



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة الشهيد حمه لخضر بالوادي



قسم العلوم الاجتماعية

كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية

الإعلام الجديد وتأثيره على ثقافة الشباب (الإنستغرام نموذجا)

دراسة ميدانية على عينة من الطلبة بجامعة الشهيد حمه لخضر بالوادي

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في العلوم الاجتماعية

تخصص: علم اجتماع الاتصال

إشراف الأستاذة

❖ د/ ربيعة نبار

إعداد الطلبة

❖ عماري حمزة

❖ بن عبد الله عبد الكريم

السنة الجامعية: 2020/2019

شكر وعرّفان

بسم الله الرَّحْمَن الرَّحِيم، الحمد لله على آلائه وصلاته وسلامه على خاتم أنبيائه وعلى آله وصحبه وأوليائه، الحمد لله على المبعوث رحمة للعالمين وهدايةً للمُتَبَصِّرِينَ ونورًا للسَّائِرِينَ، في رسالتنا هذه ننتقد بالشكر والامتنان لكل من مد لنا يد العون "خاصة الأستاذة المشرفة الدكتوراة ربيعة نبار"، كما لا ننسى أستاذة علم الاجتماع الذين رافقونا خلال مسيرتنا الدراسية ولم يخلوا عنا بأي معلومات، فقد كنتم مصدر الإلهام والنجاح والارتقاء، وكنتم خير معين في مسيرتنا، كنتم الأمل المعطاء والرّمز في العطاء، شكرًا لكم يا عِطَرَ الوجود الفوّاح، يا نبع الفلاح وإشراق الصّباح، شكرًا إليكم يا منحة الخالق في هذا الوجود، شكرًا لأنكم كنتم نخرًا استندَ عليه ليطاول نجاحنا عنان السماء، دتم عونًا لا يخفتُ بريقه تجاه هذه الأمة التي تترقب إضاءتها بروح مُلهفة، تحية من القلب إلى القلب الذي نبضَ معروفه الجميل وأفكاره النيرة، لكم أركى التّحيّات لنفوسكم الأبيّة وابتساماتكم الفريدة، لكم منّا الشكر والعرّفان والتقدير والاحترام، ومهما أوتينا من البلاغة علمًا ورفعةً لن نوفّ حقّ شكركم حيث تتسابق الحروف وتتسارع العبارات للتعبير عن مدى الامتنان لدعمكم ومُساندتكم، وفي الختام عملنا جاهدين على أن نوفّكم حقّ الشكر فقد كان تأثير جهودكم واضح في تكوين مذكرتنا، وحاولنا بقدر الإمكان أن نضمّ عبارات السّعادة المنسوجة بالامتنان والعرّفان لأنكم وقفتم بجانبنا.

ملخص الدراسة:

كان هدفنا من هذه الدراسة هو تبيان تأثير الإعلام الجديد على ثقافة الشباب واعتمادنا في دراستنا على الإنستغرام نموذجا من نماذج الإعلام الجديد والذي يعد من أكثر مواقع التواصل الاجتماعي استخداما لدى الشباب حاليا ،ولقد كان الشباب المستهدف في دراستنا هذه هو الشباب الجامعي بجامعة حمه لخضر بالوادي، وقد كان التساؤل الرئيسي للدراسة كالتالي:

- هل أثر الإعلام الجديد على ثقافة الشباب؟

واندرج تحت هذا التساؤل تساؤلات فرعية وهي كالتالي:

- ما هي مظاهر تأثير الإعلام الجديد على الشباب؟

- هل أثر الإعلام الجديد سلبا أم إيجابا على ثقافة الشباب؟

وقد استخدمنا في دراستنا المنهج الوصفي وذلك لطبيعة الموضوع الذي يلائمه هذا المنهج، كذلك تم استخدام أداة من أدوات جمع البيانات ألا وهي الاستبيان والذي تضمن 30 سؤال في محورين، كما اعتمدنا على العينة القصدية التي شملت طلبة سنة أولى ماستر تخصص علم اجتماع الاتصال، تنظيم، تربية بجامعة الوادي.

Study summary:

Our goal in this study was to show the impact of new media on youth culture, and in our study, we adopted Instagram as a new media model. Instagram is also one of the most used social networking sites among young people today. The main question of the study was as follows:

Does new media have an impact on youth culture?

And under this question several sub-questions were included, as follows:

What are the manifestations of the influence of the new media on the youth?

Has the new media affected youth culture in a positive or negative way ?

In our study, we used the descriptive approach due to the nature of the topic that is being studied. Also, one of the data collection tools was used, namely the questionnaire, which included 30 questions in two axes. We also depended on the intentional sample that would include about students from Hama Lakhdar University.

فهرس المحتويات

الصفحة	الموضوع
	شكر وعرهان
	ملخص الدراسة باللغة العربية
	ملخص الدراسة باللغة الأجنبية
	فهرس المحتويات
أ-ب	مقدمة
الجانب النظري	
الفصل الأول: مدخل الى موضوع الدراسة	
05	أولا-الإشكالية
06	ثانيا-أهداف الدراسة
06	ثالثا-أسباب اختيار الموضوع
06	رابعا-تحديد المفاهيم
11	خامسا-الدراسات السابقة
الفصل الثاني: الإعلام الجديد	
17	تمهيد
18	أولا-نشأة وتطور الإعلام الجديد
19	ثانيا-خصائص الإعلام الجديد
21	ثالثا-تصنيفات الإعلام الجديد
22	رابعا-وظائف الإعلام الجديد
24	خامسا-العلاقة بين الإعلام الجديد والثقافة
26	خلاصة الفصل
الفصل الثالث: ماهية الثقافة	
28	تمهيد
29	أولا-أنواع الثقافة
31	ثانيا-خصائص الثقافة

32	ثالثا-وظائف الثقافة
33	رابعا-عناصر الثقافة
37	خلاصة الفصل

الجانب الميداني	
الفصل الرابع: الإجراءات المنهجية للدراسة	
40	أولا-منهج الدراسة
41	ثانيا-أدوات جمع البيانات
42	ثالثا-مجتمع الدراسة
42	رابعا-عينة الدراسة
43	خامسا-مجالات الدراسة
44	سادسا-الأساليب الإحصائية المستخدمة
الفصل الخامس: عرض وتحليل ومناقشة نتائج الدراسة	
	تمهيد
	أولا-عرض وتحليل ومناقشة نتائج التساؤل الرئيسي
	ثانيا-عرض وتحليل ومناقشة نتائج التساؤل الأول
	ثالثا-عرض وتحليل ومناقشة نتائج التساؤل الثاني
47	خاتمة
49	قائمة المراجع
	الملاحق

