

استراتيجيات الاتصال الشبابي في حماية الشباب من  
المشكلات الاجتماعية - دراسة ميدانية بدار الشباب لمدينة  
سعيدة-

مختار جلولي

جامعة ابن خلدون تيارت

Mokhtar.djellouli@univ-tiaret.dz

تاريخ الإرسال: 2019/12/06؛ تاريخ القبول: 2020/08/13

**Youth communication strategies in protecting young  
people from social problems - a field study at the Youth  
House for saida City -  
Mokhtar djellouli**

**Abstract:** Youth communication is one of the most important types and branches of social communication, which has begun to pay attention recently, especially within the role of youth and various social spaces, because of its importance in attracting young people and integrate them in social life, and prevent them from falling into the risk of social problems and pests, by raising awareness among them and sensitize them to surrounding problems Them and help them overcome them.

Therefore, this study came to examine the role played by youth institutions in protecting young people from the danger of social problems that threaten them, by raising awareness among them and attracting them in the various activities and events that they organize, and this comes only through an effective communication strategy to attract young people and integrate them in these vital institutions. We have concluded that these youth spaces are merely structures and vacant structures and the number of visitors is limited, due to their failure to attract young people and the lack of involvement in them, and lack of interest in their activities

and reluctance, which reflects the weakness of the media and communication side of this role and limited to written means only Of flyers and posters.

**Keywords:** Strategy; youth communication; youth home; protection; social problems.

### المخلص:

يعتبر الاتصال الشبابي أحد أهم أنواع وفروع الاتصال الاجتماعي الذي بدأ الاهتمام به مؤخرا خاصة داخل دار الشباب ومختلف الفضاءات الاجتماعية، لما له من أهمية في استقطاب الشباب ودمجهم في الحياة الاجتماعية ووقايتهم من الوقوع في خطر المشاكل والآفات الاجتماعية بنشر الوعي في أوساطهم وتحسيسهم بالمشكلات المحيطة بهم ومساعدتهم على تجاوزها.

لذلك جاءت هذه الدراسة للبحث في الدور الذي تلعبه المؤسسات الشبابية في حماية الشباب من خطر المشكلات الاجتماعية التي تهدده، بنشر الوعي في أوساطهم واستقطابهم في مختلف النشاطات والفعاليات التي تنظمها، ولا يتأتى ذلك إلا من خلال إستراتيجية اتصالية فعالة لجذب الشباب ودمجه في هذه المؤسسات الحيوية، إذ توصلنا إلى أن هذه الفضاءات الشبابية هي مجرد هياكل وبنى شاغرة وعدد زوارها محدود، بسبب فشلها في استقطاب الشباب وقلة انخراطه بها وعدم اهتمامه بنشاطاتها والعزوف عنها، وهو ما يعكس ضعف الجانب الاتصالي لهذه الدار واقتصره على الوسائل المكتوبة فقط من مطويات وملصقات.

**الكلمات المفتاحية:** الإستراتيجية؛ الاتصال الشبابي؛ دار الشباب؛ الحماية؛ المشكلات الاجتماعية.

## مقدمة:

يشكل الاتصال اليوم ظاهرة العصر، فلا وجود للحياة بدون تواصل واتصال اجتماعي في مختلف المراحل العمرية التي يمر بها الإنسان والمجتمع، فسيرورة الحياة الاجتماعية وديناميكيته لا تتم بدون وسائل الإعلام والاتصال خاصة في ظل تعقد الحياة الاجتماعية وانتقال المجتمع من التنظيم التقليدي القائم أساسا على القبيلة إلى التنظيم الحديث الذي باتت تشكل ملامحه المدينة، فهذا التعقد ساهم في بروز الاتصال المتخصص حسب المجالات، فظهر الاتصال الشبابي كأحد فروع الاتصال الاجتماعي لتسهيل العملية التواصلية بين الشباب فيما بينهم ومع مؤسساتهم الاجتماعية خاصة تلك التي تعنى بشؤون هذه الفئة على غرار دار الشباب التي أنشأت لفائدة الشباب بغرض استقطابهم للإقبال على مختلف نشاطاتها وفعاليتها ولحمايتهم ووقايتهم من خطر الأفات والمشاكل الاجتماعية بتوفير فضاءات للترفيه والتنشيط لهم، لكن لتفعيل نشاط هذه الدار الشبانية وتأدية وظائفها الأساسية على أكمل وجه لا بد من وجود إستراتيجية اتصالية هادفة تعمل على الوصول لفئة الشباب وإقناعهم واستقطابهم للاهتمام بدار الشباب والانخراط فيها والمساهمة في مختلف فعاليتها، وهذا ما تحاول هذه الدراسة الوقوف عليه من خلال استقصاء عينة من الشباب الجزائري لمعرفة مدى فعالية الاتصال الشبابي بدار الشباب لمدينة سعيدة في استقطاب الشباب وحمايته من المشكلات الاجتماعية المحيطة به.

## إشكالية الدراسة:

تعد دار الشباب واحدة من أهم المؤسسات الاجتماعية التي تؤدي دورا كبيرا في استقطاب الشباب وتأطيره وإدماجه في الحياة الاجتماعية، وكذلك حمايته من الأفات والمشكلات التي قد يعاني منها أو ينجر وراءها، من خلال ما توفره من فضاءات وفرص إبداعية للشباب وتنشيطه بتنظيم فعاليات ودورات تكوينية وإشراكه في العمل الاجتماعي. على اعتبار أن هذه الشريحة تشكل عماد المجتمع

ومصدر قوته، لذلك بات لزاما على الحكومات اليوم الاهتمام بها من خلال إنشاء دار الشباب لاستثمار قدراته وحمانيته أكثر من الأخطار التي قد تواجهه، وهو ما دفع الجزائر كغيرها من الدول إلى إيجاد هذه المؤسسات والاهتمام بها بتخصيص مبالغ مالية معتبرة لها وتوفير الكوادر البشرية لتأطيرها والعمل قدر الإمكان على ضرورة مواكبة الخطاب الرسمي لذلك، فنجد أن وزارة الشباب والرياضة تحاول في السنوات الأخيرة تكثيف الاهتمام بفئة الشباب بانجاز الفضاءات الاجتماعية المناسبة له كدار الشباب على مستوى كل بلديات القطر الوطني وتجهيزها بكل الوسائل اللازمة من المكتبات وأماكن الراحة والتسلية ومقاهي الانترنت، والعمل على تشجيع وتنظيم الدورات الرياضية والثقافية وتسطير برامج احتفالية لفائدة الشباب قصد استقطابهم للاهتمام بذلك والانخراط في هذه الفضاءات والإقبال على خدماتها المتنوعة، لكن على الرغم من هذا الاهتمام إلا أن الواقع يشير إلى وجود بعض الاختلالات والفجوات خاصة في طريقة عمل وتسيير هذه الفضاءات بإغفال الجانب الاتصالي لدار الشباب، وضعف الإستراتيجية الاتصالية المتبناة لتوعية الشباب ودفعه للإقبال على خدمات هذه الدار والمشاركة في مختلف فعالياتها وهو ما ترك فجوة بين هذه المؤسسات والفضاءات وبين الجمهور المتمثل أساسا في فئة الشباب، لذلك وجب على هذه المؤسسات مراجعة هذا الجانب والاهتمام به قدر الإمكان للوصول إلى تجسيد آليات الاتصال الشبابي لتفعيل نشاطها وجعلها فضاءات ذات حيوية وفعالية لا مجرد هياكل وبنى جامدة وفارغة المحتوى، وعليه نطرح التساؤل الرئيسي لهذه الدراسة:

ما مدى فعالية الاتصال الشبابي داخل دار الشباب بمدينة سعيدة في استقطاب الشباب الجزائري وحمانيته من المشكلات الاجتماعية؟

ويتفرغ عن هذا الإشكال جملة من التساؤلات الفرعية التالية:

— ما هي الأسباب التي تدفع الشباب للعزوف عن المشاركة في حضور الفعاليات بدار الشباب لمدينة سعيدة؟

— كيف هي تمثيلات الشباب عن هذا المرفق الحيوي؟

- ما هي أهم الوسائل الاتصالية التي تستخدمها دار الشباب بمدينة سعيدة لإعلام وتوعية الشباب؟
- هل تعمل دار الشباب على حماية الشباب من المشكلات الاجتماعية؟
- ما هي أهم اقتراحات الشباب لتطوير الجانب الاتصالي لدار الشباب بمدينة سعيدة؟

#### أهداف الدراسة: تهدف هذه الدراسة إلى تحقيق الأهداف التالية.

- تسليط الضوء على الجانب الاتصالي لدار الشباب في مجال توعية وتوجيه الشباب.
- معرفة الدور الفعلي لدار الشباب في مجال استقطاب الشباب وحمايته من المشكلات الاجتماعية.
- تقييم مدى فعالية الإستراتيجية الاتصالية لدار الشباب في استقطاب وإدماج الشباب، ودفعه للإقبال على خدمات هذه المؤسسات.
- استطلاع نظرة الشباب لهذه الدار الشبانوية والصورة التي يحملها عنها.
- تشخيص الأسباب الفعلية لعزوف الشباب عن الحضور والمشاركة في الفعاليات المنظمة بدار الشباب.

