

تأثير الإعلام الجديد على الانتماء الثقافي للشباب الجزائري

دراسة ميدانية على عينة من شباب ولاية الشلف

Impact of new media on cultural belonging to the Algerian youth

-Field study on a sample of youth of chlef -

الطالبة: يحيى خديجة

yahmikhadidja@gmail.com

إشراف: د/ صبيات نصيرة

جامعة الجزائر 3 (الجزائر)

تاريخ النشر: 2019/06/03

تاريخ القبول: 2019/05/01

تاريخ الإرسال: 2019/04/22

الملخص:

من خلال الدراسة التي قمنا بها، حاولنا معرفة تأثير الإعلام الجديد على الانتماء الثقافي للشباب الجزائري واستخلصنا أن الإعلام الجديد أصبح يشكل تهديدا خطيرا للهوية الثقافية والإسلامية فالفراغ النفسي والمعنوي والطموح لدى هذا الشباب المسلم، وعدم وجود الشخصية النموذجية التي يأمل دائما أن يتشبه بها، وبالتالي فإن هذه الوسائل نجحت في تكوين جيل من الشباب قلما يهتم بالقيم الثقافية والأخلاقية وأصبح يعاني من العزلة والوحدة داخل أسرته، وتأثرهم بالثقافات المروجة عبر فضاءات الانترنت وهذا رغم أن قيمهم تتنافى كلية مع قيمنا المستمدة من الدين الإسلامي.

وبما أن الثقافة في المجتمعات العربية والإسلامية على الخصوص تمثل انتماء الفرد، حيث يكون مصدر القيم في الأساس الدين الإسلامي فالإنسان لا يكون مصدر للقيم وإنما تتجسد من خلاله القيم ويعد المجتمع المكان الخصب الذي يكتسب منه قيمة الدينية والثقافية أو الاجتماعية وتعتبر من موجهاته إلى الطريق الصحيح إذ أن و بظهور وسائل الإعلام الجديدة وجد نفسه مجبرا على التخلي عن عاداته وقيمه وانتمائه الثقافي مواكبة للتطور والعصرنة ما جعلته يعيش بين أسرته إلا أنه بعيدا عنها في عالم افتراضي.

الكلمات المفتاحية: التأثير، الإعلام الجديد، الانتماء الثقافي، الشباب.

Summary: Through our study, we tried to figure out the impact of new media on cultural belonging to the Algerian youth and learned that new media has become a serious threat to the Islamic cultural identity and psychological and moral vacuum and ambitions in this Muslim youth, and lack of typical character You always hope that her likeness so the These means succeeded in forming a generation of young people are rarely interested in cultural and ethical values and became suffers from isolation and loneliness within his family and influenced by cultures across the Internet and promotes this spaces, although their values are incompatible with our values derived from the Islamic religion.

And as the culture in Arabic and Islamic communities in particular represent individuality where basically values source of Islam, does not have a source of values but which embodies the values and fertile place society is acquired from religious and cultural or social value and are His pointed in the right direction. That and the emergence of new media has found itself forced to abandon his habits, values and cultural affiliation, the evolution and the critique of what led him to live among his family but away from her in a virtual world.

Keywords: influence, new media, cultural belonging, young people.

مقدمة:

لقد شهد الإنسان مع التطور التكنولوجي المستعمل لآليات الإعلام الجديدة ثورة حقيقية، حيث أصبح العالم قرية صغيرة بإمكانه التطلع على العالم أكثر فقد استطاعت هذه الوسائل إحياء جميع مجالات الحياة. وعليه فإن احتكار الدول الأوروبية المتقدمة لهذه الوسائل جعلنا أمام تدفق لرسائل ومضامين ثقافية يكون الصراع هو الحلبة الثقافية والإعلامية، وهذه المجالات لن تصمد أمامها إلا الأمم والشعوب التي لها ثقافات قوية وإعلام يجعلها متجددة وقادرة على المنافسة وجذب الاهتمام، حيث يشكل العالم الافتراضي أهم إنجازات ثورة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات التي شهدتها العالم، ومع تنامي اعتماد الشباب باعتباره فئة متميزة في أي مجتمع تتميز بالحركة والنشاط وباعتبارها مصدرا من مصادر التغيير الاجتماعي كما تتصف هذه الفئة بالإنتاج والعطاء والإبداع في كافة المجالات فهم المؤهلون للنهوض لمسؤولية بناء المجتمع ولذلك علينا تحديد أسباب هجرة الشباب إلى الانترنت وخصوصا مع تطور المواقع وتعدد الوسائل والاستخدامات حيث قربت المسافة والاتصال بين الجميع وسيطرة الثقافة الغربية.

إشكالية الدراسة:

إن التطورات المتسارعة للتكنولوجيا المتقدمة أدت إلى تغييرات جوهرية في مختلف المجالات ، وهناك مخاوف من الآثار السلبية التي قد تحدثها وبما أن الشباب هم الفئة أكثر استخداما لهذه التقنية فإن تفاعلهم مع مضامين الإعلام الجديد يظهر جليا من خلال التعامل مع المحيطين به وهجرته إلى العالم الافتراضي وفشل المؤسسات في المجتمع من مراقبته ، وبالتالي انعزال الشباب الجزائري عن مجتمعه لذا كان لابد من معرفة اتجاهات الشباب نحو وسائل الإعلام الجديدة المختلفة ومعرفة آثارها خاصة على الانتماء الثقافي عند هذه الفئة المهمة من فئات المجتمع ، فقد أصبح الشباب يبحث عن واقع بديل يولد له إحساس بالحياة وتحقيق لدوافعه النفسية ومن هنا فالتقطيع مع هذا العالم الحقيقي نتيجة عجز المجتمع عن توفير ثقافة بلمسة عصرية تلائمه وتحقيق إشباعاته ما جعله يهرب إلى هذه الفضاءات ، وبالتالي فإن كل ما سبق يستدعي ضرورة القيام بإجراء دراسة للكشف عن هذا الواقع الثقافي الجديد الذي طرأ على المجتمع وخصوصا فئة الشباب من خلال هذه التوطئة نطرح التساؤل الرئيسي التالي:

* ما مدى تأثير الإعلام الجديد على الانتماءات الثقافية للشباب الجزائري؟

وعليه يمكن طرح تساؤلات فرعية حول هذا الموضوع:

✓ ما مدى استخدام الشباب لآليات الإعلام الجديد والإشباعات المحققة؟

✓ ما هي دوافع وأسباب هجرة الشباب إلى فضاءات إعلامية جديدة؟

✓ ما هي أهم تأثيرات الانترنت على قيم وثقافات الشباب؟

أهمية الدراسة:

ينطلق الاهتمام بقضايا الشباب كظاهرة عالمية من الاعتراف بما لديهم من مكانة مميزة في بناء المجتمع المعاصر ، وتكمن أهميته بالنسبة للمجتمع فيما يمثله مصدر من مصادر التجديد والتغيير فهم عادة ما يرفعون لواء التحديث في السلوك والعمل ، من خلال القيم الجديدة التي يتبناها والتي تجعله يدخل في مواجهة مع ما هو سائد من قيم تقليدية، ولهذا يعد الشباب مصدر التغيير الثقافي والاجتماعي في المجتمع وباعتبار أن الإعلام الجديد من المواضيع التي لها أهمية بالغة ، خصوصا مع بروز عالم بلا حدود ثقافية و نظرا لكون قيم الشباب في مضمونها وجوهرها مكتسبة من خلال البيئة والثقافة السائدة في المجتمع فإن دراستها مسألة في غاية الأهمية لاسيما أن عالمنا المعاصر يشهد تغييرات سريعة وتطورات متلاحقة بفعل ظاهرة التفجير المعرفي والتسارع التقني التي أثرت على مجمل نظم المجتمع خاصة الثقافية والقيمية.

المنهج المتبع في الدراسة:

نوع الدراسة : إن هذه الدراسة يمكن أن تدخل ضمن إطار الدراسات الوصفية فهي تعتمد على جمع الحقائق وتحليلها وتفسيرها لاستخلاص دلالتها والتعرف على خصائصها ، وذلك لمعرفة أسباب التطرف الديني في المجتمع العراقي بالصورة التي هي عليه في المجتمع ، فالدراسات الوصفية لا تقف عند مجرد جمع البيانات والحقائق بل تتجه إلى تصنيف الحقائق والبيانات وتحليلها ثم استخلاص النتائج وتحليلها¹.

هذا وقد استخدمنا لدراسة هذا الموضوع "المنهج المسحي الميداني" الذي يعد الأكثر استخداما في البحوث العلمية الكمية في مختلف المعارف والموضوعات ، حيث يعتمد عليه الباحثون في الحصول على بيانات ومعلومات وافية ودقيقة تصور الواقع الاجتماعي، والذي يؤثر في كافة الأنشطة الإدارية والاقتصادية والتربوية والثقافية والسياسية والعلمية. وتسهم مثلا تلك البيانات والمعلومات في تحليل الظواهر. ويكون استطلاع بالعينة² من خلال استخدام أدوات البحث المختلفة للحصول على المعلومات والبيانات اللازمة كالإستبانة ، المقابلة الملاحظة، الاختبارات³.

أدوات الدراسة:

للبحث العلمي أدوات متعددة، لكن طبيعة الموضوع هي التي تفرض على الباحث اختيار الأداة المناسبة لإنجاز الدراسة وقد اعتمدنا على الاستبيان لمعالجة موضوع البحث.

1. الاستبيان Questionnaire: وهو وسيلة هامة لجمع المعلومات ويستخدم على إطار واسع ليشمل الأمة أو في إطار ضيق على نطاق المدرسة⁴.

وبناء على طبيعة موضوعنا قمنا بتصميم استمارة موجهة إلى شباب ولاية الشلف المستخدمين لوسائل الإعلام الجديد هذا وقد تم عرضها على محكمين* ثم قمنا بإجراء التعديلات على الأسئلة للوصول إلى شكلها النهائي وقمنا بتوزيع 210 استمارة .

2. المقابلة L'entretien/ L'entrevue: هي تقنية من التقنيات المباشرة لجمع المعطيات ميدانيا (الحصول على المعلومات من مصادرهما).

عينة الدراسة:

تمثل مجتمع بحثنا الأصلي وهم شباب ولاية الشلف الذين يستخدمون أدوات الإعلام الجديد ، وجب علينا الاعتماد على العينة القصدية.

أولاً: مدخل إلى مفهوم الإعلام الجديد.

1. تعريف الإعلام الجديد.

سنتعرف على أهم التعريفات التي أعطيت للإعلام الجديد وكذا التعرف على مظاهر تعدد تسميات الإعلام الجديد. هناك عدة تعريفات للإعلام الجديد نذكر من بينها:

مفهوم الإعلام الجديد (New media): يشير الإعلام الجديد عموماً إلى الجمع بين تكنولوجيا الاتصال والبث الجديدة والتقليدية مع الكمبيوتر وشبكاته.⁵

*الإعلام الجديد هو إعلام يختص بالرأي والمعلومة والخبر والخبرات والتجارب والصور ومشاهد الفيديو التي تنشر إلكترونياً من قبل أفراد مستقلين غير خاضعين لأي نظام سياسي أو غيره سوى التزام الفرد الشخصي بما يؤمن به من قيم ومبادئ ووفق ما لديه من رقابة ذاتية.⁶

ومن هنا فالإعلام الجديد هو مجموعة التطبيقات والأرضيات ووسائل الإعلام على الشبكة والتي تهدف لتسهيل التفاعلية والتعاون على بناء المحتويات ومشاركتها.

2. المفاهيم المرتبطة بالإعلام الجديد.

*الإعلام الرقمي (digital media): جاء هذا الوصف من بعض تطبيقاته التي تقوم على التكنولوجيا الرقمية مثل التلفزيون الرقمي والراديو الرقمي وغيرهما أو الإشارة إلى أي نظام أو وسيلة إعلامية تندمج مع الكمبيوتر.⁷

*مجتمع المعلومات: يركز مفهوم مجتمع المعلومات على الإنجازات التكنولوجية باعتباره ثمرة لثورة التكنولوجيات الجديدة فإذا كنا نشهد اليوم مجتمعاً عالمياً للمعلومات حيث زادت التكنولوجيات بشكل يفوق كل التوقعات كمية المعلومات المتوافرة وسرعة نقلها⁸ وبالتالي فإن مجتمع المعلومات هو ذلك المجتمع الذي يقوم على فضاء جديد أو جغرافيا جديدة تؤسسها الشبكات الإلكترونية التي تقدم فضاءاً متشابكاً يعيش فيه الإنسان علاقات وأوامر جديدة تربطه بالفضاء والزمن وبهذا المعنى مجتمع المعلومات هو أيضاً مجتمع الشبكات إذ يشكل الكمبيوتر والاتصال بنيته الأساسية وعلى هذا النحو يكون الإعلام الجديد هو باختصار الحالة المعلوماتية الاتصالية التي تحيل إلى استخدام وسائط إعلامية جديدة في ظل سياقات ثقافية وفكرية متجددة.⁹

*الإعلام التفاعلي (inter active media): جاءت هذه التسمية لتوافر حالة العطاء والاستجابة بين المستخدمين لشبكة الانترنت والتلفزيون والراديو التفاعليين وصحافة الانترنت وغيرها من النظم الإعلامية التفاعلية الجديدة.

*الإعلام الشبكي الذي على خطوط اتصال (online media): جاءت هذه تسمية من خلال التركيز على تطبيقاته في الانترنت وغيرها من الشبكات.

*الوسائط السيبروتية (media cyber): جاءت تسمية الإعلام الجديد بهذا الوصف من تعبير الفضاء السيبر (space cyber) الذي أطلقه كاتب روايات الخيال العلمي ويليام غسبون في روايته التي أصدرها عام 1984م باسم "new omancer" والتعبير مأخوذ من علم "السيبرنطيقا" cybernetics المعروف عربياً بعلم "التحكم الآلي ويعني تعبير "السايبير ميديا" العالم المصنوع من المعلومات الصرفة التي تأخذ ليس فيزيائياً شكل المادة ويصف التعبير وسائل التحكم الإلكتروني التي حلت محل الأداء البشري ولكنه يستخدم هنا لوصف فضاء المعلومات في شبكة الانترنت¹⁰، ويرتبط الفضاء السيبري ارتباطاً وثيقاً بالعالم المادي، عبر البنى التحتية المختلفة للاتصالات والأنظمة المعلوماتية وعبر العديد من الخدمات التي لم يكن بالإمكان الحصول عليها من دونه.¹¹

*إعلام الوسائط التشعبية "hyper media": وصف بهذا الاسم لطبيعته المتشابكة وإمكانية خلقه لشبكة من المعلومات المتصلة مع بعضها بوصلات تشعبية أو وصلات قاطرة، نحن هنا معنيون بميزات خاصة بشبكة الانترنت التي أعطت ميزة التشعبية والوصلات links لما ينشر أو يبث داخلها.

