

دور الإعلام الثقافي في تقريب الثقافات الفرعية من الشباب

أ. بوزيان عبد الغني - جامعة تبسة.

الملخص:

من المعروف أنه إلى جانب الثقافة الكلية للمجتمع، توجد ثقافات فرعية لها أثرها على شخصية الشباب، فالشباب ينشأ في ثقافة فرعية معينة ذات خبرات واتجاهات وعادات معينة، وعندما ينتقل الشاب من الثقافة الفرعية إلى ثقافة فرعية أخرى فإنه عادة لا يشعر بالارتياح، وحينما توجد فروق طبقية واضحة تتجه كل طبقة إلى تكوين ثقافة فرعية خاصة بها. وحينما تقل الفروق الطبقية نجد مجال الثقافة الفرعية محددا للغاية، وانطلاقا من هذا يأتي دور الاعلام وخصوصا الإعلام الثقافي في تقريب هذه الثقافات الفرعية من الشباب حتى يتقبلوا بعضهم وتزاح غممة عدم الارتياح التي تتتابهم.

Abstract:

The role of cultural media in the approximation of sub cultures to the youth

It is knowing that beside the general society culture there I a sub cultures that has an effect on the personality of the youth that they are raised in a specific sub culture with a kind of expertise, attitudes

While the transaction from a sub culture to another is happened the youth dos not feel comfortable, and when huge differences are showing every category is going to create its own sub culture and when these differences are slowly vanished we find a very specific subculture field. from that it comes the role of media and especially the cultural media in the approximation of these sub cultures to the youth and that for the activation of the acceptation of the other, then we can say that the sense faced by the youth (not comfortable) is vanished.

مقدمة:

يعتبر قطاع الشباب من القطاعات المستهدفة من الرسالة الإعلامية لأن عليه يقع العبء الأكبر في عملية التنمية باعتباره ثروة البلد وذخيرتها بالنسبة للمستقبل في زمن احتل فيه العنصر البشري مكانة كبيرة في أدبيات التنمية المستدامة، بالإضافة إلى خطورة المشكلات المرتبطة به سواء كانت اقتصادية، اجتماعية أو ثقافية. والشباب يكون بحاجة إلى المعلومات في كل ما يتعلق بحياتهم كي يعرفوا أنفسهم، ويفهموا التطور الذي يحدث لهم في هذه الفترة العمرية حتى يصبحوا قوة فاعلة وعناصر مفيدة في مجتمعاتهم في المستقبل.

وتتميز ثقافة بعض الشباب في الوقت الحاضر بالخروج عن كل ما هو سائد في المجتمع ومتعارف عليه فكراً وسلوكاً، والجرأة في التعبير، والإقبال على القراءة الخفيفة والإحجام عن القراءة الجادة حسب ما توصلت إليه نتائج بعض الدراسات. ولعل إقبالهم على وسائل الاتصال الحديثة أصبحت مسلمة حياتية، إذ من خصائص هذه الوسائل ما يروق لهم، أي السرعة، فهم غير صبورين ويمقتون الانتظار لكي يقرر الكبار، ويبرز دور هذه الوسائل كأحد العناصر المغذية لثقافة هؤلاء الشباب.

وإذا اعتبرنا وظيفة التثقيف إحدى وظائف وسائل الإعلام، فإن الإعلام الثقافي يؤدي هذا الدور من خلال جميع روافده باعتباره من أهم وسائل التوصيل الثقافي، وانتقاء المحتوى الثقافي وإبداعه والتبادل الثقافي، وتحقيق الذاتية الثقافية والحفاظ على الثقافات الفرعية المشكلة للثقافة الأم.

أولاً: الثقافة والإعلام الثقافي.

1- مفهوم الثقافة:

لم يتفق العلماء في تحديد مفهوم الثقافة، ويزداد لفظ الثقافة اتساعاً وتعدداً، وقد سجل المعجم الوسيط لمجمع اللغة العربية بالقاهرة "أنها العلوم والمعارف والفنون، التي يطلب الحذق بها"⁽¹⁾.

وكلما تطور المجتمع البشري وإنجازاته الحضارية والفكرية يتطور معنى الثقافة، فإذا كانت في التجمعات البشرية البدائية التي عملت في الرعي والزراعة تعبر عن مفاهيم ومجالات النشاط الإنساني في تلك الفترات والبيئات، فإن هذه المفاهيم والدلالات تغيرت عندما ظهر المجتمع الصناعي، وتعدد المفاهيم والدلالات طردياً كلما ازدادت ثقافة الإنسان ومنجزاته الحضارية ويُنظر إلى الثقافة على أنها مجموعة الأفكار الإنسانية في حين أن الحضارة هي مجموعة المجالات العلمية والمنجز الظاهر للعيان، فالحضارة

تجسيد عملي ملموس للثقافة. ويلاحظ عشرات التعريفات للثقافة، إنها لفظية شاملة متكاملة لكل ما يحيط بالإنسان من أنشطة معارف، أفكار قيم، عادات، معلومات، مناهج بحثية، فكرية أنماط سلوكية، وتفسيرات للظواهر الطبيعية.

وقد "وردت فكرة الثقافة حديثاً والآراء تتباين في تحديد مفهومها ومدلولها فهي في اللغات الأجنبية الفرنسية والإنجليزية والألمانية يعبر عنها بلفظة "culture" وتفيد معنى الزراعة والاستنبات"⁽²⁾.

ثم استعيرت لتدل على تنمية العقل والذوق في عصر الكاتب الفرنسي "فوليتز" وتحول هذا المدلول عند علماء الاجتماع من الإنماء الفردي إلى أحوال المجموعات الإنسانية .

وإذا كانت الثقافة تعبيراً عن أوجه النشاط الإنساني منذ كانت الحياة فإن مفهومها الحديث جاء من أوروبا مع عصر النهضة وتعددت مدلولاتها وتعريفها حتى بلغت في المائة سنة الأخيرة على الأقل مائة وستين تعريفاً.

أما علماء الاجتماع فكان لهم رأي في الثقافة أجملوه في أنه "يقصد بالثقافة جميع مظاهر الحياة الاجتماعية".

والثقافة كما عرفها تايلور "هي ذلك الكل المركب الذي يشمل المعرفة، والعقائد، والفن والأخلاق، والقانون والعرف، وكل المقدسات، والعادات الأخرى، التي يكتسبها الإنسان من حيث هو عضو في المجتمع"⁽³⁾.

وعند التعرض لمفهوم الثقافة لابد من التمييز بين ثلاثة أنواع للثقافات في المجتمع الجماهيري حسب تقسيم ماكدونالد⁽⁴⁾: الثقافة الراقية، الثقافة الجماهيرية، الفن الشعبي.

- الثقافة الراقية:

فهي تشير إلى العمل الذي "صنعتة الصفوة الثقافية أو تم صنعه تحت إشراف تلك الصفوة"⁽⁵⁾ وهو العمل الذي يحاول أن يصل إلى أعلى درجة من أجل الفن.

