن الأغلبية الساحقة من المبحوثين يفضلون تصفح الأنترنت بصفة منفردة.

ونجد أن الاتجاه العام لإجابات المبحوثين يتجه نحو تفاعلهم مع المضامين المنشورة عبر الأنترنت سواء بشكل دائم أو وقتي، حيث تشكل الكتلة العددية للمبحوثون الذين يتفاعلون مع محتويات النات لوسائط النات التي يتجلى من خلالها الإعلام الجديد.

2- التأثيرات السلبية للمحتويات الإعلامية والاتصالية على الأمن الفكري للمبحوثين:

أ- مدى مصادفة المبحوثين للمحتويات الإعلامية والاتصالية المهددة لأمنهم الفكري:

وجدت الدراسة أن الاتجاه العام لإجابات المبحوثين يميل إلى أنهم لا يصادفون ما يهدد الأبعاد الأساسية لأمنهم الفكري إلا نادرا، وعلى الرغم من هذا الاتجاه، إلا أن هنالك دلالات إحصائية تعبر عن تشتت واضح في إجابات المبحوثين حول الكثير من المضامين المهددة لبعض أبعاد الأمن الفكري؛ فنجد بأن نسبة معتبرة من المبحوثين قد أجابوا بأنهم يصادفون محتويات سلبية مهددة لأبعاد أمنهم الفكري في ما يتعلق بالقيم السيكولوجية النفسية، منظومة عادات وتقاليد وأعراف المجتمع، قيمة اللغة العربية واللهجات المحلية، قيم الاعتدال الفكري وتقبل الآخر، القيم الأخلاقية.

كما نجد أن أكثر من ربع حجم عينة البحث يصادفون محتويات إعلامية واتصالية مهددة لقيمهم الإيمانية والغيبية بشكل دائم أو وقتي، وأن أكثر ما يصادفه المبحوثون من هذه المحتويات هو على الترتيب: محتويات تنسب للإسلام أمورا خاطئة أو تحمل مغالطات حول الشريعة الإسلامية، محتويات تدعو لفصل الدين عن الدولة والسياسة وشؤون الحياة، محتويات تحاجم الإسلام، محتويات تروج لطوائف وجماعات دينية منحرفة عن العقيدة الإسلامية السوية.

ويمكن القول أن الاتجاه العام لإجابات المبحوثين فيما يخص درجة مصادفتهم للمضامين الإعلامية والاتصالية المهددة لأبعاد أمنهم الفكري، جاء متعارضا نسبيا مع ما يلحظ واقعا من انتشار كبير للمحتويات الإعلامية والاتصالية المهددة للأمن الفكري في أبعاده المختلفة، وأيضا مع ما وصلت إليه الدراسة في شقها النظري، من تفشي كبير لهذه المحتويات عبر وسائل الإعلام والاتصال، مما يقودنا لطرح أسئلة جدية حول مدى قدرة الاستبيان على استخلاص بيانات بحثية يكون الهدف من تحصيلها الوصول إلى توصيف كمي وكيفي لمحتويات إعلامية، وأن أداة تحليل المضمون قد تكون الأداة الأنسب لهذا الغرض، فقد استعانت هذه الدراسة شأنها شأن الدراسات الوصفية السابقة والمشابهة لموضوع بحثها بالاستبانة كأهم أداة إجرائية يعتمد عليها المنهج المسحي الوصفي، دون أن تعطي نتائج مقنعة في هذا الجزء منها.

ب- اتجاهات المبحوثين إزاء متابعة المحتويات الإعلامية والاتصالية المهددة لأمنهم

الفكري:

وجدت الدراسة أن الاتجاه العام لإجابات المبحوثين يميل إلى أنهم لا يتابعون هذه المحتويات الإعلامية السلبية والمهددة لأمنهم الفكري في الأغلب، واختص المبحوثون مهددات القيم الأخلاقية عن بقية المهددات بكونهم يعملون جاهدين على تجنبها، وهذا ما يمكن أن نسميه بالاتجاه الإيجابي للمبحوثين في تعاملهم مع المحتويات الإعلامية والاتصالية المهددة لأمنهم الفكري،

ونأخذ هذه النتيجة بتحفظ، آخذين بعين الاعتبار إمكانية أن لا تحمل هذه النتائج مؤشرات دقيقة عن ردود الفعل الحقيقية للمبحوثين، ويعزوا هذا لما لمسناه من تخرج العديد من المبحوثين من محتوى هذه الأسئلة التي رأى البعض منهم أنها حساسة، مما يقودنا لوضع احتمالية أن هذا قد أدى بهم إلى تقديم إجابات غير معبرة عن اتجاهاتهم الفعلية.

ج- حجم التأثيرات السلبية للمحتويات الإعلامية والاتصالية على الأمن الفكري للمبحوثين حسب وجهات نظرهم:

عبر الاتجاه العام لإجابات المبحوثين حول مدى تأثرهم بالمحتويات الإعلامية والاتصالية السلبية والمهددة لأمنهم الفكري، على أن هذا التأثير محدود، دون أن يكون هنالك تشتت في إجابات المبحوثين بما كان قد يدل على عدم استقرارهم على اتجاه موحد. ويمكن أن نستثني تهديدات القيم المدنية من هذا الحكم؛ حيث نجد أن 32.17% من المبحوثين يقيمون تأثرهم بالمحتويات السلبية المهددة لأمنهم الفكري على أنه قوي أو متوسط، بما يحيل إلى قوة هذه التهديدات مقارنة ببقية مهددات أبعاد الأمن الفكري.

كما نستشف من إجابات المبحوثين أن أكثر ما يصادفونه من محتويات إعلامية واتصالية مهددة لأبعاد الأمن الفكري، وكذا المحتويات التي يمتلكون استعدادية أكبر لمتابعتها، ليست بالضرورة هي نفسها المحتويات الأكثر تأثيراً عليهم في ما يهدد أمنهم الفكري.

وتبقى هذه النتائج نسبية وتؤخذ بتحفظ، نظراً لأنها مأخوذة من آراء المبحوثين، فيمكن أن تكون هنالك احتمالية كبيرة لحدوث تأثيرات سلبية كثيرة على المبحوثين إلا أنهم لا يدركونها، بيد أن التأثير في كثير من جوانبه يكون معنوياً غير مرئي، بالإضافة إلى الأخذ بعين الاعتبار الطبيعة الحساسة نسبياً لأسئلة الاستبانة، والتي يمكن أن تجعل من المبحوثين لا يصرحون حقيقة عن إجاباتهم الفعلية. ونشير أيضاً إلى أن 16.11% من المبحوثين قد أحالت إجاباتهم إلى التأثير القوي أو المتوسط للتهديدات التي تسوقها المحتويات السلبية للأمن الفكري للمجتمع، بما يعبر عن وجود مخاطر فعلية تهدد الأمن الفكري للشباب الجزائريين ولو على نحو محدود.

3- الفروقات الإحصائية في التأثيرات السلبية للمحتويات الإعلامية والاتصالية تبعاً لمتغيرات التهيئة الاجتماعية:

توصلت الدراسة إلى أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في ردود أفعال المبحوثين الاعتيادية إزاء متابعة المحتويات الإعلامية والاتصالية السلبية التي تهدد أبعاد أمنهم الفكري في وسائل الإعلام والاتصال التي يستخدمونها تبعاً لمتغيرات: الجنس، منطقة السكن، الحالة الاجتماعية، المستوى التعليمي، المهنة، الوضع المادي، في حين أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية تبعاً لمتغير العمر.

ويتضح لنا أن سبب هذه الفروق ، يعود إلى الفرق بين الفئة العمرية (من 31 إلى 36 سنة) والفئة العمرية (من 20 إلى 25 سنة)، كما نجد أن الباحثين من الفئة العمرية (20 إلى 25 سنة) هم الأكثر قابلية لمشاهدة هذه المضامين حسب إجاباتهم.

