

## الميديا الجديدة بين تفاعلات الشباب ومنطق التأثير سؤال البيئة الرقمية وتجلياتها الثقافية في حياة الشباب

ط د . يوسف بلعباس<sup>1</sup>

1 مخبر الدراسات الاجتماعية والنفسية والأنثروبولوجية

جامعة أحمد زبانة غليزان الجزائر youssouf.belabbes@univ-relizane.dz

**new media between youth interactions and the logic of influence**

**The question of the digital environment and its cultural manifestations on the  
young**

Youssouf belabbes 1

تاريخ النشر: 2022/03/30

تاريخ القبول: 2022/03/16

تاريخ الاستلام: 2022/01/31

### ملخص:

تهدف هذه الورقة البحثية إلى دراسة الآثار الثقافية والقيمية للميديا الجديدة على الشباب، وما أحدثته العولمة الثقافية على منظومة القيم، عبر وسائلها الاتصالية العالمية، فالمحتويات والمضامين الثقافية تلعب دورا خطيرا في تغيير عقول الشباب، وفي تشكيل تصوراتهم عن العالم، وسلوكياتهم تجاه القضايا الاجتماعية الرّاهنة، فتسلبهم التفكير في مصيرهم وتدرمهم التعبير عن حاجاتهم الاجتماعية والثقافية، فهي أدوات سالبة للحرية هدامة للقيم، ضاربة للهويّة، فلقد أخذت مظاهر الحياة الرّقمية في الاستبداد والاستيلاء على عمود المجتمع الذي به يقوم للأمة شأنها ومكانتها بين الأمم، إن القيم والثقافة جزء لا يتجزأ من هويّة الأمة، ومكوّن محوري يجب أن يبقى محروسا وثيق التماسك والترابط، وحب التحذير والوعي بجديّة الأزمة الرّاهنة والوقوف عند كل ملبساتها، لعنا نقدّم من خلال هذه الدراسة جزءا بسيطا من الصورة الحقيقية اللّامعة التي يريد أنصار العولمة تصديرها لشبابنا.

**الكلمات المفتاحية:** تأثيرات، شباب، عولمة ثقافية، قيم ثقافية، ميديا جديد، وسائل التواصل الاجتماعي.

### **Abstract:**

The present research aims to study the cultural and value effects of the new media on youth, and what cultural globalization has brought about on the value system through its global means of communication. Cultural contents and contents play a dangerous role in (1) changing the minds of young people, (2) shaping their perceptions of the world, and (3) modelling their behavior towards current social issues. Moreover, they rob them of thinking about their destiny, and deprives them of expressing their social and cultural needs. They are freedom-negating tools, destructive means of values and identity. The manifestations of digital life have taken to tyranny and appropriation of the pillar of society in which the nation establishes its status and position among the nations. Values and culture are an integral part of the nation's identity, and a central component that must remain closely guarded and cohesive. It is necessary to warn and be aware of the seriousness of the current crisis and to stand at all its circumstances. The present study attempts to highlight a real image that the advocates of globalization intend to export to our youth.

**Keywords:** influences, youth, cultural globalization, cultural values, new media, social media.

**مقدمة:**

يعتبر التفاعل جوهر الاتصال، والاتصال هو جوهر العلاقات الاجتماعية ومصدر أساسي لتلاقي الثقافات ولطالما ارتبط الاتصال بالتطور التكنولوجي عبر مر العصور، ففي الربع الأخير من القرن العشرين ظهرت الأنترنت كوسيلة اتصال عصرية جديدة، لتربط العالم بين أجزائه المترامية وتسهم في بناء القرية الكونية كما تنبأ لها «مارشال ماكلوهان» لتحقيق التواصل الإلكتروني بوسائطه المختلفة، فظهرت الميديا الجديدة بأشكالها اللامعة البرّاقة، وأنماطها السّلسة الفريدة، متغلغلة في حياة الشباب منغمسة في روافد ثقافته، إن ما اصطلح عليه الإعلام الجديد أتاح الكثير من الخدمات والمزايا عبر شبكاته المتعددة، بما أحدثته من نقلة نوعية في مجال الاتصال الرقمي وحتى على مستوى وسائل الإعلام، فساهمت بذلك في دمج وسائل الاتصال التقليدية من طباعة وتلفزيون وإذاعة وغير ذلك مع شبكة الأنترنت المتاحة عبر كامل هذه القرية العالمية.

لقد كان لوسائل الاتصال الجديدة في مطلع القرن الواحد والعشرين الدور الكبير في تثبيت قواعد الاتصال الحديث والتفاعل والتواصل اللّحظي، ما أرسى لنمط تواصل وثقافي ميزه الحضور القوي لشرائح المجتمع خاصة من الشباب ولعبت فيه الميديا الرقمية المستقطب الأكبر لغالبية المستخدمين، ما طرح العديد من المسائل حول الغموض الذي يعترى القيم وكيف لمواقع التواصل الاجتماعي مثلا أن تهدد حضورها ونسقتها داخل السلم القيمي لكل فرد، إن الاتصال الافتراضي الذي مثلته أكثر مواقع التواصل الاجتماعي شعبية كالفيستوك والأنستغرام وتويتر وغيرها لم يعد يفي بالعرض في ظل التزاحم الكبير والاحتياج المتزايد للمجتمعات التي تبحث دوما عن المشاركة التواصل والمعرفة الأمر الذي فرض حتمية القبول بالتغييرات الجديدة والهبة القوية لوسائل العولمة الثقافية بكافة أجنحتها، فأثر على شبابنا في شبكة العلاقات الاجتماعية والقيم والأنماط الثقافية والأدوار الهامة في المجتمع، في الوقت الذي نحن بحاجة إلى قوة وفتوة الشباب وعنفوانه في النهضة العلمية والاقتصادية والاجتماعية.

وتأتي هذه الورقة البحثية التي نتطرق فيها لأهم تأثيرات الميديا الجديدة على الشباب خاصة في الشّق الاجتماعي والثقافي والقيمي، وعليه نطرح الإشكالية التالية: ماهي التأثيرات الثقافية التي أحدثتها الميديا الجديدة على الشباب؟ وكيف تشكل خطرا على سلوكيات وقيم الشباب؟ الميديا الجديدة:

يقصد بها تكنولوجيات وسائل الاتصال الجديدة أو التقنيات الحديثة أو ما أصبح شائعا

في تسمياته وسائل الإعلام الجديد التي ظهرت في نهاية القرن العشرين وبداية القرن الواحد والعشرين، فبعد ظهور وسائل الاتصال التقليدية كالتلفزيون والراديو، السينما، الجرائد، جاءت إلى الساحة الإعلامية وسائل الاتصال الجديدة، والمعروفة بتكنولوجيات الإعلام والاتصال. وبهذا فإن المصطلح يشير إلى جميع أنواع التكنولوجيا المستخدمة في تشغيل ونقل وتخزين المعلومات في شكل إلكتروني، وتشمل تكنولوجيا الحاسبات الآلية ووسائل الاتصال وشبكات الربط، وأجهزة الفاكس وتقنيات الاتصال الرقمية العالية الوضوح، وغيرها من المعدات التي تستخدم بشدة في الاتصالات (فهمي، 2002، صفحة 253)

ويعرفها الدكتور «شريف درويش اللبان» بأنها: ( مجموعة التقنيات أو الأدوات أو الوسائل أو النظم المختلفة، التي يتم توظيفها لمعالجة المضمون أو المحتوى، الذي يراد توصيله من خلال عملية الاتصال الجماهيري أو الشخصي أو التنظيمي أو الجمعي، والتي يتم من خلالها جمع المعلومات والبيانات المسموعة أو المكتوبة أو المصورة أو المرسومة أو المسموعة المرئية أو المطبوعة أو الرقمية من خلال الحاسبات الإلكترونية، ثم تخزين هذه البيانات والمعلومات، ثم استرجاعها في الوقت المناسب، ثم عملية نشر هذه المواد الاتصالية أو الرسائل أو المضامين مسموعة أو مسموعة مرئية أو مطبوعة أو رقمية، ونقلها من مكان إلى آخر وتبادلها) (اللبان، 2000، صفحة 102)

والمقصود بوسائل الإعلام الجديدة ذلك (لتفريغها عن (Interactive) والتفاعلية (Internet) والشبكية (Digital) وببساطة هي وسائل الإعلام الرقمية ووسائل الإعلام التقليدية (المطبوعة والمسموعة والمرئية) (كافي، 2017، صفحة 45) فلقد ارتبط الإعلام الجديد بالتطورات التي شهدتها شبكة الإنترنت ولا سيما الإمكانيات التفاعلية التي أتاحتها web 2.0. وكانت أبرز تطبيقاتها ما نشهده من شبكات اجتماعية وأدوات اتصال ومشاركة للمحتوى والأفكار والتجارب والخبرات ما جعل الإعلام أكثر تفاعلية، ومع تدفق التقنيات الإعلامية الجديدة فإن المفاهيم الإعلامية ونظم الاتصال الجماهيري أخذت أشكالاً جديدة وأجبرت الوسائل التقليدية على التكيف مع المتغيرات التي فرضتها شبكة الإنترنت والتي أصبحت عن طريق معايير جديدة للاتصال الجماهيري، وهنا قال «برودي»: (بينما يستمر التلفزيون بدوره كنافذة على العالم فإن الإعلام الرقمي استطاع أن يوصل المستخدم بالعالم طالما هو متصل بالإنترنت) (Brody, 2001)، فلم يسبق وأن عرف المجتمع

البشري تطورات سريعة الوتيرة كما يحصل الآن، على كل المستويات الاجتماعية، السياسية، الاقتصادية والثقافية.

وتم تعريفها بالقول: (الإعلام الجديد (New Media) أو الإعلام الرقمي (Digital Media)، يشير إلى مجموعة من الأساليب والأنشطة الرقمية الجديدة التي تمكننا من إنتاج ونشر المحتوى الإعلامي وتلقيه، بمختلف أشكاله من خلال الأجهزة الإلكترونية (الوسائط)، المتصلة وغير المتصلة بالإنترنت، في عملية التفاعل بين المرسل والمستقبل) (كافي، 2017، صفحة 45)، حيث تتيح وسائط الإعلام الجديد إمكانات هائلة للتواصل والاتصال الاجتماعي كما هو الحال في خدمات الهاتف المحمول والشبكات الاجتماعية على الإنترنت مثل موقع Facebook (محمود، 2011، صفحة 60).

