

أثر الإعلام الجديد على سلوكيات وقيم جمهور الشباب الجزائري

"دراسة ميدانية على عينة من جمهور شباب طلبة جامعة سعيدة"

أ/ خليفة محمد فتحي

-جامعة عبد الحميد ابن باديس، مستغانم -

ملخص:

يعتبر موضوع الإعلام الجديد من بين مواضيع التي يهتم بها الباحثين في مجال علوم الإعلام والاتصال، حيث كثر الحديث عليه بين العام والخاص نتيجة سرعة انتشاره بين الشباب في مختلف أشكاله، والحديث عن ما أحدثه من تغيرات على مستوى الفرد والمجتمع وعلى مختلف الأصعدة الاقتصادية والسياسية والثقافية، بل وحتى في العملية الاتصالية في حد ذاتها حيث أصبح نموذج العملية الاتصالية يعرف نوع من التغير و أصبح المرسل هو المستقبل في نفس الوقت، وأصبح المرسل يلعب عدة ادوار في شكل شخص واحد وهذا ما يطلق عليه بصحافة المواطن التي يمكن القول عنها أنها شكل من أشكال الإعلام الجديد الذي ظهر نتيجة حتمية التزاوج بين التقنية والتكنولوجيا متمثلة أساسا في الانترنت، حيث أصبح العالم يشهد تطور سريع يتسم بالحدثة اليومية، حيث كل يوم يظهر إلا و معه جديد، نتيجة هذا التزاوج حتى سمي هذا العصر بعصر السرعة، هذا العصر الذي أصبح فيه الاتصال بين الأفراد سواء في المجال الجغرافي أو الزمني يتم بسرعة فائقة، ويتم تناقل المعلومات وتبادلها بمجرد الضغط على زر واحد وعن طريق وسائل بسيطة تمثلت في الآونة الأخيرة في جهاز النقال الذي أصبحت له عدة ادوار تجاوزت دور التواصل، فعلا انه عصر السرعة والتكنولوجيا و الوسيلة.

هذا الإعلام الجديد اقتحم حياة البشرية فأصبح إشكالية تستقطب المفكرين والباحثين، خاصة مواقع التواصل الاجتماعي التي أصبحت تعتمد عليها بعض الفضائيات في صناعة مضامينها والاعتماد عليها كمصادر للمعلومات، كما اعتمد عليها الشباب كوسائط للتواصل اليومي والاعتماد عليه في المعلومات، وتؤكد الإحصائيات مدى ارتباط الأفراد بهذه المواقع التواصلية في الوطن العربي حيث تشير مجلة الحاسب في آخر الإحصائيات بأن حوالي 4,534,760 مستخدم في المملكة العربية السعودية (المرتبة الأولى في العالم العربي) لموقع الفيس بوك وتليها دولة الإمارات بـ 2,729,209 مستخدم للموقع نفسه (مجلة الحاسب، 2015)، وفي الجزائر يوجد ما يقارب 3,885,840 مستخدم (النهار الجديد، 2015)، أغلبيتهم من الشباب ولاشك أن هذا الاستخدام تصاحبه بعض الآثار الأخلاقية والسلوكية على الشباب هذا ما سنحاول التطرق إليه من خلال هذه الدراسة بالتطرق إلى ما تحتويه هذه الشبكات من قيم ومعارف وثقافات تتماشى تارة وتتعارض تارة أخرى مع قيم وسلوكيات الشباب العربي المسلم.

كلمات مفتاحية: الإعلام الجديد، سلوكيات وقيم جمهور، الشباب الجزائري

Résumé:

Les nouveaux médias est le sujet qui fait l'actualité en ce moment, tout le monde en parle suite à la vitesse à laquelle il se propage parmi les jeunes dans toutes ses formes. On parle aussi des changements qu'ils ont apportés, que cela soit sur l'individu ou sur la société dans tous les domaines ; économiques, politiques, et culturels. Ce changement touche même l'aspect communicationnel puisqu'il modifie le schéma de communication de sorte que le destinataire est devenu aussi le destinataire, mais il joue aussi d'autres rôles dans ce qu'on appelle désormais la presse du citoyen. Cette dernière que nous considérons comme une des formes des nouveaux médias est née de la rencontre entre la technique et la technologie représentée essentiellement par l'INTERNET, de ce fait le monde connaît un développement rapide constamment mis à jour. Cette ère, est celle où les individus communiquent de façon très rapide, géographiquement parlant ou temporellement, l'information circule par la pression d'un simple bouton, et à avec de simples moyens de communication comme le téléphone portable,

qui est devenu plus qu'un moyen de communication. Il s'agit là de l'ère de la haute technologie et de la rapidité dans tous les domaines.

Ces nouveaux médias se sont incrustés dans la vie de tous les jours au point de devenir un véritable sujet de réflexion pour les intellectuels et autres chercheurs, surtout les réseaux sociaux qui constituent un support inévitable pour les chaînes de télévision dans la constitution des contenus de leurs programmes, et par ailleurs une source d'information facile d'accès. Les jeunes aussi les utilisent comme moyen de contact quotidien, et s'en servent tout comme les chaînes de télévision comme un moyen de rechercher l'information. Les statistiques confirment l'addiction des jeunes à ces réseaux sociaux dans les pays arabes, en effet, selon la revue EL HASSIB démontre qu'il existe 534,760 ,4 utilisateurs de ces réseaux sociaux (essentiellement Face book) rien qu'en Arabie Saoudite, occupant la première place parmi les pays arabes, suivi par les Emirats Arabes Unis avec 2,729,209 utilisateurs. En Algérie, on compte pas moins de 3,885,840 utilisateurs du réseau social Face book, étant de majorité jeunes. Cette utilisation massive des réseaux sociaux est certainement accompagnée par quelques effets moraux et comportementales visibles sur les jeunes, et c'est ce que nous allons essayer d'étudier à travers les contenus de ces réseaux sociaux, et ce qu'ils véhiculent comme valeurs, savoirs et cultures qui sont tantôt compatibles et tantôt non avec les valeurs et les comportements des jeunes arabes musulmans.