*إعلام الوسائط المتعددة "multi media": لحالة الاندماج التي يحدث داخل الإعلام الجديد أي أن النص والصورة والفيديو.¹²

*الفضاء الافتراضي: يتشكل بواسطة الميديا الجديدة فضاء عمومي افتراضي ويقتضي فهم خصوصية هذا الفضاء الافتراضي رؤية مختلفة للميديا الجديدة تقطع مع التصور الأداتي، فالميديا الجديدة ليست وسائل تقوم بالنقل والتوصيل والإبلاغ والتبليغ والتأثير. إن القطع مع هذا التصور الساذج والأداتي يقضي إلى التأكيد على الطابع المركب لوسائط الإعلام المؤسسي والتقني في آن واحد والانتقال من إشكالية النقل والتوصيل إلى إشكالية الوساطة فالميديا الجديدة تؤسس فضاء متنوع الأبعاد يحتضن أنماط متعددة من التفاعل (ما بين ذاتية وجمعية) وأنماط من الكتابة الجديدة (التدوين...) وأنماط من الاتصال ذات نماذج تقليدية رغم وجودها في الفضاء الافتراضي كالإعلان والتسويق.¹³

3. جمهور الوسائط الجديدة (New Media Audience):

- الجمهور الشامل (Global Audience): وهو يعني من جهة وسائل الإعلام التقليدية والحديثة بدون تحديد الوسيلة أو الشرائح والفئات والخصائص النوعية للجمهور كما يعني من جهة أخرى جمهور الرسائل الإعلامية لوسائل الإعلامية لوسائل الاتصال الشاملة العابرة للأمم والثقافات.

- جمهور الواب (web audience): ويشمل مجموع يستخدمون الشبكة العالمية العنكبوتية في اتصالاتهم دون تحديد طبيعة الخدمة التي تقدمها هذه الشبكة والتي يستفيد منها المستخدم مثل البريد الإلكتروني الحوار والدردشة أو فقط الإبحار الافتراضي عبر مختلف المواقع ويمكن أن يسمى "الجمهور المبحر".

- جمهور على الخط (Online-Audience): وهو الجمهور الذي تتوفر فيه جميع مواصفات الشكليات السابقين مع إمكانية التفاعل المباشر القادر على تبادل الأدوار بفضل الشبكات الاجتماعية، أو غرف الدردشة أي الجمهور الفعال المتفاعل فوراً في اللحظة الزمنية الراهنة أي أن زمن الإرسال تساوي زمن الاستقبال ($St=Rt$) وهو يلتقي في هذه الخاصية مع جمهور الحصص المباشرة في وسائل الإعلام التقليدية، الإذاعة والتلفزة.

- جمهور خارج الخط (Offline-Audience): وهو الجمهور الذي لا يتفاعل مع الرسالة في نفس لحظة الإرسال بسبب وجوده خارج الشبكة، غير مرتبط بالشبكة في تلك اللحظة المعينة ولكنه يتفاعل لاحقاً أي يستجيب للرسالة الفورية أو المسجلة على بريده الإلكتروني أو صفحته على الشبكة الاجتماعية في زمن لاحق لزمن الإرسال St لا تساوي St .

- الجمهور المشبك (Network Audience): وهو جمهور وسائل الإعلام المشبكة أو على الخط تقليدية أو إلكترونية.

- الجمهور الإلكتروني (e-Audience): وينسب على وسائل الإعلام الإلكترونية سواء التقليدية المشبكة أو الإلكترونية فقط.

*الجمهور ذو القدرة على التواجد الكلي في كل مكان وزمن (U-Audience) ويتضمن كل أشكال جمهور الوسائط الجديدة الذي يمكنه أن يتعرض ويتفاعل في كل مكان يكون فيه مع الرسالة الإعلامية التي ترسل من أي مكان.

4. خصائص الإعلام الجديد:

✓ التواصل الشبكي المتداخل بحيث يسمح بالتواصل من عدة نقاط إلى عدة نقاط أخرى وليس فقط من نقطة واحدة إلى عدة نقاط كما هو الحال في الاتصال الجماهيري التقليدي.

✓ سهولة الوصول والدخول من قبل الأفراد المستخدمين ليقوموا بنشاطهم كمرسلين ومستقبلين ومنتجين.

✓ تعدد الاستخدامات وخاصة الانفتاح على كل ما هو جديد موضوعياً وفنياً في محتوى وشكل المواد الإعلامية.¹⁴

✓ تكنولوجيا الإعلام الجديد غيرت أيضاً بشكل أساسي من أنماط السلوك الخاصة بوسائل الاتصال من حيث تطلبتها لدرجة عالية من الانتباه فالمستخدم يجب أن يقوم بعمل فاعل (active) يختار فيه المحتوى الذي يريد الحصول عليه. إن كثيراً من الأبحاث التي تدرس أنماط سلوك مستخدمي وسائل الإعلام الجماهيري توضح أن معظم أولئك المستخدمين لا يلقون انتباهاً كبيراً لوسائل الإعلام التي يشاهدونها أو يسمعونها أو يقرؤونها كما أنهم لا يتعلمون الكثير منها وفي واقع الأمر

فإنهم يكتفون بجعل تلك الوسائل تمر مروراً سطحياً عليهم دون تركيز منهم لفحواها، فمشاهدي التلفزيون مثلاً قد يقضون ساعات في متابعة برامج التلفزيون ولكنها غالباً ما تكون متابعة سلبية (passive) بحيث لو سألهم بعد ساعات بسيطة عن فحوى ما شاهدوه فإن قليلاً منهم سيذكر ذلك، الإعلام الجديد من ناحية أخرى غير تلك العادات بتحقيقه لدرجة عالية من التفاعل بين المستخدم والوسيلة.¹⁵

✓ قدرة الجمهور على توليد محتوياتهم بأنفسهم بفضل تكنولوجيا الواب.¹⁶

ثانياً. مدخل لمفهوم الانتماء الثقافي:

01: تعريف الانتماء الثقافي: هي معرفة الفرد لذاته من خلال توحده مع السمات الثقافية المشتمة على جوهر العادات والقيم والعقائد والسلوكيات والإيديولوجيات وطرق الحياة التي تتصف بها جماعة من البشر، والتي تجسد شكل المعاني المتواترة تاريخياً ونظام المفاهيم المتوازنة المعبر عنها بوسائل تعين الناس على الاتصال، ويظهر أثرها في سلوك الفرد وتحديد طريقة تفكيره واختياراته وأهداف حياته في إطار عملية تقييم متبادلة بين تقييم الفرد لذاته وتقييم الآخرين له.¹⁷

02: ويعرف "عبد الرحمان عزي" الثقافة: كل ما يحمله المجتمع وما ينتجه من قيم ورموز لغوية أو مادية، وذلك في تفاعله مع الزمان والمكان انطلاقاً من بعض الأسس التي تشكل ثوابت الأمة وأصولها، إذن فالعلاقة بين القيم والثقافة هي علاقة تأطيرية توجيهية، وهذا الذي ينبغي أن يكون، لكن الواقع الآن وفي غالب الأوقات والعصور لا يتقيد بالقيم، مما يدفع إلى ضرورة دراسة هذا لمعرفة الثقافة كواقع وكذا علاقة الفعل الثقافي بالقيم (ما ينبغي أن يكون).¹⁸ وبالتالي فإن أهمية القيم في حياة الأفراد والمجتمعات وأنها من أهم ركائز ثقافة المجتمع وتميز القيم الإسلامية بخصائص لا توجد في غيرها من القيم ويرجع ذلك إلى مصادرها المطهرة. ينبغي للمجتمع تمحيص القيم فما كان منها إيجابياً صالحاً عمل به وما كان منها سلبياً كبعض القيم العربية تركه، كما أن ارتباط القيم بالثقافة التي "ينبغي على المرء معرفتها للعمل على نحو كفء في بيئة ما" ¹⁹، يكون ارتباطاً وثيقاً إذ أن القيم تنبع من ثقافة المجتمع الذي يكون القيم فلذلك نجد القيم في المجتمعات تختلف باختلاف الثقافات، فنجد فرقاً شاسعاً بين القيم الإسلامية والقيم الغربية بين الاختلاف الجذري في الثقافة ومع كون القيم جزءاً من الثقافة، إلا أنها مهيمنة عليها فالثقافة الحقة لا تخرج عن قيم المجتمع، فنرى قيم المجتمع تحكم ثقافته وتضبطها لذا لا يمكن فصل القيم عن الثقافة لارتباطها الوثيق من كافة الجوانب، وهذا ما جعلني أقوم بتمهيد للقيم وفهمها من عدة جوانب والدخول في المبحث القادم حول الانتماء الثقافي.²⁰

03: الثقافة والقيم: يشير "عبد الرحمان عزي" إلى أن الثقافة سلم يمثل مستواه الأعلى القيم والقيمة، ما يرتفع بالفرد إلى المنزل المعنوية، ويكون مصدر القيم في الأساس الدين، فالإنسان لا يكون مصدر القيم وإنما يمكن أن تتجسد فيها القيم يتبع ذلك أنه كلما ارتقت الثقافة إلى مستوى القيم ارتبطت بالدين بالضرورة.²¹

* كما أنه يمكننا التحدث عن اللغة كمرجعية لكل من البنية القيمية والنحوية أما ما يشوبها من عنف فيعود إلى استدخالات المتكلمين والذي (أي العنف) عادة ما يتم حصره بالعودة إلى اللغة الأصلية وبالأخص عندما يتعلق الأمر باللغة العربية، فقد تعرضت العديد من اللغات مع الزمن إلى التغيير بل وإلى التمييز تبعاً لاستخدام الفرد للغة والتطور الاجتماعي، والعلاقة مع اللغات الأخرى في شكل ثقاف أحياناً وهيمنة أحياناً أخرى فالاستخدام الفردي قد يدخل إفساداً لغوياً، إذا كان المتكلم لا يمتلك "الأهلية اللغوية" ويقصد بذلك قدرة المتحدث على الكلام وفق البنية النحوية وكذا البنية القيمية التي تنتهي إليها اللغة ويقصد بذلك قدرة المتحدث على الكلام وفق البنية النحوية والبنية القيمية التي تنتهي إليها اللغة، فالكثير من المناهج التربوية تركز كثيراً على قواعد النحو دون الربط مع القيمة فيصبح المتحدث معزولاً عن الجو القيمي الذي يميز اللغة، بل إن الوجه الحالي في بعض مناهج التعليم هو الاحتفاظ بقواعد النحو واستبدال البنية القيمية بنظام آخر من التكبير، وفي الحالتين فإن الفرد يحدث خللاً في كلامه فيؤثر سلباً في اللغة والسماعين، أما العلاقة مع اللغات الأخرى فتحكمه عوامل عدة وأهمها موقع اللغة الأصلية من اللغة الوافدة، كان يكون موقع ضعف أو قوة أو تبادل متوازن فاللغة

يمكن أن تستعير الكلمات المستحدثة وخاصة التقنية دون أن يمس ذلك بنيتها القيمية، إما أن يمس ذلك كيان اللغة فيعتبر إخلالا أو إفسادا من نوع آخر.²²

04: مفهوم الهوية الثقافية في عصر العولمة: لم يعد مفهوم الهوية الثقافية في عصر العولمة مرتبطا بالقيم والمكونات الأخرى للثقافة في مفهومها التقليدي، فترسيخ العولمة في حياة الشعوب اليومية هو السبيل إلى تغيير الاتجاهات نحوها، وبالتالي تبني قيمها والدفاع عن مواقفها وسياساتها، وبالتالي فإن سيادة عصر العولمة سيادة ثقافة جديدة تدعو لكل معطياتها أدائها في تلك المعلومات التي تتدفق من خلال الصور والفنون البصرية لم لها من قدرة على امتصاصية الآراء وتكوين الاتجاهات واتخاذ المواقف والتصرفات وإعادة تشكيل ذلك كله في سياق ثقافة جديدة يراد لها أن تكون هجينا من التعدد والتنوع والتجانس في ظاهرها والهيمنة في حقيقتها مما يشكل تهديدا للثقافات المحلية ويفتح الطريق أمام هوية عالمية تتراجع أمام الهويات الوطنية، وبالتالي فإن هويتنا أو ثقافتنا القادمة كما هو متوقع لها لن تكون بمثل ما كانت عليه بالأمس فلا بد في النهاية الانخراط فيها، فالمفاهيم والسلوكيات الجديدة للثقافة والتعايش معها ين يجعلنا نكف عن أن نكون عربا ومسلمين.²³ وستتم في ما يلي عرض حسب الهوية العربية متضمنا عدة نقاط كالتنوع الثقافي والاختراق الثقافي... الخ. من منطلق وصف الثقافة كأنها انتماء تعبر عن التراث والهوية والحمية القيمية وطابع الحياة اليومية للجماعة الثقافية وتكنولوجيا المعلومات، هي الوسيلة الفعالة للحفاظ على هذا التراث ورصد حصاد تلك الحياة اليومية علاوة على ما تقدمه من خدمات في مجال اللغة ركيزة الهوية ورمز الحتمية القيمية، وبالتالي فإن التنوع الثقافي الذي يحدث وخصوصا في ظل الإعلام الجديد من شأنه أن يقوم بضرب الهوية.²⁴ وبما أن للغة أهمية كبيرة جدا بل وقدرة على الخلق والإبداع والتواصل الفكري والاجتماعي فإن العولمة الإعلامية اعتمدت على وسائل اتصالية لنشر لغتها وثقافتها، وهذا ما جعلنا ندرك جيدا التعددية والتنوع الثقافي اللغوي وتأثيراته على حياة الأفراد "ولكن وفي مقابل هذا التنوع نحن فعلا بحاجة إلى توحيد مفرداتها حتى نواصل إيجابيا بعيدا عن أي أفكار أو اتجاهات إيديولوجية غالبا ما تكون ردود أفعال شخصية أو مصلحة لم تتمكن من فرض مقاييس لغوية موحدة بقدر ما ساهمت في نشر ثقافة الاختلاف اللغوي.²⁵ وبالتالي فإن التغيرات الثقافية أصبحت من الأمور البديهية، فمهما اتسمت الضوابط بالشدة والصرامة ومهما غلبت طابع الردع والقسوة على الجزاءات، فلا بد أن يطرأ التغيير الثقافي بأي شكل من الأشكال إن نظرة واحدة يولمها أي باحث لمجتمع يتمتع بدرجة عظمى من المحافظة الثقافية Cultural Conservation سوف تثبت بما لا يدع مجالا للشك أن هناك تغييرا قد طرأ على الثقافة في هذا المجتمع علة المدى الطويل.²⁶

فالتغيير الثقافي هو تحول يتناول كل التغيرات التي تحدث في أي فرع من فروع الثقافة، وهذا نتيجة للغزو الثقافي والهيمنة الثقافية في عصر العولمة.