وجاءت النتائج المتعلقة باتجاهات إجابات الباحثين المعبرة عن مدى تأثرهم بالمحتويات الإعلامية والاتصالية السلبية والمهددة لأمنهم الفكري تبعاً لمتغيرات التفتية الاجتماعية متشابهة، حيث توصلت الدراسة إلى أنه لا توجد فروقات ذات دلالة إحصائية في هذا الصدد تبعاً لمتغيرات الجنس، منطقة السكن، المستوى التعليمي، المهنة، الوضعية المادية، متغير الحالة الاجتماعية، في حين أنه توجد فروقات ذات دلالة إحصائية تبعاً لمتغير العمر، و سبب هذه الفروق يعود إلى الفرق بين الفئتين العمريتين (من 31 إلى 36 سنة) و(من 26 إلى 30 سنة)، فنجد الباحثين من هذه الفئة العمرية الأخيرة هم الأكثر تأثراً بالمحتويات الإعلامية الاتصالية المهددة للأمن الفكري حسب إجاباتهم.

وبالتالي يمكن القول بأن الدراسة وجدت بأن الفئات الاجتماعية لا تؤدي دور العلاقة الواسطة في العلاقة المدروسة، باستثناء متغير العمر.

4- التأثيرات السلبية للوسيلة الإعلامية والاتصالية على الأمن الفكري للمجتمع الجزائري:

توصلت الدراسة في هذا الشأن إلى ما يلي:

- لا توجد علاقة بين الاختلاف في تكنولوجيا التلفاز الذي يمتلكه الباحثون وبين المقدار الوقي لمشاهدتهم التلفزيون.

- لا توجد علاقة بين اختلاف نوع الراديو الذي يستخدمه الباحثون والمقدار الوقي لاستماعهم إليه.

- لا توجد علاقة بين نوع الجرائد التي يستخدمها الباحثون، وحجم مطالعتهم لها.

- توجد علاقة بين نوع الوسيلة الإعلامية التي يستخدمها الباحثون وبين إجاباتهم المرتبطة بالتأثيرات السلبية التي يتعرضون لها؛ فنجد أن الباحثين الذين لا يستخدمون الأنترنت على الإطلاق هم الأقل مصادفة للمحتويات السلبية المهددة لأمنهم الفكري، والأقل قابلية لمتابعتها، والأقل تأثراً بها حسب إجاباتهم، مما يدفعنا للقول بأن الأنترنت كوسيلة إعلامية اتصالية أكبر مهدد للأمن الفكري للمجتمع الجزائري.

5- الفروقات الإحصائية في التأثيرات السلبية للمحتويات الإعلامية والاتصالية تبعاً لمتغيرات

استخدامات وسائل الإعلام والاتصال:

توصلت الدراسة إلى أنه لا توجد فروقات ذات دلالة إحصائية في إجابات الباحثين المعبرة عن مدى مصادفتهم للمحتويات الإعلامية الاتصالية السلبية والمهددة لأمنهم الفكري تبعاً لمتغير مقدار استخدام الإذاعة والجرائد، في حين نجد أنه توجد فروقات تبعاً لمتغير مقدار استخدام التلفزيون والأنترنت.

كما أن أكثر المحتويات الإعلامية والاتصالية السلبية مصادفة من طرف المبحوثين هي تلك المحتويات المنشورة عبر الأنترنت.

كما توصلت الدراسة إلى أنه لا توجد فروقات ذات دلالة إحصائية في إجابات المبحوثين حول ردود أفعالهم الاعتيادية إزاء المضامين الإعلامية والاتصالية السلبية التي تحدد أمنهم الفكري في أبعاده الأساسية تبعاً لمتغير مقدار استخدام وسائل الإعلام والاتصال، إلا أن من لا يستخدمون الأنترنت بصفة مطلقة هم الأقل قابلية لمتابعة المضامين الإعلامية والاتصالية السلبية والمهددة لأبعاد الأمن الفكري حسب إجاباتهم،

ولم تجد الدراسة أيضاً فروقات ذات دلالة إحصائية في إجابات المبحوثين المعبرة عن مدى تأثرهم بالمحتويات الإعلامية والاتصالية السلبية والمهددة لأمنهم الفكري تبعاً لمتغير مقدار استخدام وسائل الإعلام والاتصال، ونشير هنا إلى أن الدراسة توصلت إلى أن من لا يستخدمون الأنترنت بصفة مطلقة من المبحوثين يرون أن تأثرهم بالمحتويات الإعلامية والاتصالية السلبية والمهددة لأمنهم الفكري منعدم.

توصيات الدراسة:

بناء على النتائج التي تم التوصل إليها من خلال هذه الدراسة، نضع جملة من التوصيات التي نأمل أن تكون حلول فعالة في الحفاظ على الأمن الفكري للمجتمع الجزائري، بيد أن إشكالية هذه الدراسة تمحورت حول التهديدات التي يسوقها المكون الإعلامي والاتصالي الحالي للأمن الفكري للمجتمع الجزائري، وبعد تشخيص ماهية هذه التهديدات ومدى تأثيراتها، يمكن أن نسوق جملة من التوصيات التي نرى أنه يمكن الاعتداد بها على ثلاثة مستويات: المستوى البحثي الأكاديمي، المستوى الرسمي التشريعي، مستوى مؤسسات التنشئة الاجتماعية ومبادرات الإصلاح الاجتماعي.

1- على المستوى البحثي والأكاديمي:

توصي هذه الدراسة بضرورة العمل على مشاريع بحثية متعددة التخصصات؛ بيد أن الحفاظ على الأمن الفكري وتلافي تهديداته هي إشكالية واسعة الشعبات والأبعاد، ينبري عنها العديد من الإشكاليات الفرعية والتي لها تجليات سيكولوجية نفسية، سوسيولوجية اجتماعية، إعلامية، أنثروبولوجية تاريخية، سياسية...، وإنه لا يمكن احتواء هذه الإشكاليات إلا من خلال تضافر جهود النخب الأكاديمية من مختلف ميادين البحث الأكاديمي العلمي، للقيام بمشاريع بحثية جادة، ودراسات رصينة تسهم في احتواء هذه الإشكالات.

وتوصي الدراسة أيضا بالسعي الحثيث للضبط المفاهيمي الدقيق لمفهوم الأمن الفكري وأبعاده والمفاهيم المرتبطة بدراسة إشكالياته، حيث نجد أن الكثير من الغموض لا يزال يكتنف هذا الحقل المفاهيمي، مما فتح الباب للخلاف بين الباحثين المهتمين بإشكالياته على المستوى المفاهيمي له، ولا يخفى دور وأهمية الضبط المفاهيمي لاصطلاحات إشكالية الدراسة في ضمان جودة مخرجات البحث العلمي، وفي بناء أساس نظري متين تبنى عليه الدراسات العلمية.

كما توصي الدراسة بأن يكون الأخذ بالمقتربات النظرية المفسرة للظاهرة الإعلامية والاتصالية متحفظا، بحكم أن لكل واحدة منها نظرة جزئية قاصرة تغفل عن الإحاطة بالصورة الكاملة للمشكلات العلمية، كما أن جل هذه المقاربات ما هي إلا بناءات نظرية غريبة لا يمكن بأي حال من الأحوال الاعتماد الكلي عليها في تفسير الظاهرة الإعلامية والاتصالية في سياقاتها العربية المحلية، التي تختلف في كثير من جوانبها وخصوصياتها اختلافات عميقة عن السياقات الإعلامية والسوسيولوجية والسيكولوجية الغربية، التي وضعت هذه المقتربات على ضوءها.

ونعتبر أن هذه الدراسة قد جاءت كمدخل لدراسة الإشكاليات المرتبطة بالأمن الفكري في علاقته مع المتغير الإعلامي الاتصالي، وقد جاءت في سياق زمني يشهد شحا كبيرا في الدراسات المتناولة لهذا

الموضوع، فنرى أن نتائجها يمكن أن تشكل منطلقات لدراسات أخرى يمكن لكل واحدة منها أن تتناول جزئية من جزئيات هته العلاقة واسعة التشعبات، في إطار تراكمية البحث العلمي. انطلاقا من بعض الجزئيات التي جاءت بها نتائج الدراسة الميدانية، والتي ظهر أنها تتعارض نسبيا مع ما توصلت إليه الدراسة في إطارا النظري، فقد وجب إعادة النظر في البناء المنهجي للدراسات ذات الإشكاليات المتشعبة من نوع دراستنا، بالاستعانة بمقاربة منهجية متكاملة تستعين بالعديد من أدوات البحث العلمي التي يمكن في الأخير مقارنة نتائجها.