فمن خلال التعريف يتضح أن جميعها يتفق على أهم خاصية ميّزت الاعلام الجديد، وهو التفاعلية، فهو قائم على التزاوج والاندماج بين وسائل الإعلام التقليدية التي شهدها عصر الثورة التكنولوجية من أفلام وصور وموسيقى حتى الكلمة المنطوقة والمطبوعة مع القدرة الهائلة الكمبيوتر وشبكات المتعددة، ويكون التفاعل أهم ركائز هذه العملية، ومن أهم مظاهر هذا التحول ظهور الاتصال الإلكتروني ومواقع التواصل التفاعلية والمدونات الإلكترونية والمواقع الدردشة ومنصات التفاعل وخدمات القنوات التلفزيونية والبث المباشر والصحافة الإلكترونية، فالتفاعلية تمثل الفارق الرئيس التي تميزه وأهم سماته كما أن فكرة الجدة يمكن استقراؤها من أن الإعلام يشير حالة من التنوع في الأشكال والتكنولوجيا والخصائص التي حملتها الوسائل المستخدمة عن التقليدية والمقصود بوسائل الإعلام الجديدة لتفرعها عن التفاعلية (Interactive) والشبكية (Digital) إذا هي دمج وسائل الإعلام الرقمية المتطورة مع وسائل الإعلام التقليدية (المطبوعة والمرئية والمسموعة).

ولقد استخلص «ويليام مارتين» (William Martin) بناءً على عدة دراسات أجراها باحثون أمريكيون ويابانيون وأوروبيون خمسة معايير لعصر المعلومات هي: (مصعب، 2012، صفحة 78)

**التطور التكنولوجي:** تصبح تكنولوجيا المعلومات مصدر القوة الأساسية، ويحدث انتشار واسع لتطبيقات المعلومات في المكاتب والمصانع، والمؤسسات التعليمية والمنازل.

**المعيار الاجتماعي:** يتأكد دور المعلومات كوسيلة للارتقاء بمستوى المعيشة وينتشر وعي

الكمبيوتر والمعلومات، وتتاح للعامة والخاصة معلومات على مستوى عالٍ من الجودة.

**المعيار الاقتصادي:** تبرز المعلومات كعامل اقتصادي أساسي سواء كمورد اقتصادي أو كخدمة أو سلعة و كمصدر للقيمة المضافة وكمصدر لخلق فرص جديدة للعمالة.

**المعيار السياسي:** تؤدي حرية المعلومات إلى تطوير العملية السياسية وبلورتها، وذلك من خلال مشاركة أكبر من الجماهير وزيادة معدّل إجماع الرأي.

**المعيار الثقافي:** الاعتراف بالقيم الثقافية للمعلومات (كاحترام الملكية الفكرية والحرص على حرمة البيانات الشخصية والصدق الإعلامي والأمانة العلمية)، ويتم ترويج هذه القيم من أجل الصالح القومي وصالح الافراد على حد سواء.

**للإعلام الجديد مرادفات عدة (وأسماء) ومنها:** (كافي، 2017، صفحة 45)

**الإعلام الرقمي:** لوصف بعض تطبيقاته التي تقوم على التكنولوجيا الرقمية مثل التلفزيون الرقمي، الراديو الرقمي، وغيرهما، أو للإشارة إلى نظام أو وسيلة إعلامية تندمج مع الكمبيوتر.

**الإعلام التفاعلي:** طالما توفرت حالة من العطاء والاستجابة بين المستخدمين لشبكة الانترنت والراديو التفاعليين وغيرهم من النظم الإعلامية التفاعلية.

**الإعلام الشبكي:** على خطوط الاتصال بالتركيز على تطبيقاته في الإنترنت وغيرها من الشبكات.

**الوسائط السيبرونية:** من تعبير الفضاء السيبروني الذي أطلقه كاتب روايات الخيال العلمي ويليام جيسون في رواياته التي أصدرها عام 1984.

**إعلام المعلومات:** للدلالة على التزاوج بين الكمبيوتر والاتصال وعلى ظهور نظام إعلامي جديد يستفيد من تطور تكنولوجيا المعلوماتية ويندمج فيها.

**إعلام الوسائط المتعددة:** حالة الانتاج التي تحدث داخله بين النص والصورة والفيديو.

**خصائص الإعلام الجديد:** يتميز الإعلام الجديد أو الميديا الجديدة بعدة مزايا أبرزها :

**التفاعلية (Interactivity):** تعني التفاعلية (interactivity) في الإعلام الجديد انتهاء فكرة الاتصال الخطي (linear) أو الاتصال في اتجاه واحد من المرسل إلى المتلقي (عبد الحميد و

آخرون، 2009، صفحة 27)، وهو النموذج الذي كان من قبل مع وسائل الإعلام التقليدية، التي لا تتيح مجالاً للمتلقى وتجعله يستهلك مضامينها بشكل سلبي، أما وسائل الاتصال التفاعلية فهي تجعله يتخلى عن التلقي السلبي ويتبنى التلقي الفعال والنشيط. (بعزيز، 2012، صفحة 70).

وكلمة التفاعلية (Interactivity) مركبة من كلمتين في الأصل اللاتيني، أي من الكلمة السابقة (Inter) وتعني بين أو فيما بين، ومن الكلمة (Actives) وتفيد الممارسة في مقابل النظرية، وعليه يترجم مصطلح التفاعلية من اللاتينية معناه: ممارسة بين اثنين أو تبادل وتفاعل بين شخصين (مروى، 2015، صفحة 133)، فالتفاعلية (interactivity)، تعني أيضاً اتجاه الرسالة الاتصالية في اتجاهين، بين المرسل والمستقبل، أي أن الطرفين يتبادلان الرسالة الاتصالية، ويحدث التعليق وردود الفعل والإجابة إلى غير ذلك من العناصر المجسدة للتفاعلية.

ويمكن القول أنها صفة طبيعية في الاتصال الشخصي، والمستخدم على الشبكة ليس مجرد مستقبل للرسائل وإنما منتج لها في ذات الوقت، لأنه يبادر إلى التعليق على ما كتبه غيره ويرد عليه وينتقده، وبالتالي فوسائل الإعلام الجديدة على عكس وسائل الإعلام التقليدية - تتيح فرصة أكثر للمتلقى بإبداء رأيه والتعليق على الرسالة بشكل آني ومتزامن فالتفاعل هو قدرة وسيلة الاتصال الجديدة على الاستجابة لحديث المستخدم تماماً كما يحدث في عملية المحادثة بين شخصين، هذه الخاصية أضافت بعداً جديداً هاماً لأنماط وسائل الإعلام الجماهيري الحالية والتي تتكون في العادة من منتجات ذات اتجاه واحد يتم إرسالها من مصدر مركزي مثل الصحيفة أو قناة التلفزيون أو الراديو إلى المستهلك مع إمكانية اختيار مصادر المعلومات والتسليّة التي يريدّها متى أرادها وبالشكل الذي يريده، ومن أبرز صفات التفاعلية تبادل الأدوار بين المرسل والمستقبل، أي انتهاج أدوار مشتركة بينهما في العملية الاتصالية ويطلق على القائمين بالاتصال لفظ مشاركين بدلا من مصادر، وتكون ممارسة الاتصال مع المتلقي ثنائية الاتجاه وتبادلية (حسن عماد و ليلي السيد، 2016، صفحة 107)، ومن ذلك نجد استعمال مصطلحات جديدة في عملية الاتصال مثل الممارسة الثنائية التبادل التحكم ومثال: على ذلك استعمال نظام (فيديو تيكس) الذي يتيح تفاعلا واضحا بين المرسل والمستقبل وهذا النظام يعد واحدا من أنظمة النصوص المتلفزة (منصر، 2012، صفحة 51)

ويعتمد شكل التفاعل على نوع الوسيط (الوسيلة) وشكل الواجهة وطريقة تصميم البرنامج:

(مرؤى، 2015، صفحة 135).

**مفهوم التفاعلية من حيث المستخدم:** وهي طريقة المعالجة التفاعلية بالحوار وتعديل اشتغال البرنامج من خلال مراقبة النتائج، (التفاعلية هي مدى إمكانية المستعملين المشاركة في تعديل شكل بيئة وسائطية ومحتواها في الزمن الحقيقي).

**مفهوم التفاعلية من حيث العلاقة بين المرسل والمتلقي:** إن التفاعلية تطلق على الدرجة التي يكون فيها المشاركون في عملية الاتصال تأثير على أدوار الآخرين واستطاعتهم تبادلها، ويطلق على هذه الممارسة، الممارسة المتبادلة أو التفاعلية وهي تفاعلية بمعنى أن هناك سلسلة من الأفعال الاتصالي التي يستطيع الفرد (أ) أن يأخذ فيها موقع الشخص (ب) ويقوم بأفعاله الاتصالية، المرسل يستقبل ويرسل في الوقت نفسه وكذلك المستقبل وبذلك تدخل مصطلحات جديدة في عملية الاتصال، مثل الممارسة ثنائية التبادل والتحكم في المشاركين، ومثال على ذلك التفاعلية في أنظمة النصوص «المتلفزة»، إذن (التفاعلية تعني الاتصال في اتجاهين بين المصدر والمتلقي أو بصفة أوسع الاتصال المتعدد الاتجاهات بين أي فرد من المصادر والمتلقين).

**مفهوم التفاعلية من حيث الوسيلة:** التفاعلية هي صفة الأجهزة والبرامج وظروف الاستغلال التي تسمح بأفعال متبادلة في نمط الحوار بين المستخدمين أو بين الأجهزة في الوقت الفعلي، وتعرّف التفاعلية هنا على أنها: ( ميزة الوسيلة التي يكون فيها المستعمل قادرا على التأثير في شكل أو محتوى عرض وسائطي أو تجربة)، إذن تعدّ التفاعلية عاملا نفسيا وإعلاميا تتغير وفقا لتقنيات الاتصال أو بناءً على الوسيلة الاتصالية والمحتوى الاتصالي وإدراك الجمهور لها.

في السابق كانت قدرة المستخدمين على التفاعل تقتصر على دائرة رجع الصدى للمحتوى المنشور على المواقع الإلكترونية عبر إضافة التعليقات وتدوين الملاحظات على مساحات الزوار مثلا، ثم انتقلت بعد ذلك العلاقة إلى التحرر نسبياً مع وجود المنتديات ومجموعات الأخبار والقوائم البريدية، غير أنها لم تتح للجمهور حرية الممارسة الإعلامية المطلقة والتي لم تتوفر لهم إلا بعد ظهور المدونات وما تبعها بعد ذلك من ظهور لشبكات التواصل الاجتماعي ومواقع الفيديو التشاركية كاليوتيوب والموسوعات الحرة مثل ويكيبيديا، وهذه المواقع تمثل عناصر الانتقال إلى مرحلة ما بعد التفاعلية.