مقدمة

مقدمة:

إن اختيار موضوع الإعلام الجديد فرضه الدور المتزايد الذي باتت تلعبه التكنولوجيا عمومًا والإعلام المتصل بها بشكل خاص، حيث بات لزامًا التعاطي مع هاته الظاهرة بالبحث والدراسة للوقوف على تأثيراتها في مجتمعاتنا، وإيجابياتها المتاحة للاستفادة منها قدر الإمكان ثم محاولة تلافي سلبياتها أو على الأقل الحد منها ويمكن القول إن الإعلام الجديد جاء نتيجة تطور تاريخي للإعلام التقليدي وتكنولوجيا الإنترنت والإعلاميات؛ حيث أتاح دمج هذين المجالين الوصول إلى مفهوم جديد يستفيد من خصائص الإعلام من حيث إمكانية التواصل والإخبار ونشر المعرفة في نفس الوقت يستغل ما تتيحه وسائط التكنولوجيا الجديدة ليصبح أكثر حضورًا وانتشارًا ويتيح مشاركة وتفاعلية أكبر لكل أطراف المجتمع، كما يعد الاتصال والتفاعل من سمات الإنسان منذ قديم الزمان وقد تعددت وسائل الاتصال قديمًا ما بين الاتصال الشفهي والمكتوب إلى أن تطورت الوسائل بعد الثورة الصناعية واخترع الصحف والإذاعة والتلفزيون واستمر الحال لعقود طويلة حتى اختراع الشبكة العنكبوتية (الإنترنت) وهو الحدث الأهم الذي غير مسار التاريخ وجعل العالم قرية صغيرة ضيقة الأطراف وصولًا لما يعرف بالإعلام الجديد أو الإعلام البديل واستخدام المواقع الإلكترونية وشبكات التواصل الاجتماعي في نقل مجريات الأحداث وظهور مجموعة من المؤثرات الإلكترونية التي تنقل أفكار مختلفة للأفراد، وأصبح المجتمع مفتوحًا ومتاحًا للجميع حتى لغير المتخصصين والدارسين لهذا المجال مما تطلب بذل مزيد من الجهد في التفكير الناقد حيث غيرت هذه الوسائل التكنولوجية كل نواحي الحياة وخلقت أنشطة جديدة للأفراد والمجتمعات.

وتعتبر الثقافة منظومة متكاملة تضم النتائج التراكمي لمجمل موجات الإبداع والابتكار التي تتناقلها أجيال الشعب الواحد، وتشمل بذلك كل مجالات الإبداع في الفنون والآداب والعقائد والاقتصاد والعلاقات الإنسانية، وترسم الهوية المادية والروحية للأمة لتحديد خصائصها وقيمها وصورتها الحضارية، وتطلعاتها المستقبلية ومكانتها بين بقية الأمم، فهي إرث تاريخي يحمل معه الطابع الخاص بكل أمة، غير قابل لأي شكل من أشكال العولمة، إذ أن محاولة عولمة أي ثقافة تعني في الحقيقة السعي إلى بسط هيمنتها على الثقافات الأخرى، إما بطمسها أو إلغائها في عدد من المجالات.

وتم تقسيم الدراسة إلى شقين، جانب نظري وآخر تطبيقي وقد اشتمل الجانب النظري على عدة فصول، وتضمن الفصل الأول، الإشكالية، أهداف الدراسة، وأسباب اختيار الموضوع، بالإضافة إلى تحديد المفاهيم والدراسات السابقة وأهمية الدراسة أما الفصل الثاني بعنوان الإعلام الجديد فقد تناولنا فيه نشأة الإعلام الجديد، خصائصه، وظائفه، وتصنيفاته، علاقة الإعلام الجديد بالثقافة، أما الفصل الثالث المعنون بماهية الثقافة فقد اشتمل على أنواع الثقافة، خصائصها، وظائفها، عناصرها.

كما تطرقنا في الفصل الرابع والمعنون بالإجراءات المنهجية للدراسة الميدانية إلى المنهج المستخدم في الدراسة، بالإضافة إلى أدوات جمع البيانات المتمثلة في الاستبيان، كما تناولنا مجتمع البحث وعينة البحث، بالإضافة لمجالات الدراسة (المجال البشري، المجال المكاني، المجال الزمني)، وأخيرا تطرقنا لأهم الأساليب الإحصائية المستخدمة كالتكرارات والنسب المئوية، وأخيرا خصصنا الفصل الخامس لمناقشة وتحليل نتائج الدراسة.

الجانب النظري

الفصل الأول

موضوع الدراسة

أولاً-الإشكالية

ثانياً-أهداف الدراسة

ثالثاً-أسباب اختيار الموضوع

رابعاً-تحديد المفاهيم

خامساً-الدراسات السابقة

أولا-الإشكالية:

الإنسان كائن اجتماعي بطبعه فهو لا يعيش بمعزل عن باقي أفراد مجتمعه، وبما انه جزء من المجتمع فهو حتما في تواصل دائم معهم كما تربطه بهم علاقات وطيدة أساسها السؤال الدائم عن حالهم , ولكي يتسنى له ذلك فهو في حاجة لوسائل تبقيه على اطلاع مستمر ومتواصل بمستجداتهم, وذلك ما نطلق عليه وسائل الاتصال والتي تجلت قديما في الحمام الزاجل، القرع على الطبول وإشعال النار وغيرها , ثم تطورت طرق التواصل إلى أن وصلت إلى الهاتف حيث كان أول ظهور للهاتف في أواخر القرن التاسع عشر، وبعد مدة ليست بالطويلة ظهر الراديو ,ثم في عام 1927 ظهر التلفزيون وقد اعتبر ظهوره بمثابة الثورة في مجال الإعلام ،أما الطفرة الحقيقية فقد كانت بظهور الأنترنت حيث كان الظهور الأول للأنترنت عام 1965 عندما اتصل جهازى كمبيوتر ببعضهما في مختبر لنكولن باستخدام تقنية تبادل الحزم بين أجهزة الحاسوب، وقد نجم عن ظهور الأنترنت ظهور ما يسمى بالإعلام الجديد, والذي يعتبر أكثر تأثيرا من الإعلام القديم لأنه يستخدم التكنولوجيا الحديثة والتي أصبحت أكثر انتشارا في القرن الواحد والعشرين, ويتميز الإعلام الجديد بالعديد من الخصائص التي تميزه عن نظيره التقليدي ,وتجدر الملاحظة إلى أن ما يميز الإعلام التقليدي عن الإعلام الجديد هو أن الإعلام التقليدي أصبح يستخدم الإعلام الجديد لسد النقص واكتساب الخصائص التي ينفرد بها الإعلام الجديد مثل خاصية المشاركة والانتشار, اللاتزامنية, تعدد الوسائط واتحادها, هذا ويتمتع الإعلام الجديد أيضا بميزات كثيرة تساعد الأفراد على الوصول إلى المعلومات التعليمية بسهولة، كما تعد شبكة الإنترنت مكتبة إلكترونية ضخمة، ولكنها لا تعتبر مصدرا موثوقا للمعلومات في كثير من الأحيان، ويمكن أن تؤثر مدة الوقت التي يقضيها الفرد في الجلوس أمام أجهزة الحاسوب والهاتف النقال على مهاراته الاجتماعية سلبا، كما يمكن أن تؤثر على نموه الجسدي، وغالبا ما يشكل استخدام شبكة الإنترنت بشكل مبالغ فيه إدمانا للفرد مع مرور الوقت,كما ان هذه الوسائل قد تعرض صورا، أو مقاطع فيديو غير لائقة، وغير هادفة، إضافة إلى بعض المواقع والمحطات ذات المحتوى المسيء الذي يزرع بذور الكراهية بين الناس في المجتمعات المختلفة، وقد يصيبهم بالإحباط، وبالمقابل يلعب الإعلام الجديد دورا أساسيا في خلق الوعي بين الشباب، إذ تعزز الشبكات الاجتماعية على الأنترنت من المستوى الثقافي والتعليمي للشباب، فتثري معلوماته وتزوده بأفكار جديدة وتمنحه فرصة لإبداء آرائه والتعبير عن فكره بحرية وتفتحه على شتى العلوم والثقافات.

وانطلاقاً مما سبق نطرح التساؤل الرئيسي التالي:

هل أثر الإعلام الجديد على ثقافة الشباب؟

وقد نجم عن التساؤل الرئيسي عدة تساؤلات فرعية أبرزها:

- ما هي مظاهر تأثير الإعلام الجديد على الشباب؟
- هل أثر الإعلام الجديد سلبي أم إيجاباً على ثقافة الشباب؟

ثانياً- أهداف الدراسة:

- معرفة مدى تأثير الإعلام الجديد على ثقافة الشباب.
- معرفة مظاهر تأثير الإعلام الجديد على ثقافة الشباب.
- التعرف على التأثيرات السلبية والإيجابية للإعلام الجديد على ثقافة الشباب.

ثالثاً- أسباب اختيار الموضوع:

ترجع أسباب اختيارنا لهذا الموضوع إلى ما يلي:

1-أسباب ذاتية:

- طبيعة التخصص الدراسي الذي ننتمي إليه والذي يتناول مثل هذه المواضيع خاصة الإعلام الجديد.
- استخدامنا الشخصي للإعلام الجديد وتأثيره على بعض عاداتنا وتقاليدينا.

2-أسباب موضوعية:

- التطور الرهيب للإعلام الذي سرعان ما انتقل من الإعلام القديم إلى الإعلام الحديث.
- استخدام الشباب للإعلام الحديث بطريقة عشوائية مما أثر على ثقافتهم وطباعهم.
- الانتشار الواسع لبعض السلوكيات الدخيلة على المجتمع والتي أحد أسبابها الإعلام الجديد.

رابعاً-تحديد المفاهيم:

تشكل المفاهيم الخلفية النظرية والمنهجية لتوجيه مسار البحث، على اعتبار أنها تطرح بالضرورة القضايا البحثية التي تثيرها الدراسة، إذ يعتبر تحديد المفاهيم خطوة أساسية في البحث العلمي خاصة في العلوم الاجتماعية والإنسانية، لأنه هناك مفاهيم تحمل أكثر من معنى وقد تضمنت هذه الدراسة عدة مفاهيم أساسية وهي

- تعريف الإعلام:

أ- الإعلام لغة : مصدر الفعل الرباعي أعلم، يقال: أعلم تعليم إعلاما .. وأعلمته بالأمر: أبلغته إياه، وأطلعته عليه، جاء في لغة العرب (استعلم لي خبر فلان وأعلمنيه حتى أعلمه، واستعلمني الخير فأعلمته إياه)¹.

ب- اصطلاحا : يعرف الدكتور سامي ذبيان الإعلام بأنه ، تلك العملية الإعلامية التي تبدأ بمعرفة المخبر الصحفي بمعلومات ذات أهمية، أي معلومات جديرة بالنشر والنقل، ثم تتوالى مراحلها: تجميع المعلومات من مصادرها، نقلها، التعاطي معها وتحريها، ثم نشرها وإطلاقها أو إرسالها عبر صحيفة أو وكالة أو إذاعة أو محطة تلفزة إلى طرف معني بها ومهتم بوثائقها².

2-تعريف الإعلام الجديد:

إن الإعلام الجديد هو إعلام عصر المعلومات، فقد كان وليدا لتزواج ظاهرتين بارزتين عرف بهما هذا العصر ظاهرة تفجر المعلومات وظاهرة الاتصالات عن بعد.

والإعلام الجديد يعتمد على استخدام الكمبيوتر والاتصالات عن بعد في إنتاج المعلومات وتخزينها وتوزيعها، العموم الناس بشكل ميسر وبأسعار منخفضة هي في الواقع خاصية مشتركة بين الإعلام القديم والجديد، الفرق هو أن الإعلام الجديد قادر على إضافة التفاعل وهي خاصية جديدة لا يوفرها الإعلام القديم.

والتفاعل هو قدرة وسيلة الاتصال الجديدة على الاستجابة لحديث المستخدم تماما كما يحدث في عملية المحادثة بين شخصين، هذه الخاصية أضافت بعدا جديدا مهما إلى أنماط وسائل الإعلام الجماهيري الحالية التي تتكون في العادة من منتجات ذات اتجاه واحد يتم إصدارها من مصدر مركزي مثل الصحيفة أو قناة التلفاز أو الراديو إلى المستهلك مع إمكانية اختيار مصادر المعلومات والتسلية متى أرادها وبالشكل الذي يريده.

