

ابعاد الفجوة الرقمية عبر الإعلام بالوسائط الجديدة

من وجهة نظر الشباب الجزائري

دراسة سوسيو- تحليلية من وجهة نظر شباب مدينة قسنطينة / الجزائر

د. شيهب عادل

جامعة محمد الصديق بن يحيى - جيجل،

الملخص

ان جهود وسعي الجزائر إلى تقليص الفجوة الرقمية (The digital divide) في مجال الإتصالات، زاد من انتشار وسائط الإعلام بالوسائط الجديدة، ولعل ابرزها تلك التي تستخدم عبر شبكة الإنترنت (المنتديات، مواقع التواصل الاجتماعي..الخ)، كما اتاح الوصول اليها (Access) لكل فئات المجتمع وعلى رأسها فئة الشباب، التي تعتبر الاكثر استخداما لوسائط الإعلام بالوسائط الجديدة (الانترنت الهواتف الذكية، العاب الفيديو..الخ)، إلا ان الجزائر اغفلت اثناء سعيها لتقليص الهوة التكنولوجية في وسائل الإعلام للأفراد والجماعات ترشيد هذه الوسائل (New Media Governance) لمنع اختراقات الحدود المجتمعية، والتي من شأنها كسر القيم الدينية الاجتماعية والثقافية للمجتمع الجزائري. وفي هذا الصدد، وبالنظر إلى البيئات المادية التي تحيط بالأفراد فالبيئات الخاصة لوسائط الإعلام بالوسائط الجديدة، غير مؤهلة لتطعيمهم بجرعات من الهوية والقيم الأخلاقية التي يتبناها المجتمع الجزائري، وعلى وجه التحديد حين نتحدث عن جيل الشباب الجزائري؛ هذا الذي من شأنه ان يوسع من الفجوة القيمية والسلوكية بينهم وبين مجتمعهم.

الكلمات المفتاحية: الشباب، الإعلام بالوسائط الجديدة، القيم المجتمعية.

Abstract

The effort of Algeria to reduce the digital divide in communications has increased the new media, those that use the Internet (forums, social media sites... Etc) and also allowed access for all ranges of society, especially the youth range, which is the most used of the new media (Internet, smart phones, video games... Etc).

However, the Algeria Government had neglected during the quest to reduce the technological gap in the media for individuals and groups to the New Media Governance, to prevent breakthrough the societal borders, which would break the religious, social and cultural values of Algerian society. In this regard, the physical environments that surround individuals, special environments to new media, are not eligible to gives doses of identity and moral values for them, specifically while talking about Algerian youth generation; this would expand the value and behavioral gap between them and their society.

Keywords: youth, new media, society values.

مقدمة

الانتشار والتداول السريع لتكنولوجيات الاتصال والإعلام قلص من مساحة الكرة الأرضية ونطاق العالم، وادى إلى الترابط بين الشعوب بعضها البعض، وزاد من التلاقح الثقافي فيما بينها فأصبحت معها وسائل الإعلام بالوسائط

الجديدة مة معياراً للمجتمع البشري بدلاً من كونها استثناء يميز مجتمع عن آخر، هذا التوجه إلى ربط الناس في كل ركن من أركان العالم يقودهم تدريجياً إلى ما اسماه **McLuhan & Fiore** بـ "القرية الكونية" عام 1968، أو بـ "المدن السلكية" عند **Dutton, Blumer & Kraemer** سنة 1987، أو ما أطلق عليها **McChesney** سنة 1996 بـ "المجتمعات الافتراضية" وصولاً إلى تسمية **Holt** "المجتمع العالمي" سنة 2000.

حتماً إن كل هذه التسميات أسفرت عن تحولات كبيرة عرفها المجتمع البشري على جميع المستويات منها السياسية كإعادة هيكلة السلطة والتغييرات الأيديولوجية بعد إنتهاء الحرب الباردة بالإضافة إلى عملية التفاعل السياسي بين الأمم، ومنها الاقتصادية وارتباط العالم بالمنظمات الاقتصادية العالمية كمنظمة التجارة العالمية، الإتحاد الأوروبي، بالإضافة إلى ظهور الشركات العابرة القارات. لكن أكثر ما أسفرت عنه هذه التسميات هو فرض تحدي كبير على العلماء في الحقول الاجتماعية لإكتشاف تأثير التكنولوجيا الجديدة في تغيير المجتمع البشري، لا سيما في تحول القيم الثقافية والدينية لمجتمعات العالم بسبب أثر التقارب الذي خلفته وسائل الإعلام بالوسائط الجديدة.

المجتمعات العربية عموماً والمجتمع الجزائري خصوصاً ليس خارج دائرة المجتمع البشري بل هو جزء فاعل ومتفاعل في هذه الدائرة، ما يعني بالضرورة انه يؤثر ويتأثر قدر الامكان بهذه التفاعلات الحاصلة ضمن الدائرة البشرية. وهي الاخرى معنية بفهم العلاقة بين القيم الدينية، الاجتماعية والثقافية ووسائل الإعلام بالوسائط الجديدة، هذا ما استدعى بعض المفكرين إلى

البحث والتحقيق في تأثير عصر المعلومات التي شكلتها وسائط الإعلام بالوسائط الجديدة على المجتمع العربي من الناحية السياسية، الاقتصادية ووجهات أخرى، أما آخرون فكان اهتمامهم ببناء وتطور وتفكك القيم الثقافية، الدينية والاجتماعية لجيل الإعلام بالوسائط الجديدة (الشباب) في المجتمع العربي.

ان الطرح المتعلق بهذه الدراسة يدور حول سد الفجوة المعرفية من خلال تحليل التأثير المتبادل بين الإعلام بالوسائط الجديدة والفجوة القيمية (الثقافية، الدينية والاجتماعية) لدى الشباب الجزائري وانعكاساتها على سلوكياتهم في سياق الهوية الاسلامية للمجتمع، في العناصر المعرفية والمنهجية الآتية: مشكلة الدراسة وأهدافها، الدلالة المفاهيمية للمتغيرات الآتية (الإعلام بالوسائط الجديدة ، القيم والشباب)، الدراسات السابقة التي عالجت الموضوع، تليها عرض النظريات المفسرة لموضوع الدراسة، ومن ثم الاجراءات المنهجية الميدانية للدراسة، فنتائج الدراسة الميدانية وفي الاخير تقديم بعض الاقتراحات لسد وردم الفجوة القيمية لدى الشباب في ظل الإعلام بالوسائط الجديدة .

1- المشكلة البحثية:

المشهد الإعلامي العالمي الجديد اليوم، يتمثل في ثقافات الناشئة التي تغيرت حياتهم في ظل وسائل الإعلام بالوسائط الجديدة في المجالين الخاص والعام على حد سواء. فحياة العديد من الشباب اليوم تهيمن عليها وسائل الإعلام، حيث يكبر الطفل فيها مع التلفزيون وألعاب دي في دي، ومشغلات

الأقراص المضغوطة وألعاب الفيديو، الهواتف النقالة، وأجهزة الكمبيوتر وأجهزة أي بود. فالنصوص والصور التي تنتجها هذه التقنيات الإعلامية تساعد في تشكيل وجهات نظر الشباب في العالم، لأنها تسهم في تثقيف الشباب حول المعاني والرسائل وأنظمة المعايير والقيم والممارسات والعلاقات الاجتماعية وأنماط التفاعلات، فوسائط الإعلام بالوسائط الجديدة تحمل القيم حول الأسرة، الصداقة، الحب، العنف، والرعب وهلم جرا، علاوة على ذلك تقدم الممارسات والسلوكيات وأسلوب المعيشة المرغوب فيها وغير المرغوب فيها (Shanthy et Al, 2013).

وغني عن القول أن التكنولوجيات الإعلامية الجديدة تشكل جزءا هاما من حياة الشباب، وأنه من المهم بالنسبة لنا جميعا فهم احتياجات الشباب وطرق وسائل الإعلام بالوسائط الجديدة المعتمدة في حياتهم المتنامية. ومع ذلك، فإن الاستخدامات الاجتماعية والثقافية لتكنولوجيات الإعلام بالوسائط الجديدة (القوة الناعمة التي أصبح يمتلكها) تشكل خطورة على الشباب من خلال تأثيراتها السلوكية والقيمية والمعرفية في مختلف المجالات والميادين، حتى الحميمة منها.

وإذا كانت أزمة القيم الضاربة في عمق الحياة العامة بجميع مجالاتها، مما يجمع عليه كل المتبعين من الإجماعيين والإقتصاديين وحتى السياسيين، أنها ظاهرة طالت إنعكاساتها على كل الناس ومن مختلف الأعمار وفي مقدمتهم الشباب، فإننا لا نستغرب أن يتفشى في أوساطهم الإدبار عن قيمهم الأصلية التي تعمل على تثبيت شخصيتهم وترسيخ مقومات هويتهم لدرجة أصبح

الشباب لا يفكرون إلا في إشباع حاجاتهم المادية ونسوا أن القيم ليست كلها من جنس ما يتصل بالإستهلاك وإشباع الغرائز وحدها، وإنما القيم منظومة نسقية متكاملة تضم مجموعة من المبادئ والقواعد والأعراف التي تحكم السلوك بين مكونات المجتمع.

ويعرف الشباب الجزائري تحولات مريبة على مستوى منظومة القيم، إذ أصبح التماشي مع كل وافد من القيم ولو كانت تلك القيم متعارضة مع القيم والمرجعية الثقافية، الدينية والاجتماعية ومحاولة إدماجها ثم ترجمتها من خلال سلوكيات وظواهر تتجسد في اللباس وتصنيفات الشعر وغيرها من أنواع الإهتمامات، التي من شأنها ان تعبر عن مدى فجوة القيم الأخلاقية لدى هؤلاء الشباب.

والسؤال الجوهرى للمشكلة البحثية المطروحة مفاده:

ما هي أبعاد الفجوة القيمية التي أحدثها الإعلام بالوسائل الجديدة على سلوك الشباب، من وجهة نظر الشباب الجزائري؟

2- أهداف الدراسة:

تسعى هذه الدراسة السوسولوجية التحليلية إلى تحقيق مجموعة من الأهداف سطرها الباحث كالأتي:

أ - أهداف وصفية:

- الكشف عن خصائص الإعلام بالوسائل الجديدة التي تستقطب الشباب الجزائري.

- الكشف عن دور الإعلام بالوسائط الجديدة في زيادة الفجوة القيمية لدى الشباب الجزائري.

- معرفة محتوى الإعلام بالوسائط الجديدة الذي يتعرض له الشباب الجزائري.

ب - أهداف تفسيرية:

- تفسير ابعاد الفجوة القيمية التي احدثها الإعلام بالوسائط الجديدة من وجهة نظر بعض الشباب الذين يتعرضون لوسائط الإعلام بالوسائط الجديدة المختلفة.

- تفسير القيم الهجينة لدى الشباب الجزائري في ضوء محتوى الإعلام بالوسائط الجديدة.

- تحليل محتوى الإعلام بالوسائط الجديدة ومقارنته مع منظومة القيم الاسلامية.

ج - أهداف تنبؤية:

- استشراف الاستراتيجيات المناسبة لردم الفجوة القيمية التي أحدثها الإعلام بالوسائط الجديدة على الشباب الجزائري.

- توجيه الشباب نحو الاستخدام الامثل لوسائط الإعلام بالوسائط الجديدة بما يعزز ويحافظ على ثوابت الامة الاسلامية.

- العمل على دعم محتوى الإعلام بالوسائط الجديدة وأقلمته مع الثقافة الاسلامية.