**اللاجماهيرية (Demassification):** وتعني أن الرسالة الاتصالية من الممكن أن تتوجه إلى فرد أو إلى جماعة معينة وليس إلى جماهير ضخمة كما كان في الماضي، وتعني أيضاً درجة تحكم في نظام الاتصال بحيث تصل الرسالة مباشرة من منتج الرسالة إلى مستهلكها، ففي هذه الحالة تتعدد الرسائل التي يمكن الاختيار من بينها لتلائم الأفراد أو الجماعات الصغيرة المتجانسة بدلا من توحيد الرسائل لتلائم الجماهير العريضة (حسن عماد و ليلي السيد، 2016، صفحة 107)

**التنوع (Variety):** وتعني التنوع في عناصر العملية الاتصالية، التي وفرت للمتلقي اختيارات أكبر لتوظيف عملية الاتصال بما يتفق مع حاجاته ودافعه للاتصال، وهذا التنوع أدى إلى ظهور ما يسمى بنظام الوكالة الإعلامية الذكية والوكيل الإعلامي الذي يقوم بناء على برامج خاصة بمسح كافة الوسائل الإعلامية والمواقع بحثا عن المواد الإعلامية التي يختارها المتلقي وتقديمها في حزمة واحدة يتم عرضها في الوقت الذي يختاره والمكان الذي يتواجد فيه، ويلبي حاجاته المتعددة والمتجددة.

**التكامل (Integration):** تعني أن الفرد يمكن أن يختار ما يراه مطلوباً للتخزين بالبريد الإلكتروني وذلك لأن النظام الرقمي بمستحدثاته يوفر أساليب العرض والإتاحة ووسائل التخزين في أسلوب متكامل خلال وقت التعرض إلى شبكة الإنترنت ومواقعها المتعددة.

**قابلية التحرك أو الحركية (Mobility):** هناك وسائل اتصالية كثيرة يمكن لمستخدمها الاستفادة منها في الاتصال في أي مكان إلى آخر أثناء حركته مثل التليفون المحمول، تليفون السيارة، التليفون المدمج في ساعة اليد، وهناك آلة تصوير المستندات وزنها عدة أوقيات، وجهاز فيديو صغير، وجهاز فاكسميل، وحاسب آلي نقال مزود بطابعة، وكاميرا الفيديو المحمولة والهاتف المحمول، وكذا أجهزة التلفاز التي يمكن استخدامها في السيارة مثلا أو الطائرة. (شيخاني، 2010، صفحة 488).

**تجاوز الحدود الثقافية (الكونية Globalization):** أصبحت بيئة الاتصال بيئة عالمية تتخطى حواجز الزمان والمكان والرقابة، ويطلق على شبكة الإنترنت أنها شبكة الشبكات، تلتقي فيها مئات الآلاف من الشبكات الدولية والإقليمية التي تتزايد كل عام بنسبة كبيرة يصعب الآن بناء التوقعات حول أعدادها وتطويرها، ومعها يتزايد عدد مستخدمي الإنترنت في كل دولة من دول العالم بطريقة غير مسبوقة، نتيجة توفر إمكانيات الاتصال ورخص تكلفتها، مما أدى بالتالي

إلى تجاوز الحدود الجغرافية وتميز وسقوط الحواجز الثقافية بين أطراف عملية الاتصال سواء Globalization الاتصال بالعالمية أو الكونية على المستوى الثنائي أو الجمعي الذي يحقق أهداف هذه الأطراف، أو على المستوى الجماهيري والثقافي من خلال مواقع القنوات التلفزيونية وصفح الشبكات التي أصبح يتعرض لها الملايين من سكان القارات الست على الرغم من اختلاف لغات البث والإذاعة.

**تجاوز وحدتي المكان والزمان (Asynchronization):** وتعني إمكانية إرسال واستقبال الرسائل في الوقت المناسب للفرد المستخدم للاتصال، ففي حالة البريد الإلكتروني يمكن توجيه الرسائل في أي وقت بغض النظر عن تواجد المتلقي للرسالة في الوقت نفسه (حسن عماد و ليلي السيد، 2016، صفحة 107)، فمن الطبيعي أن يرتبط الالتزام بأشكال الاتصال التي لا يعتبر التزام بين عمليتي الإرسال والاستقبال شرطا ضروريا لها مثل البريد الإلكتروني كما أسلفنا الذكر، أو التعرض لمواقع المواد الإعلامية مثل الصحف وبرامج التلفزيون والمواقع التعليمية والترفيهية المختلفة، أما الاتصال الذي يتم من خلال الحوار أو الحديث أو الدردشة أو الاتصال الآني بالمجموعات والمؤتمرات فإن التزامن يعتبر شرطا ضروريا للاتصال وإن كان لا يتطلب وحدة المكان بين أطراف عملية الاتصال.

**الاستغراق في عملية الاتصال:** من الخصائص المميزة للاتصال الرقمي انخفاض تكلفة الاتصال أو الاستخدام نظرا لتوفر البنية الأساسية للاتصال والأجهزة الرقمية وانتشارها، وكذلك تطور برامج المعلومات ونظم الاتصال بتكلفة زهيدة مما شجع المستخدمين لأجهزة الحاسب وبرامجه على الاستغراق في هذه البرامج بهدف التعلم لأوقات طويلة في اطار فردي، كما ساعد تطور برامج النصوص الفائقة والوسائل الفائقة على طول فترة التجول بين المعلومات والأفكار التي تتضمنها لأغراض اكتساب المعلومات أو التسلية. (شيخاني، 2010، صفحة 488)

## 2- الميديا الجديدة و الشباب:

لقد أصبح الاهتمام بدراسة الشباب وقضاياهم واتجاهاتهم وقيمهم ودورهم في المجتمع من الاهتمامات الرئيسية في مختلف فروع الدراسات الإنسانية والعلوم الاجتماعية، ولقد وفرت البيئة الاتصالية الجديدة للناس طرق العيش في فضاء ثقافي واجتماعي وترفيهي وصحي وسياسي واقتصادي ورياضي مفتوح ورحب، مكنهم من اختراق فويا المكان والزمان ليتفاعلوا مع بعضهم

البعض بسهولة ويسر في عالم افتراضي، فأصبحت الميديا الجديدة تلعب دورا كبيرا ومتعاظما في المجال الثقافي بكل أشكاله وأبعاده، باعتبار أنها مرتبطة ارتباطا وثيقا بثقافة منتجها وقيمه، وبالتالي سيكون لها انعكاس على مستعملها، وعلى من يتلقى مضامينها ومحتوياتها الإعلامية، كما أن تأثير الأنترنت على الشأن الثقافي جعل منها الوسيلة التي استلهمت جل الباحثين والدارسين لها، ويعد استعمال التكنولوجيا الحديثة بشكل مكثف عاملا من عوامل التغيير الاجتماعي الحاصل، ومن عوامل التأثير والتأثير الثقافيين.

فمع غزو الميديا الجديدة حياتنا تغيرت الكثير من الملامح والمظاهر الثقافية لدى الشباب، وأصبحت قيمهم واتجاهاتهم وسلوكياتهم تخضع لتحكم العديد من الوسائل الجديدة فهي تستمد وصفها من مدى قدرتها على تغيير ثقافتهم معدلة في أنساق القيمة لديهم، هو ما يحيلنا إلى مقولة «عزي عبد الرحمن»: (إن مع كل اكتشاف لوسيلة إعلامية جديدة تحدث هزة ثقافية خاصة، بدءا من اكتشاف الكتابة مرورا بالإذاعة ثم التلفزيون، وأخيرا الحاسوب والشبكات المعلوماتية... ومن ثم بروز الثقافة التفاعلية وهو ما يؤكد على التفاعل الجدلي بين الثقافة ووسائل الاتصال). (عزّي، 2009، صفحة 106)

وتعد مرحلة الشباب مرحلة حساسة لما تمثله من أهمية اجتماعية وثقافية لأي تنظيم اجتماعي، وتتميز هذه المرحلة بمجموعة من الخصائص يجعلها «الزبود» فيما يلي: (الزبود، 2006، صفحة 37)

**الاهتمام بالمظهر:** حيث يهتم الشباب في هذه المرحلة بمظهره وشعبيته ومستقبله وميله للجنس الآخر، واتساع علاقاته الاجتماعية.

**الرهافة:** التي تعني شدة حساسية الشاب الانفعالية المختلفة وذلك نتيجة للتغيرات الجسمية السريعة التي يمر بها في أول هذه المرحلة، ولاختلال اتزانه الغددي الداخلي، فيتأثر تأثرا بالغا بنقد الآخرين ويستغرق في أحلام اليقظة ويحقق عن طريقها ما لم يستطع تحقيقه في الواقع.

**الكآبة:** يشعر الشباب في هذه الفترة بالكآبة والانطواء والحيرة، محاولا بذلك كتم انفعالاته، ومشاعره من المحيطين به، حتى لا يثير نقدهم ولومهم.

**التهور والانطلاق:** حيث يندفع الشباب وراء انفعالاته، بسلوكيات شديدة التهور والسرعة، وقد يلوم نفسه بعد أدائها، وتبدو علامة من علامات سذاجته البريئة في المواقف العصبي التي

لم يألفها من قبل، وأيضا صورة م صور تخفيف شدة الموقف المحيط به، ووسيلة لتهدئة التوتر النفسي في مثل هذه المواقف الغريبة عليه.

**الحدة والعنف:** حيث يثور الشباب لأتفه الأسباب، ويلجأ لاستخدام العنف ولا يستطيع التحكم في المظاهر الخارجية لحالته الانفعالية.

**التقلب والتذبذب:** يلاحظ ذلك حين يقع الشباب في موقف اختيار، نجده في مدى قصير يتقلب في انفعالاته ويتذبذب في قراراته الانفعالية، بين الغضب والاستسلام، وبين السخط والرضا، وبين الإيثار والأنانية، وبين المثالية والواقعية، وهي مظاهر لقلّة وعدم استقراره النفسي.

**القدرات العقلية:** في مرحلة الشاب تبلغ القدرات العقلية عندهم ذروتها وتصبح أكثر دقة في التعبير مثل القدرة على التعبير اللفظي، والقدرة العددية، ومن هنا تبدأ الهوايات والميولات الخاصة في الظهور، وينمو التذكر والانتباه معتمدا على الفهم واستنتاج العلاقات والمتعلقات، وتنمو معه القدرة على الاستدعاء والتعرف، وعند الذروة تزداد القدرة على التخيل المجرد غير الحصور في نطاق الصورة الحسية، كما ينمو التفكير المجرد وتزيد القدرة على الاستدلال والاستنتاج والحكم على الأشياء وحل المشكلات والقدرة على التخيل والتركيب كما أن في هذه الفترة بالذات تزداد قدرة الشباب على النقد ويتوقف عن تقبل الأفكار والمبادئ والقيم التي يقدمها له عالم الكبار على علاقتها، وإنما فيها ويناقشها وينقدها وقد ينتهي إلى رفض بعضها، وقد يصل الأمر ببعضهم إلى تكوين أفكار وآراء عن الكون والقيم والتقاليد قد تتعارض مع ما تقدمها لهم المؤسسات المسؤولة عن التنشئة الاجتماعية (السعيد، 2004-2005، صفحة 196).