مفاهيم الدراسة:

الإعلام الجديد، الأثر، مواقع التواصل الاجتماعي، السلوك، الشباب، القيم.

(1) التعريف بموضوع الدراسة:

أ- مشكلة البحث:

تعتبر الانترنت من أهم الوسائط الاتصال الحديثة التي أصبحت تؤثر على الأفراد والجماعات وذلك لما تتميز به من نجاح في مجال نشر المعرفة على المستوى العالمي وتيسير الحصول على المعلومات وتناقلها وتبادلها إضافة إلى التحرر من أغلبية القيود التي هي مفروضة على وسائل الإعلام الأخرى و تشير الدراسات الحديثة إلى مكانة ودرجة انتشار الانترنت في أوساط الشباب إلى

درجة أن هناك من يقول أنها أضحت تنافس مؤسسات التنشئة الاجتماعية مثل الأسرة ،المسجد، المدرسة، في تنشئة أفراد المجتمع.

إن ظهور هذه التكنولوجيا الحديثة في المجتمع الحديث المعاصر الذي أصبحت فيه السرعة عامل أساسي أدى إلى إكسابها جمهور عريض نظرا لما تتسم به من الجودة ، ونظرا لان هذه الوسيلة جديدة فإنها هي الرسالة كما يقول المفكر مارشال ماكلوهان أي أن الرسالة الأساسية في الانترنت هي الانترنت نفسها لما تحويه من برامج وتطبيقات واندماج بين الصوت والصورة والتفاعلية وبالتالي فإنها تعيش مرحلة الانبهار بها مما يجعلها أكثر جاذبية للأفراد وخاصة الشباب مما يؤدي بالضرورة إلى اتساع تأثيرها خاصة لفئة الشباب لأنهم أكثر من غيرهم في البحث عن التكنولوجيات الجديدة بحثا عن الإثارة والمغامرة ومن ثم فإنهم أولى العناصر الاجتماعية في تبني التكنولوجيا والتأثر بها.

وتعتبر مواقع التواصل الاجتماعي وليدة هذه التقنية الاتصالية خصوصا مع ظهور تقنية الواب 02.وما نتج عنها من تغيرات في العملية الاتصالية ومن تبادل للأدوار في العملية الاتصالية ومع جدة هذه المواقع التواصلية، ورغم ما وفرته هذه التكنولوجيا الحديثة من تواصل وتفاعل في مواقع التواصل الاجتماعي إلا أن هذا التواصل الاجتماعي ما زال لم يرتقي بعد إلى التواصل الحقيقي الحميمي بين الأفراد بل هو تواصل مع أطراف مجردة تفتقر إلى الكيان والوجود الحسي، فهل تعادل زيارة الأقارب في الأعياد والمناسبات و الالتقاء بهم وتبادل التهاني و التصافح بالأيدي إرسال رسالة sms مجردة من هذا القرب الإنساني الحميمي هذا ما أدى بنا إلى التعايش مع هذه الوسائل التي تفتقر إلى الجانب الإنساني وأصبحنا نعيش في بناية ضخمة تضم عشرات الشقق السكنية ولكن كل ساكن يعيش في عزلة ولا يدري شيئا عن جيرانه الذين يعيشون معه في نفس البناية كما يقول ريتشارد بلاك، بل حتى أن هذه الشقة تحتوي بداخلها غرف منعزلة بحيث أصبح كل فرد من أفراد هذه الشقة متعايش مع آلة مجردة مما يؤدي بالضرورة إلى ضعف التواصل الأسري والعيش في عالم افتراضي لا يرتبط بالواقع مما يؤدي بالفرد بالإحساس بالغرابة عن مجتمعه الواقعي والانزواء في هذا الفضاء

الافتراضي هذا ما يجعله يعيش حالة من التناقض، فكل هذه السلوكيات تعتبر وليدة هذه الظاهرة الاتصالية المتمثل في ظهور مواقع التواصل الاجتماعي.

فما مدى اثر مواقع التواصل الاجتماع على سلوكيات و قيم جمهور شباب الطلبة؟

ما هي العلاقة التي تربط مواقع التواصل الاجتماعي والشباب ولماذا الشباب؟

وتندرج تحت هذه الإشكالية مجموعة من التساؤلات.

- ما هي عادات و أنماط استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لدى جمهور شباب الطلبة الجزائريين؟

- ما هي أهم القيم التي يمكن لمواقع التواصل الاجتماعي أن تنقلها للشباب؟

- ما هي أهم السلوكيات التي يمكن لمواقع التواصل الاجتماعي أن تؤثر عليها؟

ب- تحديد مفاهيم الدراسة:

الإعلام الجديد:

يعرف قاموس التكنولوجيا الرفيعة high tech dictionary الإعلام الجديد بشكل مختصر بأنه اندماج الكمبيوتر وشبكات الكمبيوتر والوسائط المتعددة وبحسب ليستر lester الإعلام الجديد هو مجموعة تكنولوجيات الاتصال التي تولدت من التزاوج بين الكمبيوتر والوسائط التقليدية للإعلام من طباعة وتصوير فوتوغرافي وصوت وفيديو (الصادق 2008، ص31)

وتقوم فلسفة الإعلام الجديد على مبدأ استغلال بين الوسائل المحوسبة والشبكات الالكترونية وتكنولوجيا الاتصالات المتقدمة للوصول إلى اكبر عدد من الجمهور المهتم بالمعلومة التي تقدمها مؤسسة الإعلام بأقل تكلفة واقصر طريقة، وأسرع نقل للمعلومات زمنيا (عواد، 2011). ومن أهم وسائل الإعلام الجديد المدونات الالكترونية، الشبكات الاجتماعية، صحافة المواطن....