¹العلامة ابن منظور: لسان العرب، ط1، دار إحياء التراث العربي، بيروت، 1988، ص371.

²د. سامي ذبيان، الإعلام الجديد في النظرية والتطبيق، مدخل نظري وعملي الى علم الأعلام، ط2، دار المسيرة للطباعة والنشر، بيروت، 1987، ص34.

يتميز الإعلام الجديد أيضا بأنه إعلام متعدد الوسائط وهذا يعني أن المعلومات يتم عرضها في شكل مزيج من النص والصورة والفيديو، مما يجعل المعلومة أكثر قوة وتأثيرا، هذه المعلومة هي معلومات رقمية يتم إعدادها وتخزينها وتعديلها ونقلها بشكل إلكتروني، يتميز الإعلام الجديد أيضا بتنوع وسائله وسهولة استخدامها، وهذه الخصائص غيرت من أنماط السلوك الخاصة بوسائل الاتصال.¹

التعريف الإجرائي للإعلام الجديد:

الإعلام الجديد هو نوع ثان من الإعلام ظهر في أواخر القرن العشرين وبدايات القرن الواحد والعشرين وكان ظهوره نتيجة التطور التكنولوجي المتسارع لوسائل الإعلام وسمي بهذا الاسم لأنه يستخدم التكنولوجيا الحديثة كالإنترنت والحاسب كأساس له من أجل نشر الأخبار والقيام بمهمة الإعلام، والنموذج المقصود في دراستنا هو الإنستغرام.

تعريف الإنستغرام:

إنستغرام (بالإنجليزية Instagram) :هو تطبيق مجاني يسمح للمستخدمين بنشر ومشاركة الصور، ومقاطع الفيديو مع المتابعين أو مع مجموعة مختارة من الأصدقاء، والتعليق على المشاركات التي ينشرها أصدقاؤهم والإعجاب بها (بالإنجليزية like) ، ويمكن تحميله على الأجهزة ذات نظام تشغيل أبل (بالإنجليزية: Apple iOS) أو نظام تشغيل أندرويد (بالإنجليزية: Android)، أو نظام تشغيل ويندوز فون (بالإنجليزية: Windows Phone) ، ويمكن لأي شخص يبلغ من العمر 13 عاماً أو أكبر إنشاء حساب عن طريق تسجيل عنوان البريد الإلكتروني وتحديد اسم المستخدم.²

¹ عبد الحسيب، محمد تيمور ، وعلم الدين محمود، الكمبيوترات وتكنولوجيا الاتصال، القاهرة، دار الشروق، ص ص 195-207.

² <https://mawdoo3.com> www.help.instagram.com, Retrieved 04/09/2020

3- تعريف الثقافة:

أ- لغة: ثقف ثقفا وثقافة صار حاذقا خفيفا فطنا وثقفه تثقيفا سواه وتعني تثقيف الرمح، أي تسويته وتقويمه¹.

وتستعمل ثقافة لعدة معان منها: الحذق والفتنة، وقوة الإدراك، نقول ثقف الرجل، والتهديب والتأديب، نقول ثقف المعلم الطالب وتقويم المعوج من الأشياء نقول ثقف الصانع الرمح وسرعه اخذ العلم وفهمه ونقول ثقف الطالب العلم وإدراك الشيء والحصول عليه وتدل مفردة الثقافة أيضا على تثقيف الرمح بمعنى تشذيبه وتطويره وثقف الشيء أدركه وثاقفه بالسلاح أي لاعبه بالسلاح.

ب- اصطلاحا: تعتبر الثقافة مصطلحا شديدا التعقيد لذا لم يتفق علماء الاجتماع والأنثروبولوجيا على تعريف واحد له، رغم شيوع استخدامه في كتاباتهم الكثيرة والمتنوعة لدرجة أن علماء مثل ستيفان جيودمان (الأستاذ بجامعة مينيسوتا) يقول أثناء المؤتمر الذي عقده البنك الدولي عن الثقافة والعمل العام: "أننا لو سألنا ألف شخص عن معنى الثقافة فالأغلب أننا سوف نحصل منهم على أكثر من ألف تعريف نظرا لاختلاف وتباين خبراتهم الخاصة"، ويرى رايموند ويليامز أن الثقافة: "طريقة معينة في الحياة سواء عند شعب أو جماعة، أي أنها مرتبطة أشد الارتباط بالحضارة" فالثقافة من وجهة نظر بعض الباحثين مرتبطة ارتباطا كليا بالحضارة لأن ثقافة كل أمة هي أساس حضارتها في فكرتها وحركتها وأسلوب حياتها وعلى فهمها مفهومها لمسمى واحد.²

فمفهوم الثقافة في الاصطلاح أوسع من معناها اللغوي ومن الصعوبة بمكان أن يجد لها الإنسان تعريفا جامعا مانعا لاختلاف مجالات الدراسة أو اختلاف اهتماماتها سواء كانت تاريخية أو فلسفية أو اجتماعية أو نفسية أسباب أو أنثروبولوجيا، وقد ذكر صالح ذياب هندي في كتابه دراسات في الثقافة الإسلامية الاختلاف في تعريف الثقافة وهي اختلاف اهتمام وتخصص صاحب التعريف، واختلاف المدارس والاتجاهات الثقافية في العالم حول تعريف الثقافة³.

¹المرتضى الزبيدي، تاج العروس، دار المعلمين، القاهرة، مصر، 1994، ص51.

²نادية العمري، أضواء على الثقافة الإسلامية، دمشق، سوريا، 1998، ص16.

³صالح ذياب هندي، دراسات في الثقافة الإسلامية، سوريا، 1985، ص14.