2- على المستوى التشريعي والرسمي:

- توصي الدراسة بضرورة السعي لضبط البيئة الإعلامية والاتصالية من خلال ما يلي:
- اعتبار الأمن الفكري شرطا ضروريا ومتطلبيا أساسيا للحفاظ على الأمن القومي للبلاد.
- تجريم كل ما يهدد الأمن الفكري للمجتمع الجزائري من ممارسات إعلامية واتصالية وغيرها.
- تفعيل الجانب الردعي ضد كل ما يهدد سلامة الأمن الفكري للمجتمع.
- إدراج المحافظة على الأمن الفكري ضمن ميثاق أخلاقيات المهنة الإعلامية.
- حجب المواقع والمحتويات المهتدة لأبعاد الأمن الفكري للمجتمع.
- فرض رقابة على نشاط المؤسسات الإعلامية الناشطة في الوطن.
- بناء منظومة إعلامية رسمية قوية لتدعيم أركان الأمن الفكري للمجتمع.
- إعادة الاعتبار للإذاعة المحلية والعمل على إعادتها لمكانتها القوية كوسيلة إعلامية محلية مجابهة للمخاطر الإعلامية الخارجية.
- العمل على رفع العراقيل والمشاكل التي تواجه الصحافة المكتوبة في الجزائر، وجعلها حصنا ضد مهددات الأمن الفكري.

3- على مستوى مؤسسات التنشئة الاجتماعية ومبادرات الإصلاح الاجتماعي الغير رسمية:

- توصي الدراسة بتعزيز مكانة الأسرة والمسجد والمدرسة، وأدوارهم الاجتماعية، من خلال توفير الظروف المثلى لهذه الكيانات الاجتماعية لتؤدي أدوارها على أكمل وجه.
- وتوصي الدراسة أيضا بضرورة التوعية الدائمة للأفراد بالمخاطر الإعلامية والاتصالية المهتدة لأنهم الفكري، وتبيان أهمية الحفاظ على الأمن الفكري في صلاح الفرد وازدهار المجتمع.
- كما توصي بضرورة اندماج مؤسسات التنشئة الاجتماعية وتكييفها مع البيئة الإعلامية والاتصالية الراهنة، من خلال تكوين أفرادها على التعامل مع متطلبات هذه البيئة وتطويرها خدمة لأهداف الحفاظ على الأمن الفكري.



الغاية

خاتمة

حاولت هذه الدراسة أن تبحث في التهديدات التي يسوقها المكون الإعلامي والاتصالي الحالي للأمن الفكري للمجتمع الجزائري، من خلال إخضاع عينة من الشباب الجزائريين للدراسة، على افتراض أن فئة الشباب هم الأكثر نفاذية وتعاطي مع البيئة الإعلامية والاتصالية الحالية، وبالتالي فهم الأكثر تعرضاً لمهدداته.

وقد ضبطت الدراسة كل المفاهيم المرتبطة بالإشكالية المدروسة، بدءاً بمفهوم المكون الإعلامي والاتصالي الحالي، في إحالته لمكونات وأجزاء وفواعل البيئة الإعلامية والاتصالية الحالية، بوسائلها وتكنولوجياها، ومحتوياتها، وسياقها الزمني الراهن، وصولاً لضبط مفهوم الأمن الفكري وتحديد أبعاده الأساسية بما يتواءم مع خصوصيات مجتمع الدراسة وميزاته الظاهرة، ولم تحمل الدراسة المفاهيم الفرعية للإشكالية المدروسة، والتي تكرر ظهورها فيها.

واعتمدت هذه الدراسة إطاراً نظرياً متفرداً متكون أساساً من مقاربتين نظريتين أساسيتين، لتفسير العلاقة الرئيسية المدروسة بين المتغيرين المستقل والتابع في هذه الدراسة، وهما مقارنة الحتمية القيمية لتحديد أبعاد الأمن الفكري ودراسة تأثيرات المحتويات الإعلامية والاتصالية عليه، ومقارنة الحتمية التكنولوجية لدراسة تأثيرات الوسيلة الإعلامية أو الاتصالية كتكنولوجيا بغض النظر عن ما تحمله من مضامين، إضافة إلى هذا فقد اعتمدت الدراسة مقاربتين ثانويتين لربط علاقات وسيطة تدعم العلاقة الرئيسية المدروسة، فتم الاعتماد على نظرية الفئات الاجتماعية كمصدر للفروقات الفردية لدراسة العلاقة الوسيطة للفروقات الاجتماعية وموقعها من علاقة التأثير السلبي للمكون الإعلامي والاتصالي على الأمن الفكري، وكذا تم الاعتماد على نظرية الاستخدامات والإشباع لدراسة العلاقة الوسيطة الاحتمالية لاختلاف استخدامات وسائل الإعلام في نتائج تأثير المتغير المستقل على المتغير التابع في الدراسة، وقد تم ربط هذه العلاقات على ضوء نموذج نظري مستقل أخذ بعين الاعتبار كل ما يخدم العلاقة المدروسة، متصرفاً في كل ما لا يبدي جدوى لاستخدامه في هذه الدراسة.

واستعانته هذه الدراسة بمجموعة من أدبيات البحث والدراسات السابقة المشابهة لها منهجاً وموضوعاً، ومن ثم فقد حاولت معالجة الإشكالية محل الدراسة معالجة نظرية استناداً لما جاءت به المصادر والمراجع وأدبيات البحث السابقة ذات الصلة، وتمت هذه المعالجة على ضوء التأصيل النظري السابق ذكره، فتم التفصيل والفصل بين المتغيرات المدروسة، ودراسة كل واحد منها في سياقها المستقل، ومن ثم إعادة تجميعها وربط العلاقات فيما بينها خدمة لأهداف هذا البحث.

واعتمدت الدراسة في شقها الميداني على الاستبانة كأداة لجمع البيانات من المبحوثين، مستهدفة الوصول إلى بيانات تم تبويبها كميًا ثم معالجتها إحصائياً، ومن ثم تحليلها كيفياً، وتتمثل هذه البيانات

أساسا في المعلومات الأساسية للمبشرين، استخداماتهم لوسائل الإعلام والاتصال، مدى مصادفتهم للمحتويات الإعلامية والاتصالية المهددة لأمنهم الفكري، اتجاهاتهم إزاء متابعة هذه المحتويات، التأثير السلبي لهذه المحتويات على المبشرين تبعاً لآرائهم، الفروقات الإحصائية في نتائج الدراسة تبعاً لمتغيرات التهيئة الاجتماعية والاختلافات في استخدامات وسائل الإعلام، بما يمكن هذه الدراسة في الأخير من الإجابة على التساؤلات المصاغة في إشكالياتها، فتوجت هذه النتائج في الأخير بتوصيات ارتبطت أساسا بما توضح من خلال الدراسة أنه ضروري للحفاظ على الأمن الفكري للمجتمع الجزائري، حيث نرى أنه يمكن الاعتداد بهذه التوصيات على مستويات ثلاثة؛ المستوى البحثي والأكاديمي، المستوى الرسمي والتشريعي، على مستوى مؤسسات التنشئة الاجتماعية ومبادرات الإصلاح الاجتماعي الغير رسمية. وفي الأخير فإننا نأمل أن تكون هذه الدراسة بزادها المتواضع، إضافة نوعية لمكتبي علوم الإعلام والاتصال الجزائرية والعربية، ومنطلقا لدراسات جديدة تستفيد من هذه الدراسة ومخرجاتها، وأن ينفع بها المولى عز وجل ويتقبل عملنا.