- الثقافة الجماهيرية:

تشير إلى السلع الثقافية التي تنتج، فقط من أجل السوق الجماهيري وهي سلع متماثلة لأنها تميل إلى إرضاء أذواق جمهور غير متنوع⁽⁶⁾، وقد أثار مشكلة الثقافة الجماهيرية جدلاً واسعاً بين المفكرين ووفقاً لتوكفيل "فإن الثقافة الجماهيرية تجذب ولكنها ليست أصيلة تماماً لأنها تهدف إلى الاستهلاك الجماهيري، وليس إلى تحقيق الكمال.

- الفن الشعبي:

فهو الموهبة الطبيعية عند الشخص العادي، الذي ينتمي إلى الطبقات الشعبية، ويتم التعبير عنه بالأغاني الشعبية والرسوم البدائية، وما شابه ذلك.

2- علاقة الإعلام بالثقافة:

تتداخل العلاقة بين الإعلام والثقافة، وتتشابك إلى الحد الذي جعل بعض الباحثين ينظرون إلى الاتصال والثقافة باعتبارهما وجهان لعملة واحدة و يمكن اعتبار دور وسائل الإعلام بمثابة الناقل الأساسي، بل أصبحت تلك الوسائل أداة لصياغة الثقافة.

و تبدو العلاقة جلية بين الإعلام والثقافة في كون أن الإعلام له دور مؤثر، يقدم للمشاهد والمستمع معلومات جديدة ومتواصلة، يصله بكل جديد في مجالات الحياة المختلفة، ويطلع على ما يدور في العالم ومن حوله في شتى ميادين ومجالات الحياة اليومية من منجزات وصراعات. ويؤثر الإعلام في الفئات المجتمعية بقدر ثقافتها ووعيتها، وكلما انخفض المستوى الثقافي والتعليمي للأمة كلما ازداد تأثير الإعلام الموجه على أفكارها وسلوكها وأنماط حياتها وكأن ما تأتي به وسائل إعلام حقائق لا جدال حولها ، في حين أن ذوي الثقافة والتعليم والخبرة يرون فيما تأتي به وسائل الإعلام مادة ليست مقدسة وهي قابلة للنقاش والحوار والنقض وتحتل عدة أوجه.

وكلما تقدم المجتمع وازدادت مجالات العمل والنشاطات والعلم تقدم الإعلام ليواكب ما يدور في هذا المجتمع، ويشارك ويؤثر في التنقيف والتنوير وحشد الجموع حول فكرة أو موقف أو قيمة "قالإعلام هو عملية نشر وتقديم معلومات صحيحة، وحقائق واضحة وأخبار صادقة وموضوعات دقيقة ووقائع محددة، وأفكار منطقية، وآراء راجعة للجماهير مع ذكر مصادرها خدمة للصالح العام"⁽⁷⁾.

ويُظهر الإعلام أنماط الثقافة، ويقوم بنشر الثقافة الوطنية، وينمي الوعي الثقافي. إذ أن وسائل الإعلام لها دور أساسي في نشر الثقافة والمعرفة وعليها أن تأخذ هذا الدور بجدية واهتمام. ولا شك أن التطورات التقنية التي حدثت لوسائل الاتصال والإعلام في السنوات الأخيرة قد أثرت في العلاقات المتعددة داخل المجتمع الواحد، وما فيه من قيم، وعادات ومفاهيم، وأنماط سلوكية وخبرات، ومعارف، وكذلك في علاقة المجتمعات البشرية بعضها ببعض سواء في زمن السلم أو الحرب.

و بما أن الثقافة تعبير عن النواحي المختلفة والمتعددة للنشاط الإنساني فإن الإعلام هو وسيلة الاتصال التي تتغل وتغرز وتعبّر عن هذا النشاط. لذلك نرى أن وكالات الأنباء ووسائل الإعلام في الدول المتقدمة ترى في الإعلام تجارة، وأنماط استهلاكية ونشر قيم جديدة تغزو به ثقافات وعادات الآخرين. في حين أن الدول الفقيرة ترى في الإعلام وسيلة للتعليم والتثقيف في المجالات المختلفة كي تلحق بركب التقدم والحضارة، وتحسين قواعد الاستهلاك والإنتاج وخطط التنمية فإذا كان الغرب يرى في الإعلام وسيلة سريعة لنشر الأخبار فإن الدول الفقيرة تنظر إلى الإعلام على أنه وسيلة لإنجاح خطط التنمية⁽⁸⁾.

ثانياً: الثقافة الفرعية (التطور والمفهوم).

1- تطور دراسة الثقافة الفرعية:

ظهر مفهوم الثقافات الفرعية لأول مرة في مجال العلوم الاجتماعية خلال البحث الذي أجراه فردريك تراشر Fredric Trasher حول عصابات مدينة شيكاغو الأمريكية في عام 1927 حيث يرى تراشر أن هذه الجماعات لعل تقاليدها وقيمها من خلال تأثير البيئة التي ينشأ فيها أفراد أو أعضاء تلك العصابات والتي جعلتهم أفراد منعزلين بل ومنفصلين عن الوسط الاجتماعي السوي. ثم اتجه علماء الاجتماع بعد ذلك نحو دراسة وتطوير فكرة الثقافة الفرعية، حيث ظهرت في عام 1959 لدى كل من سزرلاند وهولنجسهد Sutherland & Holingshead وذلك من خلال مناقشتهما لفكرة أنساق السلوك Systems Behaviour التي اهتم بتوضيحها سزرلاند، وفكرة الأنماط العامة للسلوك بين الجماعات الاجتماعية الخاصة، والتي اهتم بتحليلها هولنجسهد⁽⁹⁾.

وقد أصبح استعمال كلمة " الثقافة الفرعية " Subculture متداولاً منذ منتصف القرن العشرين، ليس فقط بين علماء الاجتماع. فحتى المحللين النفسيين أصبحوا يتكلمون عن " نموذج الثقافات الفرعية " للجناح وطريقة تعامله بوفاق تجاه أقرانه بما يعنيه هذا المصطلح من معنى. ونجد كلوكهون Kluckhohn عام 1964 قد اقتبس تعريف جوردون Gordon (عام 1947) والذي قال فيه: " إن التقسيم الفرعي للثقافة القومية المركبة من امتزاج الأوضاع الفعالة مثل المكانة الطبقية والخلفية العرقية ومحل الإقامة الاقليمي الريف والحضري والانتماء الديني إنما يدخل في سياق الوحدة الوظيفية التي لها تأثير واضح على مشاركة الفرد"⁽¹⁰⁾.

2- مفهوم الثقافة الفرعية:

حدد هوجورينج Hago f. Reading اصطلاح الثقافة الفرعية كما ورد في "قاموس العلوم الاجتماعية " من خلال المعاني الآتية⁽¹¹⁾:

أ- إن الثقافة الفرعية هي الثقافة الخاصة بالطبقة أو الجماعة الاجتماعية والتي تتميز بأنها ثقافة مستقلة و متغايرة عن الثقافة الكلية ولكنها لا تتعارض معها.