إذن فالتنوع الثقافي كمفهوم يظل ملتبسا ويحتمل على الأقل تأويلين فبقدر ما يؤكد حق ثقافات الأقليات في الوجود، فإنه لا يسمح لها أن تسود إلا على أساس التحوار مع الثقافات الأخرى وهذا في حد ذاته انه يخدم واقع الثقافات المهيمنة، ومنها أساسا المستندة إلى الليبرالية الغربية، فالهوية الثقافية لا تتحدد إلا من خلال الإطار العولمي الذي بدا يتخذ شكلا مؤسسيا لا رجعة فيه ليشكل دستوراً كونيا جديدا والمعضلة الكبرى داخل الوطن العربي تتمثل في كيفية الحوار مع ثقافات لها كل أسباب الهيمنة.²⁷

05: الهوية الثقافية وعلاقتها بالأصالة والمعاصرة:

أصبح الحفاظ على الهوية الثقافية والحضارية من أقوى التحديات المطروح علينا بشدة في عصر الإعلام الجديد وأصبح الخطر الأكبر على هويتنا الثقافية خصوصا نحن في زمن أصبح المشاهد يحق له الاختيار لما يشاهده أو يسمعه، فكما كانت الثقافة أصلية صادقة في ارتباطها بجذورها وقيمها، وتراثها الثقافي أصبح بإمكانها أن تضع ثقة في نفسها لمواجهة الاختراق الثقافي والوصول بثقافتها إلى النطاق العالمي الواسع. فالحديث عن أصلية الثقافة يجب الإشارة إلى أن هناك ثمة انفصام بين هويتنا وثقافتنا مما يجعلنا نصف مشاريعنا الإعلامية بالعقم، فوطننا العربي يمتاز بهوية مختلفة عن هويات الشعوب

الأخرى إلا أنها لا يمكن أن تتفاعل مع ثقافتها الأصلية، وبالتالي فإن كل مجتمع يسعى لبناء ثقافته إن لم ينطلق من قيم مجتمعه، فإنها تنمية عقيمة فعند التحدث عن أصلية الهوية الثقافية، وهنا يكون الأصل والجذور أي ما يعرف الفرد بصفة أكيدة وأصلية أو بالتالي "تكون الهوية سابقة على الفرد الذي ليس له إلا أن يخطر فيها وإلا واجه مصير المهمش وعند تطبيق الأصالة على الهوية الثقافية، نجد أنها تؤدي إلى تعريف الأفراد والجماعات، إذ تبني الهوية شعور فطري بالانتماء، إذ يُحمل الفرد على استبطان النماذج الثقافية التي تفرض عليه بصورة كاملة، بحيث لا يمكنه إلا أن يندمج مع مجموعته الأصلية وتبدو كل هوية ثقافية على أنها مشتركة الجوهر مع ثقافة محددة لهذا يبحث إذا في وضع قائمة الصفات الثقافية التي يفترض أنها تسند حامل الهوية الجماعية، وبالتالي يكون تحديدها وفق مؤشرات محددة شأن الأصل المشترك (الوراثة، السلالة) واللسان والثقافة والدين والشخصية الأساسية والصلة بالمواطن²⁸. وللتفصيل أكثر تحدثنا عن قضية الهوية الثقافية وعلاقتها بكل من الأصالة المعاصرة.

"فالهوية هي جوهر الشيء وحقيقته، فـهوية الإنسان أو الثقافة أو الحضارة هي جوهرها وحقيقتها، فهوية الشيء هي ثوابته التي تتجدد ولا تتغير، إنها كالبصمة بالنسبة للإنسان ويزيل عليها غبار وعوامل الطمس ليتجلى وجهها، أما الثقافة تعمل على تهذيب النفس الإنسانية بالأفكار وتصبح كبصمة لكل أمة".

فالأصالة هي أصل الشيء شبه الذي يرجع إليه، فالأصالة في ثقافة ما هي جذورها الأصلية وثوابتها المستمرة، أي هويتها الممثلة للبصمة التي تميزها عن غيرها من ثقافات أمم الحضارات الأخرى أما المعاصرة فإنها المفاعلة أي التفاعل بين الإنسان أو الثقافة أو الحضارة وبين العصر، أي الزمن الذي نعيشه، فالأمة المتميزة في الهويات الثقافية "معاصرات متميزة". إذن فكل ثقافة أصالة متميزة هي هويتها وجوهرها وحقيقتها وثوابتها ولكل أصالة ثقافية متميزة معاصرتها المتميزة، كذلك وإذا تساءلنا عن هوية ثقافتنا التي هي جوهر هذه الثقافة وحقيقتها والأصالة المميزة لها فإننا نستطيع أن نقول أن الإسلام منذ أن تديننت له أغلبية هذه الأمة، قد أصبح هو الهوية الممثلة لأصالة ثقافة هذه الأمة²⁹. وبالتالي فإن الشعب العربي لا يمكن أن يتفاعل مع ثقافات تتنافى مع قيمه، وإن سميت ثقافة عربية وما أريد قوله أنها مسالة لا يمكن تقييمها بالمال، لأنني إذا كان لدي ولد أريد له الخير فهل أترك له مليون جنينها دون تربيته أو تقويم حتى لا يكون فاشلاً؟ أم أقوم بتربيته تربية سليمة حتى ولم أترك له مليماً؟ أعتقد أن التربية والتعليم الدقيق أفضل من المليون جنين، إذن فالهوية الثقافية والعلمية هي أهم شيء وينبغي أن يكون موقعها في الاهتمام الأول وقبل الجانب الاقتصادي، لذا علينا من الضروري العناية بالهوية الذاتية وتأكيد ثوابتنا حتى نتمكن من الإيجابي مع متغيرات العصر، والابتعاد عن كل شيء من شأنه أن يشوه الهوية الثقافية، كي لا تصبح ظاهرة مقتلعة الجذور في مجتمعاتها وتعيش في حالة فصام معها لا تعرف سوى تقليد النموذج الثقافي الغربي الحالي بحذافيره.

06: الإعلام و صراع القيم:

فمن المنطلق الأساسي الذي يدور حول حقيقة جوهرية وهي أن الإعلام يبث القيم في المجتمع. يمكن لنا أن ندرس اثر هذا الإعلام في الشباب خاصة أن هذا الإعلام يتصدى للحضارة الحديثة ويتأثر بها ويحملها إلى الشباب بصيغ مختلفة بعضها صحيح ونافع وبعضها ضار ومؤذي³⁰. فإذا كانت القيم تبث أساساً عن طريق الأسرة والأبوين والإخوة والأصدقاء والرفاق والمدارس والمساجد ودور العبادات والجامعات والدعاة وغيرهم، فإن الإعلام يروج لعملية تربية موازية لهذه المؤسسات فإذا كانت مهمة المدارس هي تربية الذوق وترقية المدارك وأعلاه الغرائز، بالتضافر مع الأسر فإننا قد نجد التلفزيون يهدم هذا الصرح ويعمل اتجاه عكسي تماماً فالحضارة الحديثة مثلاً هي حضارة استهلاكية في مظاهرها الغربية التي أثرت في مجتمعاتنا العربية وأصبح الاستهلاك سمة من سمات المعاصرة³¹.

ثالثاً: تأثيرات الفضاءات الجديدة على الشباب:

بالرغم من أن هذه الفضاءات فتحت المجال أمام الشباب ساحات حوار مباشرة يطرح أفكارهم ومناقشة قضاياهم دون رقابة، وتبادل للصور والفيديو والتواصل مع أشخاص في أي زمان ومكان، لكن لا بد لنا من مراجعة هذه المنابر

الافتراضية، باعتبارها مجال للتفاعل الاجتماعي والثقافي وباعتبار أن الشباب هم أكثر عرضة لها وتظهر تداعياتها من خلال الأشياء التي نلبسها والتي نراها في كافة حياتنا اليومية والمشكلة أنها أصبحت هذه التقنيات تركّز أسرع من أعرافنا وعاداتنا الاجتماعية، وتقاليدنا ومعاييرنا الأخلاقية التي تلهث وراءها ولا تستطيع اللحاق بها، ومسألة القيم والشباب أولا باعتبار القيم هي عماد المجتمع وثانيا الشباب الذي لديه أهمية بالنسبة للمجتمع بما يمثله من مصدر للتجديد والتغيير، فهم عادة ما يرفعون لواء التحديث من خلال القيم الجديدة التي يتباهون بها والتي عادة ما تدخل في مواجهة مع ما هو سائد من تقليدية، ولهذا يعد الشباب مصدر التغيير الثقافي والاجتماعي في المجتمع ككل وأصبحنا أمام ثقافة الشباب التي تعبر عن تحد صريح لقيم المجتمع وثقافته العامة وبالتالي يؤدي إلى انحرافها وأيضا نتحدث عن الهوية التي أصبحت تلعب دورا رئيسيا على مواقع الشبكات الاجتماعية فهي الخطوة الأولى التي تمكن المستخدمين من معرفة الأشخاص الذين يتواصلون معهم، وبالتالي فهم وتقييم هذا التفاعل، وتعتبر الهوية من بين أهم القضايا التي يطرحها استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية. حيث تعتبر الصفحات الشخصية وشبكات الأصدقاء التي يقوم المستخدم بخلقها جوهر مواقع الشبكات الاجتماعية فبعد التسجيل فيها عبر الإنترنت يكون المستخدم مطالبا بخلق صفحة شخصية التي تحدد هويته والتي تتنوع حسب طبيعة الموقع فالفايسبوك مثلا يوفر نظام يسمح للمستخدمين بإنشاء معلومات مفصلة جدا عنهم، وفي نفس الوقت يتيح للمستخدم اختيار ما إذا كانت هذه المعلومات تكون عامة أو خاصة وعادة ما يشتمل على صورة فوتوغرافية للمستخدم وتتألف من معلومات من العمر مكان الإقامة، الاهتمامات الشخصية إلى جانب بعض التفاصيل مثل: "عني" لتقديم تفاصيل أكثر ومباشرة بعد إنشاء الملف الخاص يصبح المستخدم عضوا في المجتمع ويقوم بإنشاء قائمة الأصدقاء التي ستكون أساسا لهذه الشبكة وبالتالي أصبح موضوع الهوية بالغ الأهمية ففي بعض الأحيان يكون تجسيد هويته الحقيقية والبعض يقوم بانتحال شخصيات أو خلق هويات أخرى لأغراض مختلفة. وبالتالي فالأزمة التي يعانيها الشباب هو أنه أصبح يتعرض لعدة تيارات إعلامية، مما يجعله في أغلب الأحيان غير قادر على المقاومة والانتقاء في خضم هذا التدفق الإعلامي، فيبحث عن سبل للتعامل مع هذا الكم والبحث عن استراتيجيات وتطبيقاتها، الشيء الذي يكون إما سلبي أو إيجابا من خلال ما تم إدراكه من مفاهيم من أنها تكوين لهويته، فالإنسان يؤسس صورته الذهنية عن الأشياء والأشخاص وكل تصرفاته تصبح مرهونة بهذه الصورة العقلية، وبالتالي تصبح في طمس للهوية وضياح لشخصية الأمة ومن ثمة الوقوع في تبعية الآخر في كل المجالات.

رابعا: الدراسة الميدانية:

نسعى من خلال هذا الفصل إلى استكشاف تأثير الإعلام الجديد على الانتماء الثقافي للشباب الجزائري، وذلك من خلال إسقاط ما تم تناوله في الجانب النظري من الناحية التطبيقية وذلك على العينة المختارة في الدراسة والمتمثلة في شباب ولاية الشلف، وهذا للإجابة على سؤالنا المحوري حول تأثير الإعلام الجديد على الانتماء الثقافي للشباب بالإضافة لمجموعة من التساؤلات التي تنطوي تحت هذا السؤال المحوري بدءا بإبراز استخدامات الشباب لآليات الإعلام الجديد والإشباع المحققة ودوافع وأسباب هجرة الشباب إلى فضاءات إعلامية جديدة، وذلك من خلال معرفة آراء الشباب حول الدوافع التي جعلتهم يهاجرون إلى هذه الفضاءات الإعلامية الجديدة ومدى تأثيرهم بثقافات الأجانب. لذلك اعتمدنا في دراستنا على عينة من 210 مفردة من شباب ولاية الشلف وقصديا الذين يستخدمون وسائل الإعلام الجديدة حيث يتضمن ثلاثة وعشرون سؤالاً ما بين أسئلة مغلقة وأسئلة مغلقة وأسئلة مفتوحة فالنوع الأول يتضمن إجابات محددة مسبقا في حين النوع الثاني يبين أسئلة يغلقها الباحث في الاتجاه ويفتحها لدراسة الأسباب أما فيما يخص عينة الدراسة فقمنا بتوزيع 210 استمارة و تم استرجاعها كميا أي بنسبة 100 بالمائة . بالإضافة إلى إجراء مقابلات مع أستاذ من علم الاجتماع وأستاذ من علم النفس لديهم خبرة أكثر حسب التخصص لكي يبين لنا التأثير أكثر.

وتم تطبيق النظم الإحصائية (SPSS) من خلال حساب التكرارات والنسب المئوية للوصول إلى نتائج وعن طريق البيانات والمعلومات التي جمعت من تقديم تفسيرات لها.

الجدول 01: يبين توزيع العينة حسب متغير الجنس.