وقد أشار مالك بن نبي إلى مدرستين في الثقافة هما المدرسة الغربية الرأسمالية والتي ترى أن الثقافة انعكاس لفلسفة الفرد وفكره، والمدرسة الماركسية التي ترى أن الثقافة انعكاس لفلسفة المجتمع غير أن أضاف في حديثه مدرسة ثالثة وهي الإسلامية والتي ترى أن الثقافة انعكاسا لفلسفة الفرد والمجتمع في أن واحد بشكل متوازن.¹

ج-تعريف إدوارد تايلور للثقافة:

الثقافة أو الحضارة بمعناها هي: " ذلك الكل المركب الذي يشمل المعرفة والمعتقدات والفن والأخلاق والقانون والأعراف والقدرات والعادات الأخرى التي يكتسبها الإنسان باعتباره عضواً في المجتمع"².
التعريف الإجرائي: الثقافة هي مجموعة العادات والتقاليد والقيم التي يكتسبها الإنسان بصفته جزء من مجتمع ما وتكون هذه المكتسبات مرتبطة بقيم المجتمع وتجعل الفرد يحس بالانتماء الروحي للمجتمع الذي يعيش فيه، ونقصد في دراستنا هذه العادات والتقاليد في المجتمع السوفي والتي اكتسبها الفرد السوفي خلال سنوات.

4-تعريف الشباب

أ- لغة: شبب الشباب: الفتاء والحدائث، والشباب الشبان جماعة الشاب والشباب جمع شاب وكذلك شبان الشاب، كما جاء في لسان العرب المحيط لابن منظور وغيره من المعاجم العربية الشاب يعني الفتوة، والفتى بمعنى الحيوية والقوة والدينامية، وكلمة شب من شبيب وأن الشاب هو الفتى والحدائث وشاب الشيء أوله.³

ب- اصطلاحاً: يبدو أن مفهوم الشباب من الموضوعات سهلة الاحتواء والإحاطة بكل مدلولاته الاجتماعية والنفسية والديموغرافية، فالاختلاف على مستوى ما يحمله هذا المصطلح من دلالات يكون حسب كل مجال يصعب وضع تعريف واحد وموحد له، و تبقى اجتهادات الباحثين مستمرة باستمرار البحوث حول الشباب وموضوعاته لذلك لا يوجد تعريف واحد للشباب وهناك صعوبة في إيجاد تحديد واضح لهذا المفهوم، وعدم الاتفاق على تعريف موحد وشامل، ويعود لأسباب كثيرة أهمها اختلاف الأهداف المنشودة من وضع تعريف وتباين المفاهيم والأفكار العامة التي يقوم عليها التحليل السيكولوجي والاجتماعي الذي يخدم تلك الأهداف.

¹مالك بن نبي، مشكلة الثقافة، ط15، دار الفكر، دمشق، سوريا، 2011، ص 37.

²<http://www.aranthropos.com>

³ابن منظور، لسان العرب، المجلد الثاني، ط6، دار صادر، لبنان، 2008، ص15.

ويعرف محمد علي محمد الشباب بأنه: "ظاهرة اجتماعية تشير إلى مرحلة من العمر تعقب مرحلة المراهقة، وتبدو خلالها علامات النضج الاجتماعي والنفسي والبيولوجي واضحة".¹ وتحدده الأمم المتحدة بالفئة العمرية التي تتراوح بين 15-24 عاماً، كما يمكن القول بأنه حلقة في سلسلة حياة الإنسان، ترتبط بما قبلها بمرحلة الطفولة التي تعد الفرد لاستقبال مرحلة الشباب، وكما ترتبط بمرحلة ما بعد الشباب التي يستفيد منها الفرد من خلال تطبيق ما أمكن اكتسابه من خبرات والمواقف التي مر بها في شبابه.

التعريف الإجرائي:

يعرف الشباب على أنه مرحلة أو فئة عمرية تتراوح بين 18 و35 سنة تتميز بخصائص تميزهم عن باقي الفئات الأخرى وهي مرحلة بين المراهقة والكهولة وفيها يكون يتم اكتمال جميع النواحي العقلية والجسدية والنفسية ويكون الفرد قادر على تحمل مسؤوليته، والشباب المقصود في دراستنا هذه هم شباب جامعة الوادي.

خامساً-الدراسات السابقة:

يعد الرجوع إلى الدراسات السابقة عملية تكتسي أهمية كبيرة أثناء مرحلة البحث، نظراً لأنها ساعدت الباحث في اختيار الإطار النظري العام لموضوع بحثه وتكوين خلفية نظرية عن الموضوع وفي هذا الإطار نستعرض بعض الدراسات السابقة التي اعتمدنا عليها وساعدتنا في إعداد موضوع دراستنا.

1-الدراسات العربية:

الدراسة الأولى:

من إعداد الباحثة رجاء خالد أحمد يوسف علقم وهو بحث مقدم لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الاتصال بجامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا كلية علوم الاتصال (2018) بعنوان الإعلام الجديد ودوره في تشكيل ثقافة الشباب الجامعي بالسودان.

¹محمد علي محمد: الشباب العربي والتغيير الاجتماعي، دار النهضة العربية، لبنان، 1985، ص06.

أهداف الدراسة:

- التعرف بالإعلام الجديد وخصائصه ووسائله.
- التعرف على أثر الإعلام الجديد في تشكيل ثقافة الشباب الجامعي.
- معرفة مدى تمسك الشباب بالهوية الثقافية في ظل الإعلام الجديد.
- الوقوف على دور مؤسسات التنشئة الاجتماعية في تشكيل ثقافة الشباب.

أهمية الدراسة:

تتبع أهمية الدراسة في كونها من الدراسات التي تتناول البعد الثقافي للشباب في ظل الإعلام الجديد الذي يسعى بوسائله المختلفة لتشكيل المقومات الثقافية من أجل بناء ثقافة عالمية تسيطر على الخاصية الثقافية للدول.

وتزداد أهميته في محاولة التعرف على مدى تمسك الشباب بالثقافة المحلية ومدى تفاعلهم مع ثقافة الإعلام الجديد، كما تتبع أهمية هذه الدراسة في محاولة استكمال النقص في الدراسات التي تناولت ثقافة الشباب في ظل الإعلام الجديد.

مجتمع البحث:

يتمثل مجتمع الدراسة في الطلبة الجامعيين بجامعة ولاية الخرطوم.

عينة الدراسة:

اعتمدت الباحثة عينة من مجتمع الدراسة وذلك بغرض الحصول على البيانات المطلوبة وتم اختيارها بعناية عن طريق العينة العشوائية بعد ان تم ترتيب الجامعات بولاية الخرطوم أبجديا والبالغ عددها "24" جامعة.