ب- إن الثقافة الفرعية هي الثقافة التي تميز الجماعة بصفة التكامل و الكلية اذا نظرنا اليها من داخل الجماعة نفسها.

ج- إن الثقافة الفرعية هي الخصائص الثقافية او السلوكية الشائعة في مجتمع فرعي معين.

د- إن الثقافة الفرعية هي الثقافة التي يتميز بها نمط معين من المجتمعات الفرعية.

هـ- إن الثقافة الفرعية هي تلك السمات الثقافية التي تميز جماعة فرعية معينة، ويطلق عليها "الجماعة الثقافية".

ويرى كل من فاين Fine و كلينمان Klenman بجامعة مينسوتا الأمريكية، أنه يجب ان يؤخذ في الاعتبار بعض القضايا الهامة مثل⁽¹²⁾:

- 1- ضرورة مراعاة عدم الخلط بين الثقافة الفرعية و المجتمع الفرعي .
- 2- الأخذ في الاعتبار النقص الواضح في حجم المعلومات التي تشير الى تحديد معنى موحد ومتطابق للثقافات الفرعية.
- 3- الانتباه الى ضرورة التمييز بين فكرة مشاركة الأعضاء أو مجرد الانتساب الاجتماعي التي تحيط بهذا الاصطلاح.
- 4- التأكيد على أن فكرة الثقافات الفرعية المحددة يمكن توضيحها من خلال مصطلحات القيم و المعايير وقواعد السلوك المحورية لمن يشاركون فيها أو ينتمون اليها.

ويرى فاين وكلينمان أن الترادف بين الثقافة الفرعية والمجتمع الفرعي جاء نتيجة لعدم الفهم من جانب الباحثين الذين ينظرون الى أعضاء المجتمع الفرعي، بأنهم يتميزون جغرافيا أو سكانيا عن بقية المجتمع الكبير أو الأشمل. ولكنه بغض النظر عن تلك التمايزات، فإن الثقافات الفرعية تتميز ببعض القيم والمعايير الداخلية التي تحدد مستوى قبول الأعضاء في تلك الثقافة، وهذا الجانب الرمزي هو بمثابة الاطار المرجعي لتلك الثقافة الفرعية⁽¹³⁾.

وتشترك كل الثقافات الفرعية في الثقافة الكبرى السائدة ولكنها تمتلك أجزاء خاصة من العناصر الثقافية :الرموز، اللغات، القيم، والمعايير، والتقنيات. وفي المجتمعات غير المتجانسة، قد يكون الفرد عضوا في عدة

ثقافات فرعية في وقت واحد أو في أوقات مختلفة خلال حياته أو حياتها. ومع أن الثقافات الفرعية توجد داخل إطار الثقافة الأكبر، فإن معاييرها الخاصة، وقيمها، وأسلوبها في الحياة، كما أن أفرادها يعكسون اختلافات عنصرية وسلافية مثلما يظهر بين السود، والبولنديين، أو بين الصينيين والأمريكيين. وتظهر أشكال أخرى للثقافات الفرعية بين المهن، العسكرية، والطبية، وعمال المصانع، كما أن هناك ثقافات فرعية تعتمد على الناحية الجغرافية كما هو في جنوب إنجلترا، وأخرى تعتمد على الثروة أو السن. وهناك ثقافات فرعية للمدمنين والشواذ جنسياً، والجماعات العرقية أو السلافية، أو ذات المستويات الاقتصادية المتميزة أو المتنوعة. وبمرور الوقت فإن الثقافة السائدة والثقافة الفرعية قد يتصارعان بالدرجة التي تنتج عنها آثار ذات أهمية. فأعضاء الثقافة الفرعية قد يكونوا مطالبين بالالتزام بالثقافة السائدة وأن يسجلوا في القوات العسكرية بالرغم من إيمانهم بقيمة الدعوة للسلام. ونادراً ما نجد مجتمعاً له ثقافة منفردة يشترك كل أعضائه فيها بالتساوي، ويمكن حدوث ذلك فقط في المجتمعات الصغيرة، والمنعزلة، وغير الصناعية، ولكن معظم المجتمعات تتضمن جماعات لها بعض المركبات الثقافية الخاصة بالمجتمع الكبير ويكون لها أيضاً مركباتها الخاصة والمميزة. هذه الوحدات من الثقافة هي ما يطلق عليها "الثقافة الفرعية" Sub-Cultures⁽¹⁴⁾.

وإذا كان الفريد كروبر وتالكوت بارسونز قد أكدا في عام 1958 على ضرورة توضيح التمايزات أو الفروق بين الثقافة والبناء الاجتماعي للجماعة، فإن مايكل كلارك Michael Clarke في عام 1974 يؤكد أيضاً على أهمية التمييز بين "الثقافة الفرعية" و "البناء الفرعي" وذلك في ضوء المعاني الاجتماعية المتميزة التي ترتبط بكل منهما، حيث أن الثقافة الفرعية ترتبط بنسق الأفكار Ideas أو المعاني بينما يرتبط البناء الاجتماعي الفرعي بالأحداث الاجتماعية أو السلوك Behaviour⁽¹⁵⁾.

وقد ظهر اتجاه آخر يجمع بين الاتجاهين السابقين على أيدي هوارد بيكر الذي يشير إلى ضرورة الربط بين نسق الأفكار الذي يتضمن (القيم والمعايير). وبين الممارسات التي تشمل سلوك الأشخاص والجماعات داخل الحدث الاجتماعي وذلك من خلال مناقشة لفكرة الثقافة في ضوء التفاعلية الرمزية كاتجاه للتحليل والتفسير⁽¹⁶⁾.

ثالثاً: الشباب خصائصه النفسية والاجتماعية.

1- الشباب مفهومه وأهميته:

يعد تحديد مرحلة الشباب عملية صعبة حيث يصعب تحديد بدايتها أو نهايتها بصورة قاطعة ويرتكز بعض العلماء على جوانب بيولوجية تمثل بدايتها بلوغ الحلم أو النضج الجنسي أو القدرة على الإنجاب، ويحدد بدايتها على أساس بداية الاندماج في المجتمع وتختلف من شخص لآخر ومن مجتمع لآخر، فقد تكون بنهاية التعليم وبداية التجنيد حيث يتحمل الشخص في مرحلة التجنيد مسؤوليات ومهام، وأحياناً ما ترتبط ببداية مرحلة المراهقة Adolescence⁽¹⁷⁾.

إن سن الشباب لا يتوقف على النمو الفسيولوجي الفعلي بقدر ما يتوقف على عوامل ثقافية تتغير وتتباين من مجتمع إلى مجتمع آخر ومن عصر إلى عصر، ويفرض كل منها بطريقته نظاماً ومعنى يبدوان ذا طابع مرحلي عابر بل حتى ذا طابع مضطرب وتسوده الفوضى، إن فترة من عمر الحياة كهذه من غير الممكن أن تحدد بوضوح عن طريق الإحصائيات السكانية ولا بموجب تعريف قانوني⁽¹⁸⁾.