الأثر:

التأثير هو ترك الأثر، بمعنى أن الأثر هو نتيجة للتأثير، نقول اثر في نفسي أي ترك فيها أثرا ونتيجة. (المستارى، 2010)

و التأثير الاجتماعي هو تلك النتيجة الهامة التي تتم بعد مرحلتي المواجهة والتبادل، أي أن الحديث عن التأثير الاجتماعي يفترض مرحلة أساسية و استراتيجية، وهي التفاعل الاجتماعي الذي يتم بين طرفين أو جماعتين، ويتميز التأثير الاجتماعي بكونه شرطاً أساسياً يميز عملية التفاعل الاجتماعي التي في تعريفها يظهر معنى التأثير. (الامم المتحدة، 2015)

والمقصود بالأثر في دراستنا هو الناتج الذي يتركه التأثير الحاصل بين الشبكات الاجتماعية والشباب من خلال عملية الاستخدام، بمعنى مختلف الآثار سواء كانت ايجابية أو سلبية عن تأثير محتوى هذه الشبكات ووسائلها وتطبيقاتها على الشباب، باعتبار الشباب هو الفاعل الرئيسي في المجتمع. **مواقع التواصل الاجتماعي:**

تعرف على أنها مواقع على الانترنت تمكن المستخدم من إنشاء ملف تعريف وبناء شبكة شخصية تربطه مع الآخرين وبمجموعات متنوعة. (Dawly, 2009, p 111) وتعرف أيضا أنها "صفحات الويب التي يمكن أن تسهل عملية التفاعل النشط بين الأعضاء المشتركين في هذه الشبكات الاجتماعية الموجودة بالفعل على الانترنت وتهدف إلى توفير مختلف وسائل الاهتمام، والتي من شأنها أن تساعد على التفاعل بين الأعضاء مع بعضهم، ويمكن أن تشمل المراسلة الفورية، الفيديو، الدردشة، تبادل الملفات، مجموعات النقاش...." (مبارك فضل الله، 2010، ص6) ونقصد بمواقع التواصل الاجتماعي تلك المواقع التي توفر للمستخدمين إنشاء ملفات تعريفية شخصية، وتسهل بينهم عملية الاتصال وتبادل الملفات بمختلف أنواعها، ولم شمل اكبر عدد من الأصدقاء وتشكيل مجموعات متخصصة في شتى المجالات.

الشباب:

نريد بمفهوم الشباب في هذه الدراسة فئة اجتماعية توجد في مرحلة عمرية محددة وتمتد من 19 إلى 29 سنة، ويتميز أفراد هذه الفئة ببعض المميزات والخصائص النفسية والاجتماعية والثقافية التي تجعلهم يختلفون عن الفئات الاجتماعية الأخرى، ومن ابرز ما يميز الشباب هو حيويتهم و حركيتهم في الحياة والتطلع دوماً إلى كل ما هو جديد والثورة على كل ما هو قديم، وميلهم نحو تغيير

الواقع. ولو أن هذه المميزات قد نجدها عند الذكور بصفة أكثر من الإناث، ومن سمات الشباب أيضا القلق والتوتر وعدم الاستقرار ولكن بمجرد ما يتحملون المسؤولية كالزواج أو العمل فان معظمهم يخلدون إلى الطمأنينة والثبات.

القيم:

لقد تنوع تعريف القيم من تخصص إلى آخر ومن باحث إلى آخر كما أن هناك فرق كبير بين مدرسة وأخرى في مفهومها للقيم.

يرى سيد قطب أن "القيم في تاريخ معين وهي حقيقة جاءت إلى البشرية من مصدر رباني وهي ليست قيما خيالية مثالية و إنما هي قيم واقعية علمية يتم تحقيقها بالجهد البشري وفي ظل المفهومات الإسلامية الصحيحة ويمكن تحقيقها في كل بيئة بغض النظر عن الحياة السائدة فيها ومدى تقدمها" (مساعد، 2009، ص67)

وقد عرفها البروفيسور عزي عبد الرحمن بأنها "هي كل ما يرتفع به الفرد إلى المنزلة المعنوية ويكون مصدرها في الأساس الدين فالإنسان لا يكون مصدر للقيمة وإنما أداة يمكن تتجسد فيه القيم" (سوفى، 2012، ص46)

السلوك:

يمكن تعريف السلوك على انه تفاعل الفرد مع بيئته الاجتماعية في وضعية ما من خلال استجاباته العضوية والحركية والوجدانية والعقلية، والذي يكون دائما بدافع سواء شعر به الفرد أم لم يشعر به، ويمكن ملاحظته بصفة مباشرة أو ملاحظة النتائج التي تترتب عنه. (بومعيزة، 2006، ص31)

والسلوك الذي نزيده في دراستنا هذه هو السلوك غير سوي الذي لا يكون موجه من طرف القيم، وإنما نابع من العادات والتقاليد البعيدة عن القيم أو من بعض الممارسات التي تنقلها مواقع التواصل الاجتماعي.