لذلك يؤكد الباحثون على قدرة وسائل الاتصال الجماهيرية على تشكيل المعاني والقيم والمعتقدات والصور الرمزية لدى الأفراد خاصة الشباب، وقد قادتهم الدراسات التي أجروها إلى نتيجة مفادها: أن تعرّض الفرد المتكرر لوسيلة اتصالية ما، ولفترات طويلة ومنتظمة تنمي لديه اعتقادا بأن العالم الذي يشاهده هو صورة عن العالم الاجتماعي الذي يعيشه، فوسائل الاتصال تؤثر بشكل مكثف وقوي على إدراك الأفراد للعالم الخارجي وتبني لديهم اعتقادات خاصة حول طبيعة هذا العالم، وخاصة أولئك الذين يتعرضون لهذه الوسائل بشكل مكثف ولمدة طويلة من الزمن، وعليه فإن الصور الذهنية التي يحملها هؤلاء الأفراد في رؤوسهم ما هي إلا نتيجة لهذا التكرار، كما أن القيم التي يكتسبونها تأتي كحاصل لعمليتي التفاعل والتأثر بما يتلقاه الأفراد

ويتشاركونه من مشاكل الحياة اليومية وطبائع العيش وأنماطهم الثقافية.

### 3- الشباب بين صراع الأصالة وإغراق الحداثة - التشكيل الثقافي في عصر الميديا الجديدة:

تحتل شريحة الشباب مكانة هامة في أي مجتمع، فهم نبض الأمة وروحها وعماد نهضتها، ومجد تاريخها وهم مصدر من مصادر التغيير الاجتماعي، وتوصف هذه الفئة بالإنتاج والعطاء والإبداع في كافة المجالات، ولقد ارتبط موضوع القيم بالشباب ارتباطا وثيقا لما له من صلة بالسلوك والاتجاه، وبالمعتقد والدين واللغة ومختلف القيم والنماذج الثقافية فالقيم هي المحرك الرئيسي للمجتمع، لذلك يطرح هذا الموضوع عند الشباب نفسه بجدارة، كونه الذي يرسم لهم ملامح التغيير والتفضيل ومستوى اهتماماتهم، فكثير من سلوكيات الشباب بدأت تتغير نتيجة تأثرها بمكتسبات ومؤثرات وعوامل اجتماعية وتكنولوجية، ويتحدث علماء الاجتماع المعنيين بدراسة الشباب عن مفهوم جديد هو (ثقافة الشباب) ومن أكثر التسميات التي أطلقت على الشباب «جيل الإبهام» و«الجيل الرقمي» و«جيل الفيس بوك» نظرا لإقبالهم الكبير على تكنولوجيات الاتصال الحديثة ومواقع التواصل الاجتماعي وتحكمهم فيها، كما أن هذه التكنولوجيات تحمل معها قيما ومعايير ونماذج سلوكية في الغالب الثقافة التي أنتجت فيها.

وقبل الحديث عن الثقافة والقيم يجدر بنا الإشارة عن الروافد التي تنهل منها الثقافة، والتي حددتها «علي ليلة» فحسب رأيها أن الثقافة تستمد مواضيعها من الروافد الآتية: (السعيد، 2004-2005، الصفحات 194-194)

يعتبر الدين الرافد الأول للثقافة الذي يلعب دورا في دعم الثقافة بمجموعة من المبادئ والقيم والأفكار التي تضبط سلوكيات الإنسان اتجاه عالم ما وراء الطبيعة وما يحتوي من عناصر وتعطي هذه القيم والمبادئ النابعة من الدين إطارا لإضفاء معنى على الحياة وتصورا ينبغي أن يتسق معه التنظيم الاجتماعي الواقعي. فهذه الفكرة تنسجم مع تحديدنا للقيم واعتبار الدين مصدرا لها.

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

## إلى التراث.

ويشكل التفاعل الاجتماعي الرافد الثالث للثقافة التي على أساس قيمها ومعاييرها يتفاعل الأفراد، إلا أنه يحدث وأن يكون هناك عدم اتساق بين تفاعلات الأفراد وسلوكياتهم في الواقع ومتطلبات الثقافة، وهذا ما كان قد أشار إليه الدكتور «عزي عبد الرحمن» من أن الأفراد قد لا يعيشون قيمهم في الواقع.

وتمثل هذه الروافد في محملها التنشئة الثقافية التي يحددها (أحمد بن نعمان) على أنها: عملية تشكيل للإنسان عن طريق التعليم والتدريب حتى يصير شخصا قابلا للتكيف مع البيئة الثقافية السائدة في مجتمعه، وهذه العملية تتم بكيفية شعورية أحيانا، وبكيفية لا شعورية في غالب الأحيان، ذلك أن الطفل يولد وهو خاضع خضوعا كليا لدوافعه الغريزية الحيوانية، وعندما يبدأ في الكبر شيئا فشيئا يتولاه المجتمع ويلقنه تقاليده وعاداته وتمرينه على القيام بمجموعة من الأعمال والسلوكيات التي تتطلبها الحياة). (السعيد، 2004-2005، صفحة 202).

وتهدف التنشئة الثقافية، فيما يتعلق بالشباب، وفي أي مجتمع كان، إلى تحقيق بعض الغايات الصريحة أو الكامنة والتي من بينها أساسا:

- أن يتعلم الشباب ثقافة مجتمعهم ويستوعبوها إذا رغبوا في قبولهم اجتماعيا، ولأنها أسلوب الحياة المتبع في المجتمع.

- تعمل المجتمعات - من خلال شبابها - على الحفاظ على هوية المجتمع قائمة مستمرة.

- أن المجتمعات تسعى إلى الحصول على تأييد الشباب للأبنية القائمة، ومن ثمة تعبئهم لمقاومة التغيير. (السعيد، 2004-2005، صفحة 202)

وهنا نؤكد على مبدأ التغيير الذي يتجلى أمامنا بما نشهده في المجتمع من تحولات في التصورات والسلوكيات والمواقف لدى الشباب، فبعض سلوكيات الشباب مما كان مرفوضا ومحرمًا في فترة ما لم يعد كذلك اليوم؛ ولنأخذ على ذلك أمثلة عديدة في علاقة الشباب بالفتاة، وصلة الأولياء بأبنائهم، وفي السلوكيات في الفضاء العمومي والعلاقات بين الفئات الاجتماعية، وفي أداء الواجبات الدينية والالتزام بالأعراف والعادات الأسرية وحتى في طريقة الكلام واستخدام الألفاظ في الحوار والنقاش، ولقد أكدت العديد من الدراسات على وجود أزمة

قيمة يمر بها الشباب العربي خصوصا في الجزائر حيث تمثلت مظاهر هذه الأزمة في الابتعاد عن الدين وتعاليمه، والخروج على بعض الأعراف والتقاليد الاجتماعية السائدة وتفضيل القيم النفعية والأنايية، بالإضافة إلى اتساع الهوة بين الآباء والأبناء، وتزايد مظاهر النزعة الاستهلاكية لدى الشباب وانتشار بعض المظاهر الغربية كاللباس وقصات الشعر وغيرها.

ويؤكد (بريك) أن مرحلة الشباب تميل إلى تطوير نسق ثقافي خاص بهم يعبر عنه بمفهوم ثقافة الشباب (Youth Culture)، تلك الثقافة التي تعبر عن تحد صريح لقيم المجتمع وثقافته العامة، بل وللنظم والأنساق الاجتماعية السائدة فيه، أي أن الثقافة الفرعية للشباب تنضوي على شكل من أشكال الانحراف عن الثقافة العامة للمجتمع، وذلك لأن الأشخاص الذي ينجذبون لجامعات مرجعية ذات ثقافات فرعية يختارون من بينها ما يحتوي على صور أكثر جاذبية للتراث وطلولا للمشكلات البنائية أكثر وضوحا وهؤلاء الأشخاص الذين يتبنون تفسيرات الثقافة الفرعية غالبا ما تكون لهم منظورات مختلفة للواقع الاجتماعي (الزيود، 2006، صفحة 40)

إن قيم الشباب قد تحدث لها مجموعة من التغيرات نتيجة للتغيرات التي تطرأ على المجتمع سواء عن طريق التحديث المباشر أو عن طريق وسائل التواصل الاجتماعي، حيث زاد اهتمام الشباب بها وبالتواصل من خلالها وتبادل الأفكار والحديث والتعرف على الشعوب الأخرى أو الانفتاح على ثقافتهم وقيمهم، وعلى الرغم من أهمية هذه المواقع إلا أنها قد تنقل أفكار وقيم سلبية تؤثر في القيم وأيضا في الثوابت الأساسية للمجتمع، مما يسبب إضعاف الهوية الثقافية للمجتمع ومن المعروف أن فئة الشباب هم الأكثر مرونة في تقبل ثقافات المجتمعات الأخرى وأكثر رغبة وميل للتغيير والتعرف على هذه الثقافات، ونجد أن هناك ارتباط بين استخدام هذه المواقع وبين ما تطرحه ويتم تداوله فيها وبين انجذاب الشباب لها وأيضا في حجم الحرية التي يعيشها الشباب في التعبير عن آرائهم وكتابة ما يريدون والتواصل مع جميع الأشخاص بدون قيود (الفاضل، 2013، صفحة 6)

وتلعب وسائل الاتصال الجماهيرية، وجماعات الأقران والمدارس دورا مهما في تشكيل ثقافة الشباب وحتى لو توفرت للشباب في مجتمع واحد ظروف مشابهة فلا يمكن للشباب أن يتعرض لكل المؤثرات الثقافية في ثقافة مجتمعة بل يتعرض لجزء منها، كما أنه لا يستطيع أن يستوعب إلا جانبا من الثقافة.