النتائج المتوصل إليها:

- * توصلت الدراسة إلى أن الفيس بوك والواتساب، واليوتيوب، والإنستغرام، من أكثر وسائل الإعلام الجديد التي تساهم في تشكيل ثقافة الشباب الجامعي.
- * أوضحت الدراسة كثافة الاستخدام لوسائل الإعلام الجديد من قبل الشباب بحيث أن نسبة متوسط ما يقضونه يفوق 6 ساعات.
- * بينت الدراسة أن وسائل الأعلام الجديد جعلت الشباب يغيرون نظرتهم لبعض العادات والتقاليد وجعلتهم يستمعون للموسيقى والأغاني الغربية والعربية.
- * أشارت الدراسة الى أن وسائل الإعلام الجديد ساهمت في التواصل الثقافي بين الشعوب.

الدراسة الثانية:

ورقة بحثية للدكتورة هيفاء بنت عثمان عباس فدا أستاذة مساعدة بقسم البلاغة والنقد، كلية اللغة العربية بجامعة أم القرى بالمملكة العربية السعودية، بعنوان أثر الإعلام الجديد في النمو الثقافي عند الشباب، واشتملت هذه الورقة على مبحثين رئيسيين هما:
المبحث الأول: الإعلام الجديد، الوظائف، الوسائل، التأثير
المبحث الثاني: الإعلام الجديد والشباب

كما ذكرت هذه الدراسة كذلك بعض السمات والمميزات للإعلام الجديد، وتناولت هذه الورقة البحثية بعض المصادر التي يعتمدها الشباب في بناء تصوراتهم للمستقبل.

2-الدراسات المحلية:

الدراسة الأولى:

أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه علوم في علم الاجتماع تخصص علم الاجتماع الاتصال، من إعداد الطالبة الخنساء تومي (2016) بعنوان: دور الثقافة الجماهيرية في تشكيل هوية الشباب الجامعي.

- أهمية الدراسة:

اكتست هذه الدراسة أهميتها الأكاديمية، إذا تتجه إلى أهم عنصر في عملية التنمية سواء كانت بشرية، اجتماعية، سياسية وثقافية، فهو جيل الشباب الذي يمثل قوة العمل الحقيقية فإذا كانت هذه الدراسة تركز على الشباب كمرحلة عمرية أساسية فهي لا تغفل أهمية الهوية بالنسبة للمجتمع وما تواجهه من تحديات نتيجة للثقافة الجماهيرية، حتى الثقافة في حد ذاتها وعلاقتها بالشباب والهوية محل الصراع من جهة وتداخلها مع باقي المفاهيم المهمة ضمن العمل الأكاديمي ككل، كما تعد الهوية من المسائل المهمة والمعقدة وهي من المواضيع الحديثة تناول.

أهداف الدراسة:

- * الكشف على مدى تأثير العناصر الدينية المكونة للهوية من طرف الثقافة الجماهيرية بالنسبة لعماد الأمة وقوتها.
- * التعرف على الثقافة الجماهيرية وطابعها الاستهلاكي النمطي وما تقدمه للشباب بتسليط الضوء على أبعاد وجوانب الثقافة والهوية معا، ومدى انتشارها بينهم من خلال إيضاح أهمية العامل اللغوي.
- * إضافة إلى الأهداف السابقة توضح هدف لا يقل قيمة عن باقي الأهداف ألا وهو الكشف عن أهم القيم المستوردة نتيجة الانفتاح الهائل على وسائل الإعلام والاتصال الحديثة.
- * إشباع الفضول بالدرجة الأولى وإثراء البحث العلمي في مجال العلوم الاجتماعية.

مجتمع البحث:

مجتمع البحث لهذه الدراسة هم الشباب الجامعي بجامعة محمد خيضر بسكرة خلال السنة الجامعية (2015/2016) بالكليات السبع (7) الموجودة بالجامعة ككل، والذين بلغ عددهم 31689 طالب.

أدوات جمع البيانات:

تم الاعتماد في هذه الدراسة على الاستبيان كأداة أساسية رئيسية مع الاستعانة بأدوات ثانوية كالملاحظة والمقابلة.

تقييم الدراسات السابقة:

الدراسات العربية:

الدراسة الأولى:

تتشابه دراستنا مع دراسة الباحثة رجاء خالد أحمد يوسف علقم في المتغيرين: الإعلام الجديد وثقافة الشباب بالإضافة إلى استخدام الاستبيان كأداة لجمع البيانات، وتختلف دراستنا عن كون دراسة رجاء تتناول تشكيل الإعلام الجديد لثقافة الشباب الجامعي أما دراستنا فتناولت أثر الإعلام الجديد على ثقافة الشباب.

الدراسة الثانية:

تعتبر الورقة البحثية للدكتورة هيفاء بنت عثمان عباس فدا بعنوان أثر الإعلام الجديد في النمو الثقافي عند الشباب من الدراسات المساعدة لنا في بحثنا هذا بسبب أنها تتناول نفس المتغيرات في دراستنا، الإعلام الجديد وثقافة الشباب، وتختلف عن دراستنا كونها لا ترقى إلى مستوى الدراسات فهي لا تعدوا كونها ورقة بحثية.

الدراسات المحلية:

الدراسة الأولى:

تتشابه دراسة الخنساء تومي مع دراستنا في متغير واحد وهو الشباب الجامعي بالإضافة إلى الأهمية إذا تتجه إلى أهم عنصر في عملية البحث وهو جيل الشباب الذي يمثل قوة العمل الحقيقية في المجتمع, كما تم الاعتماد في هذه الدراسة على الاستبيان كأداة أساسية رئيسية وهو الذي سنستخدمه في دراستنا ولا تختلف هذه الدراسة كثيرا عن دراستنا, ويتمثل هذا الاختلاف في أهداف الدراسة حيث تهدف هذه الدراسة إلى الكشف على مدى تأثير العناصر الدينية المكونة للهوية من طرف الثقافة الجماهيرية بالنسبة لعماد الأمة وقوتها, وتهدف دراستنا إلى معرفة أثر الإعلام الجديد على ثقافة الشباب.

الفصل الثاني الإعلام الجديد

تمهيد

أولاً- نشأة وتطور الإعلام الجديد

ثانياً- خصائص الإعلام الجديد

ثالثاً- تصنيفات الإعلام الجديد

رابعاً- وظائف الإعلام الجديد

خامساً- العلاقة بين الإعلام الجديد والثقافة

خلاصة الفصل

تمهيد:

إن اختراع الأنترنت أدى إلى ظهور ثورة عالمية كبرى أثرت على جميع نواحي الحياة سواء من الجانب العلمي الاجتماعي وحتى على الجانب السياسي ليصبح العالم قرية صغيرة مع اكتشاف هذه الوسيلة إلى اكتشاف الهاتف النقال وصولاً إلى ما يعرف بالإعلام الجديد .