ليس من الميسور تحديد مفهوم الشباب فالفترة ما بين الطفولة والبلوغ تسمى بوجه عام الشباب غير أن ما تشمله هذه الفترة بالفعل يختلف من مجتمع إلى آخر، تبعاً لتنوع الأدوار والتغير الاجتماعي وتعدد المجتمع موضع الاهتمام وعلى هذا الأساس يبين "هارلمان" Hurrelman 1989 م أن التعريف الحقيقي للشباب يجوز أن يضع حدوداً ثابتة للعمر فهو مرحلة خاصة من مراحل الحياة بتجارب وخبرات ناتجة عن ثقافة المجتمع، وهذه المرحلة ضرورية لتكوين الشخصية وتحديد مكانتها الاجتماعية، ومعظم بلدان جنوب أفريقيا تتبع تعريف منظمة الأمم المتحدة وأمانة الكومنولث في تثبيت حدود العمر، وغالباً ما يرى أن الشباب ينحصر ما بين 15-24 سنة من العمر ولو أن بلداناً بمفردها تغير من هذه الحدود ومن ثم فإن بتسوانا وزمبيا تضمان إلى الشباب أفراداً حتى سن الثلاثين في حين أن سوازيلاند تضم إليهم أفراداً يبلغون من العمر 12 سنة⁽¹⁹⁾.

وتحدد بعض الكتابات الشباب بأنها الفئة التي تقع أعمارها ما بين 15-30 سنة وأخرى ترى أنها تقع ما بين 15-25 سنة وثالثة ترى أنها ما بين 18-35 سنة، وهناك من يرى أن المراهقة والشباب والرشد مراحل متتابعة.

2- خصائص الشباب:

إن مرحلة الشباب توصف بأوصاف متضاربة من طرف الباحثين والمهتمين، نظراً لما تتميز به من مميزات. ومن بين هذه المميزات بالنسبة

للبيض، أنها مرحلة الخلق والإبداع والابتكار وبرأي آخرين أنها مرحلة الشك والحيرة والمشكلات الصعبة. وهذه الأوصاف تختلف بطبيعة الحال باختلاف البيئة التي يعيش فيها الشاب وتباين الخلفية الاجتماعية والثقافية والاقتصادية والخلفية للأسرة⁽²⁰⁾. ولكن الثابت هو أن مرحلة الشباب تعتبر مدة طويلة نسبياً إذ قد تتعدى العشر سنوات وعليه ومن الطبيعي أن يختلف الشباب في خصائصهم وملامحهم الجسمية ويمكن أن نذكر بعض الخصائص التي أشار إليها العديد من الباحثين على النحو التالي:

- النمو الجسمي:

يتميز النمو الجسمي في مرحلة الشباب بالسرعة وعدم الانتظام، كالزيادة في الطول وفي الوزن وعليه تبدأ ملامح الطفولة في التغير فيزول تناسق الوجه ويأخذ شكلاً جديداً. وتتسبب هذه التغيرات السريعة والمفاجئة في حساسية المراهق نحو جسمه أو ذاته، لأن جسم الإنسان من المقومات الأساسية في تكوين شخصيته، وهذه التغيرات ليست مهمة في حد ذاتها بقدر ما هي مهمة في تأثيرها غير المباشرة على شخصية المراهق وقدراته وسلوكه. والمراهق إزاء هذه التغيرات لا يدري ماذا يفعل وكثيراً ما لا يستطيع التكيف والتوافق السريع مع جسمه الجديد⁽²¹⁾.

- الخصائص الجنسية:

من النمو الفسيولوجي تبدأ الخصائص الجنسية الأولية والثانوية في الظهور التي تجعل الشاب قادر على التناسل، ويحدث أثراً عليه من حيث الحالة المزاجية والنفسية، وتتجلى حاجاته الجنسية بإلحاح مع كل ما يصاحبها من توترات داخلية نتيجة الصراع بين الأشكال والمؤسسات التي تتيح له إشباعها، وهل يشبعها عن طريق الزواج أو عن طريق آخر، وإلى أي حد تسمح له القيم السائدة باتخاذ هذا الحل أو ذاك. وعليه فإن الصراعات والاضطرابات التي يعاني منها الشاب في هذه المرحلة تتباين من حيث الشدة والعنف باختلاف المجتمعات والثقافات.

- القدرات العقلية:

في مرحلة الشباب تبلغ القدرات العقلية عندهم ذروتها وتصبح أكثر دقة في التعبير مثل القدرة على التعبير اللفظي والقدرة العددية، ومن هنا تبدأ الهوايات والميولات الخاصة في الظهور وينمو التذكر والانتباه معتمداً على الفهم واستنتاج العلاقات والمتعلقات وتنمو معه القدرة على الاستدعاء والتعرف، وعند الذروة تزداد القدرة على التخيل المجرد غير المحصور في نطاق الصور الحسية. كما ينمو التفكير المجرد وتزيد القدرة على الاستدلال

والاستنتاج والحكم على الأشياء وحل المشكلات والقدرة على التحليل والتركيب.

كما أنه في هذه الفترة بالذات تزداد قدرة الشاب على النقد ويتوقف عن تقبل الأفكار والمبادئ والقيم التي يقدمها له عالم الكبار، وإنما يفكر فيها ويناقشها وينقدها وقد ينتهي إلى رفض بعضها وقد يصل الأمر ببعضهم إلى تكوين أفكار وآراء عن الكون والقيم والتقاليد قد تتعارض مع ما تقدمها لهم المؤسسات المسؤولة عن التنشئة الاجتماعية⁽²²⁾.

- عدم الاستقرار الانفعالي:

في مرحلة الشباب وبصفة خاصة في بدايتها يجتاح الشاب ثورة من القلق والضيق والتبرم ويصبح ثائراً على الأوضاع متمرداً على الكبار، ويكون مرهف الحس شديد الحساسية ويتأثر تأثراً بالغاً بنقد الآخرين، ويستغرق في أحلام اليقظة ويحقق عن طريقها ما لم يستطيع تحقيقه في الواقع⁽²³⁾.

ويشير "خليل معوض" إلى أن هذه الظاهرة معقدة (عدم الاستقرار الانفعالي) ولا يمكن إرجاعها إلى عامل واحد فقط، وإنما يدخل ضمنها التغيرات الجسمية والفسولوجية ونمو القدرات العقلية ووع العلاقات الأسرية القائمة بين الأبوين والإخوة والأقارب والإخوة فيما بين بعضهم البعض. وفي نهاية المرحلة يتجه الشاب نحو الثبات الانفعالي والقدرة على الأخذ والعطاء والتسامح وتقبل تأجيل الإشباع من أجل تحقيق أهداف أهم في المستقبل وكذلك التحكم في المشاعر والسلوك بما يتفق مع كل ظرف على حده ومطابقة السلوك الفردي مع المعايير الاجتماعية⁽²⁴⁾.