#### أهمية الدراسة:

تأتي أهمية هذه الدراسة من الأهمية التي باتت تلعبها دار الشباب كمؤسسة اجتماعية مهمة تساهم في استقطاب الشباب وتعمل قدر الإمكان على حمايته من المشكلات الاجتماعية التي تواجهه، بتوفير بعض الخدمات والنشاطات التي تساهم في ملأ أوقات الفراغ لديه وتوفر له فرصة الإبداع والمشاركة الاجتماعية، وهو ما يستدعي ضرورة الاهتمام بالجانب الاتصالي لهذه المؤسسات لزيادة فعاليتها في دمج الشباب والعمل على حمايته من الأفات والمشكلات

الاجتماعية، على اعتبار أن الاتصال الشبابي اليوم يشكل حلقة وصل بين فئة الشباب ومؤسساته الاجتماعية ويساعد على تحقيق التواصل الايجابي بين الأفراد فيما بينهم ومع فضاءاتهم الاجتماعية للإطلاع ومعرفة حاجياتهم ومتطلباتهم والعمل قدر الإمكان على تحقيقها وتجسيدها عبر هذه المؤسسات، وبالتالي فلا بديل من تخطيط وصياغة إستراتيجية اتصالية داخل دار الشباب لإعادة بعث نشاطها وفعاليتها وتحقيق أهدافها وبرامجها المخطط لها وجعلها مؤسسات اجتماعية فعالة في خدمة الشباب وحمائته.

### المنهج المستخدم:

استخدمنا في هذه الدراسة منهج المسح الاجتماعي نظرا لملائته باختيارنا لنموذج المسح بالعينة، ذلك أننا نهدف إلى مسح فئة من الشباب الجزائري واستقصاء آرائها وترتيب وتصنيف المعطيات المتحصل عليها حول مدى فعالية دار الشباب كمؤسسات اجتماعية في استقطاب الشباب وحمائتهم من المشكلات والآفات الاجتماعية، مع التركيز على الجانب الاتصالي لهذه الدار والتمثل في خلايا الاتصال المتواجدة بداخلها ومعرفة محتوى الرسائل والوسائل التي تستخدمها في عملية الاستقطاب والوصول إلى فئة الشباب ودفعها للإقبال على هذه الفضاءات والانخراط فيها والاستفادة مما توفره من خدمات كالمكتبات والانترنت والأنشطة العلمية والثقافية والترفيهية... الخ، ويعرف ويتني Whitney منهج المسح على أنه (محاولة منظمة لتقرير وتحليل وتفسير الوضع الراهن لنظام اجتماعي أو جماعة بيئية معينة وهو ينصب على الوقت الحاضر وليس اللحظة الحاضرة، كما أنه يهدف إلى الوصول إلى بيانات يمكن تصنيفها وتفسيرها وتعميمها وذلك للاستفادة بها في المستقبل وخاصة في الأغراض العلمية.) (غربي علي، 2009: 80)

ويعد المنهج المسحي من المناهج المناسبة في الدراسات الميدانية لأنه يساعد الباحث أكثر في الوصول إلى عينته واستقصائها وفي جمع البيانات أكثر عن الموضوع المدروس.

### العينة والمعاينة:

جاءت معاينة هذه الدراسة بطريقة عرضية، بحيث ينتقي الباحث مفردات تعترضه خلال فترة إجراء الدراسة يرى أنها مناسبة له وتحقق أهداف الدراسة المراد الوصول إليها، وتعتبر هذه الطريقة (نوعا من المعاينات غير الاحتمالية التي يكون سحب عينتها من الجزء الأقرب من متناول اليد في مجتمع الدراسة، فتختار هذه العينة لأنها متاحة ومريحة، وقد يكون ذلك من خلال مقابلة الأشخاص ومصادفتهم أو إدراجهم في قائمة العينة بعد الالتقاء بهم ميدانيا.) (دليو فضيل، 2012: 189، 188)

وقد اخترنا هذا النوع من المعاينة وهي أحد أنواع المعاينات غير الاحتمالية نظرا لملائمتها لنوعية هذه الدراسة، بحيث قمنا بانتقاء فئة من الشباب المتردد والمنخرط بدار الشباب بمدينة سعيدة، وممن لهم معرفة ودراية بهذه الدار لمعرفة آرائهم حول هذا المرفق في المجتمع بصفة عامة ونظرة هؤلاء له، بالتركيز بصفة خاصة على مدى فعالية الاستراتيجيات الاتصالية التي تستخدمها دار الشباب بسعيدة في استقطاب الشباب والوصول إليه من خلال ما تلجأ إليه من وسائل اتصالية لتأطير الشباب وتوجيهه ونشر الوعي لديه وحمايته من الأخطار والمشكلات الاجتماعية التي قد يتعرض لها، وقد كان هذا الاختيار لفئة الشباب بطريقة عرضية لأننا لم نحدد سمات وخصائص معينة لهؤلاء الشباب وإنما تركنا المجال مفتوحا لكل من يعترضنا على موقع الفايبيوك من الشباب المقيم بمدينة سعيدة، شرط أن يكون هؤلاء من المترددين أو المنخرطين أو ممن لهم دراية عن دار الشباب بمدينة سعيدة، بغض النظر عن جنسهم ومستواهم التعليمي والاجتماعي... الخ، لأن فئة كبيرة من الشباب تعرف هذه الدار ولها صورة عنها من خلال ما تقدمه من نشاطات وفعاليات وباستطاعتها تقييم الجانب الاتصالي لدار الشباب، وقد بلغ حجم العينة المختارة 100 مفردة، تم توزيع الاستمارة عليهم إلكترونيا، نظرا لصعوبة الوصول إليهم لارتباط ذلك بفترة الحجر الصحي الذي عرفته الجزائر منذ شهر أفريل 2020، والذي عرف غلق بعض المؤسسات الرسمية وتعليق نشاطاتها على غرار دور الشباب بمدينة سعيدة، وكانت عملية توزيع الاستمارة بطريقة إلكترونية كما ذكرنا سابقا، وذلك بإرسالها

إلى بعض زملائنا المتعاونين معنا لتوزيعها من خلال موقع الفيسبوك على أصدقائهم المقيمين بمدينة سعيدة ممن لهم معرفة بدار الشباب ونشاطاتها.

### أداة الدراسة:

يتبع اختيار أداة الدراسة في أحيان كثيرة المنهج المستخدم، وبما أننا اخترنا منهج المسح بالعيينة، فإن أداة الاستمارة هي المناسبة له نظرا لما تتمتع به من خصائص ومميزات لعل من أبرزها سهولة الوصول إلى المبحوثين واستقصاء حجم كبير من العينة، إضافة إلى جمع أكبر عدد من المعلومات والبيانات عن الظاهرة المدروسة، كما أنها مناسبة في عملية تفريغ البيانات، وقد استخدمنا الاستمارة الالكترونية من خلال توزيعها على عينة من الشباب المقيم بمدينة سعيدة ممن لهم معرفة بدار الشباب ونشاطاتها وذلك بإرسالها على موقع الفيسبوك في حساباتهم الشخصية، وهذا بتعاون بعض زملائنا معنا في عملية توزيع وجمع الاستمارات.

(وتستعمل الاستمارة لجمع المعلومات من المبحوثين بواسطة أسئلة مكتوبة يقدمها الباحث نفسه أو بواسطة البريد أو يطبقها مع المبحوثين، ومهما كانت تسمية هذه الأداة: استبيان أو استقصاء أو إستبار فإن أسئلة الاستمارة تكون منصبة حول معرفة اتجاهات ونوايا ودوافع مفردات مجتمع الدراسة حول موضوع معين). (غربي علي، 2009: 118)

وقد احتوى البناء التقني لاستمارتنا على 16 سؤالا ذات علاقة بالتساؤل الرئيسي للدراسة وبالتساؤلات الفرعية المطروحة، بالإضافة إلى محور السمات العامة الذي شمل ثلاث متغيرات هي الجنس والمستوى التعليمي والمهنة، وجاءت طبيعة الأسئلة المطروحة في الاستمارة والموجهة لفئة الشباب المنخرط والمتردد على دار الشباب بمدينة سعيدة حول مدى تواجد دور الشباب بمحيطهم الاجتماعي وانخراطهم فيها، وكذا نظرهم لهذه المرافق وفعاليتها إضافة إلى مساهمتها في استقطاب الشباب الجزائري ومعرفة الأسباب التي تؤدي بهم إلى العزوف عن الحضور في الفعاليات التي تنظمها، كما تسلط



الضوء بعض هذه الأسئلة على الجانب الاتصالي لدار الشباب في توعية الشباب من حيث الإستراتيجية الإعلامية المستخدمة وأهم الوسائل المستعملة في ذلك، وأبرز اقتراحاتهم لتطوير النشاط الاتصالي لدار الشباب في مجال حماية واستقطاب الشباب.

### مفاهيم ومصطلحات الدراسة:

تبرز من خلال إشكالية الدراسة عديد المفاهيم والمصطلحات ذات صلة بالبحث، وعليه سنحدد المفاهيم التي لها علاقة بموضوع الدراسة وذات أهمية بالغة من الناحيتين الاصطلاحية والإجرائية وهي:

### مفهوم الاتصال:

**اصطلاحا:** يرى تشارلز رايت أن (الاتصال هو عملية نقل المعنى بين الأفراد وهو عملية أساسية في كل المجتمعات نشأت من خلال قدرة الإنسان على نقل النوايا والشعور والمعرفة والخبرات من شخص لآخر ومن مجتمع بشري لمجتمع بشري ثان).