الجنس	التكرار	النسبة
ذكر	109	51,9%
أنثى	101	48,1%
المجموع	210	100%

بينت الاستمارة التي تم توزيعها أن آليات الإعلام الجديد يستخدمها كل من الذكور والإناث وإن كانت النسبة تميل لصالح الذكور. وهذا ما يوضح أن نسبة 51,9% من مستخدمي آليات الإعلام الجديد ذكور، بينما نسبة الإناث 48,1% من أصل 210 مبحوثا منهم 109 ذكور، و 101 من الإناث وهذا ما يبرز لنا استعمال الذكور للانترنت بكثافة بالرغم من عدم وجود فرق كبير وهذا ما يعكس لنا من هم أكثر عرضة للتأثير.

الجدول 02: يبين توزيع العينة حسب متغير السن.

السن	التكرار	النسبة
من 18 إلى 22	92	43,8%
من 23 إلى 27	66	31,4%
28 فما فوق	52	24,8%
المجموع	210	100%

نلاحظ من خلال الجدول أن البالغين سن 18 إلى 22 سنة هما الأكثر استخداما لآليات الإعلام الجديد وذلك ب 92 تكرارا والتي تمثل نسبة 43,8%، وبذلك تحتل هذه الشريحة من العمر المرتبة الأولى ضمن مستخدمي آليات الإعلام الجديد لشباب ولاية الشلف، وتليها في المرتبة الثانية فئة من 23 إلى 27 سنة حيث بلغت نسبتها 31,4% أما المرتبة الأخيرة فتمثلها فئة 28 فما فوق وهكذا نخلص إلى أن الشباب المستخدمين لآليات الإعلام الجديد من سن 18 إلى 30 سنة وهذا حسب التصنيف الذي وضعته بطريقة قصدية للشباب على أن الشريحة العمرية التي تتراوح بين 18 و 22 سنة، هي الأكثر استخداما لآليات الإعلام الجديد وبالتالي نلاحظ كلما زاد عمر الشباب قل الاستخدام هذا دليل على أن أغلبهم طلاب ليس لديهم ارتباطات عملية. مقارنة بأدنى نسبة للفئة العمرية 28 فما فوق أي بين سن 28 و 30 سنة و حيث كلما زاد العمر تزيد مسؤوليته وأعماله ويكون لديهم وعي أكبر وهذا ما يعكس لنا دوافع كل شاب لاستخدام آليات وسائل الإعلام.

الجدول 03: يبين توزيع العينة حسب متغير المستوى التعليمي.

المستوى التعليمي	التكرار	النسبة
ابتدائي	3	1,4%
متوسط	18	8,6%
ثانوي	73	34,8%
جامعي	116	55,2%
المجموع	210	100%

يبين الجدول رقم (03) أعلاه أن 55,2% من مستخدمي آليات الإعلام الجديد ذو مستوى جامعي ويليه المستوى الثانوي بنسبة 34,8% ثم المتوسط بنسبة 8,6% وأخيرا المستوى ابتدائي بنسبة 1,4%. نخلص مما سبق أن آليات الإعلام الجديد يستخدمها أساسا الأوساط الجامعية نتيجة التحكم فيها فنلاحظ أن كلما زاد المستوى التعليمي زاد الاستخدام كما أن هذا يعكس مستوى تأثيرهم وذلك انطلاقا من مستوى التعليمي للشباب.

الجدول 04: يبين لنا مدى تأثر الشباب بديانات أصدقائهم الأجانب من خلال المواقع التي فضل الشباب تصفحها عبر الانترنت.

مدى تأثر الشباب بديانات أصدقائهم الأجانب	نعم	نوعا ما	لا	المجموع
المواقع التي يفضل الشباب تصفحها عبر الانترنت	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار
مواقع لتواصل اجتماعي	99	47,14 %	33	16 %
مواقع الأخبار	18	8,57 %	7	3,33 %
الإيميل (email)	5	2,38 %	2	0,95 %
محركات البحث	1	0,48 %	1	0,48 %
التلفزيون الرقمي	1	0,48 %	0	0,00 %
الراديو الرقمي	0	0 %	0	0,00 %
اليوتيوب	5	2,38 %	2	0,95 %
المجموع	129	61 %	45	21 %
			36	17 %
			210	100 %

نلاحظ من خلال الجدول أن المواقع المفضلة أكثر مواقع التواصل الاجتماعي حيث نجد أن المستخدمين لها متأثرين بنسبة أكبر بالأصدقاء الأجانب الذين يتواصلون معهم بنسبة 47,14% تليها نسبة 16% للمتأثرين بنسبة متوسطة في حين نجد نسبة 12% للذين لا يتأثرون ، أما فيما يخص المستخدمين لمواقع الأخبار فأغلبهم متأثرين بثقافات أصدقائهم على الفيسبوك وهذا ما يجعلهم يستخدمون المواقع الأجنبية في الحصول على الأخبار وذلك بنسبة 8,57% تليها نسبة 3,33% للمتأثرين بدرجة متوسطة لتأخذ نسبة الشباب الغير متأثرين 2,38%، أما فيما يخص المستخدمين لليوتيوب فنجد أعلى نسبة للمتأثرين بديانات أصدقائهم حيث بلغت 2,38% تليها نسبة 2% للغير متأثرين تليها نسبة 0,95% للمتأثرين بدرجة متوسطة ، أما المستخدمين للإيميل(email) فبلغت نسبة المتأثرين 2,38% تليها نسبة 0,95% للمتأثرين بدرجة متوسطة ، في حين لم نسجل أي نسبة للشباب الغير متأثرين هذا دليل أن التواصل معهم يزيد من حدة التأثيرهم، في حين نجد الشباب المستعملين لمحركات البحث كان حجم التأثير بنفس النسبة حيث بلغت 0,48%، أما عن كل من التلفزيون الرقمي والراديو الرقمي فالأولى كلهم متأثرين بنسبة 0,48% أما الثانية لا يوجد تأثير بنسبة 0,48% وهذا لعدم وجود صورة وهذا ما يفسر لنا أن أغلب المتأثرين بثقافات أصدقائهم الأجانب يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي وبالخصوص الفيسبوك وهذا راجع إلى أن أغلب أصدقائهم على تلك المواقع من دول أجنبية عملت على تغيير من ثقافتهم وهنا يظهر التأثير السلبي للفيسبوك خاصة الذي أخذ شهرة كبيرة في العالم بأكمله حيث اختصرت كلمة الانترنت في الفيسبوك .

الجدول 05: يبين لنا اللغة التي يستخدمها الشباب أثناء التواصل مع أصدقائهم عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

اللغة المستخدمة من قبل الشباب أثناء التواصل مع أصدقائهم.	التكرار	النسبة
العربية	8	4 %
الفرنسية	69	33 %
الإنجليزية	9	4,3 %
الدارجة	23	11 %
الهجائية	98	46,7 %
الإسبانية	3	1,4 %
المجموع	210	100 %

نلاحظ من خلال الجدول من أن أغلب الشباب يستخدمون الهجائية في التواصل مع أصدقائهم عبر مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة 46,7% تليها اللغة الفرنسية و ذلك بنسبة 33% لتأتي الدارجة في المرتبة الثالثة و ذلك بنسبة 11%، أما المرتبة الرابعة فقد احتلتها اللغة الإنجليزية بنسبة 4,3% أما اللغة العربية احتلت المرتبة الخامسة بنسبة 4% وأخيرا اللغة الإسبانية بنسبة 1,4%.

وبالتالي نستنتج أن أغلب الشباب يستخدمون لغة من صنع العالم الافتراضي ألا وهي الهجائية وهي خليط بين نطق عربي و كتابة فرنسية وكتابة فرنسية برموز مثلا الحمد لله (Hamdoilillah hmd)، أمين يا رب (amine ya rab)، العفو (dr1).....الخ

و كلها لا تمتد صلة بلغتنا فسرعة تواصل الشباب مع أصدقاء من جميع أنحاء العالم تجاوز حتى حدود اللغة والثقافة، المحادثات وتبادل المعلومات والصور والتعرف على ثقافات العالم واكتساب المعلومات عن أي موضوع يهتم به الشاب فقد باتوا يستخدمون لغة أجنبية بحروف عربية لا يفهمها الكبار بسهولة حتى أن الكبار باتوا يشعرون بالفجوة التقنية بينهم و بين أبنائهم وهذا راجع لغياب تواصل داخل الأسرة التي يمكن أن تحصن الشباب نفسيا للحد من تأثير محتوى الإعلام الجديد على الانتماء الثقافي كما أن استعمال اللغة الفرنسية وهذا راجع إلى أن أغلب الإدارات تستعمل لغة المستعمر الأجنبية وهذا ما تؤكدته مقولة ابن خلدون "بأن المغلوب مولع بتقليد الغالب فنلاحظ أحيانا الأسر تعمل عكس دورها بإبعاد أبنائها عن لغته فنجدهم يتسارعون لتسجيل أبنائهم في المدارس الأجنبية معتقدين أنها تمنح التميز والتفوق في المستقبل وبالتالي يتخرج الشاب فاقدا لأهم شرط في وجوده وهو هويته اللغوية التي أصبح غريبا عنها وغريبا عن قيمها الحضارية والدينية والثقافية متناسين أن اللغة العربية هي مقياس للانتماء الثقافي.

الجدول 06 : يبين اللغات المستعملة عند الشباب في التحوار مع الاصدقاء من خلال المواقع المفضلة لدى الشباب للحصول على الأخبار.

المواقع المفضلة لدى الشباب للحصول على الأخبار					
العربية		الأجنبية		المجموع	
الترتيب	النسبة	الترتيب	النسبة	الترتيب	النسبة
1	0,48%	7	3%	8	4%
12	5,71%	57	27%	69	33%
1	0,48%	8	3,81%	9	4%
6	2,86%	17	8%	23	11%
21	10%	77	36,67%	98	47%
0	0,00%	3	1%	3	1%
41	20%	169	80%	210	100%

نلاحظ من خلال الجدول المستعملين للغات المفضلة لديهم فقد احتلت اللغة الهجائية المرتبة الأولى حيث نجد أن الشباب المستخدمين لها يفضلون بكثرة المواقع الأجنبية في الحصول على المعلومات بنسبة 36,67% في حين المواقع العربية بلغت 0,48%، تليها اللغة الفرنسية للشباب المستخدمين للمواقع الأجنبية بنسبة 27% أما العربية فقد بلغت 5,71%، أما المستخدمين للدارجة فأغلبهم يستخدمون المواقع الأجنبية وذلك بنسبة 8% في حين المواقع العربية بلغت 2,86%، أما اللغة الإنجليزية فأغلبهم يستخدمون المواقع الأجنبية بنسبة 3,81% أما المواقع العربية فقد بلغت 0,48% أما الشباب المستخدمين للغة العربية فأغلبهم يستخدمون المواقع الأجنبية بنسبة 3% أما العربية فقد بلغت 0,48% وأخيرا المستخدمين للغة الإسبانية فأغلبهم يستخدمون المواقع الأجنبية دون غيرها ، وهذا ما يفسر لنا أن أغلب المستعملين للغات المذكورة في الجدول على اختلافها يفضلون استخدام المواقع الأجنبية حيث كانت الهجائية كأعلى نسبة وقد يرجع في ذلك إلى إنشاء مجموعة من المراكز والمؤسسات التي تؤثر مباشرة على الثقافة العربية مثل مراكز اللغات والترجمة أما الفرنسية هي الأخرى بنسبة كبيرة وهذا راجع إلى أن تعود استخدامه لهذه المواقع يستلزم البحث بلغة فرنسية وهذا ما جعلهم يستخدمون لغة غير لغتهم الأصلية وهنا يظهر التأثير الواضح للمواقع باعتبارها كآلية من آليات الإعلام الجديد هذا وأن القلة الضعيفة المستعملة للغة العربية اتجاهاها إلى المواقع الأجنبية وهذا ما تظهره النسبة بتلاشي اللغة العربية فلم يصبح لها وجود هذا وقد أصبحوا يتفاخرون بالكتابة بلغة الأرقام والحروف والمعروفة بلغة (الشات) التي أصبحت لغتهم البديلة بدلا من لغتهم العربية الأصلية لغة آبائهم وأجدادهم إذ ترى فئة من الشباب العربي أن عدم التحدث بهذه اللغة أو استخدامها تخلفا بحد ذاته وعدم مواكبة التطور والحدثة وبحسب رأيهم فإن اتباع هذه الأمور هو عين التطور وأساس الحضارة والتحضر وقد نسوا انجازات أسلافهم العرب الذين كان لهم الدور الأعظم في تطور الكثير من العلوم وغيرها من الفنون التي باتت تدرس وبقوة في بلاد الغرب.

الجدول 07: يبين لنا مدى رغبة الشباب في الهجرة إلى الخارج من خلال الجنس.

الجنس	مدي رغبة الشباب في الهجرة إلى الخارج	النسبة	الذكور	النسبة	المجموع
نعم	67	32%	65	30,95%	132
نوعا ما	33	16%	31	14,76%	64
لا	9	4%	5	2,38%	14
المجموع	109	52%	101	48%	210

نلاحظ من خلال الجدول أن أغلب الشباب لديهم رغبة في الهجرة إلى الخارج من خلال الذكور بنسبة 32% تليها الإناث بنسبة 30,95%، أما فيما يخص الشباب الذين لديهم رغبة متوسطة في الهجرة إلى الخارج أغلبهم ذكور أيضا بنسبة 16% تليها نسبة الإناث ب 14,76% أما الشباب الراضون الهجرة إلى الخارج ويفضلون البقاء في وطنهم فكان أغلبهم للذكور بنسبة 4% تليها الإناث بنسبة 2,38% وهذا ما يفسر لنا أن أغلب الشباب الذين لديهم رغبة إلى الخارج هم ذكور وهذا راجع إلى تصوير الغرب لدولهم وكأنها مستقبل لهم فيلجئون لها للبحث عن عمل والحصول على أموال ليصطدم بالواقع عند وصوله هذا وإن تمكن من الوصول وخصوصا مع كثرة الهجرة الغير شرعية .

الجدول 08: يبين لنا طبيعة استخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي وتأثيره على أداء العبادة في الوقت المحدد.