3- مفاهيم الدراسة:

مهما كانت المسألة الاجتماعية التي نطرحها او الفرضية التي نريد اثباتها تواجهنا دائما مسألة وضع او بناء المتغيرات، أي ترجمة المفاهيم إلى عمليات بحث محددة...ان مسألة وضع المتغيرات هي إذا مسألة ترجمة المفاهيم إلى دلائل، والمقصود بعبارة اخرى، الانتقال من التعريف المجرد او من الدلالة الاضافية البديهية للمفاهيم الاجتماعية إلى معايير تسمح بتحديد تصنيف لهذه المتغيرات (Boudon. Fillieule, 2002).

وعلى هذا الاساس تسعى هذه الدراسة إلى ترجمة متغيراتها، وفق خط نظري واضح الدلالة مستوحى من السياق النظري المرتبط بموضوع الدراسة.

3-1- دلالة مفهوم الإعلام بالوسائط الجديدة:

الإعلام بالوسائط الجديدة هو المصطلح الجامع في القرن الحادي والعشرين، الذي يستخدم لتعريف كل ما يتصل بالإنترنت والتفاعل بين التكنولوجيا والصور والصوت. في الواقع، تعريف الإعلام بالوسائط الجديدة يتغير يوميا، وسوف يواصل القيام بذلك مع تطور وسائط الإعلام بالوسائط الجديدة بشكل مستمر، كما اننا نقرأ يوميا ماذا سيكون عليه الإعلام بالوسائط الجديدة غدا تقريبا، يكن لا يمكن التنبؤ بها بالنسبة لمعظمنا ولكن

الجميع يعلم أنها ستواصل التطور بوتيرة متسارعة جدا. ومع ذلك، يمكن الإشارة إلى بعض التعاريف الواردة حول مفهوم الإعلام بالوسائط الجديدة.

الإعلام بالوسائط الجديدة مصطلح واسع في الدراسات الإعلامية التي ظهرت في الجزء الأخير من القرن العشرين، فعلى سبيل المثال، الإعلام بالوسائط الجديدة يشير إلى إمكانية الوصول بالمحتوى عند الطلب في أي وقت وفي أي مكان، في أي جهاز رقمي، فضلا عن ردود الفعل التفاعلية للمستخدم، تشكيل المشاركة الإبداعية للمجتمع حول محتوى وسائط الإعلام بالوسائط الجديدة، بالإضافة إلى إنشاء، نشر، توزيع واستهلاك المحتوى الإعلامي (Bailey and Barbara, 2009).

معظم التكنولوجيات التي توصف بأنها وسائل الإعلام بالوسائط الجديدة هي رقمية، ولها من خصائص التي يجري التحكم بها، فهي كثيفة، قابلة للضغط وتفاعلية. ومن أمثلتها مواقع الانترنت، كمبيوتر الوسائط المتعددة، ألعاب الكمبيوتر، الأقراص المدمجة وأقراص الفيديو الرقمية. وسائط الإعلام بالوسائط الجديدة لا تشمل البرامج التلفزيونية، الأفلام الروائية، المجلات، الكتب أو المنشورات الورقية، إلا إذا كانت تحتوي على التكنولوجيات التي تمكن من التفاعل الرقمي (Piotr, 2009).

مصطلح الإعلام بالوسائط الجديدة يشير بشكل عام لتلك الوسائط الرقمية والتفاعلية، التي تدمج الاتصال في اتجاهين، وتنطوي على شكل من أشكال الحوسبة بدلاً من وسائل الإعلام القديمة مثل الهاتف والراديو والتلفزيون.

ويصف Lev Manovich وسائل الإعلام بالوسائط الجديدة بـ:

هي الأشكال الثقافية الجديدة التي يتم وصلها بأجهزة الكمبيوتر أو تعتمد على أجهزة الكمبيوتر للتوزيع: مواقع الويب، العوالم الافتراضية، الوسائط المتعددة، ألعاب الكمبيوتر، الفيديو الرقمي، المؤثرات الخاصة في السينما والأفلام، منشآت الكمبيوتر التفاعلية (Lev, 2001).

يعرف كل من **Bolter and Grusin**، الإعلام بالوسائط الجديدة من منظور المعالجة: "أننا ندعو تمثيل واحدا من الوسائط عن الآخر بالمعالجة، وهي السمة المميزة للوسائط الرقمية الجديدة".

ثم يذهبان إلى القول بأن جميع الوساطة هي معالجة. إذا لم يكن هذا هو الحال فكيف لأحد ان يميز وسائل الإعلام بالوسائط الجديدة من وسائل الإعلام القديمة؟ (Jay, 1999) والمعالجة هنا تتمثل في قدرة وسائل الإعلام بالوسائط الجديدة على الاصلاح والترميم.

المفهوم الإجرائي للإعلام الجديد: يشير مفهوم الإعلام بالوسائط الجديدة في هذه الدراسة؛ إلى الانترنت وكل ما يتعلق بها من محتوى الكتروني تفاعلي، معبر عنه بواسطة الصوت والصورة.

2-3- دلالة مفهوم القيم:

تستعين هذه الدراسة في تدليل مفهوم القيم وإزالة الغموض المفاهيمي الذي يدور حولها إلى أحد ابرز الرواد الأكاديميين في دراسة القيم هو **Milton Rockeach**، وهذا إنطلاقا من مراجعته للعديد من الدراسات التي لاحظ أنها

تتسم بنوع من الغموض في إستعمالها لمفهوم القيم، حيث ساعد من خلالها على إزالة اللبس عن مفهوم القيم، وهذه اهم الأفكار التي طرحها حول هذا المفهوم (Pat Duffy, 1972):

- القيم كمعايير: أحد مظاهر الغموض يكمن في عدم التفريق بين القيم والإتجاهات ويتجلى عدم التمييز أكثر، في رأي الكاتب، عندما يتم قياس القيم عن طريق استعمال مقياس درجات الموافقة على العبارة التي يعتقد فيها انها ترمز إلى القيمة او عدم الموافقة، بمعنى انه إذا لم يتم تحديد القيمة التي يراد قياسها تحديدا دقيقا، فيمكن أن تكون النتيجة، انه في الوقت الذي يعتقد فيه الباحث أنه يقيس القيمة، يكون في الواقع يقيس الإتجاه، لكن إذا كان الحكم عن طريق قياس القيم باستعمال مقياس Likert صحيحا من حيث أنه لا يعبر تعبيرا حقيقيا عن قيم الأفراد، فإن نفس الحكم يمكن ان ينطبق على مقياس Rockeach الذي يطلب فيه من المبحوثين أن يجيبوا بما إذا كانت القيم المقترحة عليهم توجه سلوكياتهم ام لا.

- القيم كمثُل ثقافية: في هذا الصدد يقول Rockeach أنه قد أُقترح بان القيم تختلف عن الإتجاهات لأنها تتعالى وتسمو على الوضعيات المحددة، ولها صلة بأساليب السلوك المعقدة (القيم الوضائية) وبغايات الوجود (القيم النهائية). ومن خلال هذا التقسيم حاول الكاتب ان يقيس الإلتزام النسبي و المعلن عنه من طرف المبحوثين تجاه أي هدف او مبدأ يحمل دلالة رمزية بالنسبة إليه من طرف العبارات التي طلب منه (المبحوث) أن يرتبها (كالمساواة و

الحرية... إلخ). فهذه العبارات ربما من الأفضل في رأي **Rockeach** النظر إليها كممثل ثقافية.

- القيم كتقييم للفاعل: يشير **Rockeach** إلى الغموض الذي جاء في دراسة **Landes** وهي الدراسة التي حاول فيها ان يقوم بقياس ما اعتبره قيما من خلال جعل المبحوثين يرتبون خمسين مفردة سلوكية على قياس ذي عشر درجات (من الأقل سوءا إلى الأسوأ)، وفي رأيه أن ما قام به **Landes** هو إما أنه يحدد القيم كمجرد أحكام اخلاقية، او انه يستعمل احكاما اخلاقية كمؤشرات قيم، بدون توضيح الإجراء الذي طبقه، وبالتالي فمن الغموض الذي يكتنف مفهوم القيمة عند **Landes** ناتج عن عدم التمييز بين التصريح كمؤشر عن القيمة والإلتزام بذات القيمة لأن مجرد التصريح لا يعني الإلتزام.

- القيم كمعتقدات: ينتقد الكاتب عدم الوضوح في المفهوم الذي حدده (**Milton Albrecht**) للقيمة في مقاله: "هل يعكس الأدب القيم المشتركة؟" والذي قدم فيه قائمة باسم قيم الحياة العائلية الامريكية. حيث يشير **Rockeach** إلى ان قائمة (**Albrecht**) هي مزيج من التصريحات التي تصف قواعد سلوك وأوصاف ما هو مرغوب فيه (معتقدات حول ما هو جيد).

- القيم كموضوعات: في هذا المضمار يقول الكاتب ان هناك البعض من الكتاب على غرار **Ralph Turner** الذي يحددون القيم كموضوعات والتي ينظر إليها إيجابيا أو سلبيا، وهذا حسب الإهتمام الذي تحظى به.

- القيم كقيم للإتجاهات: يقول **Rockeach** بأن استعمال مصطلح " قيم الإتجاهات" من طرف **Kluchlon** يظهر انه متجذر بعمق في مجموعة من

الإستجابات الثقافية المنمطة والمنظمة للتحديات البيئية الرئيسية التي تواجه البشر في كل زمان ومكان، ويمكن تحديدها على مستوى النسق الثقافي. وعليه فهو يلاحظ بان مصطلح قيم الإتجاهات إكتسب شعبية بصفة سريعة أكثر مما إكتسبها المفهوم، والآن يستعمل مصطلحا قيم الإتجاهات والإتجاهات بصفة متبادلة وغامضة.

- القيم كاحتمالات للسلوك: القيم كمكونات لشخصية يمكن تحديدها فقط كاحتمالات حدوث سلوك معين في مجموعة مختلفة من الظروف، كما انه يرى بالإضافة إلى الشخصيات، بأن هناك نظم قيم أخرى وبدرجات متفاوتة من التعقيد، هي الجماعات والمجتمع والثقافة. ويستشهد **Milton Yinger** بطريقة مماثلة إلى حد ما، بما يسميه بنظام "الميل الداخلي" كمصدر للعوامل المهمة للسلوك، مع توفير النظام "الاجتماعي-الثقافي" العوامل المساعدة.

- القيم كإتجاهات معممة: في هذا المجال يقول **Rockeach** انه نظرا للتقدم الذي حصل في قياس الإتجاه، يبدوا غريبا أن العلاقة بين القيم والإتجاهات لم تحظ باهتمام أكثر من طرف العلوم السلوكية وقائلا بانه هو نفسه يتجه في نفس الإتجاه، زاعما بأنه على الرغم من أن القيم مثل الإتجاهات، هي استعداد للفعل فهي تختلف عن الإتجاهات بسبب تعالما (أي القيم) عن الموضوعات المحددة.

يتضح في هذا السياق ان مفهوم القيم يقع على مستوى معين من التجريد الذي يعطي الفرد والجماعات رؤية خاصة للعالم، كما تقع على مستوى معرفي

يجعلها تضبط طموحاتهم وآمالهم وتوجه سلوكياتهم، وعلاوة على ذلك فهي التي تربط الأفراد والجماعات فيما بينهم وتخلق فيهم الانسجام والتماسك في وحدة متكاملة، أيضا يمكن ان نقول بعبارة أخرى وعلى ضوء هذا التعريف أن القيم تجمع المثل التي ينخرط فيها أفراد المجتمع، فقيم مجتمع ما تمثل ما هو ثمين ومرغوب فيه في عيون جميع الناس، سواء كانوا متمسكين بها أو غير متمسكين بها (السعيد 2006).