ويشير أيضا إلى أن (الاتصال عملية لها صفة الاستمرارية وهو نوعان من السلوك فهو يحتاج إلى أداة ووسيلة غير متوفرة في أنواع أخرى من السلوك وهذه الأداة هي اللغة، وهي الوسيلة التي تربط الأفراد بعضهم ببعض وفي ذلك المجتمع من الرموز اللفظية والتجارب الإنسانية.) (الجردي عارف، 1985: 40)

أما جيهان رشتي فتعرف الاتصال بأنه (العملية التي يتفاعل بمقتضاها متلقي ومرسل الرسالة في مضامين اجتماعية معينة يتم فيه نقل المعلومة والأفكار بين الأفراد عن قضية أو معنى أو واقع معين، فالإتصال يقوم على مشاركة المعلومات والتصور الذهني.) (السيد حسين، مكاوي ليلي، 1989: 24)

**إجرائيا:** نقصد بالاتصال في هذه الدراسة مختلف التفاعلات التي تحدث بين الشباب المنخرط والمتردد على دار الشباب بمدينة سعيدة، سواء كان هذا التفاعل فيما بينهم أو مع مختلف النشاطات والفعاليات التي تنظمها وتبرمجها دار الشباب لفائدتهم، بهدف نشر الوعي في

أوساطهم لتحسيسهم بخطر المشكلات الاجتماعية التي تواجههم والعمل قدر الإمكان على تجاوزها.

### مفهوم الشباب:

**اصطلاحا:** يعتمد علماء الاجتماع في تحديد مفهوم الشباب على طبيعة ومدى اكتمال الأدوار التي يؤديها الشباب فهم يرون أن فترة الشباب (تبدأ عندما يحاول المجتمع تأهيل الفرد اجتماعيا وثقافيا ومهنيا ليحتل مكانة اجتماعية يؤدي فيها دورا أو أدوارا في بناء المجتمع، وتنتهي هذه الفترة حينما يتمكن الفرد من احتلال مكانته الاجتماعية ويبدأ في أداء أدواره في السياق الاجتماعي بشكل ثابت ومستقر وفقا لمعايير ونظم المجتمع). (أبيض مليكة، 1984: 57)

بينما علماء الخدمة الاجتماعية فيحددون مفهوم وفترة الشباب في الفترة الممتدة بين 15 سنة و25 سنة وفقا لمعيار كل مجتمع، وتنقسم هذه المرحلة حسبهم إلى فترتين أساسيتين تمتاز كل واحدة منها بخصائص وهي: (كمال أحمد، 1963: 103)

— الفترة من 15 إلى 20 سنة: وهي فترة انتقال تتشابه في بعض مميزاتها مع مرحلة المراهقة والبعض الآخر مع خصائص الشخصية الناضجة، كما تتميز بتفاوت درجات النمو بين الأفراد من النواحي الاجتماعية والنفسية والعقلية والبدنية، أما اجتماعيا فيبدأ الشباب في اتخاذ قرارات هامة وتحمل المسؤولية والاعتماد على النفس والاستقلالية في الرأي... الخ.

— الفترة بين 20 و25 سنة: وهي فترة هامة في حياة الإنسان حيث يصل إلى درجة ملائمة من النضج النفسي والاجتماعي والتحكم في الرغبات والعواطف والانفعالات، كما يستطيع الشاب أن يحقق التوازن بين مصالحه الشخصية والعامّة.

**إجرائيا:** نقصد بالشباب تلك الفئة العمرية التي يتراوح سنها من 18 سنة وهو سن الرشد المحدد قانونيا إلى سن 35 سنة، وتمتاز هذه الفئة بخصائص وسمات تميزها عن باقي الفئات الأخرى ومن ذلك الحيوية وحب الاستطلاع والاكتشاف والمبادرة والنشاط... الخ، والشباب في

هذه الدراسة هو الشباب المقيم بمدينة سعيدة والمستهدف من قبل دار الشباب وباقي المؤسسات الاجتماعية الأخرى بغرض الانخراط في هذه الدار والمشاركة في فعاليتها والحضور في مختلف المناسبات التي تنظمها من حين لآخر، بهدف استقطابه وجذبه لها وحمايته من مختلف الأخطار والأفات والمشاكل الاجتماعية التي يعاني منها على غرار: السكن، البطالة، الجريمة، المخدرات...الخ.

### دار الشباب:

**اصطلاحا:** دار الشباب هي (مؤسسة عمومية تربوية ثقافية اجتماعية وفنية ورياضية، تعمل في إطار التشريع الموكل لوزارة الشباب والرياضة في ميدان الشباب والطفولة، وتصنف أهداف مؤسسات دار الشباب تبعا للدور التربوي والثقافي والاجتماعي والرياضي الذي تقوم به لفائدة: الشباب والطفولة، الجمعيات، الوسط).

(mdjakka.blogspot.com)

**إجرائيا:** نقصد بدار الشباب في دراستنا هي تلك المؤسسات والفضاءات الاجتماعية المتواجدة بمختلف المناطق الحضرية أو غير الحضرية المزودة بمختلف الخدمات كالمكتبات وفضاءات الراحة والتسلية ومقاهي الانترنت والملاعب الرياضية، والتي تعمل على تنظيم الرحلات الاستكشافية والنشاطات الترفيهية والرياضية والمسابقات لفائدة الشباب من أجل تأطيرهم وتكوينهم وحمايتهم من مختلف المشاكل الاجتماعية التي تواجههم، وتتمركز حاليا في مختلف بلديات القطر الوطني وتتبع لوزارة الشباب والرياضة من ناحية التسيير والتمويل، وهي الإستراتيجية التي تبنتها الجزائر في السنوات الأخيرة لتغطية كل البلديات بدار الشباب للتكفل والاهتمام بهذه الشريحة الاجتماعية الهامة.

### المشكلات الاجتماعية:

**اصطلاحا:** تتعدد المحاولات الخاصة بتحديد طبيعة هذا المفهوم بتعدد السياقات الاجتماعية، كما أن المشكلة الاجتماعية تختلف من مجتمع لآخر ومن زمن لآخر نتيجة لحالة التغير التي تصيب المجتمعات من

مختلف النواحي والجوانب، فالمشكلة الاجتماعية من وجهة نظر الرأسماليين هي خلل اجتماعي يصيب الوظيفة Function دون البناء Structure، أما الفكر الاشتراكي فيرى أن التغيرات التي تحدث في المجتمع تجعل البناء الاجتماعي القديم غير صالح من أساسه، وبهذا فهو يناهز بتغيير البناء جذريا وعدم الاقتصار على بعضه أو بعض وظائفه فقط ولو كان هذا عن طريق الثورة، أما بيتر ولسلي فيرى (بأن المشكلة الاجتماعية جزء من السلوك الاجتماعي الذي ينتج عنه تعاسة أو شقاء خاص أو عام ويتطلب بالتالي إجراء جماعيا لمواجهة).

(<http://www.socialar.com>)

**إجرائيا:** نقصد بالمشكلات الاجتماعية كل الآفات والأخطار المترتبة عن الأوضاع الاجتماعية والاقتصادية التي يعيشها الشباب وتقف حاجزا أمامهم في حياتهم الاجتماعية وتؤثر عليهم من الناحية المادية والمعنوية التي قد تدفعهم للانحراف والقيام بسلوكات غير سوية يعاقب عليها القانون وتخالف الأعراف والتقاليد الاجتماعية، ومن المشكلات الاجتماعية التي باتت منتشرة بكثرة في وسطنا الاجتماعي الجزائري نجد البطالة، السكن، الجريمة بمختلف أشكالها والمخدرات... الخ.

### الاتصال الشبابي:

**اصطلاحا:** ينحصر مفهوم الاتصال الشبابي تحديدا في (تسخير الوسائل اللازمة لتسيير المعلومة ووضعها في متناول الشباب، حيث يكون مضمون هذه الأخيرة دافعا أساسيا للشباب للقيام بمبادرات مختلفة وتوجيهه إلى مختلف مجالات الأنشطة التي تدخل ضمن حياة الشباب دون إغفال حق هذه الشريحة تجاه المجتمع الذي يعيش في كنفه وواجبها تجاهه). (هارون مليكة، 2005/2004: 39)

**إجرائيا:** نقصد بالاتصال الشبابي مختلف الوسائل الاتصالية التي تستخدمها دار الشباب عموما، ودار الشباب بمدينة سعيدة على وجه الخصوص في تأطير وتوجيه الشباب وجذبهم للانخراط والمشاركة في النشاطات التي تنظمها، كما تساهم من خلال هذه الوسائل في

توعية فئة الشباب بالأخطار والمشاكل الاجتماعية التي تحيط بهم وتقدم لهم كيفية مواجهتها وتجنبها والوقاية منها، ومن هذه الوسائل نجد المطويات، المجلات، الإعلانات المكتوبة، اللافتات الاشهارية، المحاضرات والندوات، بالإضافة إلى أن هناك وسائل داخلية لدار الشباب تستخدمها في مختلف عملياتها الاتصالية مع فئة الشباب وتتمثل في خلية الاتصال التي تتكفل هي الأخرى بتوعية الشباب وتوجيهه وتعريفه بخدمات هذه الدار وأنشطتها المختلفة، كما تتوفر بعضها على صفحات عبر مواقع التواصل الاجتماعي خاصة الفايسبوك وخدمة البريد الإلكتروني ومختلف المواقع الإلكترونية على شبكة الانترنت، بهدف التعريف بذاتها في أوساط الشباب ودعوتهم للإقبال عليها والاستفادة من خدماتها المتنوعة.