(2) نظرية الحتمية القيمة كإطار نظري للدراسة:

أ- نشأة النظرية:

لقد ظل التنظير في علم الإعلام والاتصال حكرا على العالم الغربي لتوفر جملة من الشروط والظروف ، وكان نصيب العرب لا يزيد أن يكون مجرد إسقاط للنظريات الغربية على المجتمعات العربية ، وفي خضم هذا الواقع الفكري والأكاديمي جاء المفكر الجزائري عزي عبد الرحمان ليعطي دفعة خاصة ويبعث من جديد حركة الفكر العربي في مجال من خلال مجموعة من الدراسات العلمية والأبحاث الأكاديمية (أكثر من 50) التي أفرزت نظرية جديدة في حقل الإعلام والاتصال عرفت بنظرية الحتمية القيمة في وسائل الإعلام ، والتي تجلت بوضوح في كتابه: " الفكر الاجتماعي المعاصر والظاهرة الإعلامية الاتصالية ، بعض الأبعاد الحضرية " . الذي أصدره بعد عودته إلى الجزائر سنة 1985 م من رحلته العلمية إلى الوم.أ واحتكاكه المباشر مع أتباع مختلف النظريات والذي جعله يدخل إلى مجال التنظير في الاتصال تحت تأثير بعض أدوات المنهجية الغربية وقد استند عزي عبد الرحمان في نظريته على معارضته للحتمية التكنولوجية لمارشال ماكلوهان في دراسة قارن فيها بين النظريتين .

ب- محتوى النظرية:

حاولت نظرية الحتمية القيمة تخطي الخلل النظري في النظريات الغربية التي تدرس فقط الجانب المحسوس ، وهذا ما لا يعبر عن الواقع كما هو بل عن جزء منه ، بالتالي تكون النتائج جزئية ، لذا فقد حاولت نظرية عزي عبد الرحمان تحديد الأسس النظرية لدراسة أكثر وسائل الإعلام عبر محدد واحد وهو الرسالة الإعلامية وارتباطها بالقيم ، أي أن نظرية الحتمية القيمة انطلقت من افتراض أساس يعتبر الإعلام رسالة وأن أهم معيار في تقييم الرسالة هو القيمة التي تتبع أساسا من المعتقد ، لذلك فإن تأثير وسائل الإعلام يكون إيجابيا إذا كانت محتوياتها وثيقة الصلة بالقيم وكلما

كانت الوثائق أشد كلما كان التأثير إيجابيا ، وبالمقابل يكون التأثير سلبيًا إذا كانت المحتويات لا تتقيد بأي قيمة أو تتناقض مع القيمة وكلما كان الابتعاد عن القيمة أكبر كان التأثير السلبي أكثر . وعزي عبد الرحمان في تأسيس نظريته استفاد من دراسة كل النظريات الغربية السابقة ومختلف المدارس الكبرى كالبنوية والتفاعلية الرمزية والمدرسة النقدية واقترح في نظريته بديلا عن النظريات الغربية يخدم خصوصية المجتمع الإسلامي وهو التركيز على القيم كأساس في عملية البناء الإعلامي وبالرغم من معارضته للعديد من الطروحات الغربية إلا أننا نجد انه استعان ببعض المفاهيم والأدوات البحثية السابقة في استقرائه لواقع الإعلام في العالم العربي حيث عبر مثلا عن الإعلام كرأس مال رمزي كأنه :

➤ الإعلام ظاهرة (تأثره بالنظرية الظاهرية)

➤ الإعلام كمدلول (مقاربة سوسيولوجية)

➤ الإعلام ليس بنية فقط بل هو المعنى وما وراء المعنى (التأثر بالنظرية البنوية)

➤ الإعلام عملية رمزية (التأثر بالنظرية الرمزية)

أما فيما يخص الثقافة فصاحب النظرية يرى أنها سلم يمثل مستواها الأعلى القيم التي مصدرها الدين وعرفها أنها " كل ما يحمله المجتمع وما ينتجه من قيم ورموز معنوية ومادية وذلك في تفاعله مع الزمان والمكان انطلاقا من بعض الأسس التي تشكل ثوابت الأمة وأصولها " (عزي، 2011، ص24) وعن علاقة الاتصال بالثقافة فان عزي عبد الرحمان قدم نموذج تتداخل فيه الثقافة والقيم والاتصال من خلال تأثيرات وسائل الاتصال وقسمها إلى تأثيرات موجبة وأخرى سالبة ، أما التأثيرات الموجبة فتتمثل في تعزيز القيم وتحقيق التنشئة الاجتماعية السوية وتوسيع دائرة الثقافة والانفتاح على الثقافات الأخرى ، أما التأثيرات السلبية فتتمثل في تجسيد القيم التي تميز مجتمع ما والتركيز على النموذج العالمي أو ما يسميه البعض بالعولمة ومحاولة إضعاف النسيج الاجتماعي . وللاشارة فعزي عبد الرحمان قدم مفاهيم جديدة من خلال نظريته خلافا لبعض المفاهيم التي سادت في النظريات الغربية ومن بين ذلك السالب والموجب .

- * مفهوم التمعقل : أي استعمال العقل بحثا عن الحقيقة بغية الوصول إلى اليقين .
- * مفهوم التمثيل : أي استعمال الخيال لإعادة تصور الواقع للوصول إلى أفضل الحالات
- * مفهوم الخيال : أي السعي للوصول إلى الحقيقة المطلقة المرتبطة بالمعتقد
- * مفهوم التموضع : أي الوضع غير السوي الذي يسعى الإنسان إلى تغييره نحو الأفضل عن طريق التمعقل .

* مفهوم الرأسمال الرمزي: ينتمي الإعلام إلى المجال الرمزي الذي يعبر عن الواقع باللغة والصورة والصوت (فالإعلام ليس هو الواقع وإنما يعبر عن هذا الواقع).

* المخيال الإعلامي : والذي يسميه الأستاذ نصير بوعلي " الوجدان الجمعي " وهو الحالة التي تتضمن المشاعر النفسية والاجتماعية التي تتكون بفعل ما يتعرض له الجمهور من محتويات وسائل الإعلام من جهة وبفعل ما يحمله من مخزون ثقافي من جهة أخرى .