وتيرة أداء الشباب للعبادة	طبيعة استخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي	تؤجلها	تقوم بإلغائها حتى آخر الليل	تهملها أو تمتنع على العبادة	المجموع
دائمة	32	15%	62	30%	7
متوسطة	27	13%	25	12%	13
قليلة	5	2%	16	8%	1
المجموع	64	30%	103	49%	21

نلاحظ من خلال الجدول أغلب الشباب الذين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي بصفة دائمة يقومون بتأجيل صلاتهم وذلك بنسبة 30% تليها نسبة 6% يهملونها أو يمتنعون عن أدائها تليها أيضا نسبة 3% للشباب الذين يقومون بإلغائها حتى آخر الليل وأخيرا نسبة 15% يقومون بأداء العبادة في الوقت المحدد ،أما فيما يخص الشباب المستخدمين لمواقع التواصل الاجتماعي بصفة متوسطة فإن أغلبهم يقومون بأدائها في الوقت المحدد بنسبة 13% تليها نسبة 12% للشباب الذين يقومون بتأجيلها أما نسبة 6% للشباب الذين يقومون بإلغائها حتى آخر الليل وأخيرا نجد الشباب الذين يهملونها حتى أنهم يمتنعون عن أدائها بنسبة 3% أما الذين لديهم استخدام قليل فأغلبهم يؤجلونها وذلك بنسبة 8% تليها نسبة 2% للشباب الذين يقومون بأدائها في الوقت المحدد تليها نسبة 1% للشباب الذين يهملونها أو يمتنعون على أدائها نهائيا وأخيرا نجد الشباب الذين يقومون بإلغائها حتى آخر الليل نتيجة انشغالهم بمواقع التواصل الاجتماعي وذلك بنسبة 0,48% وهذا ما يفسر لنا أن أغلب الشباب المستخدمين لمواقع التواصل الاجتماعي بصفة دائمة يؤجلون صلاتهم وصولا إلى الامتناع عن أدائها نهائيا وهذا راجع إلى سوء الاستخدام والتفريط حيث أضع فرض من فروضه الدينية و بالتالي نلاحظ التأثير الواضح من قبل آليات الإعلام الجديد .

الجدول 09: يبين مدى تأثير الشباب بديانات أصدقائهم على الفايس بوك.

البيان	التكرار	النسبة
نعم	129	61,4%
نوعا ما	45	21,4%
لا	36	17,1%
المجموع	210	100%

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه المتعلق بمدى تأثير الشباب بديانات أصدقائهم على الفيسبوك، حيث سجلت أعلى نسبة للإجابة على نعم والتي قدرت بـ 61.4%، لتليها نسبة الإجابة على نوعا ما بنسبة 21.4%، وأخيرا سجلت نسبة الإجابة بـ لا 17.1% وهذا ما يفسر أن أغلب الشباب تأثروا بديانات أصدقائهم من خلال تواصلهم عبر الفيسبوك.

الجدول 10: يبين مدى إمكانية الشباب العودة للباس التقليدي للمنطقة.

البيانات	التكرار	النسبة
نعم	36	17,10%
لا	174	82,90%
المجموع	210	100%

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه المتعلق بمدى إمكانية الشباب للعودة للباس التقليدي للمنطقة أن أغلبية الشباب يرفضون العودة للباس التقليدي للمنطقة وذلك بنسبة 82,9% مقابل 17,1% يحبذون العودة إلى اللباس التقليدي وهذا ما يفسر لنا أن أغلب الشباب يرفضون كل ما يتعلق بلباسهم التقليدي وهذا راجع لشدة التأثير على سلوكياتهم من خلال ما يتلقونه لثقافات الغرب فإذا نظرنا إلى طريقة اللباس والمعيشة بشكل ولا ننسى أن السبب وراء هذه الثقافة هو محاولة محو التاريخ العربي من مجتمعاتنا وإدخال العادات الغربية بشكل متأصل إلى حياتنا اليومية هذا التأثير بدا واضحا على فئة الشباب فمثلا نجد في أسواقنا وبشكل ملحوظ طريقة اللباس المعروضة ومدى تأثيرها وتشابهها بطريق لباس الغرب التي هي بعيدة كل البعد عن عاداتنا وتقاليدينا نحن العرب وحتى من ناحية اللباس اللائق والمحتشم وهنا يظهر تأثيره باعتباره آلية من آليات الإعلام الجديد للتواصل فمن خلال المقابلات أظهرت أن أكثرهم يتابعون كل ما يتعلق بجديد الموضة في الدول الغربية، وهذا راجع إلى انجذاب الشباب العربي للثقافة الغربية و الناتج عن فراغ نفسي سببه البيئة المحيطة والمجتمع وضعف ثقافة الشباب الجزائري ولهذا لا بد من إحداث تغيير جذري في طبيعة الحياة الاجتماعية والتمسك بالعادات الثقافية العربية والمبادئ الأخلاقية بالدرجة الأولى من خلال المؤسسات التربوية.

الجدول 11: يبين لنا أوجه تأثير الشباب بالثقافات الأخرى من خلال الأفلام المفضلة لديهم.

نوع الأفلام	أوجه التأثير	الزواج في الكنيسة	دون الأخذ بإذن الوالدين	ترويج البنت لنفسها	السكن بمفردها في السن 18 سنة	الحرية	عدم التكليف في الزواج	العلم و التقدم	العيش مع الأصدقاء	كل ما هو إباحي	حقوق المرأة	لم يتأثروا	المجموع
ن	ك	ن	ك	ن	ك	ن	ك	ن	ك	ن	ك	ن	ك
49,62	2	0,95%	13	6,19%	36	17,14%	4	2%	1	0,48%	0	0%	210
العاطفية	2	0,95%	13	6,19%	36	17,14%	4	2%	1	0,48%	0	0%	210
التاريخية	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	2	0,95%	1	0,48%	0	0%	210
الأكشن	1	0,48%	2	0,95%	3	1,43%	1	0,48%	0	0%	5	2,38%	210
الإجتماعية	1	0,48%	0	0,00%	3	1,43%	1	0,48%	0	0%	3	1,43%	210
الوليسية	0	0,00%	1	0,48%	7	3,33%	0	0%	0	0%	1	0,48%	210
المغامرية	0	0,00%	4	1,90%	5	2,38%	1	0,48%	0	0%	4	1,90%	210
الإباحية	0	0,00%	2	0,95%	12	5,71%	3	1,43%	0	0%	10	4,76%	210
الإنمي	1	0,48%	1	0,48%	5	2,38%	1	0,48%	0	0%	3	1,43%	210
دينية	0	0,00%	1	0,48%	1	0,48%	0	0%	0	0%	0	0%	210
كوميدي	0	0,00%	0	0,00%	5	2,38%	0	0%	1	0,48%	4	1,90%	210
المجموع	5	2,39%	24	11,43%	79	37,62%	12	5,71%	2	0,95%	72	34,29%	210

نلاحظ أن أغلب الشباب يشاهدون الأفلام العاطفية حيث نرى التأثير الأكبر كان من خلال السكن بمفردهم في السن 18 سنة وذلك بنسبة 17,14% تليها نسبة 6,19% للبنات التي تردن الزواج بدون الأخذ بإذن الوالدين، كما نجد أيضا العيش مع الأصدقاء وذلك بنسبة 2,38% تليها نسبة 2% الذين يفضلون الحرية كنمط عيش غير ثقافتهم كما نجد أيضا حب كل ما هو إباحي بنسبة 1,43% تليها أيضا نسبة 0,95% لكل من الزواج في الكنيسة وأيضا من خلال حقوق المرأة

وأخيرا عدم التكليف في الزواج بنسبة 0,48% في حين لم نسجل أي نسبة للعلم و التقدم أما فيما يخص الأفلام الإباحية فنجد أن أغلبهم متأثرين بالعيش مع الأصدقاء عند بلوغ السن 18 وذلك بنسبة 6% تليها حب الحرية بنسبة 1,43% لتأتي أيضا تزويج البنت لنفسها دون الأخذ بإذن الوالدين وذلك بنسبة 1% أما المتأثرين بكل ما هو إباحي فبلغوا نسبة 0,48% في حين لم نسجل أي نسبة للتأثيرات الأخرى أما فيما يخص المفضلين للأفلام المافياوية فأغلبهم متأثرين بالسكن بمفردهم في السن 18 وذلك بنسبة 2,38%، تليها نسبة 2% للبنات التي تفضل تزويج نفسها بدون تدخل الوالدين تليها الشباب الذين يفضلون الحرية وذلك بنسبة 0,48% في حين لن نسجل أي نسبة لباقي التأثيرات و تصدر أفلام الأكشن والبوليسية نفس الترتيب حيث هذه الأخيرة أغلب المشاهد لها متأثرين بالسكن بمفردهم في السن 18 و ذلك بنسبة 3,33% تليها نسبة 10,95% الذين يفضلون العيش مع الأصدقاء كثقافة غربية أما النسبة التي تليها فكانت 0,48% لكل من الشباب الذين يفضلون تزويج البنت لنفسها دون الأخذ بإذن الوالدين كما نجد أيضا الشباب الذين لديه رغبة في كل ما هو إباحي بنفس النسبة في حين لم نشهد أي نسبة لأوجه التأثير الأخرى في خصوص المتابعين لهذا النوع من الأفلام ،أما مشاهدو الأكشن فأغلبهم متأثرين بالسكن بمفردهم عند بلوغ 18 سنة وذلك بنسبة 1,43% تليها الشباب الذين يفضلون تزويج البنت لنفسها دون الأخذ بإذن الوالدين حيث بلغت 0,95% أما أوجه التأثير الأخرى من خلال أفلام الأكشن فقد بلغت نسبة متساوية ب 0,48% لكل من الشباب الذين لديهم رغبة الزواج في الكنيسة أيضا لديهم رغبة فينوع من الحرية بكل شيء دون قيد وأخيرا نجد من تأثر بالعلم و التقدم في حين لم نسجل أي نسبة لباقي أجه التأثير الأخرى كذلك نجد أن أغلب المشاهد لأفلام الإنمي لديهم رغبة كبيرة في السكن بمفردهم عند بلوغ السن 18 سنة وذلك بنسبة 2,38% تليها نسبة 0,48% لأوجه بلغت نفس الرتبة بداية بميلهم للزواج في الكنيسة وأيضا تزويج البنت لنفسها دون الأخذ بإذن الوالدين إضافة لحبهم للتحرر والعيش مع الأصدقاء أما عن المفضلين للأفلام الكوميديية فأغلبهم لديهم دافعية السكن بمفردهم عند بلوغ السن 18 وذلك بنسبة 2,38% تليها نسبة 0,48% للمنهزين بعلم وتقدم الغرب أما الأفلام الاجتماعية أغلبهم لديهم تأثر بالسكن بمفردهم عند بلوغ السن 18 حيث بلغت نسبة 1,43% تليها نسبة 0,48% للمتأثرين بالزواج بالكنيسة والتحرر في العيش أما إذا انتقلنا للأفلام التاريخية فأغلب مشاهديها لديهم رغبة السكن بمفردهم عند بلوغ السن 18 حيث بلغت نسبة 0,95% تليها نسبة 0,48% للمحبين للحرية وأخيرا الأفلام الدينية أغلبهم متأثرين بتزويج البنت لنفسها دون الأخذ بإذن الوالدين بنسبة والسكن بمفردهم عند بلوغ السن 18 بنسبة متساوية بلغت 0,48%، وهذا ما يفسر لنا أن أغلبية الشباب يفضلون الأفلام العاطفية فاثرت فيهم فمن خلال الجدول نلاحظ أن كل أوجه التأثير المشار إليها مست الشباب فقد كانت أغلبها رغبتهم في السكن بمفردهم وكلها مستوحاة من مضامين الأفلام وخاصة التركية التي استولت و كلها تجعل الشباب سواء ذكر أو أنثى يعيش في خيال ويصنع قصة في مخيلته ليطبقها في أرض الواقع وهذا ما نلمسه فأغلب النسب كانت في حيزهم في الأفراد حيث أصبحت الأسرة بمثابة كابوس لهم التي كانت من المفروض تكون ملجأهم الوحيد هذا وقد وجدنا أيضا تزويج البنت لنفسها فقد كان الميل إلى هذا النوع من التأثير ليس مقتصرًا على البنات فقط بل الشباب أيضا وكلها مأخوذة من هذا النوع من الأفلام بالتأثر بأبطال قصتها و لعيش مع الأصدقاء وحبهم للحرية ثقافة غربية مقلدة من قبل شبابنا وهنا يكمن الخطر الأكبر حيث لا تكون رقابة الأسرة و الأصدقاء السيئين الذين يقودون بهم إلى التهلكة أما فيما يخص حقوق المرأة فهذا ما يعكس لنا ربما تعيش حالة ظلم و سلب لحقها كما نجد أيضا المفضلين لكل ما هو إباحي وهذا راجع إلى الأفلام العاطفية التركية والهندية ما يبت من لقطات مخلة للحياء تترك دون حذفها وبالتالي فكل الأفلام تروج للتحرر والإفراط بعيدا عن الأسرة كثقافة غربية وأيضا بخصوص أفلام الإنمي فنجد أنها تحمل جميع الأنواع الكوميديا،الإثارة،الدراما،الربعالخيالالعلميالحياةالمدرسية،المغامرات،العنف،الصدقة،الرومانسية وكلها نجدها بدأت تأثر بغرس الثقافة اليابانية كما أننا نجد المتأثرين بعلم وتقدم الغرب من خلال ما تعرضه من أفلام أكشن والكوميديية ربما لانهارهم بالتقنيات الخيالية التي تصور لهم الخيال واقع مقارنة بإنتاجنا وهذا ما جعلهم يفضلون أفلام غربية مترجمة عربيا وهذا ما يفسر تأثير اليوتيوب كآلية من آليات الإعلام الجديد عن طريق الأفلام و هذا ما يفسره الانهيار الشديد بالتقدم

الغربي على مستوى التكنولوجيا و الحضارة المادية حيث أصبح لديهم تطلع لمشاهدة الغربيين مع الشعور بالدونية والانكسار اتجاه تلك الشعوب ، إلا أننا وجدنا مشاهدين للكوميديا إلا أنهم رغبتهم كبيرة في السكن بمفردهم وهذا ما يفسر الرسائل الخفية التي ترسل حتى عن طريق كل ما هو فكاهي وهنا يكمن التأثير الأكبر و خصوصا ما كان في الجداول السابقة على تفضيلهم لكل ما هو مسلي إلا أننا وجدنا من يشاهد الأفلام الدينية والتي كانت كأدنى نسبة لملأ أشرنا إليه سابقا أيضا متأثرين بأشياء على عكس ديننا كتزويج البنات لنفسها والسكن بمفردهم وما ينجر عنه من اختلاط وهذا ما يفسر لنا أنهم أن شبابنا لديه ضعف الولاء والانتماء للتشكيل الإسلامي القيمي والمبادئ والمعيشي حيث حرفت المفاهيم الدينية وجعلها متفقة مع أفكار مروجية البنت لنفسها حيث ابتعدوا عن الإيمان وهذا ما يفسر التأثير الواضح على الانتماء الثقافي حيث أصبح الشباب يحلمون العيش كما تعيش الدول الغربية وهذا ما تروج له الأفلام المشاهدة على اليوتيوب.