### الخلفية النظرية للدراسة:

لقد ارتكزت البحوث الأولى خاصة المرتبطة بتأثير وسائل الإعلام والاتصال في الجمهور في البحث عن الوظائف التي تقدمها هذه الوسائل لجمهورها، والتي تعددت من باحث إلى آخر ومن مدرسة لأخرى، وقد كان التيار الوظيفي هو السباق في طرق ذلك من خلال تركيزه على البحث في مختلف الوظائف الظاهرة والكامنة الخاصة بالفرد أو المجتمع التي يحققها الجمهور من وسائل الإعلام والاتصال. بحيث انتقل البحث في نظرية الاستخدامات والإشباع من السؤال التقليدي الذي ظل مطروحا من قبل والذي يبحث في تأثير وسائل الإعلام والاتصال في الجمهور وهو ماذا تفعل وسائل الإعلام بالجمهور؟ إلى ماذا يفعل الجمهور بوسائل الإعلام؟ فهذه النظرية نفت هي الأخرى الدور السلبي للجمهور مركزة على دوره الفعال والايجابي في استخدام وسائل الإعلام والاتصال ومضامينها من خلال استخدامها بما يحقق حاجات ورغبات الجمهور والتي تتعدد وتختلف باختلاف الأفراد.

(يعود الاهتمام بالبحث عن الإشباع الذي توفره وسائل الإعلام والاتصال لجمهورها إلى بداية البحث التجريبي أو الميداني في علم الاتصال، ومثل هذه الدراسات ظهرت في الأربعينات في أعمال

لازار سفيلد وستاتون وبيرلسون، وفي الخمسينات في أعمال ريليز وفريديسون وماك كوبي، وفي الستينات في أعمال شرام ولايل (باركر). (العبد الله مي، 2010: 279)

لقد ساهمت مختلف البحوث التي قدمها باحثو هذه النظرية في تحديد حاجات الجمهور والإشباع المحققة لهم جراء استخدامهم لوسائل الإعلام والاتصال، فالجمهور يستخدم هذه الوسائل بهدف إشباع حاجاته ويحصل من وراء ذلك على وظائف عديدة تختلف باختلاف حاجات الجمهور المعرفية والعاطفية والشخصية والاجتماعية... الخ. وبالاستناد إلى جملة من الأدبيات الإعلامية المتعلقة بالوظائف السيكولوجية والاجتماعية للاتصال الجماهيري صنف بعض الباحثين الإعلاميين خمس طبقات من الحاجات وهي: (مهنا فريال، 2002: 155)

- حاجات معرفية: اكتساب وتقوية المعارف وفهمها، وتتمثل هذه الحاجات المعرفية على مستوى دار الشباب في تردد الشباب على مكاتب المطالعة وقاعات الانترنت المتوفرة بدار الشباب للقيام ببحوثهم المدرسية والجامعية والحصول على الكتب والمجلات ومختلف المراجع التي هم بحاجة إليها.

- حاجات عاطفية: مشاعرية أو مظهرية كتقوية التجربة المظهرية والانفعالية. وتبرز من خلال مشاركة الشباب في المسابقات المنظمة على مستوى دار الشباب خاصة المتعلقة بالفنون التشكيلية والموسيقية.

- حاجات تكميلية على مستوى الشخصية: الاطمئنان، الاستقرار العاطفي، نمو المصداقية، الوضع الاجتماعي، فالشباب بإمكانه إشباع هذه الحاجات على مستوى دار الشباب من خلال ملأ وقت فراغه بما يفيد ويحقق ذاته ويضمن استقراره.

- حاجات تكميلية على الصعيد الاجتماعي: تقوية العلاقات الشخصية مع العائلة، مع الأصدقاء، مع الزملاء... الخ. فالشباب داخل دار الشباب بإمكانه التفاعل مع بعضه البعض وتحقيق التواصل الإيجابي والفعال بينهم والمشاركة في مختلف النشاطات الاجتماعية

التي تنظمها دار الشباب كحملات التوعية المرورية، التبرع بالدم، الأعمال الخيرية... الخ بما يعزز موقع الشباب في المجتمع ويجعله عنصرا فاعلا فيه.

- حاجات ترويحية: إزالة التوترات والقلق، التخفيف من الصراعات، الترويح عن النفس. وتتجلى هذه الحاجات في إقبال الشباب على النشاطات الترفيهية التي تقدمها دار الشباب على غرار المشاركة في الدورات الرياضية والمسابقات الفكرية والألعاب للترويح عن النفس من ضغوط الحياة اليومية كالعمل والدراسة.

وإذا ما أردنا إسقاط فروض نظرية الاستخدامات والإشباع على استخدام الشباب للمضامين الاتصالية بدار الشباب، فقد طرحت هذه الفروض عددا من التساؤلات حول العوامل التي يتأثر بها جمهور المتلقين في إدراك حاجاته وتحديد نشاطه وكذلك العوامل البيئية التي تؤثر في نشوء الحاجات ودعمها وقرار الجمهور باستخدام لإشباع هذه الحاجات، فالفرض الأول أشار إلى أن الجمهور نشيط وهذا دلالة على ايجابية الجمهور المتمثل في الشباب في تلقي الرسائل الاتصالية داخل دار الشباب من خلال انتقائه للرسائل واختياره للنشاطات التي يراها مهمة بالنسبة إليه داخل دار الشباب والمشاركة فيها، فالشباب ليس مجرد مستقبلين سلبيين لرسائل الاتصال التي تبثها دور الشباب وإنما يختار الأفراد بوعي وسائل الاتصال التي يرغبون في التعرض لها ونوع المضمون الذي يلبي حاجاتهم النفسية والاجتماعية، أما عن الفرض الثاني الذي طرحه كاتز وزملاؤه أن الجمهور هو من يحدد وينتقي الوسيلة الاتصالية التي تحقق إشباعاته وهذا امتداد لنشاط الجمهور الايجابي، فقرار اختيار الوسيلة الاتصالية يكون من طرف الشباب وحده داخل هذا المرفق، سواء أكانت الوسيلة مقروءة أو سمعية بصرية أو الكترونية وهو ما يقلل من درجة التأثير عليه، بينما الفرض الثالث للنظرية فيشير إلى منافسة وسائل الاتصال لمختلف المصادر الأخرى المحققة لإشباع الجمهور بما فيها مؤسسات التنشئة الاجتماعية وعلى رأسها دار الشباب كمؤسسة اجتماعية تعمل على تأطير الشباب وحمايته من المشكلات الاجتماعية. وهو ما يؤكد على

أن إشباع الشباب لحاجاته مرتبط في أحيان كثيرة بهذه المرافق الشبابية.

في حين الفرضية الرابعة تؤكد على طريقة استخدام الجمهور لوسائل الاتصال في إشباع حاجاته المختلفة وبالتالي هو من يتحكم في هذه الوسائل وليس العكس كما كان في السابق. وأخيرا نجد الفرض الخامس مرتبط بحكم الجمهور الناتج عن استخدامه لوسائل الاتصال، فالشباب بعد استخدامه لهذه الوسائل والمشاركة في مختلف النشاطات المنظمة داخل دار الشباب بإمكانه أن يقيم مدى فعالية هذه النشاطات وإشباعها لحاجاته المختلفة، وبالتالي هو من يحكم على هذه المرافق هل تعمل على استقطابه وتساهم في حمايته من المشكلات الاجتماعية أم أنها غير ذلك، كما يبرز أيضا اختلاف حاجات أفراد الجمهور وتباينها مما يؤثر في طريقة الاستخدام التي تكون هي الأخرى متفاوتة من فرد لآخر.

### الإطار الزمني والمكاني للدراسة:

**الإطار المكاني:** تم إجراء هذه الدراسة بدار الشباب لمدينة سعيدة، بحيث اخترنا عينة عرضية من الشباب المتردد والمنخرط على هذا الفضاء وإرسال الاستمارات الالكترونية إليهم عبر موقع الفيسبوك لمعرفة آرائهم واتجاهاتهم حول فاعلية الاستراتيجيات الاتصالية داخل دار الشباب وأهميتها في استقطاب الشباب وحمايته من المشكلات الاجتماعية التي يعاني منها.

**الإطار الزمني:** امتدت فترة إجراء الدراسة لقرابة 12 يوما وتحديدا في الفترة الممتدة ما بين 10 و22 ماي 2020، وشملت هذه الفترة توزيع الاستمارات بطريقة الكترونية عبر موقع الفيسبوك على أفراد العينة واسترجاعها، وقمنا فيما بعد بتفريغها ومن ثم تحليل وتفسير البيانات المتحصل عليها.

### تحليل البيانات:

**الجدول رقم 01:** توزيع العينة حسب متغير الجنس.



النسبة المئوية	التكرار	الجنس
50	50	ذكر
50	50	أنثى
100	100	المجموع

يبين الجدول أعلاه جنس أفراد العينة بحيث جاءت نسبة الذكور والإناث متساوية، إذ تعمدنا هذا الاختيار لنعطي فرصة الإجابة لكلا الجنسين حول فعالية استراتيجيات الاتصال الشبابي داخل دار الشباب ودوره في استقطاب وحماية الشباب، كما أن خدمات دار الشباب موجهة للذكور والإناث على حد سواء.