المفهوم الإجرائي للقيم: إستنادا إلى السياقات المفاهيمية الواردة حول مصطلح القيم، وبالرجوع إلى واقع القيم بالثقافة الجزائرية، حدد الباحث المفهوم الاجرائي العملي للقيم في هذه الدراسة: القيم باعتبارها معتقدات وذلك لدراسة البعد الديني للفجوة القيمية، بالإضافة إلى القيم باعتبارها كمثل ثقافية لدراسة البعد الثقافي، واعتبار القيم كاحتمالات للسلوك للدراسة البعد الجنسي، وفي الاخير القيم باعتبارها معايير لدراسة البعد الاجتماعي للفجوة القيمية لدى الشباب الجزائري.

3-3- دلالة مفهوم الشباب:

هناك اختلاف واضح حول دلالة مفهوم الشباب، وذلك يتضح من خلال الأبعاد المفاهيمية المختلفة التي وردت في العديد من الدراسات في مجال العلوم الاجتماعية بكل فروعها، وعليه سنحاول استعراض دلالة مفهوم الشباب في سياق مجالات التخصص في العلوم الاجتماعية.

إقترح **Pierre Bourdieu** سنة 1978 أن الشباب مجرد كلمة وأنه قد تم تطور هذا المفهوم على مدى هذه القرون في اطار البناء الاجتماعي للمجتمعات. مصطلح الشباب يتم تعريفه عند علماء الاجتماع كمرحلة انتقالية بين مرحلة الطفولة وسن الرشد ويقترحون ان البديل هو مصطلح المراهقة التي غالباً ما تكون تستخدم في علم النفس لوصف مراحل النضج البيولوجي، النفسي، العاطفي والجنسي الشائعة والمقترنة مع بداية البلوغ وسنوات المراهقة (Roche et Al, 2004).

من هذا المفهوم يبدو أن تصور الشباب كفئة اجتماعية بدلاً من وحدة بيولوجية، وهذا فأن مفهوم الشباب هو اجتماعي وليس بيولوجي، أشار **G. Hall** سنة 1904 إلى المفهوم النفسي للمراهقة، على أنها تلك التغييرات في الجانب البيولوجي يمكن أن يكون لها تأثير على الناس في مختلف أوقات حياتهم خلال التغييرات الهرمونية والنفسية التي لا يمكن السيطرة عليها، ويمكن أن يكون لها تأثير على الشعور والسلوك (Kehily, 2007).

ومع ذلك، فان **Margaret Mead** تجاهلت مفهوم **Hall** حول المراهقة الناجمة عن التغييرات البيولوجية التي تحدث أثناء سن البلوغ، حيث خلصت في دراستها حول مفهوم المراهقة (الشباب) إلى أن هذه الفترة من حياة الشخص هي نتيجة أثر القمع الجنسي لهذه الفئة في المجتمع، وطريقة تعامل المجتمع معهم (Kehily, 2007)، وفقا لما جاءت بها دراسة **Margaret Mead** فان من الخصائص التي تدل على مرحلة الشباب هي زيادة الدوافع والرغبات الجنسية في مرحلة عمرية من حياة الأشخاص.

علماء الأنثروبولوجيا الاجتماعية من ناحية أخرى قدموا محاولة لفهم مفهوم الشباب من المنظور الثقافي على سبيل المثال بدلاً من رؤية الشباب من وجهة نظر بيولوجية، فهم يدرسون سلوكياتهم ومعتقداتهم الثقافية، حياتهم الأسرية، تنظيماتهم الاجتماعية والسياسية في علاقاتها مع بعضها البعض (Kehily, 2007). كما تجدر الإشارة إلى أن معظم هذه الدراسات الثقافية تستند إلى المجتمعات غير الغربية والتقليدية.

قدم Van Gennep سنة 1960 دراسة في طقوس المرور، وأكد أن هناك ثلاث مراحل: ترك وراءهم حياتهم المألوفة، العيش بعيداً عن المجتمع، وثالثاً إعادة الاندماج، Gennep يفترض ان هذه الطقوس تكون في بعض البلدان التقليدية كإجراء بغية إظهار علنا الانتقال من مرحلة إلى مرحلة أخرى من حياة (Kehily, 2007). رغم أن طقوس المرور يمكن ملاحظتها في جميع البلدان التقليدية والحديثة منها، ويمكن تفسيرها بطرق مختلفة، على سبيل المثال، يحتفل بعيد ميلاده، ترك المدرسة، يتوجه إلى الجامعة والزواج وهي كلها تدل على الشروع في المرور للشباب أو الانتقال إلى مرحلة البلوغ.

قدم علماء السكان تحديدا لمفهوم الشباب، ويستندون في تحديدهم إلى العمر الذي يقضيه الفرد في التفاعل الاجتماعي، إلا انهم يختلفون أنفسهم بخصوص نقطة البداية ونقطة النهاية لهذا العمر الشبابي (السعيد 2006). مثلا فإن المدى العمري الذي تقع فيه الفئة الشبانية في البلدان النامية يختلف عن نظيره في البلدان المتقدمة، حيث تمتد فترة الشباب والمراهقة في

الأخيرة عنها في الأولى، وأن الحد الأقصى لسن الشباب ينتهي في الأولى مبكرا من الثانية.

وهناك من لا يحدد مفهوم الشباب على أساس عدد سنوات مرحلة معينة من حياة الفرد، وإنما يعتبرها حالة نفسية لها علاقة بالعمر الزمني، من هذا المنظور يحدد D.Morton مفهوم الشباب على أساس انه بمقدار ما يشعر الفرد بأنه يتمتع بالحيوية والشباب وبمقدار ما يستطيع أن يولد في الآخرين الرغبة في الحياة يكون شابا وحين يخفق في ذلك يشعر باليأس والإحباط والرغبة في الهروب من الحياة وهذه بدايات مرحلة الشيخوخة (, Deutsch 1973).

العمر هو أسهل طريقة لتعريف هذه الفئة، فالأمم المتحدة ولأغراض إحصائية، تعرف الشباب على أنهم الأشخاص الذين تتراوح أعمارهم بين 15 و 24 سنة (CSDR, 2007). في حين جاء تعريف الشباب في ميثاق الشباب الأفريقي على انهم الاشخاص الذين تتراوح اعمارهم بين الفئة العمرية 15 و 35 سنة (www.africa-union.org).

في الختام، كل هذه الدلالات المفاهيمية تشير إلى الصعوبة في كون الشباب مفهوم صعب التحديد للغاية، كما تبين كم هو متنوع ومعقد. نظراً لكون هناك العديد من الأسباب الكامنة وراء مفهوم الشباب من الأسباب الطبيعية إلى المغالاة في التفسيرات الثقافية والاجتماعية بالاستناد إلى الاختلاف في القيم والمعتقدات على الصعيد العالمي. وفي هذا اشار Gill Jones إلى أنه عندما يتم أخذ الشباب كمتوسط للعمر، فإنه في الحقيقة مجرد كلمة (Gill, 2009).

وبالتالي فإن مفهوم الشباب سوف يكون دائما من الصعب تحديده لأنه لا يوجد تعريف محايد، وكلّ يقدم دلالة مفاهيمية للشباب بطرق مختلفة.

المفهوم الإجرائي للشباب: المفهوم الاجرائي لهذه الدراسة يستند إلى مفهوم علماء الأنثربولوجيا الاجتماعية والذي يستند إلى المنظور الثقافي لكل مجتمع، وعليه فمفهوم الشباب الاجرائي لهذه الدراسة يركز على دراسة سلوكياتهم ومعتقداتهم الثقافية والدينية، حياتهم الأسرية، تنظيماتهم الاجتماعية في علاقاتها مع بعضها البعض بالمجتمع الجزائري للفئة العمرية 20 – 34 سنة.

4- الدراسات السابقة:

نظرا للضرورة المنهجية والمعرفية إستعان الباحث ببعض الدراسات ذات الصلة بموضوع الدراسة التي، وهي كالآتي:

1-4- دراسة بلال بولعام 2014: (بلال، 2014) بعنوان "أثر الانترنت على القيم الدينية والثقافية لدى الشباب الجامعي".

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على أثر الانترنت على القيم الدينية والثقافية لدى الشباب الجامعي الجزائري، حيث قامت هذه الدراسة على التساؤلات الآتية:

إلى أي حد يتأثر الشباب الجزائري بمحتويات الانترنت؟

هل تتدخل القيم الدينية والثقافية للشباب الجامعي في عملية التعرض لشبكة الانترنت؟

ما هي اتجاهات الطلبة الجامعيين نحو محتويات شبكة الانترنت؟

ما هي سبل تعزيز المنظومة القيمية لدى الشباب الجامعي الجزائري؟ وما هي اساليب حمايتها في ظل الإستخدامات المتعددة لشبكة الانترنت؟ وقد اعتمد الباحث على منهج المسح، أما عملية جمع البيانات الميدانية فتم الاعتماد فيها على الاستبيان كأداة لجمع البيانات وتمثلت عينة الدراسة في العينة العشوائية المنتظمة، وكان عدد مفرداتها 180 مفردة، ممثلة في طلبة جامعة الجزائر رقم 03.

توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج يمكن تلخيصها فيما يلي:

- أغلب الطلبة يستخدمون الانترنت في المنزل بنسبة 68.6%، وهذا يعود إلى التطور في مجال التكنولوجيات في المجتمع الجزائري.
- وجود نسبة كبيرة من الطلبة يؤيدون وجود علاقات غرامية على الشبكة، وهذا يعكس بعدهم الكبير عن الالتزام الديني، أما الصفات المعبرة عن القيم الثقافية والتي يرونها ضرورية في اختيار الاصدقاء على الشبكة فهي: المستوى التعليمي والثقافي، الجمال والسن والشهرة، وبعدها يأتي اسلوب الحياة والانفتاح على المال والسلطة والنفوذ، المعاملة الحسنة، التدين والأخلاق.
- اكثر من نصف الطلبة يعينون على فعل الخير على الشبكة ويكون ذلك بالترويج للعمل التطوعي والجماعي والأمر بالمعروف والنهي عن المنكر، كما ان اغلبهم يستحضرون مراقبة الله لهم اثناء استخدامهم للانترنت.
- اغلبية الطلبة لا يثقون في محتوى الانترنت.

- اغلبية الطلبة يعتقدون بإمكانية حماية قيمهم من مخاطر الانترنت وذلك من خلال التمسك بالأخلاق والقيم وبتنمية الوازع الديني وبتفعيل دور مؤسسات التنشئة الإجتماعية، في حين يرى القلة منهم أنه من الصعب حماية قيمهم من مخاطر الانترنت.

4-2- دراسة رباب رأفت محمد الجمال 2013: (رباب، 2013) بعنوان "أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي علي تشكيل النسق القيمي الأخلاقي للشباب السعودي".

ويتمثل الهدف الرئيسي لهذه الدراسة في التعرف علي تأثير وسائل الإعلام بالوسائط الجديدة (شبكات التواصل الاجتماعي عبر شبكة الانترنت) علي النسق القيمي والأخلاقي لدي الشباب بهدف الوصول لوضع آلية لتعزيز القيم الأخلاقية.

بنيت هذه الدراسة على التساؤلات الآتية:

- ما مدى كثافة تعرض الشباب السعودي لشبكة الانترنت كوسيلة اتصالية إعلامية؟
- ما أهم المواقع الالكترونية والشبكات الاجتماعية التي يستخدمها الشباب السعودي عبر شبكة الانترنت؟
- ما منظومة القيم والأخلاق الراهنة لدي الشباب السعودي؟
- ما موقع شبكات التواصل الاجتماعي من تفضيلات الشباب السعودي لوسائل الإعلام بالوسائط الجديدة؟

وتمثلت حدود الدراسة في الاطر التالية:

- الإطار العمري: الشباب السعودي في الفئة العمرية من (18-35) سنة،
الإطار الجغرافي: مدينة جدة.