والله أهل الحمد والثناء، ألملى وأجل وأعلم

قائمة المصادر

والمراجع

قائمة المصادر والمراجع:

1- المصادر والمراجع العربية:

أ- الكتب:

1. ابن تيمية محمد. (1995). الوسطية لشيخ الإسلام ابن تيمية. (عبد السلام أبو الفضل، المحرر) القاهرة، مصر: دارالفتوح الإسلامية للطباعة.
2. أحمدى ناهد حمدي. (1997). مناهج البحث في علوم المكتبات، دار المريخ للنشر، الرياض، دون طبعة، 1979، ص43 (الإصدار دون طبعة). الرياض: دار المريخ للنشر.
3. أندريا إل برس، و بروس إيه ويليامز. (2017). مقدمة إلى بيئة الإعلام الجديدة. (أحمد شكل، المترجمون) المملكة المتحدة: الهنداوي سي آي سي.
4. بدر أحمد. (1996). أصول البحث العلمي ومناهجه (الإصدار الطبعة التاسعة). القاهرة: المكتبة الأكاديمية.
5. الجزائري أبو بكر جابر. (1981). منهاج المسلم: كتاب عقائد وآداب وأخلاق وعبادات ومعاملات (الإصدار الطبعة الرابعة). قسنطينة، الجزائر: دار البعث.
6. خضر عبد الفتاح. (1992). أزمة البحث العلمي في العالم العربي (الإصدار الطبعة الأولى). الرياض: مكتب صلاح الجيلان للمحاماة والاستشارات القانونية.
7. الدردير الشريف عابدين. (2015). توظيف النظرية في البحث الإعلامي (الإصدار الطبعة الأولى). طرابلس، ليبيا: شركة الخبراء المتميزون للخدمات الإعلامية.
8. دويدري رجاء وحيد. (2000). البحث العلمي: أساسياته النظرية وممارسته العملية (الإصدار الطبعة الأولى). دمشق: دار الفكر.
9. دويدري رجاء وحيد. (2000). رجاء وحيد دويدري، البحث العلمي: أساسياته النظرية وممارسته العملية (الإصدار الطبعة الأولى). دمشق: دار الفكر.
10. سعد الدين عبير. (2015). أخلاقيات الإعلام (الإصدار الطبعة الأولى). دار الكندي للنشر والتوزيع.
11. السعدي مؤيد. (2019). الاندماج الاتصالي في الإعلام الجديد (الإصدار الطبعة الأولى). قسنطينة، الجزائر: منشورات ألفا للوثائق.
12. سلام أمين محمد. (1995). قواعد البحث العلمي ومناهجه ومصادر الدراسات الإسلامية، (الإصدار بدون طبعة). عمان.
13. شروخ صلاح الدين. (2003). منهجية البحث العلمي للجامعيين (الإصدار دون طبعة). عنابة: دار العلوم للنشر والتوزيع.
14. الشهرستاني أبو الفتح محمد بن عبد الكريم. (1992). الملل والنحل. (تصحيح وتعليق، أحمد فهمي محمد، المترجمون) بيروت، لبنان: دار الكتب العلمية.
15. صادق عباس مصطفى. الإعلام الجديد، دراسة في مداخله النظرية وخصائصه العامة.

16. الصلابي علي محمد محمد. (2001). الوسطية في القرآن الكريم (الإصدار الطبعة الأولى). الشارقة، الإمارات: مكتبة الصحابة.
17. الصيرفي محمد عبد الفتاح. (2001). البحث العلمي: الدليل التطبيقي للباحثين (الإصدار الطبعة الأولى). عمان: دار وائل للنشر.
18. عبد الغني محمد ، و الحضييري محمد حسن. (1992). الأسس العلمية لكتابة رسائل الماجستير والدكتوراه، القاهرة، دون طبعة، 1992، ص42 (الإصدار دون طبعة). القاهرة: مكتبة الأنجلومصرية.
19. عبد الله محمد الشريف. (1996). مناهج البحث العلمي: دليل الطالب في كتابة الأبحاث والرسائل العلمية (الإصدار الطبعة الأولى). الإسكندرية: مكتبة الإشعاع للطباعة والنشر والتوزيع.
20. عبد المجيد إبراهيم مروان. (2000). أسس البحث العلمي لإعداد الرسائل الجامعية 28 (الإصدار الطبعة الأولى). عمان: مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع.
21. عبد المنعم أحمد حسن. (1996). أصول البحث العلمي (إعداد وكتابة ونشر البحوث والرسائل العلمية) (الطبعة الأولى). المكتبة الأكاديمية.
22. عبيدات محمد ، أبو ناصر محمد ، و مبيضين عقلة. (1999). منهجية البحث العلمي: القواعد والمراحل والتطبيقات (الإصدار الطبعة الثانية). عمان: دار وائل للنشر.
23. عزي عبد الرحمان. (2013). منهجية الحتمية القيمية في الإعلام (الإصدار الطبعة الأولى). تونس: الدار المتوسطة للنشر.
24. عقيله عبد المحسن حامد أحمد. (2015). الإعلام الجديد وعصر التدفق الإخباري (الإصدار الطبعة الأولى). المنصورة: المكتبة العصرية.
25. عليان ربحي مصطفى ، و عثمان محمد غنيم. (2000). مناهج وأساليب البحث العلمي: النظرية والتطبيق (الإصدار الطبعة الأولى). عمان: دار صفاء للنشر والتوزيع.
26. عوض فاطمة صابر ، و ميرفت علي خفاجة. (2002). أسس ومبادئ البحث العلمي (الإصدار الطبعة الأولى). الإسكندرية: مكتبة ومطبعة الإشعاع الفنية.
27. الفيافي عيسى بن سليمان. (بدون تاريخ). الأمن الفكري والتوعية الفكرية. تم الاسترداد من مكتبة نور.
28. قنديلجي عامر. (1999). البحث العلمي واستخدام مصادر المعلومات (الإصدار الطبعة الأولى). عمان: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع.
29. ماكومز ماكس ، و وآخرون. (2012). الأخبار والرأي العام، آثار الإعلام على الحياة المدنية (الإصدار بدون طبعة). (محمد حسن أحمد صفوت، المترجمون) الجزائر: الدار الجزائرية للنشر والطبع والتوزيع.
30. مسعد محمد محيي. (2000). كيفية كتابة الأبحاث والإعداد للمحاضرات (الإصدار الطبعة الثانية). الإسكندرية: المكتب العربي الحديث.
31. مكاوي حسن عماد ، و حسين السيد ليلي. (2001). الاتصال ونظرياته المعاصرة (الإصدار الطبعة الثانية). القاهرة.
32. الموسوي محمد جاسم فلحي. (2006). اتجاهات إعلامية معاصرة. الدانمارك: الأكاديمية العربية المفتوحة.

33. الندوي محمد ولي الله عبد الرحمان. (2019). معالم الوسطية ومقوماتها في الإسلام. 34، الصفحات 279-236.

34. نعمان منصور ، و النمري غسان ذيب. (1998). البحث العلمي: حرفة وفن (الإصدار الطبعة الأولى). الأردن: دار الكندي للنشر والتوزيع.

35. نومار مريم نريمان. (2012). استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيره في العلاقات الاجتماعية دراسة عينة من مستخدمي موقع الفايستوك في الجزائر. باتنة: جامعة الحاج لخضر.

ب- القواميس والمعاجم والموسوعات العلمية:

1. إبراهيم محمد إسماعيل. (1998). معجم الألفاظ والأعلام القرآنية (الإصدار بدون طبعة). القاهرة: دار الفكر العربي.

2. ابن منظور جمال الدين. (2009). إبن منظور، لسان العرب (الإصدار الطبعة الثانية). بيروت: دار الكتب.

3. الأحمدي ملياني موسى. (1979). معجم الأفعال المتعدية بحرف (الإصدار الطبعة الأولى). بيروت: دار العلم للملايين.

4. آرون بول ، و وآخرون. (2012). معجم المصطلحات الأدبية (الإصدار الطبعة الأولى). (محمد محمود، المترجمون) بيروت: المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر.

5. البستاني عبد الله. (1990). معجم الوافي. بيروت: مكتبة لبنان.