**الجدول رقم 02:** توزيع العينة حسب متغير المستوى التعليمي.

النسبة المئوية	التكرار	المستوى التعليمي
00	00	ابتدائي
10	10	ثانوي
40	40	جامعي
50	50	ما بعد التدرج
100	100	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول المستوى التعليمي للمبحوثين، إذ يتصدر مستوى ما بعد التدرج قائمة المستويات التعليمية لأفراد العينة بنسبة 50% ثم يأتي مستوى جامعي ب40% في المرتبة الثانية وبعده الثانويون ب10%، في حين لم نسجل أي نسبة لمستوى ابتدائي.

تشير الأرقام السابقة إلا أن جل المبحوثين لهم مستوى تعليمي رفيع على اعتبار أن أغلبهم من فئة الجامعيين وكذلك فئة ما بعد التدرج، وهذا ما سيساهم في تقييم فعالية الاتصال داخل دار الشباب وتقديم إجابات دقيقة عن أسئلة الاستمارة بحكم مستواهم التعليمي، هذا من جهة ومن جهة أخرى نجد أن هذه الفئة كثيرة التردد على دار الشباب

بمدينة سعيدة بحكم مستواهم التعليمي نظرا لما توفره هذه الأخيرة من خدمات على غرار خدمة الانترنت وتوفر فضاء للمطالعة، بالإضافة إلى المكتبة التي تتوفر عليها دار الشباب.

### الجدول رقم 03: توزيع العينة حسب متغير المهنة.

النسبة المئوية	التكرار	المهنة
61	61	طالب
28	28	عامل
11	11	بطل
100	100	المجموع

يتضح من خلال الجدول أعلاه الخاص بتوزيع المبحوثين على حسب مهنتهم أن ما يفوق نصف أفراد العينة من الطلبة الجامعيين وذلك بنسبة 61%، أما العمال من الشباب فبلغت نسبتهم 28% وأخيرا نجد فئة البطالين بنسبة 11%.

يرجع ارتفاع نسبة الشباب من الطلبة الجامعيين إلى أن فئة كبيرة من الشباب الجزائري لها مستوى تعليمي مرتفع وهو ما بينه الجدول السابق الخاص بالمستوى التعليمي للمبحوثين، هذا من جهة ومن جهة أخرى يمكن القول أن الإصلاحات التربوية التي انتهجتها الجزائر في السنوات الماضية ساهمت بقدر كبير في ارتفاع نسبة الشباب من الطلبة الجامعيين، حيث تشير الإحصائيات الرسمية إلى أن الجامعات الجزائرية تحوي اليوم أكثر من مليون ونصف طالب جامعي.

### الجدول رقم 04: خاص بتواجد دور الشباب في محيط الشباب.

النسبة المئوية	التكرار	تواجد دار الشباب
93	93	نعم
07	07	لا
100	100	المجموع

يبين الجدول أعلاه أن جل عدد المبحوثين أكدوا على تواجد دار للشباب بمحيط سكنهم وذلك بنسبة 93% بينما نسبة ضئيلة منهم جدا رأَت عكس ذلك بنسبة بلغت 07%.

يمكن تفسير ارتفاع نسبة الشباب ممن أجابوا بتواجد دار للشباب في محيط سكنهم إلى أن مثل هذه المؤسسات اليوم تغطي أغلب بلديات التراب الوطني، وهي إستراتيجية الدولة في الأونة الأخيرة ممثلة في الوزارة الوصية الشباب والرياضة على تعميم هذه الدور والتسريع في إنشائها وفتحها أمام الشباب للإقبال عليها والاستفادة من خدماتها المتوفرة، وبالتالي فإن دور الشباب كهيكل وبنى موجودة ومتوفرة على أرض الواقع وهذا هو الأساس، فما يبقى سوى تفعيلها وتنشيطها أكثر بغرض استقطاب الشباب ودفعهم للانخراط فيها والاستفادة من خدماتها المتنوعة.

**الجدول رقم 05:** خاص بانخراط أفراد العينة في دار الشباب.

النسبة المئوية	التكرار	الانخراط في دار الشباب
16	16	نعم
84	84	لا
100	100	المجموع

يتضح من خلال الجدول أعلاه والخاص بانخراط أفراد العينة في دار الشباب إلى أن النسبة الغالبة من الإجابات أجابت بعدم انخراطها في دار الشباب بنسبة بلغت 84%، أما الذين أكدوا انخراطهم في هذه الدار فكانت النسبة 16%.

يمكن القول من خلال ما سبق أن أغلبية المبحوثين غير منخرطين بدار الشباب وهو ما يطرح تساؤل بشأن ذلك ويدعو للبحث عن السبب الفعلي ويؤكد على وجود فجوة بين دار الشباب وجمهورها المتمثل في فئة الشباب. وهو ما يشير إلى ضعف الإستراتيجية الاتصالية المتبناة من طرف هذه الدار في مجال توعية وإعلام وتوجيه الشباب ودفعهم

للإقبال على هذه الفضاءات والاستفادة مما تقدمه من نشاطات وفعاليات، مما يستدعي ضرورة مراجعة هذه الإستراتيجية وتفعيلها أكثر لانفتاح هذه الدار على الشباب وجذبهم إليها، لذلك وجب على المسؤولين على دار الشباب ضرورة الاهتمام بالجانب الاتصالي أكثر وتفعيل برامج الاتصال الشبابي وتنويع الاستراتيجيات بقصد توعية الشباب بأهمية هذه الدار وبمختلف خدماتها وأنشطتها لدفعهم للانخراط فيها والمشاركة والحضور في مختلف فعاليتها المنظمة.

**الجدول رقم 06:** خاص بتمثلات أفراد العينة عن دار الشباب.

النسبة المئوية	التكرار	التمثلات عن دار الشباب
51	51	فضاء ترفيهي
18	18	فضاء ثقافي
22	22	مؤسسة لتوعية الشباب
09	09	مؤسسة لحماية الشباب من المشكلات الاجتماعية
100	100	المجموع

يكشف الجدول أعلاه تمثلات المبحوثين عن دار الشباب، حيث نجد أن نصف أفراد العينة المدروسة يرون أن دار الشباب عبارة عن فضاء ترفيهي بنسبة 51%، بينما 18% يرون بأنها فضاء ثقافي ونسبة 22% من المبحوثين أجابوا بأنها مؤسسة لتوعية الشباب. وأخيرا تبرز نسبة الشباب الذين يحملون تمثلا عن دار الشباب ويعتبرونها مؤسسة لحماية الشباب من المشكلات الاجتماعية والتي بلغت 09%.

يرجع ارتفاع نسبة المجيبين من الشباب الذين يرون أن دار الشباب عبارة عن فضاء ترفيهي إلى الصورة السلبية التي يمتثلها الشباب عن هذه الفضاءات نظرا لغلبة الطابع الترفيهي عليها من خلال توفرها على قاعات للألعاب وتنظيمها أكثر للنشاطات الترفيهية والرياضية

والرحلات الاستكشافية... الخ، فمن خلال زيارتنا لدار الشباب بمدينة سعيدة وجدنا غلبة الطابع الترفيهي عليها أكثر بدليل توفر هذه الدار على مقهى وقاعات للألعاب واهتمام بعضها أكثر بفئة الأطفال على حساب الشباب. بينما لو ننظر للأهداف الرئيسية التي نشأت من أجلها هذه الدار الشبابية والتي تحمل طابعا ثقافيا يتجلى من خلال خدمات المكتبات والندوات والمحاضرات التي تقدمها وتنظيم المناسبات الوطنية والدينية وتحسيس وتوعية الشباب وتأطيرهم وإدماجهم في الجمعيات الناشطة داخل دار الشباب.

أما عن باقي التمثلات الأخرى للمبجوثين والتي تراوحت بين اعتبار دار الشباب كفضاءات ثقافية ومؤسسات لتوعية الشباب ومؤسسات لحماية الشباب من المشكلات الاجتماعية، فإن نسب هذه الاقتراحات جاءت قليلة. وهو ما يدل على أن هذه الدار الشبابية مقصرة في وظائفها تجاه الشباب ولا تحقق الأهداف المرجوة منها، وهذا ما يتطلب منها ضرورة الاهتمام أكثر بفئة الشباب وتسطير برامج هادفة ومساهمتها في نشر الوعي في أوساط الشباب وحمايتهم من مختلف المشكلات الاجتماعية التي تواجههم، إضافة إلى تغليب الجانب الثقافي لهذه الدار بدل الجانب الترفيهي. إذ نجد البعد الثقافي والتوعوي داخل دار الشباب بمدينة سعيدة يتجلى في الاحتفال بمختلف النشاطات الشبابية على غرار عيد الاستقلال والشباب 05 جويلية والمناسبات الخاصة بعيد العمال، المرأة، الأم، عيد البيئة وباقي الأعياد الوطنية والدينية، بالإضافة إلى المسابقات المنظمة بدار الشباب بين فئات الأطفال والشباب لتشجيعهم على الإبداع والمنافسة.

**الجدول رقم 07:** خاص بنظرة أفراد العينة لفعالية دور الشباب في الجزائر.

النسبة المئوية	التكرار	فعالية دور الشباب
46	46	مؤسسة نشطة
54	54	مؤسسة غير نشطة
100	100	المجموع

يبرز من خلال الجدول أعلاه نظرة أفراد العينة لفعالية دور الشباب في الجزائر، وهناك نوعا ما تقارب في نسبة المبحوثين الذين يرون أن دور الشباب هي مؤسسات غير نشطة بنسبة 54% ومن يرونها عكس ذلك أي مؤسسة غير نشطة بنسبة بلغت 46%.