- النزعة إلى الاستقلال:

في المرحلة الأخيرة من الشباب ينزع الشباب إلى الاستقلال الاجتماعي والانتقال من الاعتماد على غيره إلى الاعتماد على نفسه والتطلع إلى تحمل بعض المسؤوليات الاجتماعية. وهكذا مع نهاية هذه المرحلة يبلغ الشاب آخر درجات النضج الجسدي والعقلي، ومن الناحية الاجتماعية ينمي الشاب اتجاهات جديدة تميز فكرته عن نفسه واتجاهاته نحو والديه وزملائه ومن يكبرونه، وينتقل من علاقات محدودة بالأسرة إلى حياة اجتماعية خارجية على نطاق أوسع فيزداد اهتمامه بالآخرين ويتحرر من نزعته الفردية والأنانية.

3- حاجات الشباب النفسية والاجتماعية:

ليس ثمة اتفاق بين الدارسين المختلفين بين قائمة الحاجات النفسية الاجتماعية للشباب غير أن "نرت حجازي" ميز بين ثلاثة مجالات للتوافق⁽²⁵⁾ والتي بدورها ترتبط ارتباطاً وثيقاً بالحاجات وهي:

أولها: التوافق مع الذات (الهوية، والإرضاء العضوي والجسمي والجنسي وضبط الانفعالات والمخاوف).

ثانيها: التوافق مع الآخرين في الأسرة والكبار عامة.

ثالثها: التوافق مع مقتضيات واقع الراشدين (الدراسة، والعمل، والزواج، وغيرها).

و من ثم نستطيع أن نستخلص عدداً من الحاجات لا يثور حولها خلاف كبير. فثمة ثلاث فئات من الحاجات تظهر لدى الشاب في المجتمع الحديث هي⁽²⁶⁾:

أولاً: حاجات فسيولوجية، وهي الحاجات الخاصة بالمحافظة على التوازن الفسيولوجي الضروري للإنسان ومنها:

- حاجات الجسم للطعام والشراب وغيرها.
- حاجات خاصة بالنشاط الجنسي وهي تقتضي تكوين ميول نحو الجنس الآخر والارتباط بعلاقته به، وحل مشكلة الإشباع الجنسي الذي يتطلبه تيقظ الحاجة الجنسية.

ثانياً: حاجات نفسية ومنها:

- الحاجة لفهم الذات وتقبلها، أو حل "أزمة الهوية"، وهو يتطلب فهم التغيرات التي تطرأ على كيان الفرد، وقبولها والحصول على قبول الآخرين لها، وإعادة تنظيم الاتجاهات والسلوك نحوها.
- الحاجة إلى تأكيد تميز الذات واستقلالها، ويتضمن الحصول على الاعتراف بالاستقلال عن الوالدين والآخرين والسلطة.

ثالثاً: حاجات اجتماعية ومنها:

- الحاجة إلى الحصول على اعتراف بتخطي مرحلة الطفولة، والانتماء إلى جماعة الراشدين.
- الحاجة إلى الحب.
- الحاجة إلى شغل دور ذي معنى في الحياة.

4- ثقافة الشباب وسماتها:

يكتسب الأفراد ثقافتهم من مجتمعهم، وبذلك يشتركون مع المجتمع في عناصر ثقافية عامة كبعض الأفكار والعادات، والقيم، واللغة، وهو ما يطلق عليه بالنمط العام للثقافة، كما يختص الأفراد بصفات لا يتشابه فيها أحداً، وهو ما يطلق عليه الخصوصيات الثقافية، إذ أن لكل شريحة متميزة من المجتمع مهارات وممارسات، وخواص معرفية، وأنماط سلوك أخرى⁽²⁷⁾.

و يتحدث علماء الاجتماع عن مفهوم جديد هو ثقافة الشباب، وهم يقصدون بذلك أن الشباب يمثل مرحلة من مراحل النمو الإنساني لها ثقافتها الخاصة التي تعبر عن مجموعة القيم والاتجاهات والآراء، وأنماط السلوك التي تحظى بالقبول في تلك المرحلة العمرية وثقافة الشباب من هذا المنظور تمثل إحدى الثقافات الفرعية في المجتمع⁽²⁸⁾. وتظهر في ثقافة الشباب الملامح الأساسية لثقافة المجتمع فالمجتمع الذي يولي أهمية كبيرة لقيمة معينة تظهر في العادة في ثقافة الشباب إلى حد كبير وتختلف ثقافات الشباب في المجتمع الواحد تبعاً للبيئة الاجتماعية، وتلعب وسائل الاتصال الجماهيرية، وجماعات الأقران والمدارس دوراً مهماً في تشكيل ثقافة الشباب، وحتى لو توفرت للشباب في مجتمع واحد ظروف مشابهة فلا يمكن للشباب أن يتعرض لكل المؤثرات الثقافية في ثقافة مجتمعة، بل يتعرض لجزء منها، كما أنه لا يستطيع أن يستوعب إلا جانباً من الثقافة⁽²⁹⁾.

وعلاقة الشباب بالثقافة تخضع لعملية التنشئة الثقافية. والحديث عن التنشئة الثقافية بالنسبة للشباب يقودنا إلى الحديث عن الروافد التي تنهل منها الثقافة، وهي أساساً برأي " علي ليلة" تتمثل في التالي⁽³⁰⁾:

- يعتبر الدين الرافد الأول للثقافة، الذي يلعب دوراً في دعم الثقافة بمجموعة من المبادئ والقيم والأفكار التي تضبط سلوكيات الإنسان تجاه عالم ما وراء الطبيعة وما يحتوي من عناصر، وتعطي هذه القيم والمبادئ النابعة من الدين إطاراً لإضفاء معنى على الحياة وتصوراً ينبغي أن يتسق معه التنظيم الاجتماعي الواقعي.

- ويمثل التراث الرافد الثاني للثقافة التي تشير للخبرة المتراكمة لدى الأجيال المتعاقبة، وتضم العادات والتقاليد والأعراف والقيم والمعايير المنحدرة من الماضي وإذا كان الوحي الديني هو أساس شرعية القيم المتولدة عن الرافد الأول، فإن الماضي هو أساس شرعية القيم المنتمية إلى التراث.

- ويشكل التفاعل الاجتماعي الرافد الثالث للثقافة والتي على أساس قيمها ومعاييرها يتفاعل الأفراد. إلا أنه يحدث وأن يكون هناك عدم اتساق بين تفاعلات الأفراد وسلوكياتهم في الواقع ومتطلبات الثقافة.