6. بولمزاود السعيد. (2013). قاموس علم الاجتماع موسوعة مفهوم المجتمع (الإصدار الطبعة الأولى). قسنطينة: مخبر علم الاجتماع والاتصال للبحث والترجمة (جامعة قسنطينة 02).

7. التميمي أسد الدين. (2014). معجم المصطلحات الإلكترونية وتقنياتها (الإصدار الطبعة الأولى). عمان: دار أسامة للنشر.

8. التونجي محمد. (1999). التونجي محمد ، المعجم المفصل في الأدب، دار الكتب العلمية، بيروت الطبعة الثانية، الجزء الثاني، 1999، ص 690. (الإصدار الطبعة الثانية). بيروت: دار الكتب العلمية.

9. الثعالي عبد الرحمان. (2015). معجم الغريب (الإصدار بدون طبعة). الجزائر: منشورات الدار الجزائرية.

10. جبران مسعود. (2001). الرائد (معجم لغوي معاصر) (الإصدار الطبعة الثامنة). بيروت: دار العلم للملايين.

11. الجرجاني علي شريف. (2000). كتاب التعريفات (الإصدار بدون طبعة). بيروت: مكتبة لبنان ناشرون.

12. حامد عبد الناصر سليم. (2012). معجم مصطلحات العلوم الاجتماعية (الإصدار الطبعة الأولى). عمان: دار أسامة للنشر.

13. حجاب محمد منير. (2004). المعجم الإعلامي (الإصدار الطبعة الأولى). القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع.

14. حداد سليم. (2007). المعجم النقدي لعلم الاجتماع، (الإصدار الطبعة الثانية). بيروت: المؤسسة الجامعية لدراسات والنشر والتوزيع.

15. الحميدي عبد الرحمان ، و عيسى العوفي. (2010). القاموس العربي الأول لمصطلحات علوم التفكير (الإصدار الطبعة الأولى). عمان: دار ديونو.
16. الزمخشري أبو القاسم جار الله محمود. (1998). أساس البلاغة (الإصدار الطبعة الأولى). بيروت: دار الكتب العلمية.
17. الضناوي سعدي ، و جوزيف مالك. (2013). معجم المترادفات والأضداد (الإصدار بدون طبعة). طرابلس، لبنان: المؤسسة الحديثة للكتاب.
18. عبد الرحمان محمد ، و وآخرون. (2013). المعجم الشامل لترجمة مصطلحات علم الاجتماع وعلم النفس الاجتماعي (الإصدار الطبعة الأولى). الإسكندرية: دار الوفاء لنديا الطباعة والنشر.
19. عبد الفتاح مراد. موسوعة البحث العلمي وإعداد الرسائل والأبحاث والمؤلفات، الإسكندرية، بدون طبعة، ص 1276 (الإصدار بدون طبعة). الإسكندرية.
20. عدنان أبو مصلح. (2006). معجم علم الاجتماع (الإصدار الطبعة الأولى). عمان: دار أسامة للنشر.
21. عمر أحمد مختار. (2008). معجم اللغة العربية المعاصرة (الإصدار الطبعة الأولى). القاهرة: عالم الكتب.
22. غيث محمد عاطف. (2006). قاموس علم الاجتماع (الإصدار بدون طبعة). الأزاريطة: دار المعرفة الجامعية.
23. الفار محمد جمال. (2014). معجم المصطلحات الإعلامية (الإصدار بدون طبعة). عمان: دار أسامة للنشر.
24. الفيروزبادي محي الدين محمد. (2013). القاموس المحيط (الإصدار الطبعة الرابعة). بيروت: دار الكتب العلمية.
25. القاسمي علي. (2008). معجم الاستشهادات الموسع (الإصدار الطبعة الأولى). بيروت: مكتبة لبنان ناشرون.
26. قعدان زيدان عبد الفتاح. (2011). المعجم الإسلامي (الإصدار الطبعة الأولى). عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع.
27. كباية وحيد. (2012). معجم مصطلحات النقد العربي القديم، مكتبة لبنان ناشرون، بيروت، الطبعة الأولى، 2012، ص 433. (الإصدار الطبعة الأولى). بيروت: مكتبة لبنان ناشرون.
28. الكتاني محمد. موسوعة المصطلح في التراث العربي الديني والعلمي والأدبي (الإصدار الطبعة الأولى، المجلد الجزء الثاني). الدار البيضاء: دار الثقافة.
29. مجدي وهبة. (1984). معجم المصطلحات العربية في اللغة والأدب (الإصدار الطبعة الثانية). بيروت: مكتبة لبنان.
30. مداس فاروق. (2003). قاموس مصطلحات علم الاجتماع (الإصدار دون طبعة). دار المدني.
31. المشاقبة بسام عبد الرحمان. (2014). معجم مصطلحات العلاقات العامة (الإصدار الطبعة الأولى). عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع.

32. مصطفى حسيبة. (2012). المعجم الفلسفي (الإصدار بدون طبعة). عمان: دار أسامة للنشر.
33. مصلح الصالح. (2012). معجم مصطلحات العلوم الاجتماعية مزدوج اللغة (الإصدار بدون طبعة). السعودية: النشر العلمي والمطابع لجامعة الملك سعود.
34. المطرزي نصر الدين. المغرب في ترتيب المغرب (معجم لغوي) (الإصدار بدون طبعة). بيروت: مكتبة لبنان ناشرون.
35. المنجد في اللغة والأعلام. (1996). المنجد في اللغة والأعلام (الإصدار الطبعة الخامسة والثلاثون). منشورات دار المشرق.
36. نوفو فرانك. (2012). قاموس علوم اللغة (الإصدار الطبعة الأولى). (صالح المحري، المترجمون) بيروت، المنظمة العربية للترجمة.

ج- المجالات العلمية والدوريات:

1. أبو الحمام عزام. (2017). المقاربة القيمية في نظريات اتصال غربية وعربية: مدخل الاستخدامات والإشباع ونظرية الحتمية القيمية. المجلة الدولية للاتصال الاجتماعي، المجلد 04 (العدد 9-10)، صفحة 101.
2. اسماعيل بشرى جميل. (2011). مدخل الإعلام الجديد: المفهوم والنماذج. الباحث الإعلامي (العدد 14)، الصفحات 09-25.
3. أمزيان وناس. (بدون تاريخ). الانصهار الثقافي الأمازيغي العربي في منطقة الأوراس وتأثيره في هوية السكان. مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية. عدد خاص للملتقى الدولي الأول حول الهوية والمجالات الاجتماعية في ظل التحولات السوسيوثقافية في المجتمع الجزائري، صفحة 450.
4. بلقاسمي آمنة ياسين، و محمد مزيان. (جوان، 2012). العولمة الثقافية وتأثيراتها على هوية. مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية (العدد 08)، الصفحات 39-58.
5. بليح عائشة. (بلا تاريخ). أزمة الهوية العربية وإعادة إنتاج الهوية الأوروبية في ظل العولمة. مجلة سوسولوجيا، الصفحات 72-73.
6. بن التوات عبد القادر ي. (2021). اللغة العربية بين الماضي والحاضر - الواقع، الواجب والهدف. مجلة اللغة العربية للأبحاث التخصصية، 6 (2)، صفحة 193.
7. بن تركي أسماء. (بدون تاريخ). الهوية الثقافية بين قيم الأصالة والحداثة في ظل التغيرات السوسيوثقافية للمجتمع الجزائري. مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، الصفحات 628-644.
8. بني عطى سهاد عبد الله. (مارس، 2017). أثر برنامج تعليمي قائم على استراتيجيات الحوار والمناقشة في تنمية مفاهيم الأمن الفكري. مجلة الدراسات الاجتماعية، المجلد 23 (العدد 01)، صفحة 63.
9. بوعطيط جلال الدين، و بوعطيط فايزة. (11 سبتمبر، 2017). العولمة الثقافية وانعكاساتها على هوية الشباب الجزائري -دراسة نظرية تشخيصية-. مجلة أبحاث نفسية وتربوية، المجلد 11 (العدد 11)، صفحة 479.
10. بوعلي نصير. (بدون تاريخ). الصحافة المطبوعة والزحف الإلكتروني. الصورة والاتصال، المجلد 01 (العدد 01)، الصفحات 64-72.