الإعلام الجديد ووسائله الجديدة أصبحت تسيطر أكثر على الأفراد أكثر من الوسائل الإعلامية التقليدية بحيث أصبح الكثير من أفراد المجتمع يقبل عليها وعلى محتوياتها المتميزة التي تميزها عن الوسائل الإعلامية الأخرى كالتفاعلية والأنية وغيرها من الميزات الأخرى.

وسنحاول في هذا الفصل التعرف على الإعلام الجديد ونشأته وتطوره وخصائصه وتصنيفاته ووظائفه.

أولاً-نشأة وتطور الإعلام الجديد:

نشأ الإعلام الجديد بعد التطور المذهل لشبكة الأنترنت التي نشأت فكرتها في الستينات من القرن الماضي عندما افترضت وزارة الدفاع الأمريكي وقوع هجوم أو كارثة نووية تؤدي إلى تعطيل الاتصالات فتم تكليف مجموعة من الباحثين للنظر فيما يمكن عمله في حال حدوث هذه الحالة الافتراضية.

بعد ذلك مر المشروع بعدة تطورات وصولاً إلى ما يعرف اليوم بشبكة الأنترنت وهي الشبكة العالمية ، و تقوم على وصل الملايين من أجهزة الحاسوب بعضها ببعض في عشرات الدول في العالم وتملك هذه الأجهزة المؤسسات ودوائر حكومية وشركات وجامعات وأفراد ممن يمتلكون أجهزة شخصية موصولة بشبكة الأنترنت، وتعتبر شبكة الأنترنت اليوم أكبر جزء من تقنية المعلومات في العالم كأداة اتصال وتواصل بين كافة الأفراد في أنحاء العالم يتم عن طريقها إجراء المعاملات المختلفة تجارية كالأبحاث عن الأسواق وأوضاع المنافسين ومراسلة الزبائن الحاليين والمحتملين بتكلفة قليلة وتبادل المعلومات والخبرات والأخبار السياسية والاقتصادية والاجتماعية¹

وقد ترك انتشار الحاسوب والتوسع الهائل في استخدام شبكة الأنترنت في مختلف نواحي الحياة، أثارا كبيرة على جميع مجالات الحياة، خاصة بعد انتشار التقنيات الحديثة للاتصال وتزايد تطبيقاتها في مجال الإعلام والاتصال مما ساهم في ظهور ما يسمى بالإعلام الإلكتروني بأشكاله المختلفة المقروءة والمسموعة والمكتوبة.

وقد أصبح الإعلام الجديد بميزاته وخصائصه وبما يقدمه من خدمات محور الحياة في الوقت الحالي، فهو ثورة في عالم الإعلام والاتصال حيث أنه شمل وسائل الإعلام التقليدية وطور من أدائها، فالتقنيات التلفزيونية أمكنها بث برامجها المختلفة عبر الحاسوب والموبايل، كذلك المحطات الإذاعية أصبح، بالإمكان التقاطها عبر عدة وسائل كالحاسوب والهاتف الخليوي.

¹ علي شقرة: الإعلام الجديد (شبكات التواصل الاجتماعي)، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان الأردن، ط1، 2014، ص 48.

وهذا التطور فرض على كافة وسائل الإعلام التقليدية ضرورة مواكبته والاستفادة منه حتى تبقى على قيد الحياة، فسارعت الكثير من الصحف لإنشاء مواقع إلكترونية لها على شبكة الأنترنت، وتزايدت هذه الصحف الإلكترونية، إضافة إلى صدور كثير من المجالات التي استفادة من هذه التقنية وكذلك انتشار المواقع الإلكترونية المختلفة.¹

ثانياً: خصائص الإعلام الجديد

1- التفاعلية:

وهي خاصية أتاحت المادة الإعلامية للمتلقي خبراً أو إعلاناً أو معلومات، وأن يشارك في مناقشة هذه المادة ويبدلي فيها ويعلق عليها مصححاً أو مضيفاً أو موضحاً.. وعن طريق هذه الخاصية يمكن للمتابع أن يتحاور مباشرة مع صانع الإعلامية عن طريق الدردشة أو المشاركة في المنتديات عن طريق الآراء.²

حيث يتبادل المرسل والمتلقي الأدوار، ويطلق على المرسلين لفظ المشاركين بدلاً من المصادر، وتكون ممارسة الاتصال مع المتلقي، ثنائية الاتجاه وتبادلية والتفاعلية هي من أهم الخصائص الإعلام الجديد فبعد أن كان دور المتلقي للرسالة الإعلامية يقتصر عن تلقي هذه الرسالة دون قدرة على التفاعل معها، أصبح بإمكانه أن يصبح مشاركاً في هذا الإعلام عن طريق التفاعل مع ما ينشر خلاله.³

2- التنقيب:

(النظر إلى الجمهور ليس بوصفه كتلة) وتعني تعدد الرسائل التي يمكن الاختيار من بينها لتلاؤم الأفراد أو الجماعات الصغيرة المتجانسة بدلاً من توحيد الرسائل لتلاؤم الجماهير العريضة.

¹ علي خليل شقرة، مرجع سابق، ص 49.

² علي خليل شقرة، نفس المرجع، ص 55.

³ مصطفى يوسف كافي، الإعلام التفاعلي، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ط1، 2016، ص 21.

3- اللاتزامنية:

وتعني إمكانية إرسال الرسائل واستقبالها في الوقت المناسب للفرد المستخدم للاتصال، ففي حالة البريد الإلكتروني يمكن توجيه الرسائل في أي وقت بغض النظر عن وجود متلقي الرسالة في وقت معين.

4- الحركة والمرونة:

حيث يمكن تحريك الوسائل الجديدة إلى أي مكان مثل: الحاسبات الشخصية وألات التصوير المحمولة والهاتف النقال¹، بحيث يمكن لمستخدم وسائل الإعلام الجديدة الوصول إلى كثير من مصادر المعلومات بكل سهولة، وإتاحة هذه المصادر للمستخدم يزيد عن قدرته على الحصول على المعلومات المختلفة والمفاضلة بينها والاختيار المناسب لها.²

5-القابلية للتحويل:

حيث أتاح الاتصال الرقمي إمكانية تحويل الإشارات المسموعة إلى رسائل مطبوعة أو مصورة والعكس.