الجدول 12: يبين لنا مدى تفاعل الشباب مع الصفحات الخيرية من خلال مدى تأثيرهم بثقافات الأجانب وعاداتهم الدينية.

مدى تأثرهم بثقافات الأجانب نعم	لا	المجموع	مدى تفاعل الشباب مع الصفحات الخيرية نعم	لا	المجموع
17	8,10%	14	6,67%	31	14,76%
15	7,14%	16	7,62%	31	14,76%
11	5,24%	10	4,76%	21	10,00%
95	45,24%	32	15,24%	127	60,48%
138	66%	72	34%	210	100%

نلاحظ من خلال الجدول أن الذين لا يتفاعلون مع الصفحات الخيرية أغلبهم متأثرين بثقافات الأجانب وديانهم بنسبة 45,24% تليها نسبة 15,24% للذين لم يتأثروا أما فيما يخص الشباب الذين يتفاعلون معها بصفة كبيرة والأقل منها بنفس الرتبة إلا أن الأولى أغلبهم متأثرين بثقافة الأجانب بنسبة 8,10% تليها نسبة 6,67% للذين لم يتأثروا في حين الرتبة الثانية أغلبها غير متأثرين بعادات الأجانب بنسبة 7,62% تليها نسبة 7,14% للمتأثرين بعادات و ثقافات الأجانب وهذا ما يفسر أن أغلب الشباب الذين لا يتفاعلون مع الجمعيات الخيرية أغلبهم متأثرين بالثقافة الغربية في حين أن المتفاعلين بدرجة متوسطة ليسوا متأثرين وهذا راجع إلى التأثير الواضح لأن تأثرهم بثقافات الأجانب جعلهم ينسون قيمنا الدينية التي تدعو إلى التعاون والصدقة.

*الاستنتاجات الخاصة بالدراسة:

- يحمل الإعلام الجديد شعارات مثل : التفتح على الآخر العصرية والتقدم الحياة وبالتغير الاجتماعي أصبح الفرد لا يعيش داخل أسرة أو محيط مغلق تجمعه نفس الأخلاق إنما يعيش في وسط مفتوح وبالتالي التفتح على كل ما هو مغربي ومشرق للمذات بدائية طالما كبح جماحها قوة الأنا والانا الأعلى (غياب الضمير الأخلاقي). مثلما جاءت به نتائج المقابلة مع الدكتورة رجال سامية المختصة في علم النفس .

- إن المضمون الذي يتلقاه الشاب يؤثر حتما في معتقداته وتوجهاته الفكرية ، هذا ناهيك عن التغير الجذري في سلوكه بغية الإشباع وحل الصراع الثلاثي الكائن بين ما هو المطلوب منه أن يكون وما يريده هو بالفعل والمرتبط بالعالم الذي تصوره له هذه الوسائط الإعلامية وما هو عليه فعلا(عالمه الذي يعيش فيه). كما لديه تأثيرات جد وخيمة تتراوح بين اضطرابات نفسية نتيجة الصراع كالقلق والإحباط واليأس وصولا إلى الاغتراب النفسي وذلك بالبحث عن الهوية الافتراضية بدلا من الهوية الواقعية وهذا ما يفسر ما صرحت به الدكتورة سامية رجال ، محاضرة بكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية قسم العلوم الاجتماعية شعبة علم النفس تخصص علم النفس الإكلينيكي بجامعة الشلف أهم دافع نفسي يدفع الشباب إلى الهجرة إلى فضاءات إعلامية جديدة هي الحاجة إلى تحقيق الذات وتأكيدا اعتقادا منه انه بهذا يمكنه من المشاركة الاجتماعية و صنع القرار يلها دافع آخر يعود إلى حاجة نفسية أخرى لا تقل أهمية عن الأولى وهي الحاجة الى الحب وكل

هذا يمكن اختصار سببه في مشكلة الحوار داخل العائلة أو في الوسط الاجتماعي في ضوء التغير الاجتماعي السريع لاسيما مثلا موضوعات متعلقة بالعلاقات الجنسية والزواج والصداقة والتعارف والحب وتبادل المعلومات ، وهذا ما يدفع الشباب خلال مراحل نموهم لمعرفة هذه المسائل إلى اللجوء لوسائل الاتصال والإعلام المختلفة وذلك من أجل إشباع رغبتهم وحاجاتهم فهم يتطلعون أكثر من غيرهم إلى كل ما هو جديد وبالتالي ضرورة التكيف والتفاعل معه.

- إن الدافع الأكبر لجعل الشباب يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي الترفيه عن النفس وذلك بنسبة 49,05% وأيضا التخلص من القلق والاضطراب ، هذا إضافة إلى دوافع أخرى حيث أصبحت هذه الفضاءات كمتنفس من خلال التعبير عن افكارهم وكتابة مشاكلهم وإخراج مكبوتاتهم بكل بحرية ودون أي حاجز سواء من خلال فرق النقاش أو أصدقائهم على مواقع التواصل الاجتماعي حيث أصبحت ثققتهم أكبر بكثير من أصدقاءهم في الواقع وبالتالي حاجتهم الماسة إلى تحقيق هذه الدوافع و خصوصا منها هروبا من واقع مؤلم تجعلهم يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي بصفة دائمة حتى ولو كانت حسب الظروف التي تسمح لهم إلا أنهم يداومون عليه فقد أصبح ملجأهم الوحيد للهروب من الواقع ليقع في تأثير هذه الوسائل فمن أجل تحقيق دافع أصبح في فقدان لانتماء ثقافي حيث أن أغلبهم أصبحوا يتواصلون بلغة دخيلة كتابة عربية بأحرف فرنسية وأرقام لتكون اللغة العربية كأدنى نسبة وأيضا اللغة الفرنسية وهذا راجع إلى أن أغلبهم يستخدمون كل ما هو أجنبي في الحصول على المعلومات فقد أصبحت مصدر ثقة لهم ليكون التأثير واضح ويصبح الشاب فاقدا لأهم شرط في وجوده وهو هويته اللغوية فقد أصبح غريبا عن انتماءه الثقافي إلا أن التأثير الواضح يظهر في نقل هذه العلاقات إلى أرض الواقع فحميمية العلاقة بين شخصين تدفعهم إلى الالتقاء وجها لوجه و أصبح بعيدا عن أسرته وأصدقاءه في الواقع التي أصبحت ثقته فيهم منعدمة كما ان شعورهم بالفراغ العاطفي والاجتماعي أصبح كدافع لهم باستخدام هذه الوسائل ليكون الملام الأول للمجتمع بداية من الاسرة التي لم توفر لأولادها ما يلزمه من دفي عائلي إلى ثقافة حوار تجعله في واقع أكثر من عالمهم الافتراضي المليء بالمضامين المدمرة لكل ما هو انتماء ثقافي وديني.

- إن أغلب الشباب يستخدمون الهجائية في التواصل مع أصدقائهم عبر مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة 46,7% تليها اللغة الفرنسية و ذلك بنسبة 33% وبالتالي نستنتج أن أغلب الشباب يستخدمون لغة من صنع العالم الافتراضي ألا وهي الهجائية وهي خليط بين نطق عربي وكتابة فرنسية وكتابة فرنسية برموز وكلها لا تمتد صلة بلغتنا، فسرعة التواصل مع الشباب والأصدقاء في جميع أنحاء العالم تجاوزت حتى حدود اللغة والثقافة فقد باتوا يستخدمون لغة أجنبية بحروف عربية لا يفهمها الكبار بسهولة حتى أن الكبار باتوا يشعرون بالفجوة التقنية بينهم وبين أبنائهم وهذا راجع لغياب تواصل داخل الأسرة التي يمكن أن تحصن الشباب نفسيا للحد من تأثير محتوى الاعلام الجديد على الانتماء الثقافي التي أصبح غريبا عنها وغريبا عن قيمها الحضارية والدينية والثقافية متناسين أن اللغة العربية هي مقياس للانتماء الثقافي فقد جاء عن لسان البروفيسور ضامر أن اللغة والمصطلحات التي توفرها هذه الآليات أو حتى نمط التداول الفكري تداول الأفكار تعتبر كمقياس لانتمائنا الثقافي.

- إن أغلب الشباب لديهم رغبة كبيرة في الهجرة إلى الخارج ، وهذا ما يفسر لنا أن أغلب الشباب بعد استخدامهم لفضاء الانترنت أثرت فيهم برغبتهم في مغادرة أوطانهم وهذا راجع إلى أن الثقافة الغربية استطاعت أن تؤثر علينا كشباب بتغيير أسلوب حياتنا وأفكارنا حيث صورت لهم الدول الأوروبية على أنها مستقبل لا بد منه حتى وهذا ما جعلها بطريقة غير مباشرة تروج لثقافة الهجرة الغير الشرعية فنحن كشباب نحاول أن نتماشى مع هذه الثقافة حتى لا نكون مختلفين عن الآخرين في مجتمع دخلت عليه هذه الثقافة من أوسع أبوابها.

- إن أغلب الشباب لا يقومون بأداء العبادة في الوقت المحدد بل يؤجلونها و صولا إلى إهمالها نهائيا وهذا أثناء استخدامهم لفضاء الانترنت وهذا راجع للتأثير الواضح بارتباطهم بالهوية الإسلامية والثقافة الإسلامية الضعيف والذي يحتاج إلى جزء كبير من اليقين والإيمان باليوم الآخر وبقدرة الرب _ سبحانه _ وبالقضاء والقدر والشباب مع ضعف إيمانهم بتلك الأسس وعدم تربيتهم عليها يخرجون مستنكرين للهوية الإسلامية التي يرونها مقيدة لحريتهم اللامحدودة والتي تقدمها لهم الثقافات

الغربية التي تقدم الحاجات المادية والشهوات كمادة أساسية مباحة و بالتالي التأثير ظهر في عمق ثقافتنا الإسلامية ، بالرغم من تصريح الدكتورة سامية رجال بخصوص الاستجواب في هذا التساؤل أن أمر الدين والأخلاق أمر شخصي وخصوصي جدا لا يمكن الإفصاح عنه أمام كائنا من كان وأيضا إن العلاقة هنا ترجع بينه وبين ربه لا داع لان يعرفها شخص آخر وهذه من ضمن أفكار والمعتقدات الحرية والخصوصية الشخصية. كما يمكن لأن يكون السؤال المطروح في هذا المجال وقعا على إحياء صراع داخلي نتيجة شعور بالذنب نتيجة التقصير مثلا ،لذا يستعمل إستراتيجية التجنب معبرا لذلك بآلية الكذب أو الامتناع باعتبار أن هذا النوع من الأسئلة يضعه في وضعية ضاغطة.

- إن أغلب الشباب متأثرين بثقافات والديانات الأخرى وهذا راجع إلى شدة عشقهم للشعوب الغربية حتى أنهم أصيبوا بالعنى والصمم ، فلا يرون نقائص أولئك ولا يهتمون بمفاسدهم وانحرافاتهم وينمون في أفكاره الحياة الغربية ويريدون أن يجعلوا من أنفسهم غربيين ، وتعلم أن فقداننا لقيم المعنوية والأخلاقية والاستغراق في الشهوات والرغبات والميولات النفسية تسوق الإنسان نحو الانحطاط والتعاسة ، ولهذا السبب فإنهم يسرون وراء الغربيين ويقلدون تصرفاتهم دون قيد أو شرط ويتصورون هذه التبعية العمياء تطورا وطريقا للسعادة و بالتالي إن التقليد المطلق لطريقة الغربيين في بعض القضايا مخالف للقوانين الدينية ورفض للآداب والسنن الاجتماعية وعدم اهتمام بالمشاعر والأحاسيس العامة ، و العواطف العائلية ، وهذا ما يؤدي إلى صراع في العقائد.

- رفض الشباب لثقافتهم الخاصة بهم وهذا ما يفسر نتيجة المقابلة التي جاءت بلسان البروفيسور ضامر وليد عبد الرحمان ، حيث يرى أنه عندما يرفض أي شاب ثقافته فإنها لم توفر له المعطيات التي يبحث عنها ثقافة كلاسيكية تقليدية التي تقول بالحفاظ على عادات الأجداد و بالتالي كل قيم مجتمع تمثل عصره و بالتالي فإنه عندما يترك ثقافة مجتمعه عجزت توفير له متطلبات نفسية واجتماعية التي يبحث عنها في مقابل انفتاح العالم كما قال ابن خلدون المغلوب مولع أبدا بتقليد الغالب بمعنى الإنسان عندما أقلد لا أقلد إفريقيا بل المجتمعات الغربية المتقدمة ماديا فهي أيضا متقدمة معنويا.

- إن أغلبية الشباب يرفضون العودة للباس التقليدي للمنطقة وهذا ما يفسر أن أغلب الشباب يرفضون كل ما يتعلق بلباسهم التقليدي وهذا راجع لشدة التأثير على سلوكياتهم من خلال ما يتلقونه لثقافات الغرب. وهذا ما يفسر النتيجة القبلية أثناء المقابلة التي أجريت مع البروفيسور ضامر وليد عبد الرحمان ، تخصص علم الاجتماع بجامعة الشلف بقوله إن التمزهر وأشكال الموضة يعتبر معيار لقياس تأثير الإعلام الجديد على الانتماء الثقافي ، كما أن اللغة و المصطلحات التي توفرها هذه الآليات أو حتى نمط التداول الفكري تداول الأفكار كيف نقيسها مثلا الشباب يسأل الأفكار التي تكون بين الشباب نقيس أفكار متداولة على الساحة العالمية أقيس بأن هذا الشخص متطلع على الثقافة الأوروبية بالموضة و كل شيء.