* مفهوم الحتمية : فيرى عزي عبد الرحمان أن الحتمية " هي عملية اعتماد متغير واحد في تفسير الظواهر من دون المتغيرات الأخرى " هذا ليس معناه إهمال المتغيرات الأخرى التي لها علاقة بالعملية الإعلامية وإنما يوجد متغير حاسم يعتمد عليه في تفسير الظواهر الإعلامية

ج- ركائز النظرية:

- أما الركائز الأساسية التي تقوم عليها نظرية الحتمية القيمية فقدمها عزي عبد الرحمان كما يلي :
- أ * الاتصال منبثقا من الأبعاد الثقافية الحضارية التي ينتمي إليها المجتمع .
- ب * أن يكون الاتصال تكامليا في أنماطه ووسائله (السمعي البصري ، المكتوب الشخصي) مع التركيز على المطبوع لأنه من أسس قيام الحضارات .
- ج * أن يكون الاتصال مبني على المشاركة الفعالة من قبل الجمهور كافة .
- د * أن يكون الاتصال حاملا للقيم الثقافية والروحية التي تدفع المجتمع إلى الارتقاء .

عموما فان نظرية الحتمية القيمية تختلف عن النظريات الغربية السابقة ، خاصة نظرية مارشال ماكلوهان على مستوى القيمية التي اعتبرها عزي عبد الرحمان نوعا من التعبير عن الذات والتميز

الثقافي ، هذا من جهة ، ومن جهة أخرى فإذا كانت نظرية الحتمية التكنولوجية قد تطرقت إلى تكنولوجيا وسائل الإعلام وتأثيرها على المجتمعات، فإن نظرية الحتمية القيمة تهتم أكثر بمضمونها وطريقة استخدامها والهدف من ذلك الاستخدام.

من هنا أمكن القول أن الإضافة المهمة كما يرى العديد من دارسي الإعلام التي أنتجتها نظرية الحتمية القيمة هي تلك المتعلقة بالتأثير الذي تمارسه وسائل الإعلام على الجمهور ، على غرار النظريات الإعلامية السابقة (الفجوة ، التأثير على مرحلتي الاستخدامات والإشباع ،...) التي أفادت في تفسير الجوانب الجزئية فقط في علوم الإعلام والاتصال ولكنها لم تتضمن إبعادا فلسفية واضحة ، وهو ما أراد عززي عبد الرحمان دراسته وإيضاحه من منطلق أن الاتصال ظاهرة إنسانية ذات أبعاد متعددة .

(3) منهج الدراسة:

المنهج لغة: هو الطريق الواضح أو المسلك (بن هادية وآخرون، 1997، ص1158) .
اصطلاحا: لقد عرف عبر التاريخ العديد من المفاهيم، فكان أفلاطون أول من استخدم كلمة منهج و قصد به البحث أو المعرفة المكتسبة من تعامل الإنسان مع الواقع.
و عرفه ابن خلدون على أنه "عبارة عن مجموعة من القواعد المصاغة التي يعتمدها الباحثون بغية الوصول إلى الحقيقة العلمية بشأن الظاهرة أو المشكلة العلمية موضوع الدراسة و التحليل"(جندي، 2005، ص12)
ويعرفه MORISE ANJERSE أنه "مجموعة منظمة من العمليات تسعى لبلوغ هدف"(انجرس، 2005، ص98)

ويمكن تصنيف دراستنا ضمن الدراسات الوصفية المسحية، و انطلاقا من هذا التصنيف قمنا باعتماد المنهج التالي:

المنهج المسحي: "هو محاولات منظمة للحصول على معلومات ضخمة من أعداد كبيرة لجمهور معين أو عينة منه، من خلال أساليب محددة..." (القصبى، 2004، ص27)

ويعرف أيضا أنه أسلوب لجمع البيانات عن طريق جماعة معينة في بيئة محددة. (عبد الرحمان، 1999، ص163)
ويقسم المنهج المسحي النوعين:

- المسح الوصفي: ويهدف إلى وصف وتوثيق الأوضاع الراهنة أو الاتجاهات الحالية.
- المسح التحليلي: يهدف إلى وصف وتفسير أسباب الأوضاع الراهنة وتدرس العلاقة بين متغيرين أو أكثر للتعرف على طبيعة العلاقة بينهما وتفيد النتائج في الإجابة عن تساؤلات البحث واختبار فروضه. (زغيب، 2009، ص110)

4) أدوات الدراسة:

إن طبيعة البحث و المنهج المستخدم هي التي تحدد للباحث التقنيات و الوسائل و الأدوات التي يستخدمها في البحث عن المعلومات الخاصة بموضوع البحث، و على هذا الأساس سنقوم بالاستعانة بالأدوات و التقنيات التالية:

أ- الملاحظة البسيطة:

وقد قمنا بالاستعانة بهذه التقنية من أجل تحديد كيفية استخدام التقنيات الأخرى و تعرف الملاحظة على أنها "توجيه الحواس لمشاهدة و مراقبة سلوك معين أو ظاهرة معينة، و تسجيل جوانب ذلك السلوك و خصائصه" (محسن، الحضيبي، 1992، ص96)

و يعرفها البعض على أنها توجيه الحواس و الانتباه إلى ظاهرة معينة أو مجموعة من الظواهر، رغبة في الكشف عن صفاتها أو خصائصها، بهدف الوصول إلى كسب معرفة جديدة عن تلك الظاهرة أو الظواهر...

و الملاحظة البسيطة تسمى أيضا بالملاحظة بغير المشاركة، فهي لا تتطلب أكثر من الاستماع أو النظر، ومتابعة موقف ما أو ظاهرة ما دون المشاركة الفعلية فيها، وسيقتصر دورنا في القيام بجولة داخل الحرم الجامعي ومحاولة الاهتمام أكثر بالفئة التي تتعرض للومضات الإعلانية في القنوات الخاصة " و لهذه التقنية مزايا منها أن الوقائع يتم تسجيلها فور و وقوعها دون الحاجة إلى السؤال أو

استقصاء مفردة البحث إلى يتم ملاحظتها خاصة أن الكثير من المفردات ترفض التعاون مع الباحث للإدلاء بأي معلومات أو بيانات" (محسن، الحضيبي، 1992، ص100) .