11. تواتي نور الدين. (مارس، 2013). ماكلوهان مارشال...قراءة في نظرياته بين الأمس واليوم. *مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية* (10)، الصفحات 177-190.
12. حسين كواكب محمود. (18 أبريل، 2021). اللغة والمجتمع دراسة في ضوء علم اللغة الاجتماعي. *مجلة العلوم الاجتماعية*، 18 (3)، الصفحات 17-18.
13. حصيد فيصل. (بدون تاريخ). اللغة والهوية جدل الثابت والمتغير. *مجلة كلية الآداب واللغات* (العدد 02)، الصفحات 09-34.
14. الحمداني بشرى حسين محمد. (2012). إنعكاسات التكنولوجيا الجديدة على الصحافة. *مجلة الدراسات التاريخية والحضارية*، المجلد 04 (1)، الصفحات 139-181.
15. خميس نادية. (جانفي، 2017). الصورة الكارتونية وأثرها على هوية الطفل وثقافته -قراءة في المرجعيات وأنساقها المضمره-. *مجلة فتوحات*. (العدد 04)، صفحة 243.
16. درنوبي هدى. (جانفي، 2017). شبكات التواصل الاجتماعي والهوية الوطنية للشباب الجزائري، تشكيل هوية مستقلة أم تجسيد لهوية مغتربة. *مجلة العلوم الاجتماعية* (العدد 22)، الصفحات 174-186.
17. ربحي مصطفى. (بلا تاريخ). مشكلة الوعي الشبابي العربي بين إرادة التغيير، ورهان فهم التحديات: مقارنة لبناء هوية التغيير العدد 23، ص 96. *مجلة دراسات استراتيجية* (23)، صفحة 96.
18. الزبون مأمون سليم، و وآخرون. (2018). دور عضو هيئة التدريس في تعزيز الأمن الفكري لدى طلبة الجامعة الأردنية الحكومية (دراسة تطبيقية على أعضاء هيئة التدريس في الجامعة الأردنية). *المجلة العربية لضمان جودة التعليم الجامعي*، المجلد 11 (العدد 35)، صفحة 90.
19. زرن جمال. (2017). الإعلام الجديد والإعلام العربي: أي علاقة؟ *المجلة الدولية للاتصال الاجتماعي*، المجلد 04 (العدد 09-10)، الصفحات 121-154.
20. سببسي حكيمة. (2014). هوية الأدب الجزائري المكتوب باللغة الفرنسية. *مجلة العلوم الإنسانية* (العدد 35/34)، الصفحات 515-530.
21. سويقات لبني، و عبد الإله عبد القادر. (2016). الحتمية التكنولوجية: مدخل نظري لدراسة استعمالات الإعلام الإلكتروني. *مجلة الواحات للبحوث والدراسات*، المجلد 09 (العدد 09)، الصفحات 875-899.
22. شباب فاطمة، و شقور سمية. (2018). المدونات كتمصدر للمعلومات: دراسة حالة المدونات المتخصصة في علم المكتبات. *المجلة المغاربية للتوثيق* (العدد 27)، صفحة 02.
23. شنان قويدر. (2018). لغة التعليم والهوية. *مجلة العمدة في اللسانيات وتحليل الخطاب* (05)، صفحة 228.
24. الشهبان امتنان عبد الرحمان. (2018). استراتيجية المعلم في دعم مبدء الوسطية وتعزيز الأمن الفكري بين الواقع والمأمول. *المجلة الدولية للدراسات التربوية والنفسية*، المجلد 03 (العدد 02)، صفحة 372.
25. صباح ياسين. (2006). الإعلام الفضائي في الوطن العربي. *المستقبل العربي*، الصفحات 58-70.
26. الطائي نعمة دهش فرحان. (2012). ظاهرة الازدواج اللغوي وأثرها في النسيج الاجتماعي. *مجلة جامعة كركوك للدراسات الإنسانية*، 07 (03)، صفحة 2.

27. الطائي نعمة دهش فرحان. (2016). المنحى الاجتماعيّ في أمالي المرتضى دراسة في ضوء اللسانيات الاجتماعية. مجلة الأستاذ ، صفحة 194.
28. طواهرية منى. (2018). اللغة والهوية الوطنية على محك الإرث الاستعماري: جرائم تاريخية وتأزم هوياتي. مجلة البدر ، المجلد 10 (10)، صفحة 77.
29. طواهرية منى. (2018). اللغة والهوية الوطنية على محك الإرث الاستعماري: جرائم تاريخية وتأزم هوياتي. مجلة البدر ، المجلد 10 (العدد 01)، الصفحات 74-88.
30. عبادي إيمان ، و فريال بن مزارى. (بدون تاريخ). الصراع و التكامل بين الصحافة الورقية و الصحافة الإلكترونية. مجلة سوسولوجيا ، المجلد 01 (العدد 03)، الصفحات 148-161.
31. علي ابتسام رايس. (25 ديسمبر ، 2016). نظرية الاستخدامات والإشباع وتطبيقاتها على الإعلام الجديد -مدخل نظري-. مجلة دراسات وأبحاث ، صفحة 10 (من المقال).
32. عواج سامية. (19 12 ، 2014). الدور الثقافي للصحافة المكتوبة: نموذج مقترح لركن ثقافي ناجح. مجلة العلوم الاجتماعية ، الصفحات 226-241.
33. عيشور نادية. (بدون تاريخ). سلوك المواطنة في المجتمع الجزائري بين آليات التنشئة الثقافية وقواعد اللغة السياسية. مجلة الآداب والعلوم الاجتماعية ، الصفحات 189-208.
34. قرناني ياسين. (بدون تاريخ). قراءة تحليلية لنظرية الحتمية التكنولوجية والحتمية القيمية. - بين مارشال ماكلوهان وعزى عبد الرحمان-. مجلة العلوم الاجتماعية ، المجلد 03 (العدد 06)، صفحة 67.
35. قلاب هدى كحلي. (بدون تاريخ). رقمنة التراث في الفضاء السيرياني وإشكالية الهوية. مجلة أنثروبولوجيا (العدد 05)، الصفحات 76-89.
36. كاس أحمد. (السداسي الأول، 2013). واقع اللغة العربية في إعلام الجزائر (قراءة نقدية لبعض الأخطاء اللغوية في الصحافة المكتوبة). المراد (العدد 01)، صفحة 134.
37. كهوس رشيد. (جوان، 2018). المنظومة الأخلاقية في السيرة النبوية العطرة التحليلات والغايات. مجلة العلوم الإسلامية والحضارة ، المجلد 03 (العدد 08)، الصفحات 43-69.
38. اللحياني خضر بن كامل محمد. (2008). أثر الفضائيات على المراهقين والمراهقات في المملكة العربية السعودية من وجهة نظر التربويين والتربويات. الولايات المتحدة الأمريكية: كلية التربية، جامعة كولومبس.
39. لكحل الشيخ. (سبتمبر، 2016). وسائل الإعلام الجديد ودورها في المعرفة التاريخية: كيف نتفادى السلبيات وتزوير التاريخ. مجلة الرافد ، الصفحات 06-15.
40. المحضار رجاء بنت سيد علي. (نوفمبر، 2018). الأمن الفكري في الكتب والسنة ومدلولاته التربوية. المجلة التربوية (العدد 55)، صفحة 133.
41. محمد الطاهر لعلوي. (2022). الإعلام الجديد وتحديات الحفاظ على الأمن الهوياتي للمجتمع الجزائري. مجلة العلوم الإنسانية لجامعة أم البواقي .
42. مدفوني جمال. (أكتوبر، 2019). نظرية الاستخدامات والإشباع من الاتصال الجماهيري إلى الاتصال الرقمي. مجلة الرسالة للدراسات الإعلامية ، المجلد 03 (العدد 03)، صفحة 85.