وتمثل هذه الروافد في مجملها جوهر التنشئة الثقافية التي يحددها (أحمد بن نعمان) على أنها "عملية تشكيل للإنسان عن طريق التعليم والتدريب حتى يصير شخصا قابلا للتكيف مع البيئة الثقافية السائدة في مجتمعه، وهذه العملية تتم بكيفية شعورية أحيانا، وبكيفية لا شعورية في غالب الأحيان، ذلك أن الطفل يولد وهو خاضع خضوعا كليا لدوافعه الغريزية الحيوانية وعندما يبدأ في الكبر شيئا فشيئا يتولاه المجتمع ويلقنه تقاليده وعاداته وتمرينه على القيام بمجموعة من الأعمال والسلوكيات التي تتطلبها الحياة"⁽³¹⁾.

وترمي التنشئة الثقافية فيما يتعلق بالشباب وفي أي مجتمع كان إلى تحقيق بعض الغايات الصريحة أو الكامنة والتي من بينها أساسا⁽³²⁾ :

- أن يتعلم الشباب ثقافة مجتمعهم ويستوعبونها إذا ما رغبوا في قبولهم اجتماعيا، ولأنها أسلوب الحياة المتبع في المجتمع.
- تعمل المجتمعات من خلال شبابها على الحفاظ على هوية المجتمع قائمة ومستمرة.
- أن المجتمعات تسعى إلى الحصول على تأييد الشباب للأبنية القائمة، ومن ثمة تعبئتهم لمقاومة التغير.

رابعا: أدوار الإعلام الثقافي تجاه الشباب

1- أهداف وشروط الإعلام الثقافي:

قبل تحديد أهداف الإعلام الثقافي لابد من وضع مفهوم له، غير أن مفهوم الإعلام الثقافي محكوم بالمفهوم الواسع للثقافة، و تشعب مجالاتها، لذا فمن الصعب تحديد مفهوم قاطع للإعلام الثقافي لأنه - ببساطة شديدة - لا تخلو أي رسالة إعلامية من مضامين ثقافية، فالإعلام الثقافي يوحد بين الثقافة كمضمون وبين الإعلام كوعاء يقدم من خلاله المضمون الثقافي مستفيدا من إمكانات الإعلام ووسائله. والإعلام الثقافي هو الجزء المحدد من الإعلام الذي يهتم بقضايا الثقافة وأسئلة الإبداع، ويناقش قضايا وهموم المعرفة وي طرح أسئلة وإشكاليات الحضارة والهوية⁽³³⁾.

و أهداف الإعلام الثقافي بطبيعة الحال هي انعكاس للسياسة الثقافية للمجتمع، ولا تخرج في كثير من إبراز القيم الأصيلة، وصور التقدم العلمي،

والمحافظة على التراث، والانفتاح الواعي على الثقافات الأخرى. ويمكن حصر أهداف الإعلام الثقافي في جانبين⁽³⁴⁾:

الجانب الأول: ذا طبيعة استراتيجية حيث تتبلور أهداف الإعلام الثقافي في:

- 1- تحقيق ديمقراطية الثقافة بتوصيلها إلى أوسع قطاعات الجماهير بما يستجيب لاهتمامها ويتلائم مع احتياجاتها، والارتقاء بها.
 - 2- الإسهام في تحقيق التكامل الثقافي بين عناصر المجتمع بما يساعد على وحدته واندماجه وبمعنى آخر نقل عناصر الثقافة نفسها من جزء إلى أجزاء أخرى تحقيقاً لانتشارها وشمولها.
 - 3- التبشير بالتغيير الثقافي والاجتماعي، وتوجيه الأنظار إليه وإعداد العقول له، وتهيئة الأفراد للقيام بدورهم في إحداث ذلك التغيير.
 - 4- التأكيد على العلاقة بين الثقافة والسلوك الاجتماعي، بما يساعد على تكوين نمط ثقافي يدفع بالقوى الاجتماعية إلى تغيير واقعها نحو الأفضل.
- أما الجانب الثاني من أهداف الإعلام الثقافي فهو ذا طبيعة وظيفية:
- 1- الاهتمام بمجالات الإشعاع الثقافي، ونشاطات الحركة الثقافية وتسييل الضوء عليها وإشاعة الاهتمام الشعبي بها.
 - 2- رعاية الإبداع الفكري والثقافي والعلمي، وتبني الموهوبين والمبدعين وتشجيعهم والاهتمام بقضاياهم ومشاكلهم والعمل على حلها.
 - 3- التعريف بالتراث الثقافي الإنساني القديم والحديث والمعاصر.
 - 4- تقديم الأعمال الأدبية والثقافية بأسلوب بسيط ومشوق إلى جانب ملائمتها لقيم المجتمع وأخلاقياته وخاصة الأجنبي منها.
 - 5- التأكيد على الأسلوب والنظرة العلمية في حل المشكلات، ومحاربة معوقات التقدم والتطور العلمي.
 - 6- تبسيط العلوم ونشر الثقافة العلمية ومحاربة الجهل والخرافة والدجل وغيره مما يغرق الشعوب في أوهامها وخرافاتهما.

وقد حدد عدد من الخبراء الغربيين، بتكليف من المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، إذ حددوا أهداف الإعلام الثقافي في⁽³⁵⁾:

- تعميق المعرفة الثقافية بأنواعها (المعرفة النظرية، والمعرفة الميدانية وغيرها).
- إحياء وتدريب وتمتين الذاكرة الجماعية، والتاريخ الإنساني المشترك بربط الماضي بالحاضر.
- التعريف بالسياسة الثقافية للبلاد، وتمكين المواطن من معرفتها، واستيعابها والمساهمة في إثرائها.

- التعريف بالمنتوج الثقافي بمختلف أنواعه داخل البلاد، وخارجها، وتحسين نوعية هذا المنتوج والارتقاء بذوق الجمهور.
- تدعيم ديمقراطية الثقافة.
- توعية الرأي العام بأهمية الثقافة، ودورها في التنمية، وتشجيع قاعدة الجمهور الثقافي عن طريق الإعلام الثقافي.
- تشجيع المنتجين، ورجال الثقافة بالتعريف بهم، بمنتجاتهم.
- الدفاع عن الهوية الثقافية.
- تدعيم البحث، والتكوين، والدراسات.

ويخضع الإعلام الثقافي في عملية تحقيقه إلى عدة شروط أهمها:

- 1- وجود سياسة إعلامية ثقافية تحتوي على استراتيجية مرحلية، وأنية تستهدف تحقيق أهداف واضحة تتمثل في:
 - خلق توازن بين الأنماط الثقافية (شفوية، ومكتوبة)، (ومسموعة، ومرئية)، (كلاسيكية ومعاصرة) (علمية، وفنية).
 - خلق توازن بين مختلف المستفيدين من الإعلام الثقافي من الفئات الاجتماعية (عمال فلاحين طلبية،..) (امرأة، رجل) ، بين الأجيال (أطفال، شباب، كهول)، بين (المتعلم والأمي).
 - خلق توازن بين مختلف المناطق الريفية والحضرية.
- 2- وجود هياكل أساسية مختصة (مكتبات، مراكز توثيق، مراكز ثقافية..).
- 3- توفر التشريعات الضامنة لحق الفرد والمؤسسة في خلق، وملك وتوزيع الإعلام الثقافي.
- 4- توفر الأدوات الضرورية المساعدة (الببلوجرافية الوطنية، الكشافات، الفهارس).
- 5- توفر وسائل الترويج (دور النشر، وكالات الأنباء، محطات الإذاعة والتلفزيون).
- 6- توفر الإطار البشري الكفاء.
- 2- أدوار الإعلام الثقافية المحورية تجاه الشباب

من الممكن أن تؤدي وسائل الإعلام دورا بارزا في كل مجال ثقافي، وخاصة في نشر العلم والمعارف، ودفع عجلة النشاط الثقافي، وتطبيق السياسات الثقافية حيث وجدت، وبحيث تسهم بشكل واضح في انتفاع الجماهير بالثقافة، إذا ما وظفت هذه الوسائل التوظيف الثقافي الأمثل⁽³⁶⁾.