ب- الاستبيان:

يعرف الاستبيان على أنه "مجموعة من الأسئلة تدور حول موضوع معين تقدم لعينة من الأفراد للإجابة عليها، وتعد هذه الأسئلة في شكل واضح لا تحتاج إلى شرح إضافي تجمع في شكل استمارة". (مصباح، 2005، ص137)

ويعرف أيضا أنه وسيلة للاتصال بالمبحوثين واستفسارهم واحد واحد، وبشكل مماثل، وهو تقنية مباشرة لتقصي المعلومات من الأشخاص و التي تسمح باستفسارهم مباشرة، قصد الحصول على علاقات رياضية وعقد مقارنات كمية. (بوحوش، الذنبيات، 1999، ص66)

وتتركب استمارة الدراسة من أربعة محاور متعلق بالبيانات الشخصية لأفراد العينة أما المحور الثاني تعلق بمدى تعرض أفراد العينة للقنوات الخاصة في الجزائر وتعرضهم للإعلانات التي تبثها هذه القنوات أما المحور الثاني فاحتوي مجمل القيم التي يمكن لهذه الإعلانات أن تنقلها للمتعرضين لها احتوت في مجملها على 22 سؤال فيها 17 سؤال مغلق و 5 أسئلة مفتوحة مغلقة، وزعت على 50 فرد. ويمكن تصنيف استمارتنا ضمن الأنواع التي تحتوي على الأسئلة المغلقة والمفتوحة، وقد تم توزيعها بطريقة مباشرة منتظمة (مجال منظم أي داخل الحرم الجامعي).

5) عينة الدراسة ومجتمع والبحث:

تعرف العينة على أنها منهج يستند إلى الطريقة الإحصائية للحكم على عدد محدد من الظواهر باعتبارها عينة ممثلة و اختيارها اختيارا عشوائيا بقصد التوصل إلى ما يسمى بقانون الأفراد الإحصائي (اسماعيل، 1982، ص155)، وتعرف أيضا على أنها "مجموعة صغيرة من مجتمع البحث و التي يمكن من خلال دراستها إلقاء الضوء على المجتمع البحثي الذي تم اختياره". (ربيع واخرون، 1993، ص58)

وعليه انطلاقاً من التعريفات السابقة ومجتمع البحث الذي يتكون من طلبة كلية الآداب واللغات والعلوم الإنسانية والاجتماعية والذي يقدر عدد طلابه بحوالي 3000 طالب قمنا باختيار العينة و هي " طلبة كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية " وهي عينة احتمالية عشوائية بسيطة حيث قمنا بسحب الأفراد من قائمة مجتمع البحث وتضمنت فرص متساوية و احتمال ظهور كل فرد من أفراد العينة، وحفاظاً على الجهد ونظراً لضيق الوقت تمثل عدد أفراد العينة في 100 فرد من مجتمع البحث الكلي.

نتائج الدراسة:

من خلال التحليل الكمي و الكيفي للجداول توصلنا إلى مجموعة من النتائج:
عادات الاستخدام:

1. أغلبية أفراد العينة وبنسبة 80% لديهم حساب في مواقع التواصل الاجتماعي .
2. يأتي موقع الفيسبوك في المرتبة الأولى حيث أن 75% من أفراد العينة يملكون حساب على موقع فيسبوك ليليه موقع تويتر وهناك من يملك أكثر من موقع وذلك نسبة لاختلاف الميزات التي يوفرها كل موقع لمستخدميه.
3. أغلبية أفراد العينة تقضى من ساعة واحدة إلى 3 ساعات في تصفح هذه المواقع في حين أن 17% من أفراد العينة تقضي أكثر من 6 ساعات في تصفح هذه المواقع وهنا يقول الرسول عليه الصلاة والسلام (لا تزول قدما عبد يوم القيامة حتى يسأل عن أربع عن عمره فيما أفناه.....) رواه ابن حبان والترمذي في جامعه، وهنا نجد بأن كل وقت يضيعه العبد في غير مرضاة الله يسأل عنه.
4. 58% غرضهم الترويح عن النفس و10% من اجل إقامة علاقات مع أشخاص آخرين والتعارف، وأغلبية الأوقات التي يفضلها أفراد العينة لتصفح هذه المواقع هي المساء في وفي الليل خاصة من يومي السبت و الجمعة .

5. تشير نتائج أن 55 % من أفراد العينة يقومون بالتعليق على مضامين مواقع التواصل الاجتماعي هذا إن دل على شيءي إنما يدل على أن أفراد العينة يتفاعلون مع هذه المضامين مما يزيد من فرص التأثير عليهم.

محور القيم التي يمكن لمواقع التواصل الاجتماعي أن تنقلها للطلبة الشباب:

6. حوالي 41 % من أفراد العينة توافق على أن مواقع التواصل الاجتماعي تنقل لها قيمة أداء العبادات والصلاة في وقتها في حين لا توافق نسبة 45 % من أفراد العينة على أن هذه المواقع تنقل لها هذه القيمة، هذا ما يجعلنا نتساءل عن دور هذه المواقع في تمكين العبد من أداء الصلاة في وقتها وهل هناك تطبيقات في هذه المواقع تساعد الشباب على تذكيره بمواقيت الصلاة، عن عبد الله ابن مسعود قال: سألت النبي صلى الله عليه وسلم أي العمل أحب إلى الله قال: الصلاة في وقتها قال قم أي قال: بر الوالدين قال: ثم أي قال الجهاد في سبيل الله، قال: حدثني بهن ولو استزدته لزداني. رواه البخاري ومسلم.