- الإطار الوسائلي: شبكة الإنترنت باستخداماتها (تطبيقا علي شبكات
التواصل الاجتماعي).

تم الاعتماد في هذه الدراسة الوصفية على منهج المسح، يتمثل مجتمع
الدراسة في فئة الشباب السعودي وذلك في المرحلة العمرية من (18 - 35)
سنة ، وتمثل عينة البحث في عينة عشوائية متعددة المراحل ممثلة من
الشباب السعودي، قوامها 600 مفردة من مدينة جدة. كما تم الاعتماد على
اداة المسح الميداني والمتمثلة في الاستمارة ومجموعة النقاش المركزة، كأدوات
لجمع البيانات.

أهم النتائج التي توصلت إليها هذه الدراسة تمثلت فيما يلي:

- إرتفاع معدل إستخدام الشباب لشبكة الانترنت وأكدت العينة بأكملها
بنسبة 100% أنهم يستخدمون الانترنت.

- حول شبكات التواصل الاجتماعي أكد معظم العينة بنسبة 86.33% أنهم
يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي عبر الانترنت بانتظام، ولا شك أنها
بذلك إستطاعت أن تخلق مجالا عاما أحدث تأثيرا علي النسق القيمي الأخلاقي.

- تبين ان معدل الثقة في مواقع التواصل الاجتماعي منخفض للغاية.

- إنتهت الدراسة إلى أن مقياس النسق القيمي للشباب يتسم بالثبات إلى حد ما.

3-4- دراسة محمد الفاتح حمدي 2009: (محمد، 2009) بعنوان "استخدامات تكنولوجيا الإتصال والإعلام وانعكاساتها على قيم الشباب الجامعي".

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على مدى استخدام الطلبة الجامعيين لتكنولوجيا الإتصال والإعلام الحديثة ومدى إنعكاس ذلك على قيمهم الدينية والثقافية والاجتماعية، وتجسدت في التساؤلات الآتية:

- ما مدى استخدام الشباب الجامعي لوسائل الإتصال الحديثة في حياته اليومية من حيث العادات والأنماط؟

- ما هي دوافع وأسباب استخدام الشباب الجامعي الجزائري لوسائل الإتصال الحديثة في حياته اليومية؟

- ما مدى تأثير استخدام وسائل الإتصال والإعلام الحديثة على قيم الشباب الجامعي الجزائري؟

- ما هي الآليات والوسائل التي يجب اتخاذها لحماية المنظومة القيمية لدى الشباب الجامعي في ظل مخاطر وسائل الإتصال والإعلام الحديثة؟

وقد تم الاعتماد في هذه الدراسة على منهج الوصف بإعتباره المنهج المناسب لهذه الدراسة، تم استخدام الاستمارة كأداة لجمع البيانات، إضافة إلى الملاحظة كأداة مساعدة، أما مجتمع الدراسة تمثل في طلبة جامعات

الشرق الجزائري (عنابة، باتنة وقسنطينة)، الذي تم إختيار منه عينة قصدية عددها 350 مفردة.

وقد توصلت الدراسة إلى النتائج الأتية:

- الشباب الجامعي ذكور وإناث يشاهدون القنوات الفضائية.
- كشفت الدراسة ان البرامج الاكثر مشاهدة من قبل الشباب الجامعي عبر القنوات الفضائية هي البرامج الدينية ثم برامج الافلام والمسلسلات.
- أظهرت الدراسة أن الشباب الجامعي يفضل مشاهدة برامج القنوات الفضائية بصفة كبيرة مع العائلة، وأن أغلبية الشباب الجامعي يقضي من ساعة إلى ساعتين في اليوم في مشاهدة برامج القنوات الفضائية.
- تتمثل أسباب استخدام الشباب الجامعي للبريد الإلكتروني بالدرجة الأولى في العلاقات الشخصية، ثم يليها البحث العلمي والمشاركة في المنتديات.
- الغاية الأولى من مشاهدة القنوات الفضائية هو التخفيف من كثافة برامج التعليم، ومنه الترفيه والتسلية.

5- النظريات المفسرة للدراسة:

سوف يتم عرض النظريات التي يرى الباحث فيها القدرة على تفسير واقع الظاهرة قيد الدراسة دون غيرها من النظريات الأخرى، ليس إنتقاصا لها ولقدرتها على التفسير، وإنما لكونها لا تلائم في تفسيرها واقع الدراسة الراهنة.

1-5- نظرية الاستخدامات والإشباعات: Uses and gratifications theory

هي مقارنة لفهم لماذا وكيف يسعى الناس لوسائل الإعلام الخاصة لتلبية احتياجات محددة، كما انها تركز على الجمهور لفهم وسائل الاتصال الجماهيري. متباينة عن غيرها من نظريات تأثير وسائل الإعلام التي تستند إلى السؤال "ماذا تفعل وسائل الإعلام للناس؟"، في حين تركز نظرية UGT على السؤال "ماذا يفعل الناس مع وسائل الإعلام؟" (Severin and Tankard, 1997).

نظرية الاتصال نظرية وضعية في مقاربتها، تركز على التواصل النفسو- اجتماعي التقليدي، كما تركز على الإتصال على نطاق وسائل الإعلام، والسؤال الدافعي لهذه النظرية هو: لماذا يستخدم الناس وسائل الإعلام وفي ماذا يتم استخدامها؟. وهذا فهي تناقش كيف يعتمد المستخدمين إلى اختيار وسائل الإعلام التي من شأنها تلبية احتياجات معينة لهم، كالسماح لهم بتعزيز المعرفة، الإسترخاء، الرفقة والتفاعلات الاجتماعية.. الخ (McQuail, 2010).

اذ تفترض هذه النظرية أن أفراد الجمهور ليسوا مستهلكين سلبيين لوسائل الإعلام. بدلا من ذلك، الجمهور لديه سلطة على استهلاك وسائل الإعلام، ويأخذ على عاتقه تفسير ودمج وسائل الإعلام في حياته الخاصة، على عكس الرؤى النظرية الأخرى، ترى نظرية الإشباع والاستخدامات أن الجماهير هي المسؤولة عن اختيار وسائل الإعلام لتلبية رغباتها، والحاجة إلى تحقيق الإشباع (Katz, 1974).

2-5- نظرية ثراء وسائل الإعلام: Media Richness Theory

والتي تستخدم لدراسة معايير الاختيار بين الوسائل الإعلامية والتكنولوجية وفقاً لدرجة ثرائها المعلوماتي. وهي ترى أن فعالية الاتصال يعتمد علي القدر الذي تستخدم به الوسيلة، وتركز النظرية بشكل أكبر علي الأشكال التفاعلية للاتصال في اتجاهين بين القائم بالاتصال والجمهور المستقبل للرسالة، وطبقاً لنظرية ثراء وسائل الإعلام فإن الوسائل الإعلامية التي توفر رجوع صدي تكون أكثر ثراء، فكلما قل الغموض كلما كان الاتصال الفعال أكثر حدوداً.

وتفترض النظرية أن وسائل الإعلام لديها القدرة علي حل الغموض الذي يواجه الجمهور وتقديم تفسيرات متنوعة وتسهيل عملية الفهم علي الجمهور المستقبل للرسالة، فثراء المعلومات هو العملية التي تقوم فيها المعلومات بتخفيض درجة الغموض، وإيجاد مساحة من المعاني المشتركة باستخدام وسيلة اتصالية معينة (Carlson, 1999).

3-5- نظرية التفاعلية الرمزية: Symbolic Interactions Perspective

وهي تهتم بالديناميات النفسية الاجتماعية لتفاعل الأفراد في جماعات صغيرة وتركز على المفاهيم **Definitions** والمعاني **Meanings**، والتي وجدت وتم المحافظة عليها من خلال التفاعل الرمزي بين الأفراد، سواء في المنتديات على الانترنت او من خلال التفاعل وجها لوجه. ونتيجة لذلك، يتصرف الناس في مجتمعاتهم وفقاً للمعاني التي يحصلون عليها عن بيئتهم، سواء عبر الإنترنت أو غيرها من تلك التفاعلات. من هذا المنظور يتبين أن التواصل عبر الإنترنت

قد لا يستغرق وقتا في تشكيل معان مختلفة لأناس مختلفين اعتمادا على المعلومات، الزمان والعلاقات وغيرها من النظم التي تشكل مجتمعات الممارسة (Fernback, 2007).

يناقش **Robinson** كيف تشرح نظرية التفاعل الرمزي طريقة خلق الشعور بالذات للأفراد من خلال التفاعل مع الآخرين، وبهذا يشكلون هويات جديدة على شبكة الانترنت (Robinson, 2007).

وبالتالي مستخدمي الانترنت من خلال تفاعلهم المباشر المتعدد المجالات عبر الانترنت قد يكسبهم خبرات وقيم ورموز ذات مضمون اجتماعي أو ثقافي أو ديني، الأمر الذي يمكنهم من الاستقلالية والقدرة على الاختيار في ظل المضامين المتاحة وتكسيهم خصوصيات اجتماعية تؤدي إلى تشكيل واكتساب قيم جديدة لمستخدمي الانترنت، كما يؤدي هذا التفاعل مع مستخدميها على مختلف ثقافتهم ومجالاتهم الاجتماعية إلى اكتساب معاني ورموز وعادات جديدة تختلف عن عاداتهم وثقافتهم، وتجعلهم ضمن مجال اجتماعي يتميز أو يختلف عن المجتمع الأصلي.

6- الإجراءات المنهجية الميدانية للدراسة:

إشتملت هذه الدراسة على الإجراءات المنهجية الآتية:

1-6- المنهج: استعان الباحث بالمنهج الوصفي التحليلي (التفسيري)، لوصف وتفسير العلاقة بين فجوة القيم في ظل الإعلام بالوسائط الجديدة (الانترنت) من وجهة نظر الفئات العمرية التي حددها الباحث للدراسة.

2-6- مجالات الدراسة: وشملت المجال الجغرافي بالإضافة إلى المجال البشري.

-المجال الجغرافي: حاول الباحث في هذه الدراسة أن يغطي كل مقاطعات مدينة قسنطينة، إلا أنه ونظرا لصعوبة الدراسة الميدانية فقد تعمد الباحث اختياره لأربع مقاطعات ممثلة في بلدية قسنطينة، حامة بوزيان، ديدوش مراد، زيغود يوسف معتمداً في ذلك على مجموعة من الخصائص التي ساهمت في تحقيق الباحث لدراسته الميدانية منها:

-قرب هذه المقاطعات من منطق سكن الباحث، مما سهل عملية التنقل إليها.

-كل هذه المناطق تتوفر على خدمات الانترنت، وخاصة المنزلية منها.

-المجال البشري: إعتد الباحث في تحديد المجال البشري للدراسة على آخر الإحصائيات لسنة 2008، المتعلقة منها بمدينة قسنطينة حسب الجنس وحسب السن، وكما جاء في المفهوم الاجرائي للشباب فقد تم حصر مجتمع الدراسة في الفئة العمرية 20- 34 سنة، والتي تمثلت في 263137 موزعين بين إناث وذكور، في ثلاث فئات عمرية.