وإذا كانت المدرسة تقوم بمهمتها عن طريق الهيئة التعليمية والكتاب، فإن توجيه المجتمع يمارس بشكل مباشر أو غير مباشر على السواء عن طريق وسائل الإعلام المنتشرة عادة، فكلما كانت المادة الإعلامية ملائمة للجمهور لغة ومحتوى ازداد تأثيرها، فلا يعقل مثلا أن تخاطب الذين لا يجيدون اللغة العربية باللغة الفصحى، ولا الذين ليس لهم مستوى ثقافي معين بالمنطق وعلم الكلام والحجج الفكرية والفلسفية. (الدليمي، 2012، الصفحات 218-219)

فالمدرسة والجامعة يقومان بمهمة التوجيه باعتبار أن الطالب يقضي قسما مهما من حياته فيها؛ لكن المجتمع بجميع مؤسساته الأسرية والعائلية والاجتماعية والدينية والاقتصادية له دور كبير في مجال التوجيه، وتكوين المواقف والاتجاهات الخاصة بكل فرد، من هنا تتلاقى تلك المؤسسات مع المدرسة في مهمة توجيه وتكوين المواقف والاتجاهات وغرس القيم الثقافية، وتلعب الجامعة دورا بارزا في إعداد الشباب وتكوينهم، ويناط بها مهمة صياغة الشباب: فكريا وسلوكيا.

#### 4- الميديا الجديدة وسيلة تأثير ثقافي:

إن الإعلام الجديد فتح المجال للعالم على مصراعيه للاتصال والتواصل والتبادل الثقافي وتجسيد أهم وظيفة من وظائف الاتصال وهو التثقيف وزيادة المعلومات، لذلك وجب التعامل مع كافة التغيرات المرافقة له بحرص ووعي شديدين ودراسة معمقة مبنية على الواقع الثقافي، فشبكة الأنترنت أحدثت ثورة في مجال الاتصالات، لم يكن يتوقعها حتى الذين قاموا بتصميمها وإنشائها، إذ لم يبق مجال من مجالات الحياة إلا وأثرت فيه، فتغيرت طريقة عيش الإنسان، في عمله دراسته، وكذلك طريقة تفاعله مع غيره واتصاله بهم، فخدماتها المتعددة جعلتها تلقى إقبالا كبيرا لدى كل شرائح المجتمع فلم تعرف البشرية مثلها من قبل، سواء من حيث تطبيقاتها واستخداماتها، أو من حيث تأثيراتها وانعكاساتها، فهي وسيلة قامت باختزال كل الوسائل الاتصالية التي سبقتها، وقامت باحتوائها ودمجها (بعزيز، 2012، صفحة 67).

وتشكل الوسائل الجديدة للاتصال بالنسبة لملايين البشر الوسيلة الأساسية في الحصول على الثقافة، وجميع أشكال التعبير الخلاق، ويعتبر دور الاتصال بمثابة دور الناقل الأساسي للثقافة فهي أدوات تساعد على دمج المواقف أو التأثير فيها، وعلى تعزيز القيم ونشر الأنماط السلوكية وتحقيق التكامل الاجتماعي، وتستهدف ثقافة الاختراق هذه «تنميط الذوق وقولبة السلوك

وتكريس نوع معين من الاستهلاك لأنواع معينة من السلع والمعرفة، تتسم جميعها بالضالة والسطحية والإثارة» (عبد الرحمن، 1999، صفحة 27).

لذا يسعى صنّاع المحتوى عبر الميديا الجديدة إلى توجيهها لخدمة أغراضهم كسلاح يفترس العادات والقيم الفضلى دون احترام ولا مجال لتجاوز ثقافي يستفيد منه الطرفان المصنّع والمستهلك على حد سواء. فقد الأنترنت جلبت أعدادا كبيرة من المستعملين في ظرف وجيز، وجعلت تأثيرها عميقا وبعيد المدى فهي الوسيلة الاتصالية الوحيدة لحد الآن التي توفر معلومات وفيرة بكل اللغات والأشكال، وكما يقول «Watts Wacker» ( قامت بإرواء ظمأ وتعطش الأفراد للمعلومات) (Shayn & Chris, 2003, p. 17)، ويرى البعض «أن المحتوى المجاني يعتبر العام الهام الذي يجذب القراء لهذه الوسيلة الجديدة»، وبطبيعة الحال فإن هذا المحتوى فيه الغث والسمين والنافع وغير النافع، ومصدره عدة ثقافات، منها ما تتوافق أصولها ومبادئها مع ثقافتنا ومن ما لا يتوافق، وهو الأمر الذي جعلنا ننبه إلى أهمية عامل التأثير الثقافي لوسائل الإعلام الجديدة (بعزيز، 2012، صفحة 69).

ويقدم «رايت» عدة توضيحات مهمة حول جماهيرية وسائل الاتصال الحديثة، فهو يعتبر أن العمليات التقنية ليست هي التي تعطي الطابع الجماهيري لهذه الوسائل، لأنه يمكن استعمالها لإيصال معلومات معقدة ولجمهور خاص، فالتكنولوجيا تعتبر مكونا ضروريا لكنه غير كاف لعملية التأثير الجماعي، الذي يستلزم توفر شروط أخرى تخص الجمهور (عدم التجانس، الحجم الكبير، التشتت) ،... وغيرها وشروط أخرى تخص (الرسالة العمومية، ذات قيمة عاجلة وسريعة الزوال)، والمرسل (ينشط في تنظيم معقد يستلزم تشغيله مصاريف ضخمة وتفاعل مستمر مع المحيط) ويرى «تشارلز رايت» أن من أهداف التكنولوجيا الحديثة هو تحويل الإرث الاجتماعي من جيل إلى جيل، وكذلك الترفيه (دليو، 2003، الصفحات 58-59)، بالإضافة إلى تكريس وظيفة التثقيف.

ولهذا فإن الاتصال أصبح ملازما للثقافة، وكما يقول «فلاح كاظم»: (فإن التكافل والتفاعل بين الثقافة والاتصال قد غدا في عصرنا الراهن أكثر وضوحا من أي وقت مضى) (اليونيسكو، 2005، صفحة 23)، ولعل هذا ما أدى «باليونيسكو» في قمة مجتمع المعلومات عام 2005 بالمناداة وتشجيع التنوع الثقافي واللغوي في الشبكة، بسبب التطور الحاصل في التقنيات الاتصالية وتطبيقاتها المختلفة، ومن الأخطار المحتملة على المستعملين، خطر التغريب الثقافي، والذي

يمس الشباب بالخصوص، ويجعلهم يتخلون عن ثقافتهم وخصوصيتهم، ويتنكرون من عاداتهم وحضارتهم متشبثين بالقيم الغربية، وينجر عن هذا الانخداع بالثقافة الغربية، اهتمام بالغ بكل ما يفعلونه ( سلوكيات، عادات، لباس،...)، واهتمام بلغتهم إلى درجة إهمال اللغة الأم، بسبب الركض وراء استعمال اللغات الأجنبية قبل تعلم اللغة الأم. وينجر عن هذا تفكير اللغة المستعملة (appauvrissement du langage courant)، وبالتالي يحدث عجز في القدرة على الإصلاح (capacité a conceptualiser)، وقصور حتى في التفكير الحر(الدسوقي، 2004، صفحة 143).

إننا نتجه صراحة إلى تنميط ثقافي عالمي، ويمكن التأكيد على هذا الرأي بمقولة «عواطف عبد الرحمن»: ( إن الاختراق الثقافي الذي تمارسه العولمة يريد إلغاء الصراع الإيديولوجي والحلول محلّه من خلال محاولة السيطرة على الإدراك عبر الصورة السمعي بصرية، التي تسعى إلى تسطيح الوعي، وجعله يرتبط بما يجري على السطح من صور ومشاهدات ذات طابع إعلامي مثير للإدراك، ومستفز للعواطف وحاجب للعقل) (عبد الرحمن، 1999، صفحة 27).

والحال هو ما تعيشه مجتمعاتنا إذ تساهم المحتويات الترفيهية لوسائل الاتصال الجديدة في تسطيح ثقافات الأفراد وجعلهم يهتمون بالقضايا الهامشية التي لا تهمهم ولا تتعلق بمشاكل مجتمعهم الحقيقية، وبالتالي تحصل لهم حالة من الاغتراب الثقافي، بفعل ارتباطهم بثقافات الغير وعاداتهم، عبر التعرض لمضامين إعلامية أعدت خصيصا لذلك، ثم إن الاختراق الثقافي ما هو إلا نمط جديد من الاستعمار كما يسميه «عبد الرحمان الكواكبي» ما هو إلا نسخة جديدة من طرق الهيمنة الغربية على الدول الضعيفة، والذي وجدته الدول الغربية أكثر نجاعة وأقل تكلفة وأكثر مورداً وأشد تأثيراً ولذلك فإنها تعمل جاهدة على التسلل إلى منطقة «اللاشعور الثقافي»، من أجل تعزيز حضورها وتقوية وجودها، ومن أجل قتل الوعي المتبقي، وبالتالي تجسيد ما ترغبه من قيم في سلوكيات وعادات وقيم ذوي هذه العقول المخترقة، وبلورة أفكارهم وتشكيل وعيهم من جديد بشكل يتوافق مع القيم الثقافية المرغوبة، ويضيف الكاتب «صباح ياسين» (أن معظم المادة الإعلامية هي غلاف ثقافي فاسد، وقد أصبنا بعدة حالات تسمم ولم نتعلم بعد) (صباح، 2006، صفحة 203)، وقد عبر عن هذا المفكر الفرنسي «جان بودريار» (أنها تنقل لنا عالم الواقع المفرط)، فالواقع الحقيقي لم يعد موجودا بل استعويض عنه عما نشاهده على شاشة التلفزيون من مشاهد وصور وأحاديث وتعليقات» (صباح، 2006، صفحة 11)

## 5- الميديا الجديدة وقيم العولمة الثقافية:

يمكن القول أن الميديا الجديدة أصبحت تؤدي وبجدارة مهمة ترويج قيم العولمة خاصة في شقها الثقافي، ومن ثم تعمل على نشرها في مختلف مناطق العالم، فهي قادرة على تحقيق مساعي العولمة كتنميط ثقافات الشعوب، وقادرة على تجسيد ما يرمي إليه الإعلام الغربي المعولم، ولا سيما شبكة الإنترنت، لتحقيق غاياته خاصة في المجال الثقافي، فلا توجد وسيلة إعلامية في عصرنا الحالي أهم وأنفع للعولمة بكل أشكالها - ولا سيما الثقافي والإعلامي - فهي العربة التي تنقل عدة ثقافات وقيم وأنماط سلوكية ومضامين لعدة متلقين في كل أنحاء العالم، بكل سهولة وبتكلفة قليلة. فشبكة الإنترنت ليست كغيرها من وسائل الإعلام، فهي كونية وعالمية (bertolus, 1997, p. 08)، أي أن العصر الحالي يتميز بالاتصالات المتعددة الأشكال والوسائل والتقنيات الحديثة، وبالتالي فإن الوسائط متوفرة لنقل كل أشكال المضامين والمعلومات والمحتويات الثقافية، وبطبيعة الحال تكون هذه الثقافات مرتبطة غالبا بمصنّع هذه الوسائل الاتصالية، ولذلك كثيرا ما نشهد تعالي أصوات تنادي بإعادة النظر في النظام الدولي للإعلام، الذي يتسم بالتدفق الأحادي والأفقي للمعلومات والمضامين الإعلامية، من الضفة الأخرى (الغرب والعالم المتقدم عموما). (بعزيز، 2012، صفحة 72)

وفي هذا الشأن ذهب الدكتور «محمد الرميحي» بالقول: (إن لنا مأخذ على النظام الدولي الراهن للإعلام، ولكن ذلك ما يحتم علينا إغلاق الأبواب دون هذا الإعلام، ولا فتحها على مصراعيها، بل يجب أن نأخذ منه بالقدر اليسير الذي يبقى على قيمنا، ويحفظ لنا شخصيتنا القومية، ولا يعرضنا للمسح أو تشويه الهوية الثقافية) (المصمودي، 1985، صفحة 19)، ولذلك فإن تنامي استعمال تكنولوجيا الاتصال جعل المطالبة بنظام إعلامي دولي جديد ضرورة أكثر، خاصة إذا علمنا أن معظم هذه الوسائل والتقنيات مملوكة من طرف الدول الكبرى أو مسيرة من قبلها، عبر مؤسساتها وشركاتها الضخمة.