7. 36 % من أفراد العينة توافق أن مواقع التواصل الاجتماعي تنقل إليهم قيمة الإخلاص في العمل وهي نسبة قليلة مقارنة بمن لا يوافقون.

8. حوالي 70 % من أفراد العينة لا يوافقون بان مواقع التواصل الاجتماعي تساعد على التفقه في الدين، وهذا ما يجعلنا نتساءل حول اثر هذه المواقع على القيم الدينية للشباب المسلم وعلى مدى مساهمتها في تفقه شبابه و تعليمهم أمور دينهم ومدى مصداقية هذه المواقع لنقل تعاليم الدين الإسلامي والمسائل الفقهية، عن معاوية ابن أبي سفيان رضي الله عنهما قال: سمعت النبي صلى الله عليه وسلم يقول: من يرد الله به خيرا بفقته في الدين. رواه البخاري.

9. توافق ما نسبته 65 % من أفراد العينة على أن هذه المواقع تنقل لهم قيمة أداء الأعمال الصالحة وربما هذا راجع إلى بعض المنشورات التي يتم تداولها والتي تحت على أداء الأعمال الصالحة والحث عليها.

10. حوالي 60% من أفراد العينة توافق على أن مواقع التواصل الاجتماعي تنقل لهم قيمة حسن التواصل مع الآخر وأسلوب الحوار مع الآخر وهذا راجع لما يميز الاتصال غير شخصي في مواقع التواصل الاجتماعي وعدم وجود اتصال مباشر مع الطرف الآخر، فهنا يمكن أن تتسم العملية الاتصالية بمميزات غير التي تكون في الاتصال المباشر.

11. أغلبية أفراد العينة توافق على أن مواقع التواصل الاجتماعي تساعد على أداء الأمانة والصبر وضبط النفس.

12. حوالي 54% من أفراد العينة يوافقون على أن هذه المواقع تنقل لهم قيمة الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر، وخاصة قيمة التضامن وهذا ما شهدناه حقيقة في قضية الشاب عدلان من الجزائر، حيث تم مساعدته والتضامن معه من أجل جمع مبلغ مالي للعلاج في فرنسا.
محور السلوكيات:

13. حوالي 45% من أفراد العينة يشيرون إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي تؤدي بهم إلى العزلة عن أفراد الأسرة في حين يشير 55% من أفراد العينة إلى أن هذه المواقع لا تؤدي بهم إلى الانعزال عن الأسرة، وهذه الاختلافات راجعة طبعا إلى الفروقات الفردية للأفراد والأسر بمعنى كل فرد مر بمؤسسات التنشئة الاجتماعية وهل هذه المؤسسات عملت دورها وهل تلقى الفرد فيها برامج هذه المؤسسات وهذا أيضا يرجعنا إلى الحديث عن نظرية الفروقات الفردية حيث أكد علماء النفس أن الأفراد مختلفون في بنيتهم النفسية وشخصية كل فرد مختلفة عن الآخر ولديه بنية إدراكية خاصة به.

14. أغلبية أفراد العينة بنسبة 70% يرون بان مواقع التواصل الاجتماعي تجعلهم معجبين بالنجوم السينمائية والرياضية.

15. تجعل مواقع التواصل الاجتماعي أغلبية أفراد العينة يقتنون أشياء غير ضرورية في حياتهم اليومية، وهذا راجع طبعا إلى الكم الهائل الذي يتعرض له متصفح هذه المواقع مما تزيد في رغبتهم إلى اقتناء كل أشياء التي يتعرضون لها وهذا ما هو منهي عنه في الشريعة الإسلامية الذي هو

التبذير. قال تعالى: (ولا تبذر تبذيرا إن المبذرين كانوا إخوان الشياطين وكان الشيطان لربه كفورا)الإسراء 27.

16. معظم أفراد العينة بنسبة 80% يوافقون وبشدة على أنهم أصبحوا مدمنين على هذه المواقع ولا يستطيعون الاستغناء عنها، وهذا ما تكلم عنه العالم الكندي مارشال ما كلوهان في نظرية الحتمية التكنولوجية، حيث بان وسائل الإعلام تصبح امتداد لأعضاء الإنسان وتصبح جزء من الإنسان ولا يستطيع الاستغناء عنها وستصبح جزء من حياته وتؤثر فيها بشكل مباشر أو غير مباشر.

17. حوالي 60% من أفراد العينة يوافقون بان مواقع التواصل الاجتماعي تجعلهم يحسون بعدم الرضا بعد استعمالها، وهذا راجع طبعا إلى مضمون هذه المواقع والصفحات التي يلجها الفرد بحيث يحس فيما بعد بأنه لم يقضي وقته في فائدة أو في طلب علم، ونحن نعلم أننا سوف نسأل عن هذا الوقت .

18. معظم أفراد العينة لا يوافقون بان هذه المواقع تجعلهم يقومون بعلاقات غير شرعية مع أجناب وهذا راجع طبعا إلى القاعدة الأخلاقية والدينية التي يتمتع بها أفراد العينة بحيث تقف الأخلاق والدين في وجه الدخول في علاقات غير شرعية وحتى الأعراف والتقاليد الجزائرية تمنع هذه العلاقات غير الشرعية.

19. أغلبية أفراد العينة لا يوافقون بان مواقع التواصل الاجتماعي تجعلهم يتعرضون إلى المضامين الإباحية، وهذا راجع كذلك إلى أن هذه المضامين غير أخلاقية تتنافى مع الشريعة الإسلامية.