3-6- تقنيات البحث الميداني: لقد استعان الباحث في دراسته الراهنة على أداة الاستبيان كأداة رئيسية لجمع المعلومات المتعلقة بموضوع الدراسة، وقد تم تصميمه على أساس مقياس ليكرت، مقسم إلى محورين، يرتبط الأول منها بعبارات القيم المحمودة وكان مجموعها 27 قيمة موزعة بين قيم ثقافية،

دينية أخلاقية، جنسية واجتماعية. أما المحور الثاني فكان يرتبط بعبارات السلوكيات المنافية للقيم وكان مجموعها 28 عبارة بين ثقافية، دينية أخلاقية، جنسية واجتماعية. كما تم تحديد مستويات الاتجاه ب (ضعيف، متوسط وقوي) كما يلي:

المدى: 3-1 = 2

طول الخلية: $\frac{2}{3} = 0.66$ ثم يتم إضافة هذه القيمة كما يلي:

[1.66-1] ضعيف، [2.33-1.67] متوسط، [3-2.34] قوي.

وقد تم اعتماد معامل الفا كرونباخ لحساب معامل ثبات الأداة، وكانت قيمته 0.65 وهي أكبر من 0.60 وهذا ما يدل على ثباتها. كما تم حساب الصدق الذاتي للاستبيان من خلال الجذر التربيعي للثبات، وجاء يساوي 0.80 وهو أكبر من 0.60 ما يؤكد الصدق الذاتي للأداة.

4-6- العينة: لما كان مجتمع البحث الكلي يساوي 263137 وهو عدد كبير يتعذر معه المسح الشامل، كانت الضرورة المنهجية تحتم على الباحث إختيار عينة لجمع البيانات من أداة الاستبيان، وقد اعتمد الباحث العينة العشوائية البسيطة على عدة مراحل زمنية وكان عددها مقدر بـ 896 مفردة بحث.

وجاءت العينة تتميز بالخصائص الواردة وفي الجدول الآتي:

اجمالي العينة 896		الفئات	المتغيرات
%	التكرار		
89.39	801	ذكر	الجنس
10.60	95	انثى	

34.15	306	من 20 الى 24 سنة	السن
27.34	245	من 25 الى 29 سنة	
38.50	345	من 30 الى 34 سنة	
2.56	23	ابتدائي	المستوى التعليمي
17.52	157	متوسط	
57.92	519	ثانوي	
21.98	197	جامعي فما فوق	أماكن إستخدام الانترنت
74.10	664	البيت	
16.18	145	مقاهي الانترنت	
9.70	87	أماكن اخرى	سنوات إستخدام الانترنت
27.12	243	أقل من سنتين	
29.12	261	من 2 الى 4 سنوات	
21.20	190	من 4 الى 6 سنوات	
22.54	202	أكثر من 6 سنوات	

تشير المعطيات الرقمية الواردة بالجدول أن نسبة الذكور أعلى من نسبة الإناث، تقابلها في الجدول وعلى التوالي نسبة 89.39% ونسبة 10.60%، ويرجع هذا التفاوت في النسب الى طبيعة الموضوع بحد ذاته، إذ يعتبر موضوع القيم وخاصة منها الجنسية، من المواضيع التي يتجنب الحديث عنها اجتماعيا، بالإضافة إلى طبيعة المجتمع الذكورية أين تنحصر مظاهر القيم أكثر عندهم، بالإضافة إلى أن نسبة الإناث جاءت حسب درجة المستوى العلمي ودرجة التفهم عندهن، إذ أنه كلما قل المستوى العلمي وقلت معه درجة التفهم، كلما قلت درجة التجاوب مع الباحث وذلك نظرا الى طبيعة المجتمع الجزائري المحافظ.

من خلال المعطيات المدونة في الجدول نلاحظ أن تمثيل الفئات العمرية للشباب كان متقاربا وهذا لهدف وغاية مقصودة من الباحث، حتى يبين ويوضح مختلف الآراء والاتجاهات لمختلف الفئات العمرية الشبانية بالمجتمع الجزائري حول الفجوة القيمية في ظل استخدامهم للانترنت. وبالنظر إلى أعلى نسبة للفئة العمرية 30-34 المقدرة بـ 38.50% نستنتج أن هذا المعدل العمري بالنسبة للباحث هو من الفئات العمرية الشبانية التي تمتلك موقفا ورأيا واضحا وفي بعض الحالات ثابتا حول بعض القضايا الاجتماعية مقارنة مع الفئات العمرية الأخرى.

تدل الأرقام المجدولة على أن كل المستويات العلمية حاضرة وهذا ما يوفر للباحث اكتشاف كل المواقف والاتجاهات وكيف تؤثر هذه المستويات العلمية في تشكيل اتجاهات واضحة حول القيم في علاقتها بالإعلام بالوسائط الجديدة (الانترنت) في المجتمع الجزائري.

أما توزيع المبحوثين حسب مكان إستخدام الانترنت، فنجد نسبة أفراد العينة الذين يستخدمون الانترنت في البيت هي أعلى نسبة بـ 74.10% وهذا راجع إلى الانتشار الواسع لشبكة الانترنت والمؤسسات التنافسية في تقديم خدماتها، ما جعلها سهلة المنال لدى كل الفئات الاجتماعية، وما فسح المجال أمام الأسر الجزائرية لامتلاكها في بيوتهم. تليها نسبة 16.18% ممن يستخدمون الانترنت في مقاهي الانترنت وربما يكونوا من الشباب الذين يقطنون بالمناطق النائية التي لا تتوفر بها خدمة الانترنت بعد. أما اخر نسبة والمقدرة بـ 9.70%

فتعبر عن الذين يستخدمون الانترنت في أماكن اخرى أغلبها تتواجد بأماكن الدراسة (الثانوية والجامعة).

أما ما يمكن ملاحظته عن سنوات استخدام الانترنت أنها جاءت كلها متقاربة من حيث النسب المئوية المعبرة عنها، وهذا يقدم لنا صورة عن ما إذا كان الإختلاف في سنوات استخدام الانترنت فعلا له علاقة بتشكّل الفجوة القيمية لدى الشباب الجزائري، بمعنى آخر هل كلما زادت سنوات استخدام الانترنت زادت الفجوة القيمية لدى الشباب الجزائري.

7- مناقشة نتائج الدراسة: مناقشة النتائج في ضوء الاستبيان يضم محورين من عبارات القيم والسلوكات المنافية للقيم.

7-1 مناقشة المحور الأول: القيم المحمودة:

الانحراف المعياري	شدة الاتجاه	المتوسط الحسابي	القيم	
0.60	قوي	2.63	إحترام اللغة العربية	الثقافية
0.80	متوسط	1.83	إحترام العلم والعلماء	
0.51	ضعيف	1.16	إحترام الملكيات الفكرية	
0.58	متوسط	1.91	إحترام عادات وتقاليد الأباء والأجداد	
0.66	ضعيف	1.59	إحترام ثقافات الشعوب الأخرى	
0.63	متوسطة	1.82	الدرجة الكلية للبعد الثقافي	
0.29	قوي	2.97	الالتزام بالقيم العقائدية خاصة (حب الرسول صل الله عليه وسلم)	الدينية أخلاقية
0.42	قوي	2.83	الإلتزام بالقيم التعبديّة خاصة (الصلاة والصوم)	
0.59	ضعيف	1.34	حفظ القران	

0.59	قوي	2.66	إحترام المقدسات الدينية (المساجد، الكنائس)		
0.82	متوسط	2.22	إحترام أئمة وعلماء المسلمين		
0.60	ضعيف	1.63	الاخوة في الله		
0.64	متوسط	1.91	النزاهة والأمانة		
0.77	ضعيف	1.56	الامر بالمعروف والنهي عن المنكر		
0.58	ضعيف	1.47	زيارة المريض		
0.65	متوسط	2.30	صلة الرحم		
0.59	متوسطة	2.08	الدرجة الكلية للبعد الديني		
0.54	قوي	2.66	التكافل والتضامن الاجتماعي		الاجتماعية
0.64	ضعيف	1.25	المسؤولية الإجتماعية		
0.73	قوي	2.34	حسن المعاملة		
0.52	قوي	2.41	السلم والتسامح		
0.97	متوسط	2.11	التحلي بروح المسؤولية		
0.00	ضعيف	1.00	العدل الاجتماعي		
0.56	ضعيف	1.19	المحافظة على النظام الاجتماعي والالتزام به		
0.57	متوسطة	1.85	الدرجة الكلية للبعد الاجتماعي		
0.58	قوي	2.66	ستر العورات	الجنسية	
0.80	متوسط	1.83	عدم التلطف بالكلام الفاحش		
0,64	متوسط	2.22	عدم التحريض على الفاحشة		
0.69	متوسط	1.83	عدم اتباع النزوات سرا او علانية		
0.60	ضعيف	1.63	عدم معاكسة الفتيات		
0.67	متوسطة	2.03	الدرجة الكلية للبعد الجنسي		
0.61	متوسطة	1.94	الدرجة الكلية		

بالنظر إلى عبارات القيم بكل أبعادها الثقافية، الدينية، الاجتماعية والجنسية، وهل تأثرت شدة إتجاه الشباب الجزائري نحوها من وجهة نظرهم

بعد إستخدامهم للانترنت، نجدها جاءت متوسطة وهذا يمكن ان نعبر عنه بان الشباب الجزائري بدأت تتغير نظرتهم إلى بعض القيم دون البعض الأخرى، بمعنى أن الشباب الجزائري ما زال محافظا على القيم المطلقة التي تعتبر بمثابة ثوابت للمجتمعات الإسلامية العربية، في حين تغيرت نظرتهم لبعض القيم والتي يعتبرها قيما نسبية يجب تشاركها مع جميع المجتمعات العالمية.

ويمكن تفسير محافظة الشباب الجزائري على القيم المطلقة والتي تمثل الثوابت، في ضوء بعض القيم التي عبروا عنها بالاتجاه القوي كالأتي:

- جاء إتجاه مفردات العينة نحو القيمة الثقافية إحترام اللغة العربية بشدة 2.63 قوي، وقد كانت دوافع ومبررات مفردات البحث أن اللغة العربية من ثوابت المجتمع الجزائري وتمثل لغته الرسمية، بالإضافة الى كونها لغة القرآن استشهدا بقوله تعالى "إِنَّا أَنْزَلْنَاهُ قُرْآنًا عَرَبِيًّا لَعَلَّكُمْ تَعْقِلُونَ" (سورة يوسف، الآية 2) ، ومن جهة أخرى يرى الباحث أن الشباب الجزائري بقيت نظرتهم للغة العربية موجبة كون كل تفاعلاتهم عبر شبكة الانترنت باللغة العربية، بالإضافة الى وضوح معاني ومفاهيم المحتوى الإلكتروني باللغة العربية على غيره من اللغات الأخرى، وهذا ما يتوافق مع الفرضية التي جاءت بها نظرية التفاعلية الرمزية.

- كان إتجاه مفردات العينة نحو بعض القيم الدينية الأخلاقية كقيمة الالتزام بالقيم العقائدية خاصة حب الرسول (صل الله عليه وسلم) قوي بدرجة 2.97 والتي جاءت تمثل أعلى درجة في الإتجاه على سلم القيم الايجابية، وقد لاحظ الباحث أن مفردات العينة من الذكور أو الإناث كانوا

متفاعلين جدا عند إعطائهم الدرجة لهذه القيمة حتى أنهم لم يُبدوا أي تعليق، ويُرجع الباحث شدة هذا الاتجاه إلى تعلق الشباب الجزائري بقيمهم العقائدية والدفاع عنها.