يمكن تفسير نسبة الشباب الذين يرون أن دور الشباب هي مؤسسات غير نشطة إلى قلة النشاطات والفعاليات المنظمة بهذه الدور لفائدة الشباب وإلى ضعف الجانب الإعلامي والاتصالي بها في استقطاب الشباب ودفعهم للإقبال على خدماتها وحضور أنشطتها المختلفة، صنف إلى ذلك أن نسبة كبيرة من أفراد العينة غير منخرطين بدور الشباب الواقعة في محيطهم، إذ بلغت نسبتهم 84% وهو ما بينه الجدول رقم 05 الذي يؤكد على أن دور الشباب لم تساهم في استقطاب الشباب إليها وتعريفهم بخدماتها.

**الجدول رقم 08:** خاص بمساهمة دار الشباب في استقطاب الشباب الجزائري وحمانيته.

النسبة المئوية	التكرار	مساهمة دار الشباب في استقطاب الشباب
33	33	نعم
67	67	لا
100	100	المجموع

يوضح الجدول أعلاه مدى مساهمة دار الشباب في استقطاب الشباب الجزائري وجذبه إليها، حيث أجاب ما يفوق نصف عدد أفراد العينة بأن دار الشباب لم تساهم في استقطاب الشباب بنسبة 67% بينما النسبة المتبقية فكانت إجابتها بنعم وقدرت ب33%.

ويرجع ارتفاع نسبة المجيبين بعدم مساهمة دار الشباب في استقطاب الشباب الجزائري إلى غياب سياسة الانفتاح من جانب هذه الدار على فئة الشباب من خلال دعوة هؤلاء للإقبال على خدماتها وحضور نشاطاتها المختلفة وتوجيههم وإعلامهم وتوعيتهم بمختلف الأوقات

والمشاكل الاجتماعية، وفتح فرص الإبداع أمامهم بغرض صقل مواهبهم واستثمارها وتشجيعهم على ممارسة العمل الجماعي بتأسيس جمعيات ونوادي ثقافية ورياضية وتنظيم دورات تدريبية وتكوينية. إذ لا بد من هذه الدار أن تبادر أولا وتعمل على الوصول إلى شريحة الشباب بتكثيف الجانب الاتصالي كالمصقات والإعلانات وتوزيع المطويات وغيرها من الوسائل، ليتسنى أمام الشباب معرفة هذا المرفق واكتشاف خدماته ونشاطاته وهذا ما سيساهم في دفعهم للإقبال عليها، فدار الشباب بحاجة ماسة اليوم لتحسين صورتها لدى الشباب أكثر من التعريف بخدماتها وهذه هي مهمة الاتصال الشبابي.

**الجدول رقم 09:** خاص بحضور أفراد العينة في النشاطات والفعاليات المنظمة بدار الشباب.

النسبة المئوية	التكرار	حضور النشاطات بدار الشباب
27	27	دائما
45	45	أحيانا
15	15	نادرا
13	13	أبدا
100	100	المجموع

يتبين من خلال الجدول أعلاه أن حضور الشباب في النشاطات والفعاليات المنظمة بدار الشباب لمدينة سعيدة هو حضور متفاوت، حيث أجاب ما يقارب نصف أفراد العينة أن حضورهم في النشاطات والفعاليات بدرجة أحيانا بنسبة 45%، تليها نسبة من كانت إجابتهم بدائما ب 27% ثم نسبة 15% بنادرا، وأخير نجد نسبة 13% من أفراد العينة لا يحضرون لهذه النشاطات والفعاليات.

ويرجع ارتفاع نسبة الإجابات بدرجة أحيانا إلى طبيعة النشاط المنظم بدار الشباب بمدينة سعيدة، فهناك الأنشطة الثقافية والترفيهية والملقبات والندوات... الخ، وبالتالي فإن الشباب يختار من هذه

الأنشطة ما يناسبه هذا من جهة، ومن جهة أخرى قد يرجع إلى موضوع النشاط في حد ذاته، فالشباب يفضل المواضيع التي تناسبه والمرتبطة بحياته الشخصية والاجتماعية، إضافة إلى توقيت تنظيم النشاط فقد يكون الشاب منشغل بالدراسة أو العمل وهو ما يمنعه في بعض الأحيان من حضور هذه الأنشطة، أما عن نسبة المجيبين بحضورهم الدائم لمختلف النشاطات التي تنظمها دار الشباب فقد يفسر ذلك إلى أنهم من الفئة المنخرطة بدار الشباب والمواظبة على حضور نشاطاتها.

في حين يمكن تفسير النسبة المتبقية من الشباب ممن كانت إجابتهم بحضورهم النادر أو المنعدم إلى طبيعة الشاب في حد ذاته فقد يكون ممن يحمل صورة سلبية عن دار الشباب أو قد يعود إلى عدم علمهم بهذه النشاطات، فقد بين الجدول الموالي رقم 10 الخاص بأسباب عزوف الشباب عن حضور النشاطات بدار الشباب أن النسبة الأكبر في ترتيب الأسباب المقدره ب 37% تُرجع ذلك إلى ضعف الجانب الاتصالي لدار الشباب، مما قد يكون عائقا أمامهم لحضور هذه النشاطات.

**الجدول رقم 10:** خاص بأسباب عزوف الشباب عن حضور الفعاليات بدار الشباب.

النسبة المئوية	التكرار	أسباب عزوف الشباب
37	37	ضعف الجانب الاتصالي
26	26	عدم وعي الشباب بها
31	31	قلة النشاطات والفعاليات
06	06	أسباب أخرى



100	100	المجموع
-----	-----	---------

يبين الجدول أعلاه أسباب عزوف الشباب عن حضور الفعاليات والنشاطات المنظمة من طرف دار الشباب. ويتصدر هذه الأسباب ضعف الجانب الاتصالي بنسبة 37%، ثم سبب قلة النشاطات والفعاليات بنسبة 31%، وفي المرتبة الثالثة نجد السبب المرتبط بعدم وعي الشباب بها بنسبة 26% وأخيرا الأسباب الأخرى بنسبة ضعيفة بلغت 06%.

من خلال قراءتنا السابقة لهذا الجدول فإن النسبة المرتفعة من إجابات المبحوثين أكدت أن عزوف الشباب عن هذه الدار راجع لضعف الجانب الاتصالي بها، إذ أنه غالبا ما يجهل الشباب هذه النشاطات ولا يعلم بها ولا تكون له أي فكرة عنها نتيجة لغياب وسائل اتصالية تدل عليها كالمصقات الجدارية والإعلانات وغيرها، وهذا ما يجعل هذه النشاطات والفعاليات حبيسة جدران دار الشباب ولا تصل إلى جمهورها. أما عن السبب المرتبط بقلة النشاطات والفعاليات فيرجع للبرنامج المسطر من جانبها والذي في أغلبه يركز على الجانب الترفيهي أكثر كالدورات الرياضية والرحلات السياحية، وتهميش باقي الأنشطة الأخرى خاصة الثقافية منها كالمسابقات والندوات والمحاضرات والدورات التكوينية الموجهة لفئة الشباب. بينما لو نركز في السبب الخاص بعدم وعي الشباب بهذه الفعاليات والنشاطات فنجد أن الوعي مرتبط أكثر بالجانب الاتصالي، فإذا لم يتم الإعلان عن النشاطات من جانب دار الشباب فإن الجمهور سيكون مغيب ولن تكون له أي فكرة عنها.

**الجدول رقم 11:** خاص بالإستراتيجية الإعلامية لدار الشباب في استقطاب أفراد العينة.

النسبة المئوية	التكرار	نوع الإستراتيجية الإعلامية
17	17	الاتصال الشخصي
45	45	الإشهار في الأماكن العمومية

33	33	الدعوة عبر الإذاعة المحلية
05	05	الإشهار عبر الصفحة والموقع الالكتروني الرسمي
00	00	كل هذه الأنواع
100	100	المجموع

يتضح من خلال الجدول أعلاه أنواع الإستراتيجية الإعلامية التي تتبعها دار الشباب في استقطاب الشباب سواء للانخراط فيها أو حضور النشاطات التي تنظمها، إذ نجد في مقدمة هذه الاستراتيجيات الإشهار في الأماكن العمومية بنسبة 45%، ثم إستراتيجية توجيه الدعوة عبر الإذاعة المحلية بسعيدة بنسبة 33%، يليها الاتصال الشخصي بنسبة 17%، وفي الأخير نجد إستراتيجية الإشهار عبر الصفحة والموقع الالكتروني لدار الشباب بنسبة ضئيلة بلغت 05%.

إن اعتماد دار الشباب على إستراتيجية الإشهار في الأماكن العمومية على غرار الساحات والحدائق والمقاهي ودور السينما والمسارح والملاعب وقاعات الرياضة وباقي الفضاءات العامة الأخرى، راجع بالأساس إلى تعميم الدعوة في أوساط الجمهور وإعطاء النشاط المنظم صدى واسع حتى يلقي إقبالا كبيرا، وتستخدم هذه الإستراتيجية عادة الوسائل المكتوبة كالإعلانات والملصقات لأنها غير مكلفة وسهلة التصميم والإشهار، وهو ما بينه الجدول رقم 13 الخاص بالوسائل الاتصالية المستخدمة في دار الشباب إلى تصدر الوسائل المكتوبة لقائمة الوسائل التي تستخدمها دار الشباب للإعلان عن نشاطاتها بنسبة 32%.