43. مسعود عز الدين مسعود، و سلماني سالم. (سبتمبر، 2018). شعار الأمن الفكري والمؤسسات الاجتماعية في الجزائر. *مجلة العلوم القانونية والاجتماعية* (العدد 11)، صفحة 90.
44. المنجي حامد. (2016). المجتمع وآليات تحليله: أزمة النظرية أم أزمة مجتمع. *مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية* (18)، الصفحات 169-180.
45. موقاري فطوم. (جانفي، 2019). القيم الأخلاقية بين التراث الإسلامي والفلسفة الحديثة المعاصرة. *مجلة المعيار*، مجلد 23 (عدد 45)، الصفحات 493-510.
46. وادي أحمد. (2018). السياسة الاستعمارية الفرنسية وانعكاساتها على ثقافة المجتمع والأمن الهوياتي بالجزائر. *مجلة الناقد للدراسات السياسية* (العدد 02)، صفحة 299.
47. يطو عبد الغاني، و بن شهيدة أحمد. (30 07، 2018). الصورة السمعية البصرية وتأثيراتها على القيم الممارسات لدى تلاميذ الثانويات. *مجلة التدوين* (العدد 11)، الصفحات 210-211.

د- المؤتمرات والملتقيات والندوات العلمية:

1. الأصغر أحمد عبد العزيز. (21 - 23 فيفري 2011). المدخل الاجتماعي لمعالجة الفكر المنحرف. *الندوة العلمية: التصدي للفكر الإرهابي والحد من تجنيد الشباب* (صفحة 02). الرياض: مركز الدراسات والبحوث.
2. خبراني محمد بن علي موسى، و الزهراني أحمد بن عثمان. (17-18 جوان 2008). ممارسات مرتادي وسائل التواصل الاجتماعي وخطرها على الأمن الفكري. *المؤتمر العلمي الأكاديمي الدولي التاسع: الاتجاهات المعاصرة في العلوم الاجتماعية والأخرى الطبيعية والطبيعية* (صفحة 134). اسطنبول: شبكة المؤتمرات العربية مع
Global Proceedings Repository American Research Foundation
3. الغامدي قينان عبد الله. (ماي 2012). التوافق والتناظر بين الإعلام التقليدي والإعلام الإلكتروني. *ندوة الإعلام والأمن الإلكتروني*. السعودية: جامعة الأمير نايف العربية للعلوم الأمنية.
4. عبد الله ثاني محمد النذير. (7-5 ديسمبر 2017). الإعلام الجديد وأمن الهوية الافتراضية مقارنة في التفاعلية على الهوية الافتراضية السياسية - الصحافة الإلكترونية نموذجاً. *المؤتمر الدولي: التنوع الثقافي وقضايا الهوية* (الصفحات 83-96). جامعة الفيوم.

هـ- الأطروحات ورسائل التخرج:

1. أحمد عبده آسيا إبراهيم. (2015). *دور تكنولوجيا الاتصال في تطوير إنتاج البرامج الإخبارية للراديو* (دراسة تطبيقية على الإذاعة السودانية). الخرطوم، السودان: كلية علوم الاتصال جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا.
2. بوعلي نصير. (2003). *أثر البث التلفزيوني "الفضائي" المباشر على الشباب الجزائري - دراسة تحليلية ميدانية*. الجزائر: كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر.
3. بومعزة السعيد. (2005-2006). *أثر وسائل الإعلام على القيم والسلوكيات لدى الشباب - دراسة استطلاعية لمنطقة البلدية*، أطروحة مقدمة لنيل درجة دكتوراه دولة في علوم الإعلام والاتصال. الجزائر: كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر.

4. بومهدي زينب. (2004-2005). 3 زينب بومهدي، إشكالية المنهج في فكر زكي نجيب محفوظ، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في الفلسفة العربية المعاصرة، غير منشورة، جامعة الجزائر، 2004-2005 (الإصدار غير منشورة). الجزائر: جامعة الجزائر.
5. عايد كمال. (2017). تكنولوجيا الإعلام والاتصال وتأثيراتها على قيم المجتمع الجزائري - الشباب الجامع لتلمسان، أنموذجاً - . تلمسان: جامعة أبو بكر بلقايد.
6. لبصير فطيمة. واقع العلاقات العامة في البرلمان الجزائري، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في الاتصال والعلاقات العامة، دراسة غير منشورة، قسنطينة: جامعة منتوري.

و- مواقع الويب:

1. Deutsche Welle (المحرر). (25 أبريل، 2016). تكنولوجيا الشاشات تغير طريقة مشاهدة التلفزيون. تاريخ الاسترداد 09 أبريل، 2020، من <http://amp-dw-com.cdn.amproject.org>
2. جريدة الحوار الإلكترونية. (15 سبتمبر، 2019). 65 بالمئة من المراهقين الجزائريين مدمنون على المواقع الإباحية. تاريخ الاسترداد 06 05، 2020، من الحوار: <http://www.elhiwardz.com/national/132915>
3. جريدة الحوار الإلكترونية. (15 سبتمبر، 2019). 65 بالمئة من المراهقين الجزائريين مدمنون على المواقع الإباحية. تاريخ الاسترداد 06 05، 2020، من الحوار: <http://www.elhiwardz.com/national/132915>
4. مجلة إتحاد كتاب الإنترنت المغاربة. (27 ديسمبر، 2012). ندوة مستقبل "الإذاعة عام 2020" في المهرجان العربي للإذاعة والتلفزيون . تاريخ الاسترداد 11 أبريل، 2020، من مجلة إتحاد كتاب الإنترنت المغاربة: <https://ueimaroc.wordpress.com>
5. مجلة قافلة الثقافية. (2014). تقرير القافلة، الصحافة في عصر التكنولوجيا الرقمية . تاريخ الاسترداد 11 04، 2020، من مجلة القافلة الثقافية: <http://qafilah.com/ar>
6. أبو الحمام عزام. (18 ديسمبر، 2018). برنامج *Radio Garden* للبحث الإذاعي نقلة نوعية للبحث الإذاعي. (أحمد أسند، المحرر) تاريخ الاسترداد 09 أبريل، 2020، من موقع عالم التكنولوجيا: <http://www.4youtech.com>
7. الأسدي مروة. (04 07، 2018). هل سيكون مستقبل الصحافة إلكترونية فقط . تاريخ الاسترداد 11 04، 2020، من شبكة النبا المعلوماتية: <http://amp-annabaa-org.cdn.amproject.org>
8. الأمين أحمد. (20 08، 2016). الصحافة المطبوعة والصحافة الإلكترونية . تاريخ الاسترداد 11 04، 2020، من منتديات الجزيرة: <http://blogs-aljazeera-net.cdn.amproject.org>
9. باردون أنياس. (01، 2020). افتتاحية رسالة اليونيسكو، أصوات متعددة عالم واحد . تاريخ الاسترداد 16 04، 2020، من منظمة الأمم المتحدة للعلم والتربية والثقافة: <http://ar.unesco.org/courier/2020>