كما يمكن ارجاع هذا التعلق الكبير بالقيم العقائدية الى ثراء المحتوى الالكتروني حول حب الرسول والدفاع عنه، خاصة بعد الحملات الشنيعة التي شنتها بعض الهيئات والمؤسسات العالمية عبر وسائل الإعلام بالوسائل الجديدة وعلى رأسها الانترنت لتشويه صورة رسول الله عليه الصلاة والسلام، فهذا الثراء ببعديه الإيجابي والسلبي شكّل لديهم إتجاه قوي نحو هذه القيم وهذا طبقاً لنظرية ثراء وسائل الإعلام، فإن الوسائل الإعلامية التي توفر رجع صدي تكون أكثر ثراء لتعزز محتوى الرسالة.

- كما جاءت نتيجة إتجاه مفردات العينة في البعد الديني الأخلاقي نحو الإلتزام بالقيم التعبدية خاصة الصلاة والصوم قوية بدرجة 2.83 ما يؤكد تمسك الشباب الجزائري بالعبادات التي تمثل أركان الإسلام، ويعزو الباحث هذه النتيجة الى كون هذين الركنين بالذات أصبحوا جزءا لا يتجزأ من الهوية الدينية للمجتمع الجزائري التي حافظ عليها وتواترها عبر مر الأجيال، لكن الباحث لديه تحفظ حول هذه القيم اذ يرى بأنها أصبحت تمثل طقوس تعبدية لا غير، بمعنى أنها أصبحت لا تؤدي وظيفتها كالنهي عن المنكر مصداقا لقوله تعالى "إِنَّ الصَّلَاةَ تَنهَى عَنِ الْفَحْشَاءِ وَالْمُنْكَرِ وَلَذِكْرُ اللَّهِ أَكْبَرُ" (سورة العنكبوت، الآية 45) ، بالإضافة إلى انتشار مظاهر الفاحشة في مجتمعتنا

الجزائري الإسلامي، وهذا ما ستؤكدده بعض النتائج في محور السلوكات المنافية للقيم.

- في نفس البعد جاء إتجاه مفردات العينة نحو قيمة إحترام المقدسات الدينية (المساجد، الكنائس) قوي بدرجة 2.66 وهذا إن دل إنما يدل على شيء واحد هو أن الشباب الجزائري يعي حرمة التعدي على الأماكن ذات الطابع القداسي، أو الأشياء التي تحمل دلالات قدسية، ويرجع الباحث هذا الى كون الشباب الجزائري وغير الجزائري في كل انحاء العالم يقدر أماكن العبادة وتأدية الشرائع والطقوس الدينية، والتي تشكل جزء هاماً من الهوية الدينية لكل مجتمع.

- أما من البعد الاجتماعي فجاء إتجاه مفردات العينة نحو بعض القيم مثل: التكافل والتضامن الاجتماعي، حسن المعاملة والسلم والتسامح بدرجات قوية على التوالي: 2.66، 2.34، 2.41 وهذه كلها قيم يرى فيها الباحث أنها إمتداد لطبيعة المجتمعات الإسلامية المعروفة بمثل هذه القيم الإنسانية والتي زرعها الإسلام في قلوب المسلمين، كما أن هذه القيم تكون نتاجاً للتفاعل الإنساني، بمعنى أن الأفراد في تفاعلهم وتواصلهم مع بعضهم البعض تنشأ بينهم مثل هذه القيم، كما تعبر عن جزء من طبيعة البشر الإنسانية في تحقيق مثل هذه الحاجات والإشبعات، وبالنظر إلى وظيفة وسائل الإعلام التي زادت من وتيرة التواصل والتفاعل الإنساني زادت معها مثل هذه القيم بالانتشار، وهذا ما تعبر عنه بعض صفحات الانترنت في مختلف مواقعها امتداداً لنظرية الاستخدامات والإشبعات.

- جاءت نتائج عينة البحث التي تتعلق بالبعد الجنسي موجبة نحو قيمة ستر العورات بدرجة 2.66 قوي، ذلك ان المجتمع الجزائري ذكوري محافظ يغار على عرضه وهذه شيمة من شيم الإسلام لقوله تعالى "يا بني آدم قَدْ أَنْزَلْنَا عَلَيْكُمْ لِبَاسًا يُؤَارِي سَوْآتِكُمْ وَرِيشًا وَلِبَاسُ التَّقْوَىٰ ذَٰلِكَ خَيْرٌ ذَٰلِكَ مِنْ آيَاتِ اللَّهِ لَعَلَّكُمْ يَتَذَكَّرُونَ" (سورة الاعراف، الآية 26) ، غير أن الباحث يرى في هذه القيمة بوادر للزوال مع ما تُروجُ له وسائل الإعلام بالوسائط الجديدة من أشكال وأنماط من اللباس التي تكشف العورات وتدعوا إلى الصفور والتبرج تماشيا مع الطبيعة الشهوانية المتزايدة عند الشباب وتلبية لرغباتهم الجنسية ونزواتهم البيولوجية، واستنادا للتعريف الذي قدمته Margaret Mead حول مفهوم الشباب الذي يدور حول مسألة القمع الجنسي، وهي دعوة صريحة لكسر القيود الجنسية المفروضة على الشباب في المجتمعات الغربية، ومن ثم تسويقها كفكرة ثقافية لباقي المجتمعات العالمية.

في حين جاءت نتائج البحث حول إتجاه مفردات العينة نحو بقية القيم بأبعادها المختلفة بدرجة ضعيف ومتوسط، وهي تدل على نسبة هذه القيم في فلسفة شباب الانترنت نتيجة التثاقف عبر وسائل الإعلام، وتشكل قيما هجينة جديدة لدى الشباب نحو بعض القيم في ظل الإمبريالية الثقافية والسعي نحو هيمنة الثقافة الغربية على باقي شعوب العالم.

7-2- مناقشة المحور الثاني: السلوكات المنافية للقيم:

الانحراف المعياري	شدة الاتجاه	المتوسط الحسابي	السلوكات المنافية للقيم	
0.67	قوي	2.43	الاحتفال بأعياد غير المسلمين (رأس السنة، عيد الحب)	الثقافية
0.64	قوي	2.88	تقليد المشاهير والنجوم (اللباس، حلاقة الشعر)	
0.75	متوسط	2.23	حب الفن والفنانين	
0.68	ضعيف	1.49	التشبع بالتراث الثقافي الغربي	
0.61	متوسط	1.77	رفض الثقافات الفرعية، والدعوة للطائفية	
0.67	متوسطة	2.16	الدرجة الكلية للبعد الثقافي	
0.81	ضعيف	1.28	التطرف الديني	الدينية أخلاقية
0.97	متوسط	1.98	إهمال الفرائض	
0.54	ضعيف	1.34	الرشوة	
0.59	متوسط	1.69	الغش	
0.82	ضعيف	1.31	كره الوطن	
0.60	متوسط	881.	الكذب والنميمة	
0.73	متوسط	1.96	عدم احترام الجيران	
0.48	ضعيف	701.	عقوق الوالدين	
0.71	ضعيف	1.48	التعالي والتكبر على الآخرين	
0.47	متوسط	811.	سب أهل الملل من غير المسلمين	
0.67	متوسطة	1.62	الدرجة الكلية للبعد الديني	

0.64	قوي	2.41	الانتهازية	الاجتماعية
0.53	ضعيف	1.21	عدم احترام ملكية الغير	
0.56	ضعيف	1.36	عدم احترام الفوارق العمرية	
0.87	متوسط	2.29	العنف المعنوي والمادي	
0.49	قوي	2.36	الغاية تبرر الوسيلة	
0.77	قوي	2.71	المصلحة الفردية	
0.49	ضعيف	1.63	العزلة الاجتماعية والانطوائية	
0.41	متوسط	1.98	اللامبالاة والطيش	
0.60	متوسطة	1.99	الدرجة الكلية للبعد الاجتماعي	
0.74	قوي	2.76	الاختلاط الجنسي	الجنسية
0.66	متوسط	1.12	الشذوذ الجنسي	
0.81	قوي	2.35	التحرش الجنسي بكل أشكاله	
0.00	ضعيف	1.00	التعدي على الحرمات والأعراض	
0.63	قوي	2.42	الإباحية (الكلام عن الجنس عبر مواقع التواصل، المواقع الاباحية)	
0.56	متوسطة	1.93	الدرجة الكلية للبعد الجنسي	
0.63	متوسطة	1.92	الدرجة الكلية	

وفقا للمعطيات الواردة في الجدول حول السلوكات المنافية للقيم التي تَبَرُّ كسلوك ومواقف من الشباب الجزائري حسب وجهة نظر أفراد عينة البحث المستخدمين للانترنت، نلاحظ أن شدة الاتجاه العام نحو هذه القيم جاءت متوسطة بدرجة 1.87 وهي تعبر عن مدى تبني الشباب لبعض السلوكات المنافية للقيم التي تترجم كسلوك في حياتهم اليومية، كما أن هذه القيم تقابل

فعلا مجموع القيم التي تدعوا وتنادي بها الدول الغربية عبر وسائط الإعلام المتعددة في إطار العولمة الثقافية والتحرر الجنسي والاجتماعي.

والنتائج الواردة في الجدول أعلاه حول إتجاهات الشباب الجزائري نحو بعض السلوكات المنافية للقيم والتي نجد أكثرها في البعد الثقافي والجنسي، تؤكد لنا مدى الفجوة القيمية الموجودة بين الشباب والقيم الأصيلة في المجتمع الجزائري، وهي كالآتي:

- جاءت شدة اتجاه افراد العينة نحو السلوكات المنافية للقيم التي تعبر عن البعد الثقافي تمثل أعلى درجة بين السلوكات المنافية للقيم للأبعاد الأخرى بدرجة 2.16 متوسطة، والتي يعتبرها الباحث متوسطة بشدة قوية نظرا لأن أغلب القيم الواردة في هذا البعد ينظر اليها الشباب من أفراد العينة بايجابية.

فالبنسبة لقيمة الاحتفال بأعياد غير المسلمين (رأس السنة، عيد الحب) جاءت بدرجة 2.43 قوي، إذا لا يرى معظم الشباب حرج في الاحتفال بمثل هذه الأعياد والتي اعتبروها تخص الإنسانية جمعاء، ويعلل الباحث هذا التوجه بالإستناد الى نظرية التفاعلية الرمزية التي تعتبر أن مثل هذه القيم لها دلالات ورموز تعبر عن مدى التفاعل والتقارب بين الأفراد، كما يرى الباحث أن هذه الدلالات والرموز التي تشكلت عند الشباب لم تكن من قبل موجودة بهذه الصورة إلا بعد إنتشاروسائط الإعلام بالوسائط الجديدة التي زادت من تفاعل الشباب ليس مع أقرانهم من المجتمع الواحد الذي يؤمن بنفس القيم، بل زاد تفاعلهم مع غيرهم من الشباب من مجتمعات اخرى يحملون قيما ثقافية مغايرة، بالإضافة إلى أن ثراء وسائل الإعلام بالوسائط الجديدة

بالفيديوهات والصور عن مثل هذه الاحتفالات غيرت من اتجاه الشباب نحو الاحتفال بمثل هذه الأعياد رغم أنها مخالفة للقيم الإسلامية.

كما كان اتجاه المبحوثين نحو قيمة تقليد المشاهير والنجوم (اللباس، حلاقة الشعر)، قوي بدرجة شدتها 2.88، وهي قيمة يكاد يجمع عليها كل أفراد العينة، وكانت حجتم لتبرير موقفهم أن ما يعرض في السوق اليوم من ملابس كلها ماركات وعلامات تجارية يسوق لها مشاهير ونجوم العالم من فنانين، رياضيين وممثلين، بالإضافة إلى تعرضهم وتعرفهم على أحدث الموضات من لباس وحلاقة من محتوى وسائط الإعلام بالوسائط الجديدة ومن خلال تواصلهم وتفاعلهم مع مواقع الموضة عبر الانترنت، ويؤيد الباحث تأثر الشباب بقيم الموضة التي يروج لها مشاهير ونجوم العالم إلى رغبة هذه الفئة من المجتمع في إشباع رغبتهم في التميز والظهور بمظهر النجومية والأناقة على غيرهم من الفئات الاجتماعية الأخرى.