20. يوافق حوالي 50% من أفراد العينة أن هذه المواقع تجعلهم يساعدون المحتاجين والفقراء وهذا راجع طبعا إلى مضامين طلب المساعدات التي تنشر على هذه المواقع ونلاحظ استجابة الأفراد لهذه النداءات وهذا ما شهدنها مؤخرا في قضية الشاب الجزائري عدلان.

21. أغلبية أفراد العينة يوافقون بشدة على أن مواقع التواصل الاجتماعي جعلتهم يهملون دراستهم وهذا راجع طبعا إلى الوقت الكبير الذي يخصصه الشباب لهذه المواقع، وهذا ما يؤثر على نتائجهم الدراسية .

خلاصة:

من خلال هذه الدراسة نلاحظ مدى اثر هذه المواقع على سلوكيات و قيم الشباب المسلم، وتختلف هذه الآثار من مجتمع إلى آخر ومن شاب إلى آخر، لكن يجب أن تؤخذ هذا الآثار بعين الاعتبار، عن طريق محاولة توعية الشباب المسلم بالتعقل في استخدام هذه المواقع واستخدامها في ما يخدم دينه وأخلاقه، غير أننا هنا نريد أن نشير إلى ضرورة الاهتمام بالفرد المسلم منذ ولادته عن طريق تربيته تربية حسنة وفق الشريعة الإسلامية وآداب السنة النبوية التي أمرنا بها الصادق الأمين، وضرورة الحرص على أن تكون مؤسسات التنشئة الاجتماعية في الدول الإسلامية غير مخالفة للشريعة الإسلامية في تكوينها للفرد المسلم ومراعاة أحكام الشريعة الإسلامية في تطبيق بعض القوانين، هكذا نستطيع أن نخلق شباب مسلم لديه عقيدة إسلامية صحيحة معتدلة وجيل تربي على السنة النبوية، بهذا يمكن تكوين قاعدة أخلاقية قيمة سلوكية إسلامية تمنع الشاب المسلم من تعدى حدود الله في كل مكان وزمان، وبهذا نضمن استخدام سليم وتأثير معتدل للإعلام القديم والجديد على شباب الأمة الإسلامية.

قائمة المراجع والمصادر

1. القرآن الكريم.
2. صحيح البخاري.
3. صحيح مسلم.
4. عباس محمد الصادق.(2008).الإعلام الجديد المفاهيم والوسائل التطبيقية، عمان: دار الشروق.
5. وائل مبارك فضل الله.(2010).اثر الفيس بوك على المجتمع.ط1.مدونة شمس النهضة. الخرطوم.

6. مساعد بن عبد الله، (2009) القيم في المسلسلات التلفازية، دراسة تحليلية وصفية مقارنة لعينة من المسلسلات التلفازية العربية، ط1، المملكة العربية السعودية : دار العاصمة للنشر والتوزيع.
7. علي بن هادية و آخرون. (1997) القاموس الجديد، ط1، الجزائر: المؤسسة الوطنية للكتاب.
8. عبد الناصر جندلي (2005) تقنيات و مناهج البحث في العلوم السياسية و الاجتماعية الجزائر د.م.ج.
9. موريس أنجرس: ترجمة (بوزيد صحراوي وآخرون)، (2005) منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، الجزائر: دار القصة.
10. عبد الغفار رشاد القسبي(2004)، مناهج البحث في علوم السياسة ، القاهرة: مكتبة الآداب.
11. عبد الله محمد عبد الرحمان(1999) علم الاجتماع: النشأة و التطور، بيروت :دار المعرفة الجامعية.
12. شيماء نو الفقار زغيب (2009) مناهج البحث والاستخدامات الإحصائية في الدراسات الإعلامية، ط 1 القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.
13. عمار بوحوش، محمد محمود الذنبيات(1999) مناهج البحث العلمي وإعداد البحوث، ط1، الجزائر ديوان المطبوعات الجامعية.
14. محمد عبد الغني محسن، أحمد الحضيرى(1992) الأسس العلمية لكتابة رسائل الماجستير و الدكتوراه، القاهرة :مكتبة الانجلو المصرية.
15. عامر مصباح(2005) منهجية البحث في العلوم السياسية و الإعلام، الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية.
16. قباري محمد إسماعيل (1982)، مناهج البحث في علم الاجتماع: مواقف واتجاهات، الإسكندرية: منشأة المعارف.

17. محمد محمود ربيع و آخرون (1993) موسوعة العلوم السياسية. ج2، ط1، الكويت :جامعة الكويت.
18. السعيد بومعيزة. (2006). أطروحة دكتوراه. كلية العلوم السياسية والإعلام. الجزائر.
19. شهرزاد سوفي (2012)، القيم المتضمنة في إعلانات التلفزيون الجزائري وأثارها على جمهور الطلبة الجامعيين، مجلة الدراسات الإعلامية القيمة المعاصرة، العدد3.
20. مجلة الحاسب، مجلة الكترونية، استرجعت من الموقع <http://walhaseb.com/archives/6512> بتاريخ 20:18/04/07
21. النهار الجديد، جريدة الكترونية، استرجعت من الموقع <http://www.ennaharonline.com> بتاريخ h2015،18:27/04/07
22. محمد عواد. (2011). مدخل إلى الإعلام الجديد، سلسلة مثقف في ساعة.
23. محمد المستارى (2010). علاقة التأثير الاجتماعي بوسائل الاتصال الاجتماعي، مجلة الحوار المتمدن. ع 3075. نسخة الكترونية استرجعت بتاريخ 2015،11:15/04/11 <http://www.ahewar.org/debat/nr.asp>.
24. منظمة الأغذية والزراعة للأمم المتحدة، مفهوم المجتمع، الموقع الالكتروني: <http://www.fao.org/statistics/ar> اطلع عليه بتاريخ: 2015/04/10
25. Lisa Dawly (2009). social network knowledge construction emerging virtual world pedagogy .Boise state university .Idaho USA