- إن تأثير الإعلام الجديد على الانتماء الثقافي للشباب كان واضحا انطلاقا من استخدامه لفضاءات الانترنت والإشاعات المحققة ، وأيضا الدوافع التي جعلته يغادر إليها ليكون التأثير حيث أن استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي الذي كان بدافع الترفيه وهروبا من الواقع فلم تقم الأسرة بواجبها كذلك المجتمع بجميع مؤسساته و بالتالي وجود في الفضاءات الإعلامية كل ما يشبع رغباتهم دوافعهم النفسية والاجتماعية ما يجعلهم مدمنين أمام أصدقاء مجهولين من جنسيات مختلفة ويكون التأثير واضح من خلال أن أغلب الشباب متأثرين بثقافات أصدقائهم على الفيسبوك وهذا راجع إلى أن أغلبهم يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي وخاصة الفيسبوك ما جعله أمام أصدقاء يؤثرون فيهم بطريقة سهلة وخصوصا أنهم لا يحملون انتماء ثقافي يجعلهم متمسكين به فأغلبهم همهم الوحيد البحث عن كل ما هو مسلي على الرغم من المستوى التعليمي لكل شاب كما أن سن الشاب يلعب دور فأغلب الشباب كان سنهم بين 18 و 22 سنة وهي فترة حساسة لشباب بدأ يكون أفكاره فالمؤسسة التعليمية من منطلق أنها كمنشئ للشباب لم تقم بالواجب المنوط بها في جعل الشاب أكثر تمسكا بانتمائه الثقافي و الديني وصولا إلى اللباس الذي يعتبر أيضا من محددات انتماء الشاب وهذا ما جاء به البروفيسور

في علم الاجتماع ضامر وليد عبد الرحمان إلا أنهم أصبحوا مع كل ما هو أجنبي حيث لم يعد بوسعهم العودة إلى اللباس التقليدي للمنطقة، حيث و جاء في نفس السياق استجواب البروفيسور بقوله إن عاداتنا وتقاليدنا وقيمتنا الاجتماعية وأعرافنا حتى في عاداتنا البسيطة بالأكل هي قيم ثقافية قد تكون تغيرت لكنها لم تضمحل لأن هذه القيم مرتبطة بمنظومات التنشئة قد يكون لنا عجز لكن لا يكون غياب في التنشئة. هذا ما يفسر لنا ذلك العجز من خلال التأثير الواضح للإعلام الجديد بما تنشره من أفكارا سلبية وتعمل على نشر ثقافتها سواء من خلال طريقة العيش حيث أصبح كل همهم العيش بمفردهم وعادات أخرى كتزويج البنت لنفسها.. الخ حيث أصبحت الأفلام تصور لهم حياة خيالية جعلتهم يبحثون عنها في الواقع من خلال تأثرهم بالحرية التي لو رأينا حريتهم لوجدناها كلها غريبة كالعيش مع الأصدقاء وهي عادة مخالفة لعاداتنا فكلها خارج ديننا وعاداتنا وثقافتنا فلم يبقى حاملا لقيمه الدينية فأغلب الشباب لا يشاركون في المواقع الخيرية مفضلين أشياء أخرى تافهة و بالتالي فقد أثرت هذه الوسائل من خلال ما تنشره من مضامين ممجدة لثقافات ووطنها حيث أن أغلب الشباب أصبحوا متأثرين بثقافة الغير حتى أنهم لديهم رغبة كبيرة في مهاجرة أوطانهم فالوضع أصبح خطير هذا وقد مس التأثير حتى ديننا فلم يعد للشباب صلة بربه فقد عملت هذه الآليات على إبعاده عن أداء العبادة فماذا ننتظر من شباب بدون ثقافة دينية فهو طعم سهل للصيد ليقع في المصيدة و يصبح يحارب نفسه وانتماءه الثقافي و خصوصاً الدين الإسلامي فقد أبج الشباب بعيدين كل البعد عن الخالق. وهذا كنتيجة لما جاء في المقابلة القبلية مع الدكتورة سامية رحال بقولها أن انتشار ظاهرة ابتعاد الشباب عن الأخلاق الدينية بحجة أن الجمهور حر في اختيار ما يتفق مع أذواقه وحاجاته. وهكذا نلاحظ نزوح الصحافة همتها الوحيد هو تحقيق الربح عن طريق كشف الفضائح وأخبار الجنس والجريمة وأخبار المشاهير والنجوم محليا ودوليا. بدلا بأن تقوم بدور استراتيجي وفعال في المجتمع يفاجأ بانتشار صحافة تستمد مقوماتها وقيمتها من مجتمعات وأوساط غريبة عجيبة بعيدة كل البعد عن المجتمع العربي الإسلامي.

وبالتالي فإن هناك تأثيرات للمضامين الموجودة في وسائل الإعلام الجديد على انتمائته الثقافي لكن لا يمكن أصلا أن نعتبر أن محتويات الإعلام الجديد هي من تؤثر في نفسية الشباب إنما هي وجدت المناخ المناسب لتأثيراتها أي أنها تتغذى بمشكلات أخرى ظهرت في المجتمع فاستغلت كمادة إعلامية كقطع والاستجابة المقنعة لإشباع حاجات الجمهور. كما لا يمكن أن نضع كل الحمل على وسائل الإعلام الجديدة فالمجتمع أيضا مسؤول حيث لن يستطيع أن يعي اللحظة حيث أشار البروفيسور ضامر وليد عبد الرحمان في هذا الصدد إلى أنه لا يمكن الوقوف عند جزئيات العائلة فقط بل تتعداه إلى المجتمع فهو لا يبحث عن حواجز دفاعية للشباب من الناحية الثقافية لا يعي بالمتغيرات التي تحدث في العالم حيث أصبح قادر على التواصل بالعالم بشكل مباشر من خلال التواصل مع النخبة من أساتذة جامعيين و مفكرين لكن الآن بفضل هذه أصبح هناك اختراع ما يحدث في أوروبا يدخل مباشرة إلى الفرد بدون حواجز فهناك خطورة و بالتالي المجتمع مسؤول. فكل مسؤول لم يوفر له بعد ثقافي ، قيم عصرية لم يوفر حاجته و بالتالي يهرب الشباب إلى هذه الفضاءات و بالتالي تفتح للفرد مباشرة وثقافات العالم المتقدم بالإيجابيات والسلبيات.

*التوصيات.

✓ بناء الإنسان البناء المتكامل ليكون في حجم التحدي وتربيته على أخلاقيات عقائدية تمنحه المناعة الحضارية المطلوبة، ولعل أهم مرحلة في هذه التربية العمل على إشاعة وترسيخ القيم العقائدية والإيمانية لأن بها وقف الجيل الأول من الأمة في وجه كل اختراق بل واستطاعوا من خلال ترسيخ المبادئ العامة الإبداع الحضاري الذي يكرم الإنسان كيفما كان نوعه ولونه وجنسه فبدون هذه الخطوة الأساسية ومع تفشي آفة القطيعة بين العقيدة والسلوك في حياة المسلم المعاصر لن يكون بإمكاننا الوقوف طويلاً في وجه الزيف الحضاري القادم إنها التربية التي تمنحنا كذلك إمكانية الرؤية المستقبلية الحقة كما تمدنا بكل الشواهد لفهم طبيعة وحقيقة الصراع الغربي خاصة مع الصهيونية التي استفادت من الوطن العربي والنظام العالمي الجديد لتفرض نفسها على الأمة.

✓ تصحيح بعض المفاهيم الخاطئة التي أصابت ثقافتنا ،مما أدى إلى انحراف الفرد والمجتمع فالتوكل أصبح توكلاً والإيمان بالقدر أصبح عجزاً وقعوداً عن العمل والزهد أصبح خملاً وقعوداً عن العمل والعبادة رهينة وانقطاع عن الحياة وذكر الله _سبحانه وتعالى_ أصبح تمتعات وهمهمات وأقوال بلا أفعال ،كما يجب أن نوضح ونبرز المقاييس الثقافية الإسلامية الصحيحة وتفعيلها في الإنتاج الثقافي الذي يحمل مفاهيمها الحقيقية.

✓ يجب على الأمة الإسلامية أن تسارع في الاستفادة من مكتسبات التكنولوجيا في وسائلها الإعلامية ،خاصة مع ظهور الإعلام الجديد واستعماله في توعية وتثقيف الأطفال والشباب وحمايتهم من الوقوع في فلك الانحراف والضلال وحماية وجود الأمة الإسلامية وغيرها من خطر الغزو العلمي والتكنولوجي الجديد ،وبخاصة أن الثقافة الإسلامية ثقافة عالمية ورسالة الإسلام جاءت للبشرية جمعاء ،كما أخبرنا بذلك القرآن الكريم قال تعالى: "يَا أَيُّهَا النَّاسُ إِنَّا خَلَقْنَاكُمْ مِنْ ذَكَرٍ وَأُنْثَى وَجَعَلْنَاكُمْ شُعُوبًا وَقَبَائِلَ لِتَعَارَفُوا إِنَّ أَكْرَمَكُمْ عِنْدَ اللَّهِ أَتْقَاكُمْ إِنَّ اللَّهَ عَلِيمٌ خَبِيرٌ" (الحجرات:13).

✓ تجديد الخطاب الثقافي الإسلامي وتطويره ،بحيث يلائم روح العصر مع ضرورة الحفاظ على أصالة الثقافة الإسلامية ومضمونها من أجل خدمة الهوية الإسلامية ودعوة الناس إلى التعرف على حقيقة الدين الإسلامي من خلال القنوات الفضائية وشبكات الاتصال العالمية "الإنترنت" ،وتيسير العمل الصحفي وسهولة الترجمة حيث إن العالم اليوم يتغير بسرعة فائقة وعلينا أن نطور أدواتنا ووسائلنا وطريق تصدير ثقافتنا. إن التبليغ اليوم عبر تقنية الشبكات الإلكترونية والفضائيات يمثل أفضل وأسرع الطرق للتأثير في عقول أجيالنا ،وكذلك في عقول الآخرين لا أن نكون مجرد مستهلكين لثقافة الغير ومعلوماته لأن الاستهلاك الثقافي بدون أن نكون منتجين ثقافياً يجعلنا ندوب في ثقافة الآخر ونفقد بالتالي الثقة في ثقافتنا ومبادئنا ،وهذا ما يهدف إليه الآخر الغربي بكل تأكيد.

✓ ضرورة وضع ضوابط وقيود وإشراف من قبل مختصين عند استخدام شبكة الإنترنت وبخاصة فيما يتعلق بالبرامج الإباحية والمنافية لقيم وثقافة المجتمعات الإسلامية.

✓ ينبغي إنشاء مراكز ثقافية إسلامية موحدة تهتم بدراسة قضايا العصر سواء كانت ثقافية أم اجتماعية أم حضارية فور ظهورها ومن ثم متابعة تطورها ووضع التصور السليم للموقف الإسلامي إزاءها وهذا يتطلب عقد الندوات العلمية والمؤتمرات الثقافية وإيجاد مراكز ثقافية موحدة ،لا يعني إطلاقاً إلغاء التنوع والتعدد الثقافي وإنما يعني السعي نحو تأسيس رؤية ثقافية كونية ناتجة عن التفاعل الإيجابي والحر بين مختلف مراكز الفكر والثقافة.

✓ الانفتاح على الثقافة الغربية والاستفادة من تطورها العلمي والتكنولوجي ينبغي أن يكون من خلال إستراتيجية تضمن إيجابية هذا الانفتاح لأن الانفتاح المذموم هو الذي أدى إلى ذوبان الشخصية الثقافية بسبب الانهيار والاغتراب عبر منافذ الاختراق والتغريب والإسلام لا يمنع الانفتاح المحكم الرامي نحو الاستفادة من علوم الآخرين النافعة قال _سبحانه وتعالى_: "قل هل عندكم من علم فتخرجوه لنا".

✓ المشروع الحضاري الإسلامي لا يمكن أن يحقق تميزه الإسلامي ومن ثم أداء دوره العالمي وفق ما يرضيه الله تعالى إلا إذا ركن إلى العلم الشرعي بمعناه الواسع وتم تأهيل العالم المسلم بحيث تكون دراسته لعلم الشريعة دراسة تأصيلية مرتبطة بالوقائع الحية التي تعيشها الأمة والعالم في هذا العصر.

خاتمة:

هكذا كانت البداية تطور مستمر وتسارع في التكنولوجيا أصبح هذا العالم فجأة بين أيدينا نرى تفاصيله ونعيش أحداثه من خلال شاشاتنا الصغيرة وأصبحت تلك الشاشات سجننا الكبير ،أصبحنا مدمنين سطحي الإدراك فرحين بسرعة الوصول ولكن لم نصل أذهلتنا سرعة الاتصال ولم نتصل اختزلنا مشاعرنا في رسالة وأبوتنا في تغريده وأمومتنا في مقطع لا يتجاوز عشرة ثواني وضعنا الطعام ليس لنأكل بل لنضع له صورة واجتمعنا لنفقد إحساسنا بماضينا ،سجلنا مواعيدنا وتذكيراً بها ولم نحضرها ،أصبحت الكتب سهلة الحمل ولكن لم نعد نقرأ اهتمامنا بذاكرة أجهزتنا وأهملتنا ذاكرتنا لم نعد ننظر في أعين أبنائنا فيبحثوا عن آخرين يشاركونهم يحادثونهم ويلعبون معهم أصبحنا نشعر بالملل مشتتين منزعين نشكو فقدان اللحظة

وغياب الابتسامة، علاقاتنا الاجتماعية ضعفت روابطنا الأسرية تلاشت ولم نعد حتى نطيق الجلوس في العالم الحقيقي فقد نجحت محتويات الإعلام الجديد في تكوين جيل من الشباب قلما يهتم بشأن القيم الثقافية والأخلاقية والاجتماعية وأصبح الشباب يعاني الوحدة والعزلة الاجتماعية داخل أسرته كما تأثرت الأسرة بقيم الانترنت من خلال فشل الترابط الأسري وقلة فترة الجلوس مع أفراد العائلة.