في آخر السلوكات المنافية للقيم من البعد الثقافي والتي كان إتجاه الشباب نحوها موجب هي قيمة حب الفن والفنانين بدرجة 2.23 ورغم أن هذه الدرجة تقع في المجال المتوسط إلا أن الباحث فضل أن يدرجها في درجة قوي لخطورة هذه القيمة على الشباب من الناحية الثقافية، بالإضافة الى بوادر تناميها في أوساط شبابنا إلى حد تقليدهم كما جاء التعبير عنه في القيمة السابقة، ويرى الباحث تزايد حب الشباب للفن والفنانين هو نتاج لتعدد الوسائط السمعية والبصرية الى جانب ثراء الانترنت بأعمال الفنانين في كل

مجالات الفن وخاصة منها الغناء، الرقص والتمثيل ما يزيد من مستوى التعرض لها والتأثير بها وهذا ما أكدته نظرية ثراء وسائل الإعلام.

- جاءت نتائج السلوكات المنافية للقيم في البعد الاجتماعي من حيث درجتها تلي البعد الثقافي مباشرة بدرجة 1.99 متوسط، والعبارات التي رفعت من نسبة السلوكات المنافية للقيم في البعد الاجتماعي جاءت كلها تمثل جوهر العولمة ما يدل على تأثر الجيل الجديد من الشباب بقيم العولمة لكونهم أكثر من يتعرض لهذه القيم من غيرهم لاستخدامهم المتزايد لتكنولوجيا الإعلام بالوسائط الجديدة وفي مقدمتها الانترنت حتى أصبحت هذه الوسيلة مقرونة بهم (شباب الانترنت، جيل الانترنت وغيرها من التسميات)، وتبرزُ النتائج التي تُعبر عن جوهر العولمة في القيم التالية:

جاءت نتيجة السلوكات المنافية للقيم الممثلة في عبارة المصلحة الفردية تمثل أعلى درجة في البعد الاجتماعي بقيمة 2.71 قوي، وهي من خصائص العولمة المعبر عنها بالفردانية وهي سمة من سمات المجتمعات المعاصرة التي تؤمن بتحقيق المصلحة الفردية على حساب المصلحة الجماعية، غير أن هذه القيمة لم تكن بهذا الإنتشار في المجتمع الجزائري من قبل ويعتقد الباحث أن هذه القيمة اكتسبها الشباب الجزائري نتيجة تأثرهم بالحضارة الغربية المادية وما وصلت إليه من رفاه على المستوى الفردي والتي سُوقت لهم عبر مختلف وسائل الإعلام.

في حين جاءت نتيجة قيمة الانتمائية بدرجة 2.41 قوى في سلم القيم الاجتماعية السلبية، وهي قيمة ملازمة لقيمة الفردانية إذ أنه لتحقيق المصالح

الفردية لا بد على الفرد أن يكون شخصا انتهازيا ولو على حساب الضعفاء أو أصحاب الحق، وهذه الصفة يعتبرها الباحث من السلوكات السلبية التي تقتل في الإنسان إنسانيته وضميره الاجتماعي مما تكون له عواقب على بعض القيم الاصلية والمحمودة في المجتمع الجزائري.

وامتدادًا للقيم التي تمثل روح العولمة جاءت نتيجة السلوكات المنافية للقيم الغاية تبرر الوسيلة شدتها قوية بدرجة 2.36 على سلم القيم الاجتماعية، وهي تعتبر من أهم القيم الاجتماعية التي تروج لها العولمة بقوة في بعدها المادي، ويرى الباحث أن هذه القيمة جاءت قوية في نظر الشباب نتيجة تأثرهم بالحياة المادية والرفاه الاقتصادي وأسلوب العيش الذي تروج له وسائل الإعلام بالوسائل الجديدة ل حياة الشباب في الحضارة الغربية ما أثر في نظرة الشباب إتجاه طرق العيش وحتى طرق الكسب، ونتيجة لذلك انتشرت في الجزائر طرق مخالفة للقانون والشرع في أوساط الشباب لجني المال مثل تجارة المخدرات وبيع الخمور، أو كادعارة عصابات التزوير والسطو وغيرها من طرق كسب المال الحرام.

كما جاءت كذلك نتائج السلوكات المنافية للقيم في بعدها الاجتماعي تشير إلى إنتشار سلوك سلمي في أوساط الشباب الجزائري وذلك بدرجة 2.29 متوسط ممثلة في قيمة العنف المعنوي والمادي، والتي أعتبرها الباحث قوية للإعتبار كثيرة منها أن هذه القيمة تمثل لب ما تروج له وسائل الإعلام بالوسائل الجديدة اليوم سواء عبر الانترنت، أقراص الفيديو، ألعاب دي في دي وغيرها من الوسائل الأخرى، ولاعتبار آخر يتمثل في الاستعداد النفسي

للشباب الجزائري للعنف المادي والمعنوي بالإضافة الى كون المجتمع الجزائري مجتمع ذكوري، مما يساعد في رأي الباحث على إنتشار وتنامي هذا السلوك بسرعة لدى الشباب، نظرا لوجود الجوّ الملائم الذي هيأت له وسائط الإعلام بالوسائط الجديدة للإشباع هذه الغريزة الذكورية.

- أما السلوكات المنافية للقيم في بعدها الجنسي من وجهة نظر أفراد العينة بدرجة 1.93 متوسط، مرتفعة من وجهة نظر الباحث ذلك لأن القيم المرتفعة التي تعبر عن هذا البعد يرى الباحث فيها خطر على الشباب قد تبعدهم عن القيم والأخلاق الإسلامية الحميدة، وتمثلت هذه القيم فيما يلي:

الاختلاط الجنسي كسلوك سلبي جاءت قيمتها 2.76 قوي، من وجهة نظر الشباب أفراد العينة وهم لا يعتبرونها سلوكا سلبيا نظرا لعمومية هذا المظهر في المجتمع الجزائري في جميع المجالات والميادين، بدأ من الوسط الأسري إلى الأماكن العمومية كالشارع وسائل النقل العمومية وغيرها، والخاصة منها كالمؤسسات بإختلافها مثل الجامعات والمستشفيات وغيرها. ويرى الباحث بأن هذا السلوك التي لا يولي الشباب لها أهمية على مستوى النسق القيمي تمثل الزر الذي يُطلق العنان للتحرر الجنسي وكسر القيم الاخلاقية بالمجتمع الجزائري، فهي التي تتيح للشباب تجاوز كل الضوابط الأخلاقية التي تحد من نزواتهم وغرائزهم الجنسية. بالإضافة إلى إبراز هذا السلوك عبر وسائط الإعلام كقيمة محمودة تعبر على الإنفتاح والتحضر، كما أن كل أشكال التواصل والتفاعل عبر شبكة الانترنت (مواقع التواصل الاجتماعي) بين الشباب نجدها

مختلطة بين الجنسين ما قرب بينهما أكثر حتى أصبح الاختلاط سمة من سمات المجتمع الافتراضي.

في حين جاءت سلوك الإباحية (الكلام عن الجنس عبر مواقع التواصل، المواقع الإباحية) بدرجة 2.42 قوي، وكما جاء في تعليق بعض أفراد العينة الذكور ما هي في رأيك المواضيع التي سنتحدث عنها عبر مواقع التواصل مع الجنس الآخر؟ إلا الحديث عن الجنس، ويعتقد الباحث أن شبكة الانترنت هي المصدر الأول في الإباحية التي يشهدها الشباب الجزائري نظرا لثراء المحتوى الجنسي عبر هذا الوسيط الإعلامي، بالإضافة إلى الغريزة الجنسية المتزايدة عند الشباب والتي يتم إشباعها عبر شبكة الانترنت وما توفره من مواقع ومعلومات إباحية والتي يتعرض لها الشباب عن قصد (التصفح القصدي لهذه المواقع)، أو عن غير قصد (الصفحات الإشهارية والإعلانية التي تكون مصاحبة لبعض المواقع).

وكنتيجة لسلوك الاختلاط الجنسي والإباحية جاءت نتيجة عبارة التحرش الجنسي بكل أشكاله بدرجة 2.35 قوي، ويعتقد أفراد العينة أن إرتفاع سلوك التحرش الجنسي عند الشباب جاء نتيجة حتمية للاختلاط والإباحية بين الجنسين من الشباب. والتحرش الجنسي المنتشر بين الشباب الجزائري وخاصة الذكور هو التحرش اللفظي، أين يستخدمون عبارات لفظية ذات دلالات ومعاني جنسية موجهة للجنس الآخر، كما علق مجموعة من الذكور أفراد العينة أن تحرشهم بالفتيات جاء نتيجة تبرجهن بأشكالٍ من الألبسة الإباحية التي تثيرهم، في حين يعتقد الباحث أن سلوك التحرش الجنسي عند الشباب

هو نتاج لتشبعهم بالأفكار الجنسية المختلفة التي يزخر بها المحتوى الرقمي عبر الانترنت ووسائل الاعلام المختلفة.

ما يمكن ملاحظته على جدول السلوكات المنافية للقيم التي جاءت تمثل البعد الديني الأخلاقي أن كل العبارات جاءت درجتها من ضعيف الى متوسط، ما يوحي بأن الشباب الجزائري لم ينسلخ بعد عن هويته الدينية وأنه مازال محافظا عن بعضها وخاصة التي تمثل منها جوهر الدين الإسلامي.

8- التوصيات والاقتراحات:

كنتيجة نهائية لهذه الدراسة يرى الباحث أن الشباب الجزائري مازال يلتزم ببعض القيم المطلقة ويعتبرها من الثوابت التي تجسد هويته العربية الإسلامية، في حين أنهم تخلوا عن البعض الآخر من القيم المحمودة التي تُعبر عن أخلاق المجتمع الاسلامي أو تبنوا قيماً جديدة مكتسبة عبر تفاعلهم مع محتوى الإعلام بالوسائل الجديدة ، والتي تشكل خطراً وتهديداً على المبادئ والقيم الاخلاقية للمجتمع الإسلامي، ما يستدعي من كل الأطراف الفاعلة من أكاديميين ومسؤولين العمل على وضع خطط وإستراتيجيات لدفع الشباب الجزائري إلى التخلي عن بعض السلوكات السلبية وضمان عدم انتشارها واستمرارها للأجيال القادمة.

وفي هذا السياق يورد الباحث مجموعة من الإستراتيجيات يتعلق بعضها بتثقيف القيم والسلوك عند الشباب، والبعض الآخر يتعلق بتثقيف الإعلام بالوسائل الجديدة .

1-8- إستراتيجيات ترشيد القيم والسلوك عند الشباب:

- تكثيف الدراسات النظرية والعملية والميدانية لرصد ظاهرة إدمان الانترنت ومعرفة مدى انتشارها في المجتمع وآثارها على الشباب بشكل خاص على أدايمهم في حياتهم الاجتماعية وممارساتهم الثقافية والدينية.

- وضع برامج إعلامية توعويه للشباب لترشيد استخدام شبكة الانترنت، وإصدار نشرات تحسيسية توعوية توزع بأماكن التجمعات الشبانية (النوادي الرياضية، الجامعات والمراكز التعليمية والتربوية، المراكز الثقافية والترفيهية..الخ) بضرورة الاستفادة من الانترنت بشكل إيجابي.

- تفعيل دور مؤسسات التنشئة الاجتماعية كالأسرة، المدرسة، المسجد والجماعات الأولية التي تساهم في غرس القيم المحموددة في المقام الأول للشباب.