إن ما يزيد الطين بلة غياب إعلام عربي على المستوى الدولي وحتى المحلي يعمل على إنتاج مضامين ثقافية تضاوي تلك الثقافات الوافدة إلينا، والتي تتدفق من جهة واحدة وتغمرنا بدرجة لا نقدر فيها لا على المواجهة ولا على الحفاظ على أدنى قدر من قيمنا وثقافتنا، خاصة في عصر الانفجار المعلوماتي والتطور اللامتناهي لتقنيات الاتصال الحديثة، التي تضخ كميات كبيرة من

المضامين الإعلامية (بعزيز، 2012، صفحة 72). مما يجعل عامل التدفق الأحادي عاملا جوهريا في تحديد طبيعة التأثير الثقافي وحدثه، فجميع الوسائل متاحة لمجابهة هذه الهبة الثقافية المنمقة في شكل وسائل عصرية جديدة تبهرنا وتجذبنا إليها ويزيد أثرها كلما ابتعدنا عن قيمنا وديننا، ومظاهر هذا الخطر واضحة للعيان، إذ أصبحت القيم المحلية عرضة للتهديد من طرف السيل الجارف من القيم العالمية الغربية على الخصوص.

### 6- تأثيرات الميديا الجديدة على الهوية والقيم المحلية:

إن أكبر خطر يهدد القيم الثقافية يأتي من وسائل الاتصال الحديثة وخاصة مواقع التواصل الاجتماعي بما تحمله من إغراق وتنميط ثقافات المجتمعات المحلية، وتسويق قيم ثقافية ومبادئ وسلوكيات تتنافى مع منظومة قيمنا المحلية، خاصة في عصر العولمة بكل أنواعها وتجلياتها، الاقتصادية والثقافية والاتصالية، وفي عصر أصبحنا فيه غير قادرين على التحكم في التدفق الهائل من المعلومات والمضامين الثقافية المختلفة، عبر وسائل اتصالية وتكنولوجيات حديثة، وفي عصر كذلك يتسم بانسياب سيل جارف من القيم والسلوكيات والعادات من الطرف الآخر أو من الضفة الأخرى (الغرب)، جعلت المختصين يدقون ناقوس الخطر حول تداعيات ذلك وتأثيراته على القيم الثقافية المحلية، وعلى العادات والسلوكيات السائدة في مجتمعنا.

إن هناك وعيا كبيرا بتأثير الميديا الجديدة في قيم المستخدمين، وبدوره الكبير في تعزيز قيم المجتمع أو تغييرها، ويقابل هذا الوعي شبه إجماع من الباحثين العرب والمسلمين على انتقاد ما يروّجه الإعلام الجديد من مضامين تهدم القيم الإنسانية السامية وتعوضها بقيم مادية مبتذلة، وقامت هذه الوسائل على غربة الانسان العربي الثقافية، ويرى «عزي» أن: (وسائل الاتصال تؤثر بشكل حتمي على ثقافة المجتمع، وخاصة على منظومة القيم الأخلاقية والدينية والثقافية) (بوعلي، 2014، صفحة 89).

وتكمن أهمية الشباب في المجتمع فيما يمثله من مصدر التجديد والتغيير، فهم عادة ما يرفعون لواء التحديث في السلوك والعمل، من خلال القيم الجديدة، التي يتباهى الشباب بها والتي عادة ما تدخل في مواجهة مع ما هو سائد من قيم تقليدية، ولذا يعد الشباب مصدر التغيير الثقافي والاجتماعي في المجتمع ككل (الزيود، 2006، صفحة 39)، لذلك نجد أن أزمة القيم التي يعاني منها جيل الشباب أكثر حدة في مجالات الهوية واللغة والدين والعادات الاجتماعية ذلك

أن المسؤولية تقع في المقام الأول على المجتمع بمختلف هياكله المكلفة بالتنشئة الاجتماعية والثقافية للشباب، والتي لم تقم بدورها كما ينبغي في مجالات التربية والدين بصفة خاصة، كما لم تهيئ لهم هياكل وقنوات ملائمة لامتناس واستغلال طاقاتهم ومهاراتهم وامكاناتهم المعرفية، لذل ستكون شريحة الشباب عرضة لكثير من السلوكيات السلبية والانحراف الأخلاقي بسبب سيئهم وقلة تجاربهم في الحياة، وما لم يتدارك الوضع فإن كثيرا من القيم الأصيلة هي إلى زوال، ما أدى إلى حدوث «أزمة قيمية» كان لها أثر كبير في دفع الشباب للتمرد والثورة على قيم المجتمع واغترابهم شبه التام عن القيم التي اكتسبوها ووجدوها أصيلة في بيئتهم الاجتماعية والثقافية.

وفي هذا السياق يرصد «جمال العيفة» أن من التأثيرات السلبية لوسائل الاتصال على القيم: (أنها سحرت عقول الناس وأفقدتهم صلتهم بماضيهم وقدرتهم على رؤية حاضرهم واستشراف مستقبلهم وبالتالي استطاعت تكنولوجيات المعلومات أن تحطم الكثير من الثنائيات الراسخة، وتزيل الفوارق بينها) (العيفة، 2003، صفحة 134)، لذلك فإن دراسة الأثر أو تأثيرات وسائل الإعلام لا تتم في منظور عزي من دون مرجعية تربط محتويات وسائل الإعلام بالقيمة يقول «عزي»: (إن التأثير يكون إيجابياً إذا كانت محتويات وسائل الإعلام وثيقة الصلة بالقيمة، وكلما كانت الوثائق أشدّ كان التأثير إيجابياً. وبالمقابل، يكون التأثير سلبياً إذا كانت محتويات وسائل الإعلام لا تتقيد بأية قيمة أو تتناقض مع القيمة، وكلما كان الابتعاد عن القيمة أكبر كان التأثير السلبي أكبر) (عزي، 2009، صفحة 112).

ومن خلال ذلك تسعى مضامين الإعلام الجديد إلى القضاء على القيم الثقافية المحلية، وإحلال قيم أخرى مكانها تبدو للمتلقين أكثر حداثة، وأجدر بالتبني من قيمه المحلية، وهو ما يجعله في نهاية المطاف تائها بين قيمه وقيم غيره، بعد دخوله في متاهات العولمة الثقافية، وغرقه في سيل جارف من الأفكار والقيم والأنماط الثقافية والسلوكيات الجديدة، التي لا تمت بأدنى صلة لثقافته واعتقاداته ومنظومة قيمه، والتي تمطره بها ترسانة الإعلام الغربية في كل لحظة، دون أن تدع له المجال أو تتيح له الفرصة للاختبار والتمييز بين الإيجابي والسلبي على مجالات حياته العامة، وعلى ثقافته وقيمه على الخصوص.

وفي ظل هذا الصراع القائم بين القيم في بعدها الثقافي والميديا الجديدة لابد أن نلفت

الانتباه إلى أنه لا يمكن تجاهل أثر العولمة في كل حال من الأحوال، فهي العدو الأول للقيم، والتي تتجسد في كل نموذج وفي كل شكل من أشكال التكنولوجيا، فهي تستهدف قيم المستخدمين وخاصة منهم الشباب الذي يقبلون على هاته الوسائط ومواقع التواصل الاجتماعي خاصة منها الفيسبوك بما يحمله من قيم مرفقة مجهولة المصدر والتي تلوح في أفق كل بلد أو مجتمع يتعرض للزخم الهائل من المضامين الثقافية التي ترسمها وتنقلها ترسانة التكنولوجيا الحديثة والإعلام الغربي الجارف، والذي لا يترك مجالاً للمتلقي للاختيار والانتقاء بين الغث والسمين، وبين النافع والضار.

وللحد من هذا التغلغل الثقافي في منظومة القيم وجب علينا التواجد الثقافي والمعرفي في العالم الرقمي، من خلال إبراز الصورة الحقيقية لديننا وثقافتنا وقيمنا التي تتعرض للتشويه والتزييف من طرف وسائل الإعلام الغربية، وإذا كانت شبكة الإنترنت تتسم بصفة العالمية والكونية، فإن التواجد الثقافي فيها يعطي لثقافتنا وعاداتنا المحلية بعد كونيا وبالرغم من الاعتراف بالدور الايجابي للإعلام الجديد في بلورة شكل جديد للعلاقات الاجتماعية عبر التواصل الافتراضي إلا أنه لا يمكن إنكار السلبيات التي تجلّت بعد فترة قصيرة من ظهور مواقع التواصل الاجتماعي خاصة الفيسبوك، فهو-ربط، فصل- بين أجزاء متناقضة تمخضت عن الاستخدام العشوائي من قبل الشباب، وقلّصت من فرص تجسيد عالم مترابط ثقافيا في قيمه المستمدة من عراقة مجتمعه وأسرته ودينه، وكذلك حجّمت من دوره الفعّال كعنصر يسهم في إثراء الحياة الاجتماعية والثقافية، ويعتبر ظهور مواقع التواصل الاجتماعي شكل جديد للاتصال الواسطي جسّد انهيار سلم القيم وقمع ثقافة الفرد، الذي يعيش عزلة واغترابه المتواصل نتيجة الادمان على استخدام وسائل الاتصال الحديثة، ناهيك عن رضاه وقبوله بالتخلي عن قيمه المغروسة بدعوى الانفتاح ويجب التجديد في سلم المعايير والقيم الثقافية والعادات والتقاليد الموروثة جيلا بعد جيل.