هذا ورغم أن أغلبية القيم المروجة في الفضاءات الإعلامية الجديدة تتنافى كلية مع قيمنا المستمدة من الدين الإسلامي وتتعارض كلية مع عاداتنا وأعرافنا وتقاليدينا، ورغم ذلك فإن الكثير من الشباب الذي يشاهد ويتصفح محتويات الإعلام الجديد الوافدة إلينا يتغذى من القيم الدخيلة تحت شعار تقليد الحضارة الغربية (الملبس، المسكن، الاختلاط بالعلاقات الغرامية، الزواج، البحث العلمي...) وهذا التقليد يؤدي إلى صراع بين ما يجمله هؤلاء الشباب من قيم جديدة وقيم الكبار. ونظرا إلى ما تعرضه آليات الإعلام الجديد من مواضيع وخدمات متنوعة يغلب عليها في أغلب الأحيان الترفيه والتسلية الزائدة والمبالغ فيها وغير الهادفة وقدرتها على جذب الشباب، فقد حدث انفصال تدريجي لهؤلاء الشباب عن الواقع الذين يعيشون فيه إذ تصور الشباب أن الحياة تجري على أساس النمط أو الأنماط التي يشاهدونها في الأفلام على اليوتيوب ملونة ومخادعة وهذا في حقيقة الأمر عزل اصطناعي للشباب عن واقع الحياة كلها بما فيها مشاكل وتحديات، كما أنها بعض الأفلام تعد منبعا للعنف يتعلم منها الشباب من خلال ما تعرضه حول مواضيع العنف والجريمة والتضخيم في المعالجة كأفلام الأكشن والبوليسية والمافياوية ما يجعل الشاب يتأثر بها وربما لممارستها في الحياة الواقعية، كما انتشر في ظل هذا الزخم الكبير لوسائل الإعلام الجديد العديد من الأفكار المشجعة للإباحية والتحرر من القيم والتقاليد والأعراف والخطر الأكبر هو ما تنشره آليات الإعلام الجديد من زعزعة في ديننا الإسلامي من خلال اكتساب الشباب الكثير من العادات المحرمة التي تتنافى وعقيدتنا الإسلامية من خلال (الأعياد والملابس والمأكل، العلاقات، الزواج، ... الخ) هكذا البداية ولكن هذا لا يعني أنها النهاية نستطيع أن نصبح أفضل ونعيش واقعا أجمل نشعر فيه ببعضنا نصل فيه أرحامنا، نساعد فيه المحتاج وننشر المحبة بيننا نتعلم كيف نربي أطفالنا نعيش لحظتنا ونحتفظ بها للذكرى نقوي روابطنا الأسرية التي تهالكت نعيش مشاعرنا الحقيقية، نعطي كل شيء حقه عائلتنا، أصدقائنا، أعمالنا ولا ننسى أنفسنا سنبدأ بداية جديدة غير التي كنا نعيشها وسنتصل ونصل.

قائمة المراجع:

الكتب:

01. إبراهيم إمام محمود ، موقف الإعلام من التحدي القائم بين الحضارة الحديثة والشباب العربي ، ط:1، دار النشر بالمركز العربي للدراسات الأمنية و التدريب بالرياض ، 1987 .
02. دنيس كوشن، ترجمة منير السعيداني، مفهوم الثقافة في العلوم الاجتماعية، المنظمة العربية للترجمة ، ط:1، بيروت، 2007.
03. دلال ملحق استبينية ، التغيير الاجتماعي والثقافي، دار وائل، ط:1، د.ب، 2004.
04. سهير عبد الفتاح ، أسامة سلامة وآخرون ، لغة الطفل العربي في عصر العولمة : وثائق ودراسات مؤتمرا لغة الطفل العربي في عصر العولمة ، دار العلوم ، د:ط ، القاهرة ، 2007.
05. عبد الباسط محمد حسن ، أصول البحث الاجتماعي، مكتبة وهبة للطباعة والنشر، القاهرة، 2011.
06. عبد الرحمان عزي، فقه اللغة وعنف اللسان والإعلام في المنطقة العربية، مجلة اللسان العربي وإشكالية التلقي، الطبعة الأولى ، مركز دراسات الوحدة العربية ، بيروت ، 2007.
07. عامر قنديلجي وإيمان السامرائي، البحث العلمي -الكمي والنوعي-، دار اليازوري ، الطبعة العربية ، عمان، 2009.
08. فضيل دليو ، التكنولوجيا الجديدة للإعلام والاتصال ، دار الثقافة ، ط:1 ، عمان ، 2010.
09. فهد خليل زايد ، أساسيات منهجية البحث في العلوم الإنسانية، دار النفائس ، ط:1 ، عمان ، 2007.
10. كويشيرو ماتسورا ، من مجتمع المعلومات إلى مجتمعات المعرفة ، التقرير العالمي لليونسكو ، صدر عن الأمم المتحدة للتربية و العلم والثقافة ، فرنسا ، 2005.
11. لورانيس إي. هاريزون ، ترجمة شوقي جلال، الثقافات وقيم التقدم، المشروع القومي للترجمة، ط:1 ، مصر، 2005.

12. محمد الفطافطة، علاقة الإعلام الجديد بحرية الرأي والتعبير في فلسطين – الفاييبوك نموذجاً، ط:1، المركز الفلسطيني للتنمية والحريات الإعلامية (مدى)، فلسطين، 2011.
 13. محمد عمارة، معركة المصطلحات بين الغرب والإسلام، نهضة مصر، ط:2، مصر، 2000.
 14. منذر الضامن، أساسيات البحث العلمي، دار الميسرة، ط:1، عمان، 2007.
 15. نبيل علي، الثقافة العربية وعصر المعلومات رؤية مستقبلية الخطاب الثقافي العربي، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب بالكويت، د:ط، الكويت، 2001.
 - المجلات:
 16. الصادق الحماوي، الميديا الجديدة والمجال العمومي: الإحياء والانبعث، مجلة الإذاعات العربية، 2011.
 17. خلفاوي شمس ضيات، الإعلام الجديد قراءة في تطور المفهوم والوظيفة، مجلة علوم الإنسان والمجتمع، جامعة محمد خيضر ببسكرة، العدد: 15، جوان، 2015.
 18. عبد الوهاب الرامي، مجتمع الإعلام و المعلومات والرهانات الثقافية في العالم العربي، الإذاعة العربية، مجلة فصلية يصدرها اتحاد إذاعات الدول العربية، عدد: 3، 2005.
 19. قنيفة نورة، الإشكال الهوياتي اللغوي الجزائري، أو إشكالية أزمة الانتماء، مجلة الآداب و العلوم الاجتماعية، جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي، العدد: 2012، 16.
 20. لبجييري نور الدين، الأبعاد القيمة للإعلانات - دراسة تحليلية في ضوء نظرية الحتمية القيمة، مجلة العلوم الاجتماعية، جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية، قسنطينة، العدد: 6، 2014.
 21. نوال بركات، الفضاء السيبري والعلاقات الاجتماعية في المجتمع الافتراضي بين جغرافيا الواقع والجغرافيا الافتراضية، مجلة علوم الإنسان والمجتمع، جامعة محمد خيضر، بسكرة، العدد 12، نوفمبر 2014.
 - المقالات:
 22. إسماعيل بن ديبلي، المنهج الإثنوغرافي وتطبيقاته في دراسة ظواهر الإعلام الجديد، مداخلة المؤتمر الدولي الثاني، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 25-26 نوفمبر، 2014.
 23. السيد أحمد مصطفى عمر، فضائيات عصر العولمة والهوية الثقافية، مؤتمر الفضائيات العربية والهوية الثقافية، جامعة الشارقة، 11 و 12 ديسمبر، 2007.
 24. رضوان بلخيري، الإعلام الجديد مرحلة جديدة من التنافس توسع الاستخدام وتجسيد المصطلح، ورقة عمل مقدمة إلى المؤتمر الدولي الثاني: الإعلام الجديد وقضايا المجتمع المعاصر "التحديات والفرص"، جامعة محمد خيضر ببسكرة، 25-26 نوفمبر 2014.
 25. فايزة يخلف، الإعلام الجديد بين ثراء المنظومة المفاهيمية واستعصاء العدة الإجرائية، ورقة عمل مقدمة إلى المؤتمر الدولي الثاني: الإعلام الجديد وقضايا المجتمع المعاصر "التحديات والفرص"، جامعة محمد خيضر ببسكرة، 25-26 نوفمبر 2014.
-
- ¹ عبد الباسط محمد حسن، أصول البحث الاجتماعي، مكتبة وهبة للطباعة والنشر، القاهرة، 2011، ص: 199.
 - ² عامر قنديلجي وإيمان السامرائي، البحث العلمي – الكمي والنوعي، دار اليازوري، الطبعة العربية عمان، 2009، ص: 187.
 - ³ فهد خليل زايد، أساسيات منهجية البحث في العلوم الإنسانية، دار النفائس، ط:1، عمان، 2007، ص: 72.
 - ⁴ منذر الضامن، أساسيات البحث العلمي، دار الميسرة، ط:1، عمان، 2007، ص: 96.
 - ⁵ فضيل دليو، التكنولوجيا الجديدة للإعلام والاتصال، دار الثقافة، ط:1، عمان، 2010، ص: 35.
 - ⁶ رضوان بلخيري، الإعلام الجديد مرحلة جديدة من التنافس توسع الاستخدام وتجسيد المصطلح، ورقة عمل مقدمة إلى المؤتمر الدولي الثاني: الإعلام الجديد وقضايا المجتمع المعاصر "التحديات والفرص"، جامعة محمد خيضر ببسكرة، 25-26 نوفمبر 2014، ص: 3.
 - ⁷ محمد الفطافطة، علاقة الإعلام الجديد بحرية الرأي والتعبير في فلسطين – الفاييبوك نموذجاً، ط:1، المركز الفلسطيني للتنمية والحريات الإعلامية (مدى)، فلسطين، 2011، ص: 12.
 - ⁸ كويشيرو ماتسورا، من مجتمع المعلومات إلى مجتمعات المعرفة، التقرير العالمي لليونسكو، صدر عن الأمم المتحدة للتربية والعلم والثقافة، فرنسا، 2005، ص: 20.
 - ⁹ فايزة يخلف، الإعلام الجديد بين ثراء المنظومة المفاهيمية واستعصاء العدة الإجرائية، ورقة عمل مقدمة إلى المؤتمر الدولي الثاني: الإعلام الجديد وقضايا المجتمع المعاصر "التحديات والفرص"، جامعة محمد خيضر ببسكرة، 25-26 نوفمبر 2014، ص: 8.

- ¹⁰ محمد الفطافطة ، مرجع سبق ذكره، ص:18.
- ¹¹ نوال بركات، الفضاء السيبراني والعلاقات الاجتماعية في المجتمع الافتراضي بين جغرافيا الواقع والجغرافيا الافتراضية، مجلة علوم الإنسان والمجتمع ، جامعة محمد خيضر ، بسكرة ، العدد 12 ، نوفمبر 2014، ص:3.
- ¹² محمد الفطافطة ، مرجع سبق ذكره ، ص:18.
- ¹³ الصادق الحماني، الميديا الجديدة والمجال العمومي: الإحياء والانبعاث ، مجلة الإذاعات العربية، 2011، ص:6.
- ¹⁴ خلفاوي شمس ضيات ، الإعلام الجديد قراءة في تطور المفهوم والوظيفة ، مجلة علوم الإنسان والمجتمع، جامعة محمد خيضر ببسكرة ، العدد: 15 ، جوان ، 2015، ص:295.
- ¹⁵ خلفاوي شمس ضيات ، مرجع سبق ذكره، ص:296.
- ¹⁶ إسماعيل بن دبيلي ، المنهج الإثنوغرافي وتطبيقاته في دراسة ظواهر الإعلام الجديد، مداخلة المؤتمر الدولي الثاني، جامعة محمد خيضر ، بسكرة، 25-26 نوفمبر، 2014، ص:7.
- ¹⁷ سهير عبد الفتاح ، أسامة سلامة وآخرون ، لغة الطفل العربي في عصر العولمة : وثائق ودراسات مؤتمرا لفة الطفل العربي في عصر العولمة ، دار العلوم ، د:ط ، القاهرة ، 2007، ص:794.
- ¹⁸ لجيري نور الدين، الأبعاد القيمية للإعلانات - دراسة تحليلية في ضوء نظرية الحتمية القيمة-، مجلة العلوم الاجتماعية، جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية ، قسنطينة ، العدد:6، 2014، ص:23.
- ¹⁹ لورانس إي، هاريزون ، ترجمة شوقي جلال، الثقافات وقيم التقدم، المشروع القومي للترجمة، ط:1 ، مصر، 2005، ص:362.
- ²⁰ لورانس إي، هاريزون ، مرجع سبق ذكره ، ص:362.
- ²¹ لجيري نور الدين، مرجع سبق ذكره، ص:22.
- ²² . عبد الرحمان عزي، فقه اللغة وعنف اللسان والإعلام في المنطقة العربية، مجلة اللسان العربي وإشكالية التلقي ، الطبعة الأولى ، مركز دراسات الوحدة العربية ، بيروت ، 2007، ص:2.
- ²³ السيد أحمد مصطفى عمر، فضائيات عصر العولمة والهوية الثقافية، مؤتمر الفضائيات العربية والهوية الثقافية ، جامعة الشارقة، 11 و 12 ديسمبر، 2007، ص:14 ص:15.
- ²⁴ نبيل علي، الثقافة العربية وعصر المعلومات رؤية مستقبلية الخطاب الثقافي العربي ، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب بالكويت، د:ط، الكويت، 2001، ص:126.
- ²⁵ قنيفة نورة ، الإشكال الهوياتي اللغوي الجزائري، أو إشكالية أزمة الانتماء ، مجلة الآداب و العلوم الاجتماعية، جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي، العدد:16، 2012، ص:3.
- ²⁶ دلال ملحق استبتيية ، التغيير الاجتماعي والثقافي، دار وائل، ط:1، د:ب، 2004، ص:73، ص:75.
- ²⁷ عبد الوهاب الرامي، مجتمع الإعلام و المعلومات والرهانات الثقافية في العالم العربي، الإذاعة العربية ، مجلة فصلية يصدرها اتحاد إذاعات الدول العربية، عدد:2005، 3، ص:21.
- ²⁸ دنيس كوشن ، ترجمة منير السعيداني ، مفهوم الثقافة في العلوم الاجتماعية، المنظمة العربية للترجمة ، ط:1 ، بيروت ، 2007، ص:149-150.
- ²⁹ محمد عمارة، معركة المصطلحات بين الغرب والإسلام، نهضة مصر ، ط:2 ، مصر، 2000، ص:181-183.
- ³⁰ إبراهيم إمام محمود ، موقف الإعلام من التحدي القائم بين الحضارة الحديثة والشباب العربي ، ط:1، دار النشر بالمركز العربي للدراسات الأمنية و التدريب بالرياض ، 1987، ص:52.
- ³¹ إبراهيم إمام محمود ، المرجع نفسه ، ص:52.