- يجب أن تسعى الدول إلى إطلاق مبادرات تنصدها الهوية الوطنية، وتكريسها لدى الشباب الجزائري، بالإضافة إلى رعاية المواهب الشابة والإبداعات الوطنية، وتهيئة الشباب للتفاعل مع متطلبات مجتمع المعرفة، وتوظيف الإمكانيات والموارد اللازمة التي تعزز من قدرة الشباب على دعم الهوية الوطنية وضمان استمرارها.

- اعتماد تدريس مادة الأنترنت وإيضاح مخاطرها وإيجابياتها وكيفية الاستخدام الأمثل لها في المدارس الابتدائية والمتوسطة والثانوية وتنمية رقابة الضمير لدى الشباب بالثقيف والتربية والتوجيه المناسب وتعزيز الرقابة الذاتية لدى الشباب عبر المتابعة المستمرة من الأسرة.

- اهتمام منظمات المجتمع المدني وأجهزة العمل مع الشباب والمؤسسات التعليمية بالإعلام التربوي ضمن أنشطتها وبرامجها فالإعلام التربوي يهدف إلى إحداث تغيير مقصود في قيم واتجاهات أفراد المجتمع والتعامل مع المشكلات والقضايا المجتمعية على أسس موضوعية.

- تأسيس استشاريين اجتماعيين ونفسانيين متخصصين في دراسة التغيرات السلوكية والقيمية لمستخدمي الانترنت ووسائل الإعلام الأخرى من أجل تقييمهم وتقويمهم.

2-8- إستراتيجيات ترشيد الإعلام بالوسائل الجديدة :

- تفعيل دور الدولة وعلى رأسها وزارة الاتصال وتكنولوجيا الإعلام في تشديد الرقابة على المحتوى الالكتروني في وسائل الإعلام وفي مقدمتها شبكة الانترنت.

- تشجيع التصميمات والمحتويات الإلكترونية التي تشجع على غرس القيم الاخلاقية والسلوكية في المجتمع الجزائري.

- دعم المعلومات التكنولوجية الهائلة من الأجهزة والتطبيقات، الأقمار الصناعية وشبكة الإنترنت ووسائل الإعلام الاجتماعية وأقلمتها مع الثقافة العربية الإسلامية، بغض النظر عن الفروق مع الثقافة الغربية والفروق بين جذورها التاريخية والدينية الخاصة بكل منها.

- ضرورة تفعيل سياسات التكامل الإقليمي العربي في تعزيز إثراء محتوى الإعلام بالوسائل الجديدة لصالح الثقافة الإسلامية والهوية العربية، وبصفة

خاصة في ظل العولمة والتكتلات الدولية لسيطرة على تكنولوجيا وسائل الاعلام وتسويق المحتوى الإعلامي للثقافة المهيمنة والسائدة.

الهوامش:

¹ Shanthi Balraj Baboo, et Al. (April 2013): Young people and new media in Malaysia: an analysis of social uses and practices, journal of arts, Science & Commerce, Vol– IV, Issue – 2, pp 50-56.

² Boudon Raymond, Fillieule Renaud (2002) : Les Méthodes en Sociologie, 12^e éd., Paris, Presses Universitaires de France, pp 26-27.

³ Bailey Socha and Barbara Eber-Schmid (2009): What is new media? Defining new media isn't easy, Retrieved 3 April 2015 (<http://www.newmedia.org/what-is-new-media.html>).

⁴ Piotr Konieczny (March 2009): Governance, Organization, and Democracy on the Internet: The Iron Law and the Evolution of Wikipedia, Sociological Forum. Vol. 24, No. 1 (pages 162-192).

⁵ Lev Manovich (2001): The Language of New Media, Mass: MIT Press, Cambridge and London, p 35.

⁶ Jay David Bolter and Richard Grusin (1999): Remediation: Understanding New Media, Cambridge, MA: The MIT Press, p 45- p55.

⁷ Guo-Ming Chen (2012): The Impact of New Media on Intercultural Communication in Global Context, China Media Research, 8 (2): 1-10, p 2-3.

⁸ Pat Duffy Hutcheon (1972) : Value Theory: Towards Conceptual Clarification, The British Journal of Sociology Vol. 23, No. 2 (Jun., 1972), pp. 172-187

⁹ السعيد بومعيزة: اثر وسائل الاعلام على القيم والسلوكيات لدى الشباب، دكتوراه دولة في علوم الاعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والإعلام، قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، الجزائر، سنة 2006، ص 145.

¹⁰ Roche, J, et Al. (2004): youth in society, 2nd Ed, London: sage publications, p 43.

¹¹ Kehily M.J. (2007): Understanding Youth: Perspectives, Identities and Practices, Milton Keynes: Open University Press, p 57.

¹² Ibid, 61.

¹³ Ibid, 47.

¹⁴ Ibid, 62-63.

¹⁵ السعيد بومعيزة: اثر وسائل الاعلام على القيم والسلوكيات لدى الشباب، مرجع سابق، ص 177.

¹⁶ Deutsch Morton (1973): The Resolution of conflict: Constructive and Destructive Processes, New Haven, CT: Yale University Press, pp 15, 17.

¹⁷ Commission for Social Development Resolutions, E/2007/26 & E/CN.5/2007/, 2007.

¹⁸ <http://www.africa-union.org/root/ua/conferences/mai/hrst/charter%20english.pdf>

¹⁹ Gill, Jones. (2009): Key concepts: youth, Cambridge: polity press.

²⁰ بلال بولعام: اثر الانترنت على القيم الدينية والثقافية لدى الشباب الجامعي الجزائري، دراسة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، تخصص علوم الاعلام والاتصال، جامعة الجزائر 2014.

²¹ رباب رأفت محمد الجمال: أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي علي تشكيل النسق القيمي الأخلاقي للشباب السعودي، دراسة ميدانية، كلية الاتصال والإعلام، جامعة الملك عبد العزيز، المملكة العربية السعودية، سنة 2013.

²² محمد الفاتح حمدي: استخدامات تكنولوجيا الاتصال والاعلام وانعكاساتها على قيم الشباب الجامعي، دراسة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، تخصص علوم الاعلام والاتصال، جامعة باتنة، الجزائر 2009.

²³ السعيد بومعيزة: اثر وسائل الاعلام على القيم والسلوكيات لدى الشباب، دراسة استطلاعية بمنطقة البلدية، دكتوراه دولة في علوم الاعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والإعلام، قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، الجزائر، سنة 2006.

²⁴ Severin, W. J., and Tankard, J. W. (1997): *Communication Theories: Origins, Methods, and Uses in the Mass Media* (4th Ed.), New York: Longman.

²⁵ McQuail, Denis (2010): *Mass communication theory: an introduction*, London: Sage Publications, pp. 420–430.

²⁶ Katz, Elihu, Jay G. Blumler and Michael Gurevitch: *Uses and Gratifications Research.*"The Public Opinion Quarterly 4th ser. 37 (1973–1974): 509-23. JSTOR. Web. 14/05/2015. <http://jstor.org/stable/2747854>

²⁷ Carlson, John. R. and Zmud, Robert W (April 1999): *Channel Expansion Theory and the Experiential Nature of Media Richness Perceptions*, *Academy of Management Journal* 42 (2): 153–170.

²⁸ Fernback, J (February 2007): *Beyond the diluted community concept: a symbolic interactionist perspective on online social relations* *New Media & Society*, 9: 49-69

²⁹ Robinson, L. (2007): *The cyberself: the self-ing project goes online, symbolic interaction in the digital age.* *New Media & Society*, 9(1), 93-110.

³⁰ سورة يوسف: الآية 2.

³¹ سورة العنكبوت: الآية 45.

³² سورة الأعراف: الآية 26.

المصادر والمراجع:

القران الكريم

السعيد، بومعيزة، اثر وسائل الإعلام على القيم والسلوكيات لدى الشباب، دراسة استطلاعية بمنطقة البلدية، دكتوراه دولة غير منشورة في علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والإعلام، قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، (2006) الجزائر.

رباب، رأفت محمد الجمال. أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي علي تشكيل النسق القبلي الأخلاقي للشباب السعودي. دراسة ميدانية، كلية الاتصال والإعلام، جامعة الملك عبد العزيز، (2013) المملكة العربية السعودية.

محمد، الفاتح حمدي، استخدامات تكنولوجيا الاتصال والإعلام وانعكاساتها على قيم الشباب الجامعي. دراسة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، تخصص علوم الإعلام والاتصال، (2009) جامعة باتنة، الجزائر.

بلال، بولعام، أثر الانترنت على القيم الدينية والثقافية لدى الشباب الجامعي الجزائري. رسالة ماجستير غير منشورة، (2014) تخصص علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر.

Kehily, M.J. Understanding Youth, Perspectives, Identities and Practices, Milton Keynes: Open University Press, (2007)

Lev, Manovich. The Language of New Media, Mass, MIT Press, Cambridge and London. (2001).

Bailey, Socha and Barbara Eber-Schmid. What is new media? Defining new media isn't easy, Retrieved 3 April 2017 (<http://www.newmedia.org/what-is-new-media.html>).

Boudon, Raymond. Fillieule Renaud, Les Méthodes en Sociologie, 12^e éd., Paris, Presses Universitaires de France, (2002).

Carlson, John. R. and Zmud, Robert W, Channel Expansion Theory and the Experiential Nature of Media Richness Perceptions, Academy of Management Journal 42 (2) (April 1999): 153–170.

Commission for Social Development Resolutions, E/2007/26 & E/CN.5/2007/, 2007.

Deutsch, Morton. The Resolution of conflict, Constructive and Destructive Processes, New Haven, CT: Yale University Press, (1973).

Fernback, J, Beyond the diluted community concept: a symbolic interactionist perspective on online social relations New Media & Society, 9 (February 2007): 49-69

Gill, Jones, Key concepts: youth, Cambridge: polity press, (2009).

Guo-Ming Chen, The Impact of New Media on Intercultural Communication in Global Context, China Media Research, 8 (2), (2012): 1-10.

<http://www.africa-union.org/root/ua/conferences/mai/hrst/charter%20english.pdf>,
5 April 2017.

Jay, David Bolter and Richard, Grusin, Remediation: Understanding New Media, Cambridge, MA: The MIT Press, (1999).

Katz, Elihu, Jay. G. Blumler and Michael Gurevitch. Uses and Gratifications Research, "The Public Opinion Quarterly 4th ser, 37 (1973–1974): 509-23. JSTOR. Web. 14/05/2017. <http://jstor.org/stable/2747854>

McQuail, Denis, Mass communication theory, an introduction, London: Sage Publications, (2010).

Pat Duffy Hutcheon (1972) . Value Theory: Towards Conceptual Clarification, The British Journal of Sociology Vol. 23, No. 2 (Jun, 1972).

Robinson, L, The cyberself: the self-ing project goes online, symbolic interaction in the digital age. New Media & Society, 9(1), (2007), 93-110.

Roche, J, et Al, youth in society, 2nd Ed, London: sage publications, (2004).

Severin, W. J., and Tankard, J. W, Communication Theories: Origins, Methods, and Uses in the Mass Media (4th Ed.), New York: Longman, (1997).

Shanthi Balraj Baboo, et Al, Young people and new media in Malaysia: an analysis of social uses and practices, journal of arts, Science & Commerce, Vol– IV, Issue – 2, (April 2013).

Piotr, Konieczny: Governance, Organization, and Democracy on the Internet: The Iron Law and the Evolution of Wikipedia, Sociological Forum. Vol. 24, No. 1, (March 2009), (162-192).