**وعن التأثيرات السلبية لوسائل الاتصال الجديدة على القيم يذكر «عزي»: (عزي، 2011،**

الصفحات 35-38):

**تحديد القيم:** يقصد بتحديد القيم إبعادها كعوامل مؤثرة، ويتمثل ذلك في تغييب القيم في المحتويات خاصة الترفيهية إذ لا تتقيد هذه الأخيرة بنظام من القيم، إنما تنبني على مبدأ ما يمكن أن يسوق إلى الجمهور الواسع.

**جمهرة الثقافة (البسيط والتشويه):** وهو محاولة كسب الجمهور الواسع على حساب النوعية، فالثقافة ارتقاء أما ما تبثه وسائل التواصل بأنواعها فإنه ثقافة سميت بالجماهيرية. **تضييق المحيط:** تعمل وسائل التواصل الاجتماعي على زيادة الهوة بين أفراد المجتمع، وذلك بطريقة غير مقصودة في المجتمع الغني بالعادات والتقاليد والتفاعل الاجتماعي وإبعاد بعضهم عن بعض، ويترتب عن ذلك أن تدفع وسائل الاتصال المجتمع الغني بالثقافات المعاشية والعلاقات الاجتماعية إلى الفقر في المجالات المذكورة ومن ثم التشابه مع المجتمعات التي تتصف بالانعزال الاجتماعي وقلة الروابط الثقافية.

**تقليص المحلي وتوسيع العالمي:** إذ تتجه عامة نحو ما يرتبط بالعولمة أو القرية العالمية، يعني ذلك أن الاهتمام بالأحداث الخارجية كالثقافة الوافدة قد يكون على حساب الواقع المحلي، ثم إن هناك العديد من السلبيات أفرزتها هذه الشبكات ومنها تقلص الزمن الاجتماعي المخصص للعلاقات الاجتماعية وبروز بعض السلوكيات «المنحرفة» كانتحال الشخصية، لذلك شدة استخدام هذه الوسائل قد يبعد الفرد عن قضايا المحلية المرتبطة بواقعه المعاش.

**إضعاف نسيج الاتصال الاجتماعي:** تعمل بطريقة غير مقصودة على تقليص الزمن الاجتماعي حيث أن الوقت الذي يقضيه الفرد مع هذه الوسائل يكون على حساب التفاعل الاجتماعي المباشر ويحدث مع الزمن أن يألف الفرد هذا النمط من الاتصال فيصبح انعزاليا ويعفي نفسه من المسؤولية الاجتماعية اتجاه الآخرين وهكذا فإن وسائل الاتصال تمارس التفكيك الاجتماعي.

وأیضا تعمل وسائل الاتصال على: (صباح، 2006، صفحة 61)

**إضعاف دور قادة الرأي:** تتحرك وسائل الاتصال كمؤسسات ويكون دور المرسل فيها عاملا مكملا.

**تقمص أدوار النجوم السينمائية:** وذلك عن طريق ملاحظة الجمهور تجربة هؤلاء النجوم واتخاذ ذلك نموذجا.

**المعيارية الاستهلاكية:** تظهر الاستهلاكية في الدور الذي تمارسه في إحداث أو تعزيز النزعة المادية.

**المزج بين الرمزي والحقيقي:** إن العالم الرمزي الذي تعرضه يؤثر في تصور الجمهور للحقيقة.

**إضعاف الحساسية اتجاه الممنوعات الثقافية:** إن بعض المحتويات كأفلام العنف والجنس واللغة التي تخل بالقيم تعمل مع الزمن على إضعاف درجة الانفعال أو المقاومة التي تصاحب هذه المحتويات في بداية أمرها و يرى الباحثون في المجال أن التلفظ بكلمة عنف يعد إلى حد ما مشاركة فيه، فذلك يعد مقدمة لما قد ينجر عن ذلك من سلوكيات، وعلى هذا الأساس عمدت العديد من الثقافات إلى وضع حدود لما لا يمكن التلفظ به خشية تحول ذلك إلى الفعل، ويبين هؤلاء الباحثين أن تكرار الرسالة التي تخرج عن سياق الثقافة قد يؤدي إضعاف الحساسية ومن ثم لا يقدر المتلقي على نقد الرسالة أو الشك فيها.

**الفجوة الإعلامية:** قد تعمل وسائل الاتصال على تعميق الهوة بين الأكثر معرفة والأقل معرفة.

**الإدمان على الوسيلة:** ويترتب عن هذا قلة التفاعل الاجتماعي المباشر، وإضعاف الروابط الاجتماعية.

**منع الفرد من نقد ذاته:** إن شدة تعلق الفرد بوسائل الاتصال قد يدفعه إلى التفريط في معالجة واقعه

**التركيز على حاسة البصر على حساب الحواس الأخرى:** ارتبطت القيمة بالكلمة المسموعة التي تتضمن الجهد قصد الارتقاء إلى أسمى المعاني ممكنة، أما التصوير ففيه تجسيد وتقليص للمعنى.

## 6- فضاءات الميديا الجديدة- وسائل التواصل الاجتماعي - وطبيعة الاستخدام.

إن التغيير الاجتماعي ليس وليد الصدفة وإنما هو عملية بنيوية، لذا فالظواهر الاجتماعية دائمة التغيير لأن حاجات الأفراد السوسيوثقافية تدفعهم للتغيير باختلاف أشكال تعبيره تضامنا مع التطور الطبوغرافي والفيزيائي المحيط وبالاقتراب من مسألة إعادة التوازن نجدها تنبع من الرغبات والقرارات الواعية للمستخدمين، فثمة رغبة كامنة في نفس المستخدم لفعل ما، فما يراه البعض خيرا يراه الآخرون شرا كما أن أفعال الإنسان وتصرفاته تنبع من قيمه المرجعية وخلجات نفسه سجينة القيم، فهو يتصرف وفقها، فمهما كانت الظاهرة فإنها لن تتجاوز حدود القيم، فالقيم ترسم حدودا لأنواع وأنماط وكيفية الاستخدام للفيسبوك، فمن ناحية سياقات الانتشار الثقافية نلاحظ التحول في ثقافة الأفراد بأهمية المشاركة وإبداء الرأي، والوعي بثقافة

المسؤولية الجماعية في المناقشة والإصلاح والتغيير، والإحساس بأن الفيسبوك يجعل الفرد قريباً من الواقع والأحداث، ولا تخفى علينا سياقات الانتشار الاجتماعية مثل إدمان الأفراد استخدام الإنترنت، وحب معرفة الآخر وفضول التعارف، والتباهي باستخدام الفيسبوك كأنه رمز اجتماعي ورأس مال اجتماعي، وحب الانتماء إلى المجموعات والارتباط بها حباً فيها ودفاعاً عنها وولاءً لها، وحب التملك وظهور مفهوم الملك الفرد، بمعنى أن المستخدم يشعر بأنه صاحب مملكة يلعب فيها دور الملك في القبول والرفض والإضافة والحذف، تعزيزاً لمبدأ (الفردنة) كما أن الفيسبوك يحقق المعادل الوظيفي للتفاعل الاجتماعي الذي يفتقده الأفراد في الحياة الاجتماعية بمعنى أنه يعوض حرمانه المجتمعي بإشباعه الشبكي، ناهيك عن الشغف في تغيير سوء الواقع الاجتماعي مما جعل الأفراد يتطلعون إلى التغيير عبر بوابة الفيسبوك (النعيمة، 2011، صفحة 89).

ويعد مستخدم الفيسبوك فرداً يتفاعل مع جماعة افتراضية وقد يمثل مؤسسها أو أحد أعضائها، ولقد أشار «الصادق الحمامي» إلى المنظومة الفردية- الجماعية أنها: (عبارة عن أفراد ينتجون مضامين متنوعة خاصة وعامة حميمية وذاتية سياسية وفكرية، أدبية وثقافية، وتمتاز هذه المنظومة بقواعد متعارف عليها من قبل المستخدمين لذا فصفحة الفيسبوك مرهونة بالقواعد الاتفاقية بين أعضائها) (الحمامي، 2009)، فالفرد في المجتمع الافتراضي يغيب جانبه الجسماني والاتصال الفردي الوجيه مع الآخرين فإنه لا يتأثر كثيراً بدوره الاجتماعي الطبيعي ومكانته الاجتماعية ونفوذه وسلطته الوظيفية، لذا لا تكون حقائق الفرد أحياناً صحيحة كالسن والحالة الاجتماعية والجنس، هذا ما جعل الفرد أكثر تحلاً وتحرراً من قيود السياسة والدين والأخلاق والقيم (رحومة، 2008، صفحة 34).

لذلك فالحرية التي تتميز بها وسائل الإعلام الجديد بمختلف أشكاله وأدواته سمحت له بأن يحتل مكانة مرموقة في أوساط المستخدمين، وصلت حد الإدمان أحياناً، حيث يقضي الكثير من المستخدمين ساعات طوالاً على الشبكات الاجتماعية دون فائدة تذكر، أو هدف محدد، وهذا باعتراف الكثير منهم على صفحات الفيسبوك أو تويتر أو غيرها. (كافي، 2017، صفحة 54)

وإذا كان الفيسبوك بوابة اجتماعية لتمكين الشباب من تكوين علاقات صداقة افتراضية في مجتمع أصبح يعرف بالمجتمع الافتراضي، فهم لا يهمهم من هو الصديق الافتراضي بقدر ما هم بحاجة إلى إيجاد ذلك الصديق، وهو ما أدى بالعديد من الشباب الوقوع في حالات الإدمان

نتيجة السعي الحثيث في تشكيل واقع افتراضي موازي لواقعه المعاش، تحل فيه الصداقات الافتراضية على حساب عل علاقاتهم بأسرهم التي تكاد تنقرض، وتشير الكثير من الدراسات عن أنماط الاستخدام والإشباع التي يحققها الفيسبوك والتي تتمثل في قضاء ساعات طويلة في التواصل على حساب تواصله مع الأهل والأصدقاء الواقعيين، والهروب من الحياة الواقعية والبعد عن المشكلات، إذ يستطيع الأفراد التعبير عن ذاتهم بأريحية، وتكوين علاقاتهم التي يرغبون فيها متى أرادوا، وهذا يرجع إلى الدور الاجتماعي الذي أصبح يميز الفيسبوك.