10. البوابة العربية للأخبار التقنية. (5 جانفي , 2018). إلجي تستعرض أحدث أجهزة التلفاز خلال معرض الإلكترونيات الباستهلاكية 2018. (البوابة العربية للأخبار التقنية) تاريخ الاسترداد 09 أبريل, 2020، من البوابة العربية للأخبار التقنية: <http://aitnews.com>
11. بوعاتي جلال. (21 أكتوبر , 2018). الصحافة الجزائرية.. واقع متأزم ومستقبل مجهول . تاريخ الاسترداد 20 04 , 2020، من <http://www.elkhabar.com/press/article>
12. حسونة نسرین محمد عبده. (16 05 , 2015). مكتبة الألوكة. تاريخ الاسترداد 19 04 , 2020، من شبكة الألوكة: <http://www..alukah.net>
13. حمد الجعيدي. (30 09 , 2015). مستقبل الصحافة الورقية نحو الأفول . تاريخ الاسترداد 11 04 , 2020، من مجلة فكر الثقافية: http://www.fikrmag.com/topic_details.php?topic
14. الخبر بين لحظة وضحاها 24. (13 جانفي , 2019). أحدث صيحات التلفزيون لعام 2019. تاريخ الاسترداد 13 أبريل, 2020، من الخبر بين لحظة وضحاها 24: <http://ae.cdn.ampproject.org>
15. شمس الدين مصطفى عابدين. (04 06 , 2015). الصحافة المطبوعة والصحافة الإلكترونية . تاريخ الاسترداد 11 04 , 2020، من الشرق للإدارة الإلكترونية: <http://m.al-sharq.com>
16. شنينو أماني. (30 سبتمبر , 2018). فجوة أو دمج، ماذا يحدث بين الإعلام التقليدي والرقمي الجديد. تاريخ الاسترداد 07 أبريل, 2020، من منتدى IJNET: <http://ijnet.org>
17. صدقه جورج. (حزيران , 2016). كيف نقد الصحافة المطبوعة . تاريخ الاسترداد 11 04 , 2020، من جريدة النهار الإلكترونية: <http://www.annahar-com.cdn.ampproject.org>
18. عاصم خالد. (29 01 , 2018). تلفزيون K Tv8... كل ما تريد معرفته عن مستقبل الترفيه البصري . تاريخ الاسترداد 09 04 , 2020، من سماعا: <http://www-sama3a-com.cdn.ampproject.org>
19. العشري محمد رياض. (13 فيفري , 2017). اليوم العالمي للراديو: هل هناك مستقبل للإذاعة مع هيمنة وسائل التواصل الاجتماعي . تاريخ الاسترداد 15 أبريل, 2020، من بي بي سي نيوز عربية: <https://www.bbc.com/arabic/art-and-culture>
20. العشري محمد رياض. (14 فيفري , 2017). مستقبل الإذاعة في عصر هيمنة وسائل التواصل الاجتماعي. تاريخ الاسترداد 11 أبريل, 2020، من إيلاف للنشر: <http://elaph-com.cdn.ampproject.org>
21. العطاوي خالد. (10 فيفري , 2019). 14 مليون يستمعون إلى الإذاعات . تاريخ الاسترداد 16 أبريل, 2020، من جريدة الصباح الإلكترونية: <http://assabah.ma/364485>
22. العناني جواد. (24 03 , 2016). مستقبل الصحافة الورقية . تاريخ الاسترداد 11 04 , 2020، من العربي الجديد: <http://www-alaraby-co-uk.cdn.ampproject.org>

23. الغامدي سعيد فرحة. (08 07, 2019). مستقبل الصحافة الورقية إلى أين . تاريخ الاسترداد 11 04, 2020, من الموقع الإلكتروني: المدينة: <http://www.al-madina.com/article/639095>
24. كحال حمزة. (03 05, 2016). الصحافة الجزائرية بين السلطة والصمود . تاريخ الاسترداد 20 04, 2020, من العربي الجديد: <http://www-alaraby-co-uk-.cdn.amproject.org>
25. مسلم عيسى. (28 فيفري, 2017). الفرق بين شاشات LCD والبلازما وLED وOLED. تاريخ الاسترداد 09 أبريل, 2020, من عربي تكنو ميديا: <http://arabitechnomedia-com.cdn.amproject.org>
26. مطاوع عمار. (26 مارس, 2017). دور الإعلام في صناعة العنصرية العالمية . تاريخ الاسترداد 06 جانفي, 2022, من الجزيرة نات: www-aljazeera-net.cdn.amproject.org
27. المعرفة. (بدون تاريخ). الراديو. تاريخ الاسترداد 11 أبريل, 2020, من المعرفة: <http://m.marefa.org>
28. منتديات مصراوي. (12 سبتمبر, 2019). تعرف على أحدث اتجاهات التلفاز بمعرض IFA 2019. تاريخ الاسترداد 09 أبريل, 2020, من مصراوي: <http://www-masrawy-com.cdn.amproject.org>
29. المواطن نات. (23 10, 2018). العالم حصاد اليوم. تاريخ الاسترداد 11 04, 2020, من صحيفة المواطن الإلكترونية: <http://ww.almowaten-net.cdn.amproject.org>

2- قائمة المصادر والمراجع باللغة الأجنبية:

1. Abdul Sahib, M. A. (2007). *a dictionary of translation and interpreting* (éd. second edition). ethraa.
2. Bouudon, R., & autres, e. (2012). *dictionnaire de lla sociologie* (éd. sans edition,). maisan la rousse.
3. cacaly, S., & autre, e. *dictionnaire de l'information* (éd. 3e edition). paris: armand colin.
4. cia central entelligence agency. (2020, 03 21). *THE WORLD FACTBOOK GEO*. Consulté le 04 16, 2020, sur cia central entelligence agency: <HTTPS://WWW.CIA.GOV/LIBRARY/PUBLICATIONS/RESOURCES/THE-WORLD-FACTBOOK/GEOS/AG.HTML>
5. Coëffé, T. (2020, 01 06). *Chiffres réseaux sociaux –2020*. Consulté le 05 06, 2020, sur BDM media: <http://www.blogdumderateur.com/chiffres-reseaux-sociaux>

6. Coëffé, T. (2019, 01 31). *Étude sur l'usage d'Internet et des réseaux sociaux en 2019*. Consulté le 05 03, 2020, sur BDM/ media: <http://www.blogdumoderateur.com/internet-reseaux-sociaux-2019>
7. datareportal. (2020, 02 17). *Digital 2020: Algeria. Global digital insights*. Consulté le 05 06, 2020, sur datareportal : <http://datareportal.com/reports/digital-2020-algeria>
8. Géré, F. (2011). *dictionnaire de la désinformation* (éd. sans édition). paris: , armand colin.
9. Gilsenan, K. (2019, 09 27). *Trends, 2019 in Review: Social Media is Changing, and It's Not a Bad Thing*. Consulté le 05 03, 2020, sur GlobalWebIndex: <http://blog.globalwebindex.com/trends/2019-interview-social-media/>
10. hootsuite/ we are social, .. (2019). *digital 2019*. Consulté le 05 06, 2020, sur hootsuite/ we are social: <http://wearesocial.com/global-digital-report-2019>
11. johnson, j. (2021, jan 27). *internet demographics and use, most common languages used on the internet as of january 2020, by share of internet users*. Consulté le 01 11, 2022, sur statista.
12. langlois, G. (1996). *elmagharibi « le dictionnaire de la langue française »* (éd. sans édition). alger: les éditions chihab.
13. librairie larousse. *Grand larousse de la langue française* (éd. sans édition). paris: librairie larousse.
14. north africa post. (2021, april 22). *internet*. Consulté le june 13, 2022, sur north africa post: <http://www.northafricapost.com>
15. Pougoise, M. *Dictionnaire didactique de la langue française* (éd. sans édition). paris: Armand colin.
16. Rayal, F. *pédagogie dictionary concepts clés est editeur,, p 106*. (éd. 10e édition).
17. SAMSUNG.com. (s.d.). *what is 8K TV*. Consulté le 04 09, 2020, sur SAMSUNG: <http://samsung.com>
18. similarweb. (2020, 04 01). *top websites ranking in algeria*. Consulté le 05 06, 2020, sur similarweb: <http://www.similarweb.com/top-websites/algeria>

- 19.the washington institute. (2018, 07 02). *fikra forum, The Algerian Press: On the Brink*. (A. Marwane, Éditeur) Consulté le 04 20, 2020, sur <http://www.washingtoninstitute.org/fikraforum/view/The-Algerian-Press-On-the-Brink>
- 20.unesco. (2013). *world radio day 2013, statistics on radio*. Consulté le 04 16, 2020, sur united nations educational ,scientific and cultural organization:
21.<http://www.unesco.org/new/en/unesco/events>
- 22.oxford university press. (1998). *Oxford advanced learner's dictionary of current English* (4th edition ed.). England: oxford university press.
- 23.oxford university press. *Oxford learner's pocket dictionary with illustrations* (without edition ed.). oxford university press.
- 24.*The american heritage dictionary of the english language* (4th edition ed.). (2000). boston “united states of America”: houghton mifflin company.