ويمكن تفسير إستراتيجية توجيه الدعوة عبر الإذاعة المحلية والتي جاءت في المرتبة الثانية من حيث الاستراتيجيات التي تستخدمها دار الشباب بمدينة سعيدة إلى ارتفاع نسبة المستمعين للإذاعة المحلية خاصة من طرف النساء الماكثات بالبيت وسائقي السيارات ووسائل النقل الجماعي وهو ما يسمح بنشر الدعوة وتعميمها على نطاق واسع،

كما أن الإشهار عبر الإذاعة المحلية غير مكلف هو الآخر لأن كلا المؤسسات أي الإذاعة ودار الشباب تابعتين للدولة.

أما عن إستراتيجية الاتصال الشخصي التي تتجلى في توجيه الدعوات الشخصية للشباب لحضور النشاطات سواء كانت لفظية أو مكتوبة فيكون ذلك موجه بالأساس للأفراد المنخرطين بدار الشباب والمترددین عليها، مما يسمح لهم بتلقي الدعوة الشخصية. في حين نجد إستراتيجية الإشهار عبر الصفحة الاجتماعية (الفايسبوك) لدار الشباب أو موقعها الرسمي على شبكة الانترنت والتي جاءت في آخر ترتيب الاستراتيجيات التي تستخدمها دار الشباب بسعيدة فيرجع ذلك إلى عدم تحيين الصفحة والموقع الرسمي.

**الجدول رقم 12:** خاص بتقييم أفراد العينة للجانب الإعلامي والاتصالي بدور الشباب.

النسبة المئوية	التكرار	تقييم الجانب الإعلامي والاتصالي
57	57	ضعيف
17	17	متوسط
26	26	مقبول
100	100	المجموع

يوضح الجدول أعلاه تقييم أفراد العينة للجانب الإعلامي والاتصالي لدور الشباب، إذ أشارت أكثر من نصف إجابات المبحوثين إلى ضعف هذا الجانب داخل دور الشباب بنسبة 57%، تليه نسبة المجيبين بمقبول بنسبة 26% وأخيرا من كان تقييمهم بمتوسط بنسبة 17%.

إن ضعف الجانب الإعلامي والاتصالي داخل دور الشباب يدل على عدم اهتمام هذه الفضاءات بهذا الجانب وتهميشه، وهذا ما جعل هذه المؤسسات مجرد فضاءات شاغرة تعاني من ضعف الإقبال عليها والاستفادة من خدماتها، كما ساهم في ابتعاد الشباب عنها وعدم

الانخراط فيها، فوسائل الإعلام والاتصال لها دور كبير في الإعلان عن نشاطات الدور الشبابية ودفع الشباب للإقبال عليها والمشاركة فيها، لذلك ينبغي لدور الشباب اليوم الاهتمام بهذا الجانب وإعطاءه المكانة التي يستحقها. من خلال تفعيل نشاط خلية الاتصال داخل دور الشباب وجعلها تساهم في إعادة الاعتبار للجانب الإعلامي بتأسيس مجلات دورية للتعريف بهذه المؤسسات وطرح قضايا الشباب ومناقشتها وتصميم مطويات تعرف بنشاطات هذه الدور والإعلان عنها بواسطة الملصقات، وتوسيع نطاق النشر حتى يتسنى للشباب الإطلاع عليها خاصة في الأماكن العامة.

**الجدول رقم 13:** خاص بالوسائل الاتصالية المستخدمة في دار الشباب.

النسبة المئوية	التكرار	الوسائل الاتصالية
32	32	الإعلانات المكتوبة
26	26	الملصقات
11	11	الاتصال الشفوي
12	12	المحاضرات والندوات
15	15	اللافتات الإعلانية
04	04	أخرى
100	100	المجموع

يتضح من خلال الجدول أعلاه أهم الوسائل الاتصالية المستخدمة في دار الشباب. ويتصدر هذه الوسائل الإعلانات المكتوبة بنسبة 32%، ثم تليها الملصقات بنسبة 26% وبعدها اللافتات الإعلانية بنسبة 15%، ثم نجد كل من المحاضرات والندوات ب 12% وكذا الاتصال الشفوي بنسبة 11%، وأخيرا الوسائل الأخرى بنسبة قدرت ب 04%.

تشير النسب المتحصل إليها إلى تصدر الوسائل المكتوبة وفي مقدمتها الإعلانات المكتوبة والملصقات لقائمة الوسائل الاتصالية المستخدمة من طرف دار الشباب بمدينة سعيدة في التواصل مع فئة الشباب، وهذا راجع لقلة تكاليف إنجاز هذه الوسائل من الناحية المادية. كما أنها لا تتطلب وسائل في الإنجاز وإلى سهولة وصول الرسالة من خلالها إلى الجمهور، لأنه في الغالب ما يتم وضع هذه الإعلانات والملصقات على الجدران والإشهار عنها في الأماكن العامة كالأسواق والمقاهي ومختلف المؤسسات الأخرى، وهذا ما لاحظناه عند ولوجنا أكثر من مرة لدار الشباب بمدينة سعيدة إذ وجدنا الكثير من الإعلانات المكتوبة بيهو دار الشباب والخاصة بالفعاليات والنشاطات المبرمجة وهذا لتوسيع نطاق النشر وإعلام شريحة واسعة من الشباب عن ذلك، أما عن استخدام اللافتات الإعلانوية من طرف دار الشباب والتي جاءت نسبتها ضعيفة مقارنة بالوسائل المكتوبة فمرد ذلك إلى تكلفة إنجاز هذه اللافتات لأنها تتطلب دقة في التصميم واستخدام الألوان في طباعتها وهذا أمر مكلف نوعا ما. في حين نجد استخدام باقي الوسائل الأخرى فراجع لطبيعة النشاط المنظم ومدى أهميته.

**الجدول رقم 14:** خاص بمدى مساهمة الوسائل الاتصالية في استقطاب وحماية الشباب الجزائري.

النسبة المئوية	التكرار	مساهمة الوسائل الإعلامية في استقطاب وحماية الشباب
63	63	نعم
37	37	لا
100	100	المجموع

يبين الجدول مدى مساهمة الوسائل الاتصالية في حماية الشباب من المشكلات التي يعاني منها، إذ أجاب ما يفوق نصف أفراد العينة أن هذه الوسائل الاتصالية المستخدمة بدار الشباب بمدينة سعيدة تساهم

حسبهم في استقطاب وحماية الشباب من المشكلات الاجتماعية بنسبة 63%، بينما النسبة التي رأت عكس ذلك فكانت 37%.

ويمكن تفسير إجابة المبحوثين بمساهمة الوسائل الاتصالية المستخدمة بدار الشباب في استقطاب وحماية الشباب من المشكلات الاجتماعية، إلى النجاح الذي سجلته هذه الوسائل في بعض الأحيان، خاصة في مجال التوعية والتحسيس من مخاطر الأفات الاجتماعية على غرار التدخين، المخدرات، العنف والجريمة بمختلف أشكالها، فكثيرا ما كانت تصل دار الشباب بمدينة سعيدة إلى شريحة واسعة من الشباب خاصة في حملاتها الإعلامية الميدانية بالشوارع ومختلف المؤسسات التربوية وفضاءات الترفيه الأخرى. كالقاعات المتعددة الرياضات والملاعب الجوارية وكذا الأحداث والمناسبات الوطنية والعالمية، على غرار اليوم العالمي للطفل 20 نوفمبر، عيد الاستقلال والشباب 05 جويلية، يوم الصحة العالمي 07 أفريل، اليوم العالمي للامتناع عن تعاطي التبغ 31 ماي، يوم الشباب الدولي 12 أوت، اليوم الدولي للاعنف 02 أكتوبر... الخ.

أما عن الفئة التي ترى أن الوسائل الاتصالية المستخدمة من طرف الشباب لم تساهم في حماية الشباب من المشكلات الاجتماعية فهذا راجع لضعف الجانب الإعلامي بها وعدم مساهمته في عملية التوعية والتحسيس بخطر المشكلات والأفات الاجتماعية من خلال إبراز آثارها الناجمة وتطرقها لمواضيع الشباب عامة، كما قد يفسر ذلك بعدم قدرة هذه الوسائل على الوصول إلى فئة الشباب كلها أو اقتصرها على فئة دون الأخرى.

**الجدول رقم 15:** خاص بكيفية مساهمة دار الشباب في حماية الشباب من المشكلات الاجتماعية.

النسبة المئوية	التكرار	كيفية مساهمة دار الشباب في حماية الشباب
28	28	توزيع المطويات
10	10	تنظيم ندوات

23	23	إشراك الشباب في العمل الجماعي
36	36	تنظيم نشاطات ثقافية وترفيهية
03	03	أخرى
100	100	المجموع

يبين الجدول رقم 15 كيفية مساهمة دار الشباب في مجال حماية الشباب من المشكلات الاجتماعية، وهناك تقارب نوعا ما بين نسبة المجيبين بقيام

دار الشباب بتنظيم النشاطات الثقافية والترفيهية بنسبة 36% ومن أجابوا بتوزيع المطويات ب28%، ثم نجد إشراك الشباب في العمل الجماعي بنسبة 23% وبعدها تنظيم الندوات ب 10% وأخيرا باقي النشاطات الأخرى بنسبة 03%.