ويمكن أن نجمل عدة أدوار ثقافية، ومهام لوسائل الإعلام تجاه الشباب في النقاط التالية:

نشر الثقافة وإتاحتها للشباب: حيث تقوم وسائل الإعلام، بنشر المعارف والخبرات وتهيئة الشباب لاستيعاب الجديد في مجال العلوم والمعارف العامة التي تثري وجدانهم وتنمي الوعي الثقافي، والشعور بالمسؤولية الاجتماعية بالإضافة إلى إشباع ميولهم، وتطلعاتهم في مجالات الثقافة المختلفة⁽³⁷⁾.

النهوض بالإنتاج الفكري: وهذه الوظيفة تعني نشر الإنتاج في مجال الأدب والفن والابتكار الفكري واليدوي بصورة عامة، ويتمثل هذا في تشجيع وإبراز الإنتاج البشري بكل أوجهه الفكرية، والفنية والمادية، ونشره وتوزيعه على أوسع نطاق بين البشر⁽³⁸⁾.

تفجير الطاقات الخلاقة الكامنة في الشباب، والمجموعات، وتمكينها من الإسهام في إعداد الرسالة الثقافية، وإبلاغها، وتهذيب الذوق العام، ودفع الشباب إلى التفاعل مع الإنتاج الفكري، والتفاعل مع المحيط الاجتماعي، والسعي إلى الارتقاء إلى منزلة أسمى.

- تنقل التراث بين الأجيال، وإثرائه، وضمان الأمن الثقافي للمجتمع.

- إضافة أبعاد جديدة للواقع الثقافي.

رفع التطلعات عاليا بعرض المعدات العصرية، ومظاهر الحياة في المجتمعات المتقدمة. خصوصا لدى الشباب إذ تعد هذه الفئة أكثر تقبلا لكل ما هو جديد وعصري.

ويذهب "ماكيلاند" و "وليرنر" إلى أن وسائل الإعلام تستطيع تلبية تطلعات الشعوب، شريطة أن يكون هناك قدر من التوافق بين ما يثار الناس من أجله، وبين ما يمكنهم الحصول عليه وأن تسعى الحكومة لسد الحاجات التي تخلقها وسائل الإعلام⁽³⁹⁾.

3- تقريب الثقافات الفرعية من الشباب:

في أي مجتمع- خاصة الحديث- توجد مجموعة من القيم والأدوار أو المعايير أو الجماعات المتصارعة أو المتناقضة أو المختلفة. وفي الوقت نفسه توجد في كل مجتمع مجموعة من الأساليب القادرة على ضبط هذا الصراع الثقافي وتحقيق التعايش السلمي بين القيم الاجتماعية للشباب والثقافات الفرعية المختلفة ويمكن للإعلام الثقافي أن يضطلع بالدور سالف الذكر من خلال:

1- هناك ميل في كل مجتمع وكل جماعة إلى ترتيب القيم المختلفة ترتيبا تدريجيا، بحيث يحدد الإعلام الثقافي درجة أهمية كل قيمة على سلم معين. وبهذا الشكل تسهل عملية انتقاء الشباب على حسب كل موقف على حده.

2- يوجد في كل مجتمع ما يمكن أن نطلق عليه "سمامات الأمان" في شكل نظم ثانوية تسمح بتخفيض القلق والتوتر الذي يسببه امتثال الشباب أو محاولة امتثالهم التام للنظم أو القيم الأساسية التي تحتل المكانة الأولى داخل الجماعة، وذلك من خلال ارساء الاعلام الثقافي نوع من الضبط المقبول الذي يقع في مرحلة وسط بين الامتثال والانحراف خصوصا أن الشباب عادة يكره الامتثال وينزاح نحو الانحراف.

3- يمكن للإعلام الثقافي أن يحقق التعايش السلمي بين القيم والمعتقدات المختلفة للشباب داخل مجتمع واحد إذا ما تحقق الفصل النسبي بين الجماعات المختلفة التي تتبنى كل منها مجموعة من القيم أو المعتقدات أو تقوم بنماذج سلوكية تختلف عن تلك التي تقوم بها الجماعة أو الجماعات الأخرى، ويبرز هذا في المضامين التي تتعرض لكل القيم والمعتقدات دون اغفال أو تحيز.

4- يمكن للإعلام الثقافي أن يبين للشباب أنه يمكن أن يقوموا بأداء عدة أدوار متباينة أو متصارعة، إذا ما استطاعوا الفصل بين هذه الأدوار موقفيا وزمنيا. ومثالنا على هذا المرأة العاملة في المجتمع الحديث، فهذه المرأة مطالبة بالقيام في العمل كموظفة عليها التزامات محددة ولها حقوق بحكم ما تشغله من مركز اجتماعي معين داخل تنظيم العمل. وقد تتعارض هذه الالتزامات والحقوق الوظيفية مع مركزها الأسري كأم وكزوجة، ولكنها تستطيع أداء هذين الدورين بكفاءة إذا استطاعت الفصل بينهما زمنيا وموقفيا.

5- يستطيع الاعلام الثقافي - وعلى الرغم من احتمال وجود قيم متصارعة بين عدة جماعات شبانية متباينة- إبراز القيم المشتركة بين هذه الجماعات، والا استحال توأجدها معا. فقد توجد عدة جماعات دينية داخل مجتمع ما كالمجتمع الهندي تختلف من حيث القيم والمعتقدات والعبادات، ولكنها تشترك في الايمان بقيمة مشتركة كالتسامح الديني. وهذا الايمان بتلك القيمة المشتركة هو ما يمكن مثل هذه الجماعات من التعايش معا داخل مجتمع واحد.

الخاتمة:

تزود الثقافات الفرعية الشباب بما يشبع حاجاتهم، كما تعلمهم أين ومتى يشبعون حاجاتهم هذه، فهي تعطي معنى للحياة وهدف للوجود وتزود الشاب بالقيم والأهداف والأمل. والثقافة المشتركة تعطيه شعورا بالانتماء فهي تربط الشباب معا في جماعة يشعرون بالاندماج فيها، كما أنها تعمل على تكيفه مع مكانه في المجتمع فتتمي شخصيته، وتكسبه الضمير الذي هو نتاج الثقافة.