ثم إن هوية الفرد في المجتمعات الافتراضية متعددة، وغالبا ما تحاول اتخاذ ذات تحصل على الموافقة والقبول والتشجيع، فالذات (الأنا) تتشكل ترابطيا عن طريق استعارة الذات الأخرى، تقمصها لذات الآخرين، فالذات الإنترنتية غير محددة المعالم نهائيا، لذا فهي تعيش في وضعية اللابيقين فمثلا: الفرد لم يعد ينطلق من الذات التي تؤسسه اجتماعيا للوصول إلى أناه الفردية، لكنه ينطلق من خيبة أمل في علاقته بأناه الشخصية، وهو ما يدفعه إلى الهرب من وإلى الذات الافتراضية (الصادق، 2007، صفحة 27)

و يصنع إخفاء الهوية عبر وسائل التوصل الاجتماعي إشكالا كبيرا حيث وفرت أرضا خصبة لنشر المحتوى المحرّض على الكراهية، حيث نجد أن العديد من الجماعات عالية التنظيم المحرّضة على الكراهية التي تجند الاتباع وتقنعهم بالتطرف وتوجههم للاعتداء على الجماعات المستهدفة، وإصدار قوائم تستهدف حياة الأفراد، فالتحرش عبر الأنترنت الذي يستهدف الشباب أساسا كثيرا ما ينشئ التعصب العنصري أو الاثني أو الديني، ويعمد على بث الدعاية والمعلومات المضللة، وتبادل المعلومات والأفكار عبر شبكات التواصل الاجتماعي عبر مجموعات النقاش ذات الاهتمام المشترك (أسعيداني و فقيري، 2021، صفحة 90).

وفي هذا الاتجاه يقول (Baylong mignot) بأننا نعيش في (حضارة اتصال) (une civilisation communication)، أي أن العصر الحالي يتميز بالاتصالات المتعددة الأشكال والوسائل والتقنيات الحديثة، وبالتالي فإن الوسائط متوفرة لنقل كل أشكال المضامين والمعلومات والمحتويات الثقافية، وبطبيعة الحال تكون هذه الثقافات مرتبطة غالبا بمصنّع هذه الوسائل الاتصالية، ولذلك كثيرا ما نشهد تعالي أصوات تنادي بإعادة النظر في النظام الدولي للإعلام، الذي يتسم بالتدفق الأحادي والأفقي للمعلومات والمضامين الإعلامية، من الضفة الأخرى (الغرب والعالم المتقدم

(عموما). (كافي، 2017، صفحة 186)

إن الحاجز النفسي مثل الخجل والتردد والخوف من المواجهة، واحد من أهم الأسباب التي تدفع المستخدم للكشف عما يجول في خاطره بحرية أكثر وإن فسح المجال للمستخدم للبوخ بأسرار قد يجد صعوبة في التحدث بها بعيدا عن شاشة الحاسوب يجعل موقع الفيسبوك نافذة حقيقية تساعد على المشاركة وتكوين علاقات والخروج من العزلة التي قد يعيشها في مجتمعه أو حتى في استخدامه للإنترنت، إن المستخدم يبحث عن صديق بين عدد كبير من اختبارات الصداقة في الموقع ويحاول أن يجد تطابقا بعد أن يطلع على بعض المعلومات التي يوفرها الفيسبوك (مؤيد، 2016، صفحة 170)

إن الصفحة الرئيسية لموقع الفيسبوك متميزة لأنها بيئة متغيرة بشكل دائم عن طريق السماح بمشاركة أصدقاء المستخدم بشكل مستمر بالنشر على الحائط، وهذا ما يدفع بالمستخدم للجلوس لساعات طويلة يطلع ويرد على الأصدقاء، لذلك تبدو صفحة الفيسبوك كصفحة نبذة تتغير باستمرار.

### خاتمة:

إن قضية الشباب هي قضية جوهرية أثارت إشكالات قديمة وحديثة، لارتباطها بنهضة المجتمع ويعزو لها سبب التغيير الاجتماعي والتطور التكنولوجي، فدراسة تأثيرات الميديا تقتضي الاطاعة بقدر كاف لاستخلاص أهم الآثار الناتجة عن هذا الاحتكاك الثقافي، وكذا التعمق في خلفيات الشباب الثقافية، فلقد أخذت القيم مكانة هامة في مختلف العلوم التي تحاول رصد أهم التغييرات في نسق القيم وكيفية عملها داخل المنظومة الثقافية، ومدى ارتباطها الوثيق بقيم الشباب التي لا تزال تثير الجدل كلما طرح موضوع وسائل الاتصال الجديدة ومواقع التواصل الاجتماعي، فلقد بات الشباب اليوم تحت تأثير وسيطرة منطق الميديا المبهرة في جميع مناحي الحياة، بل أصبح أكثر رغبة وإلحاحا من ذي قبل في التمسك بها وتملكها، وهو ما قد يحدث لدينا اختلالات ثقافية واجتماعية تؤثر بدورها على الهوية والقيم الأصيلة والمعترف بها في الهرم الأخلاقي والعقدي في جميع الشرائع.

### قائمة المصادر والمراجع:

أسعيداني سلامي ، وفقيري ليلي، (2021)، واقع خطاب الكراهية والتحريض عليها في وسائل

الإعلام والاتصال وآليات الحد منها قراءة إعلامية في تقرير الأمم المتحدة 2014، مجلة بحوث ودراسات في الميديا الجديدة، مجلد02، عدد03.

الدسوقي عبده إبراهيم، (2004)، وسائل وأساليب الاتصال الجماهيرية والاتجاهات الاجتماعية، ط1، دار الوفاء، الإسكندرية.

الدليمي عبد الرزاق، (2012)، مدخل الى وسائل الإعلام الجديد، ط1، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمّان، الأردن.

الزيّود ماجد، (2006)، الشباب والقيم في عالم متغيّر، ط1، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمّان، الأردن. الصادق الحمامي، (نوفمبر، 2009)، تجديد الإعلام: مناقشة حول هوية الصحافة الإلكترونية، الجمعية السعودية للإعلام والاتصال المجلة العربية للإعلام والاتصال، المجلد2009، عدد5.

الصادق رابع، (أفريل، 2007)، الإنترنت كفضاء مستحدث لتشكّل الذات، بحث منشور في: المجلة المصريّة لبحوث الرّأي العام، مركز بحوث الرّأي العام كلية الإعلام جامعة القاهرة، المجلد08، العدد02. الفاضل سلوى بنت محمد، (2013)، أبعاد استخدام الشباب السعودي لشبكات التواصل الاجتماعي: دراسة ميدانية مطبّقة على عينة من طلاب وطالبات جامعة الملك سعود، قسم الدراسات الاجتماعية، كلية الآداب، جامعة الملك سعود، السعودية.

العيقة جمال، (2003)، العيقة جمال، الثقافة الجماهيرية: عندما تخضع وسائل الإعلام والاتصال لقوى السوق، عنابة، جامعة باجي مختار، الجزائر: مديرية النشر.

اللّبان شريف درويش، (2000)، تكنولوجيا الاتصال المخاطر والتحديات والتأثيرات الاجتماعية، ط1، الدّار المصريّ اللبنانيّة. القاهرة.

المصمودي مصطفى، (1985)، النّظام الإعلامى الجديد، سلسلة عالم المعرفة، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت

النّعيمي يوسف، (مارس، 2011)، سياقات انتشار الفيسبوك في العالم العربي، مجلّة الرافد، دائرة الثقافة والاعلام، الشارقة، عدد163، صفحات 89-90-91.

اليونيسكو، (2005). التّنوع الثقافي واللّغوي في تشجيع المعلومات، (تر: علال الإدريسي) باريس: اليونيسكو.

- بعزيز إبراهيم، (2012)، تكنولوجيا الاتصال الحديثة وتأثيراتها الاجتماعية والثقافية، دار الكتاب الحديث، الجزائر
- بومعيزة السعيد، (-2005 2006)، أثر وسائل الإعلام على السلوكيات والقيم لدى الشباب دراسة استطلاعية بمنطقة البليدة، أطروحة دكتوراه، قسم علوم الإعلام والاتصال: جامعة الجزائر.
- جاسم السّعدى ناصيف مؤيد، (2016)، فلسفة التواصل في موقع الفيسبوك، ط1، ألفا دوک للوثائق، قسنطينة.
- دليو فضيل، (2003)، الاتصال مفاهيمه نظرياته وسائله، ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر.
- رحومة علي محمد، (2008)، علم الاجتماع الآلي مقارنة في علم الاجتماع العربي والاتصالات عبر الحاسوب، عالم المعرفة، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت.
- شيخاني سميرة، (2010)، الإعلام الجديد في عصر المعلومات، مجلة جامعة دمشق، دمشق، سوريا، المجلد26، العدد الأول والثاني.
- صباح ياسين، (2006)، النسق القيمي وهيمنة القوة، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، لبنان.
- صلاح مروى عصام، (2015)، الإعلام الإلكتروني: الأسس والآفاق، ط1، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.
- عبد الحميد محمد، و آخرون، (2009)، وسائل الإعلام من المناادي إلى الإنترنت، دار الفكر العربي، القاهرة.
- عزّي عبد الرحمن، (2009)، دراسات في نظرية الاتصال نحو فكر إعلامي متميّز، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، لبنان.
- عزّي عبد الرحمن، (2011)، دعوة إلى فهم نظرية الحتمية القيمية في الإعلام، ط1، الدار المتوسّطية للنشر والتوزيع، تونس.
- عبد الرحمن عواطف، (1999)، الإعلام العربي وقضايا العولمة، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة.
- فهومي معالي خيضر، (2002)، نظم المعلومات مدخل لتحقيق الميزة التنافسية، الدار الجامعية،

الاسكندرية.

قتلوني حسام الدين مصعب، (2012)، دور مواقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك في عملية التغيير السياسي مصر أنموذجا، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه، جامعة الناجح الوطنية، الأردن.

كافي يوسف مصطفى، (2017)، الاعلام المعاصر وتحديات العولمة، ط1، ألفا دو ك للوثائق، قسنطينة، الجزائر.

محمود خالد وليد، (2011)، شبكات التواصل الاجتماعي وديناميكية التغيير في العالم العربي، دار مدارك. بيروت، لبنان.

مكاوي حسن عماد، و حسين ليلي السيد، (2016)، الاتصال ونظرياته المعاصرة، ط12، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، مصر.

بوعلي نصير، (أفريل، 2014)، مفاهيم نظرية الحتمية القيمية في الإعلام عند عزي عبد الرحمن: مقارنة نقدية، مجلة المستقبل العربي، مركز دراسات الوحدة العربية، لبنان، المجلد36، العدد422، ص 87-101.

منصر هارون، (2012)، تكنولوجيا الاتصال الحديثة: المسائل النظرية والتطبيقية، ط1، دار الألمعية للنشر والتوزيع، قسنطينة.

bertolus, J-J, (1997), Renaud de la baume: la revolution sans visage, paris: belfond

Douglas, A Brody, (2001), Saudi Arabias International Media Strategy: Influence through Mutinational Ownership in Hafez, K, (ed) Mass Media, politics, and Society in Middle East, Hampton press Inc

Shayn, B, & Chris, W, (2003), We media, How audiences are shaping the future of news information, USA: The Media Centre at The American Press Institute