جاءت النسبة الغالبة من إجابات المبحوثين مركزة على أن مساهمة دار الشباب في مجال حمايتهم من المشكلات الاجتماعية تأتي عن طريق تنظيم النشاطات الثقافية والرياضية و توزيع المطويات، فالأولى أي تنظيم النشاطات الثقافية والرياضية جد مهمة لأنها تساهم بقدر كبير في حماية الشباب من الوقوع في الآفات الاجتماعية، وذلك بملاً أوقات الفراغ لديهم من خلال دفعهم للقراءة والإقبال على المكتبات والمشاركة في النشاطات الرياضية المنظمة. كما أنها تجعل من الشباب في بعض الأحيان فاعلين فيها، من خلال المبادرات التي يقومون بها كتنظيم المسابقات بين النوادي الناشطة داخل دار الشباب، أو الدورات الرياضية بين الفرق والأحياء...الخ، بينما توزيع المطويات فهي الأخرى لها أهمية كبيرة نظرا لما تحتويه من معلومات قيمة عن المشكلات أو الآفات الاجتماعية كالتدخين والمخدرات والعنف والجريمة...الخ. إذ تقدم نصائح لفئة الشباب وتساهم في توعيتهم من خطر هذه المشاكل وتحسسهم بكيفية الوقاية منها وتجنبها

وتخاطب عقولهم وعواطفهم باستخدامها للاستمالات العاطفية والعقلية وكذا استمالات التخويف، كما أن عملية إخراجها تكون بطريقة جديدة تلفت الانتباه وتجذبهم للإطلاع عليها وهي غير مكلفة مادية وبإمكانها الوصول إلى شريحة واسعة من الشباب.

بينما لو نظرنا لإشراك الشباب في العمل الجماعي فإننا نجد أن الشاب المنخرط في الجمعيات الشبابية اجتماعي أكثر وله حس ودرجة وعي وفطنة تقيه من الوقوع في المشاكل والآفات الاجتماعية وتجعله فردا نشطا يساهم في خدمة مجتمعه، في حين أن الندوات المنظمة بدار الشباب ترفع هي الأخرى من المستوى الثقافي للشباب وتعمل على تثقيفهم وتجعلهم أكثر حذرا من المشاكل الاجتماعية وتقدم لهم الحلول الناجعة لتجنب ذلك على غرار الندوات التحسيسية حول الوقاية من الأمراض والآفات الاجتماعية كالمخدرات.

**الجدول رقم 16:** خاص باقتراحات أفراد العينة لتطوير الجانب الاتصالي لدار الشباب.

النسبة المئوية	التكرار	اقتراحات لتطوير الجانب الاتصالي
13	13	الاهتمام بوسائل الاتصال خاصة الجديدة
37	37	زيادة التوعية بأهمية النشاط الاتصالي لدار الشباب
29	29	زيادة المتخصصين في هذا المجال
16	16	القيام بأبواب مفتوحة للتعريف بنشاطات دار الشباب
05	05	أخرى
100	100	المجموع



يوضح الجدول أعلاه اقتراحات أفراد العينة الخاصة بتطوير الجانب الاتصالي لدار الشباب، ويأتي في المقدمة اقتراح زيادة التوعية بأهمية النشاط الاتصالي لدار الشباب بنسبة 37% ثم زيادة المتخصصين في هذا المجال بنسبة 29% واقتراح القيام بأبواب مفتوحة للتعريف بنشاطات دار الشباب بنسبة 16%، وبعده اقتراح الاهتمام بوسائل الاتصال خاصة الجديدة منها بنسبة بلغت 13% وأخيرا نجد اقتراحات أخرى بنسبة 05%.

ما يلاحظ عامة على هذه الاقتراحات أنها كلها جاءت داعمة ومؤكدة على أهمية النشاط الاتصالي وتفعيله في دار الشباب بمدينة سعيدة بغرض استقطاب الشباب وجذبهم وحمايتهم من المشكلات الاجتماعية، فزيادة التوعية بأهمية الجانب الاتصالي لدار الشباب يأتي من خلال الاهتمام به داخل هذه الدار وتفعيله أكثر وتنوع استخدام الوسائل الاتصالية من المطويات والملصقات والإعلانات المكتوبة وغيرها. والعمل على إنتاج رسائل اتصالية تهم فئة الشباب وتطرح المواضيع التي تهمهم، أما عن زيادة المتخصصين في هذا المجال فيدل هذا الاقتراح على ضرورة توفير كفاءات في مجال الاتصال الشبابي حتى يساهموا أكثر في دعم هذا الجانب وكذا وجود إطارات شبانية تساهم في عملية التوعية والتحسيس وزيادة نشاط وأداء هذه الدار بما يفي ويحقق حاجات الشباب المختلفة.

بينما الاقتراح الخاص بالقيام بأبواب مفتوحة للتعريف بنشاطات دار الشباب فهذا لزيادة وتوطيد الصلة بين هذه المؤسسات وجمهورها والتعريف بها أكثر في أوساطهم للمساهمة في جذبهم واستقطابهم لها ومن ثم ضمان انخراطهم فيها، في حين الاقتراح الخاص بالاهتمام بوسائل الاتصال خاصة الجديدة منها فراجع للتطور الكبير في مجال تكنولوجيا الاتصال وانتشارها الواسع خاصة لدى الشباب وهو ما يتطلب من هذه المؤسسات ضرورة مواكبة هذا الجانب وضمان حضورها فيه من خلال إنشاء مواقع الكترونية وصفحات اجتماعية على مواقع التواصل الاجتماعي كالفيسبوك وتويتر، وإنشاء قنوات

على اليوتوب لتحقيق التواصل الفعال مع الشباب. مع ضرورة تحيين محتوى هذه المواقع حتى تكون في خدمة الشباب.

### الخاتمة:

ما يمكن أن يقال في ختام هذه الدراسة أن للاتصال الشبابي بمختلف وسائله دورا كبيرا في مجال توعية الشباب وتحسيسهم بالأخطار والمشاكل الاجتماعية المحيطة بهم، كما له مكانة هامة في وقايتهم من مختلف الأفات بنشر الوعي الاجتماعي في أوساطهم. لكن من خلال دراستنا لفعالية هذا النوع الاتصالي بين فئة الشباب ومؤسساتهم الاجتماعية وفي مقدمتها دار الشباب بمدينة سعيدة كعينة من بين عشرات دور الشباب الناشطة في الجزائر. تبين أن هناك خلل في الجانب الاتصالي لهذه الدار، بدليل عدم انخراط الشباب فيها وعزوفهم عن حضور مختلف النشاطات المنظمة بداخلها على الرغم من توفر هذه الدور في مختلف بلديات القطر الوطني، بالإضافة إلى تأكيد أغلبية الشباب على ضعف الجانب الاتصالي لدار الشباب، مما يتطلب ضرورة تفعيل هذا الجانب من خلال الاهتمام به وإعطاءه المكانة التي يستحقها عن طريق توفير الكوادر المؤهلة في هذا المجال وتنوع استخدام الوسائل الاتصالية من المقروءة والسمعية البصرية وحتى الالكترونية. وبناء استراتيجيات اتصالية هادفة لتوعية الشباب واستقطابهم وحمايتهم من المشكلات الاجتماعية التي تواجههم.

### قائمة المصادر والمراجع:

- أبيض مليكة، (1984). *الثقافة وقيم الشباب*، دمشق: منشورات دار الثقافة.
- أحمد كمال أحمد، (1963). *الخدمة الاجتماعية والمجتمع*، القاهرة: مكتبة القاهرة الحديثة.
- حسين السيد، ليلي مكاي، (1989). *الاتصال ونظرياته المعاصرة*، القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.
- دليو فضيل، علي غربي، (2012). *المنهجية في العلوم الاجتماعية*، مخبر علم اجتماع الاتصال للبحث والترجمة، جامعة منتوري قسنطينة.
- العبد الله مي، (2010). *نظريات الاتصال*، ط2. لبنان: دار النهضة العربية.

- غربي علي، (2009). أبجديات المنهجية في كتابة الرسائل الجامعية، مخبر علم اجتماع الاتصال، جامعة قسنطينة: دار الطباعة للنشر والتوزيع الفايز.
- مهنا فريال، (2002). علوم الاتصال والمجتمعات الرقمية، ط1. دمشق: المطبعة العلمية.
- نبيل عارف الجردي، (1985). مقدمة في علم الاتصال، ط3. الإمارات: مكتبة الإمارات.
- هارون مليكة، (2005/2004). الاتصال في أوساط الشباب في ظل التكنولوجيا الحديثة للإعلام والاتصال، مذكرة ماجستير غير منشورة في (علوم الإعلام والاتصال)، قسم علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر.
- [mdjakka.blogspot.com/2010/09/blogpost\\_6232.html](http://mdjakka.blogspot.com/2010/09/blogpost_6232.html) (21:45، 2017/01/21).
- <http://www.socialar.com/vb/showthread.php?t=7443> (22:20، 2017/01/21).

### للإحالة على هذا المقال:

- مختار جلولي، (2021)، « استراتيجيات الاتصال الشبابي في حماية الشباب من المشكلات الاجتماعية ». المواقف، المجلد: 17، العدد: 01، جويلية 2021، ص. ص 277-311.