ويسهل الإعلام الثقافي تقريب الثقافات الفرعية من الشباب، لكن لا يتم ذلك إلا بمراعاة بعض العوامل المتصلة بالدرجة الأولى بالثقافات الفرعية وعلى رأسها العوامل المتنوعة (الدخل والمهنة والتعليم وعادات الكلام - الحديث واللهجة والكلمات) ونوع المسكن وعادات انفاق النقود، والعادات المعيشية، وطرق قضاء أوقات الفراغ ومجموعة الاعتقادات والقيم.

إذ يؤكد كثير من علماء الاجتماع على أنه من الصعب تطبيق القول بأن جميع أعضاء المجتمع وعلى رأسهم فئة الشباب يمكن أن تكون لهم شخصيات متطابقة مع المجتمعات الحضرية الواسعة النطاق ذات الثقافات الفرعية المتعددة. وقد أصبح معلومات نتيجة اهتمام علم الاجتماع المتزايد بالثقافة كموضوع أساسي في البحث السوسيولوجي، أن الاختلافات الثقافية داخل المجتمع الواحد حقيقة لا تقبل المناقشة.

الهوامش:

- 1- مجدي وهبة، "ما القلقة"، مجلة القاهرة، العدد الأول، 1985م، ص 15.
- 2- عبد الله تايه، الإعلام الثقافي في الإذاعة والتلفزيون، (رم الله، دار الماجد للطباعة والنشر، 2006م) ص 25.
- 3- تهناني الكيال، الثقافة والثقافات الفرعية، (القاهرة، دار المعرفة الجامعية، 1997م)، ص 30.
- 4- توفيق يعقوب، "التلفزيون وإشكالية الثقافة الجماهيرية والصناعة الثقافية"، المجلة التونسية لعلوم الاتصال، معهد الصحافة وعلوم الأخبار، العدد 12، ديسمبر 1997م، ص 49.
- 5- سهير جاد، البرامج التلفزيونية والإعلام الثقافي، (القاهرة، الهيئة المصرية العامة للكتاب، 1987م) ص 27.
- 6- سهير جاد، البرامج الثقافية في الإعلام الإذاعي، (القاهرة، الهيئة المصرية العامة للكتاب، 1997م) ص 23.
- 7- حامد زهران، علم النفس الاجتماعي، (القاهرة: عالم الكتب، 1972م)، ص 335.
- 8- عبد الله تايه، مرجع سابق، ص 28.
- 9- محمد عباس إبراهيم، الثقافات الفرعية، دراسة أنثروبولوجية للجماعات النوبية بمدينة الإسكندرية (القاهرة، دار المعرفة الجامعية، 1985) ص 125.
- 10-T.C.N.Gibbens & R.H Ahrenfeldt (Eds), **Cultural Factor in Delinquency**, Tavistok pub., London, 1966, p.52.
- 11 - محمد عباس إبراهيم، مرجع سابق، ص ص 128-129.
- 12- المرجع السابق، ص ص 131-132.
- 13- المرجع السابق، ص 134.
- 14- تهناني الكيال، مرجع سابق، ص 91.
- 15- محمد عباس إبراهيم، مرجع سابق، ص 124.
- 16- المرجع السابق، ص ص 124-125.
- 17- محمود عرابي، تأثير العولمة على ثقافة الشباب. (القاهرة، الدار الثقافية للنشر، 2006م) ص 29.
- 18- كاميلو سوايز. مظاهر الشباب والتحولات ونهاية اليقين. المجلة الدولية للعلوم الاجتماعية. اليونسكو. القاهرة، إبريل 2000م، العدد 164، ص 107.
- 19- بميلاني موفون، شباب الشوارع في جنوب أفريقيا. المجلة الدولية للعلوم الاجتماعية. اليونسكو. القاهرة، إبريل 2000م العدد 164، ص 134.
- 20- السعيد بومعزة، أثر وسائل الإعلام على القيم والسلوكيات لدى الشباب، رسالة دكتوراه غير منشورة، (الجزائر: كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر، 2006م) ص 178.
- 21- على ليلة وآخرون، الشباب القطري: اهتماماته وقضاياها، (قطر، جامعة قطر، مركز الوثائق والدراسات الشبانية، 1991م) ص 67.
- 22- عزت حجازي، الشباب العربي ومشكلاته: سلسلة علم المعرفة، (الكويت، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، 1985م) ص 87.
- 23- محمد مصطفى زيدان، النمو النفسي للطفل والمراهق ونظريات الشخصية، (جدة، دار الشروق للنشر والتوزيع والطباعة، 1990م) ص 53.
- 24- خليل معوض، سيكولوجية النمو، (الإسكندرية، دار الفكر الجامعي، 1983م) ص 306.
- 25- عزت حجازي، مرجع سابق، ص 49.

- 26- منيرة أحمد حلمي، مشكلات الفتاة المراهقة وحاجاتها الإرشادية، (القاهرة، دار النهضة العربية، 1965م) ص ص 2- 16
- 27- هادي نعمان الهيتي، " تأثير وسائل الإعلام على الشباب"، ندوة الشباب والمشكلات المعاصرة في المجتمع العربي الخليجي، المجلد الأول، بغداد، 23- 27 تشرين الثاني، 1985م، ص 5.
- 28- محمد علي محمد، مرجع سابق، ص 29.
- 29- هادي نعمان الهيتي، مرجع سابق، ص 11.
- 30- علي ليلة، النظرية الاجتماعية ونشأة النظام الرأسمالي، ط 1، (بيروت، الشركة الفنية للنشر والتوزيع، 1988م) ص ص 392- 399.
- 31- أحمد بن نعمان، هذه هي الثقافة، ط 1، (الجزائر، دار الأمة، 1996م)، ص 225.
- 32- علي ليلة وآخرون، مرجع سابق، ص ص 98- 99.
- 33- محمود عودة، أساليب الاتصال والتغيير الثقافي، ط 2، (القاهرة، دار المعارف، 1981م)، ص 84.
- 34- سمير حسين، الإعلام والاتصال بال جماهير والرأي العام، (القاهرة، عالم الكتب، 1981م)، ص 231.
- 35- مصطفى المصمودي، "النظام الإعلامي الجديد"، سلسلة عالم المعرفة، (الكويت، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، 1985م)، ص 198.
- 36- سمير حسين، مرجع سابق، ص 239.
- 37- عبد الله تايه، مرجع سابق، ص 26.
- 38- السيد أحمد مصطفى عمر، "الإعلام الثقافي والحركة الثقافية"، محاضرة في 14/02/2007 قصر الثقافة، للثأرقفة.
- 39- رضا التليلي وآخرون، "الإعلام الثقافي في الوطن العربي"، المجلة العربية للثقافة، للسنة الثامنة، العدد الخامس عشر، سبتمبر 1988م، ص 18.