6-قابلية التوصيل:

وتعني إمكانية دمج الأجهزة ذات النظم المختلفة بغض النظر عن الشركة الصانعة.

7-الانتشار (الحضور الكلي):

ويعني تحول الوسائل الجديدة من مجرد ترف وإضافات إلى وسائل ضرورية ووظيفية، ويمكن ملاحظة ذلك بوضوح في حالة انتشار الهاتف المحمول على نطاق واسع.

8-الكونية:

حيث أصبحت بيئة الاتصال عالمية تتخطى حواجز الزمان والمكان والرقابة.

¹ مصطفى يوسف كافي، مرجع سبق ذكره، ص 21-22 .

² علي خليل شقرة، مرجع سبق ذكره، ص 25.

9-التنظيم:

حيث أصبحت معالجة البيانات بطريقة رقمية وأكثر سهولة في تنظيمها.

10-التكثيف:

حيث أصبح بمقدور القائمين بالاتصال إمداد المتلقين بجرعات متعددة الأوجه ومفتوحة الاحتمالات.

ثالثا-تصنيفات الإعلام الجديد:

ويضع Diana Ouven, Richard Daves في كتابهما المشترك "الإعلام الجديد والسياسة الأمريكية " يضع الإعلام الجديد وفق ثلاثة أنواع وهي:
*الإعلام الجديد بتكنولوجيا قديمة :

يرى الباحثان أن نموذج الإعلام الجديد وفق هذا التصنيف يعود إلى مجموعة من الأشكال الصحفية في الإذاعة وتلفزيون الحوار الذي يرجع إلى حقبة الثلاثينيات من القرن الماضي فقد كان الرئيس الأمريكي فرانكلين روزفلت يستخدم الإذاعة كأداة أساسية للحديث إلى الناس.

التلفزيون أيضا مع الراديو جدد نفسه كثيرا ببرامج الحوار الحية والمجالات الإخبارية، وبرامج الأخبار الحية والبرامج المسائية والبرامج الصباحية المعروفة مثل: صباح الخير أمريكا، وبعض البرامج المذكورة مثل: برنامج Today الذي يعود إلى الخمسينات من القرن الماضي، ولكنها تشكل نمطا جديدا من الإعلام وقد بادر معظمهم باستخدام التكنولوجيا الجديدة مثل: الكمبيوتر والشبكات المختلفة وطبقوا أساليب مستحدثة في بناء موضوعاتهم وتقديمها.¹

¹ عباس مصطفى صادق، الإعلام الجديد والمفاهيم والوسائل، دار الشروق للنشر والتوزيع، القاهرة، ط1، ص39.

* الإعلام الجديد بتكنولوجيا جديدة:

تمثله جميع الوسائل التي نعايشها الآن التي تعمل على منصة الكمبيوتر، وهي تشمل شبكات الكمبيوتر المختلفة، وعلى رأسها شبكة الإنترنت والبريد الإلكتروني وغيرها، وهي الوسائل التي مكنت من إنقاذ حالة التبادل الحي والسريع للمعلومات ومن التواصل بين الطرفين وحققت للمواطنين إسماع أصواتهم للعالم ومكنت من دمج التكنولوجيا والوسائل المختلفة مع بعضها البعض وتجاوزت العوائق المكانية والزمنية والحدود بين الدول التي كانت تعيق حركة الإعلام القديم.

* الإعلام الجديد بتكنولوجيا مختلطة:

هنا تزول الفوارق بين القديم والجديد، فقد أصبحت الحدود الفاصلة بين أنواع الوسائل المختلفة حدودا اصطناعية، وحدثت حالة كما هي وتبادل للمنافع بين الإعلام القديم والإعلام الجديد.

ويستخدم الكثير من الممارسين للعمل الإعلامي الذين يعملون في وسائل تقليدية والوسائل الجديدة لاستكمال أدوارهم الإعلامية المختلفة، أي أنهم أصبحوا يستخدمون النوعين معا، وكما يعترف الأفراد، تعترف المؤسسات القديمة بأهمية الإعلام الجديد، وتعمل على اللحاق بتكنولوجياته و تطبيقاته المختلفة، فصحف كبيرة مثل: "واشنطن بوست" و "نيويورك تايمز" لديها مواقع ضخمة على شبكة الإنترنت وتتواصل برامج التلفزيون المختلفة ونشرات الأخبار مع الجمهور بأدوات الإعلام الجديد، وتكمل مشروعها الإعلامي، وتدير استطلاعها عبر وسائل مستحدثة.¹

رابعاً: وظائف الإعلام الجديد

1- الوظيفة السياسية:

عد تطور وسائل الاتصال الجماهيرية جزءا من تطور الحياة السياسية بشكل عام، فلا يمكن للمجتمعات السياسية المعاصرة البقاء من دون انتشار واسع واتصالات سريعة يوفرها الإعلام بحيث أصبحت أجزاء واسعة من هذا العالم بمثابة متلق واحد تدفعه الوقائع والاتجاهات نفسها.

¹ عباس مصطفى صادق، الإعلام الجديد المفاهيم والوسائل، مرجع سبق ذكره، ص40.

نجد "الموند" إن وسائل الإعلام بدأت تؤدي دورا مهما في بث التوجهات والقيم السياسية الحديثة إلى الأمم فعلاوة على تقديمها معلومات دقيقة ومحددة ووفورية عن الأحداث السياسية في العالم، فإنها تقوم بنقل القيم الأساسية التي تقرأ من المجتمع الحديث إذ أنها تتقل عنه بعض الشعارات يكون لها لون عاطفي محدد وهو ما جعل من وسائل الإعلام أداة قوية تسهم في تشكيل المعتقدات السياسية.

تعد وسائل الاتصال الجماهيرية من أفضل الأدوات وأكثرها خطورة في ربط الصلة بين الحاكم والمحكوم على رفق السياسة الإعلامية لهذه الوسائل.

2- الوظيفة الديمقراطية:

إذا كانت الوظائف السياسية لوسائل الاتصال الجماهيري يمكن أن تشير معظمها إلى توظيف النظم الحاكمة والأحزاب والتيارات السياسية للإعلام لتحقيق عدد من الأهداف فإن حملة المعتبرات السياسية والاقتصادية والتكنولوجية الإعلامية الدولية المعاصرة التي امتاز بها المجال الإعلامي الجديد تضعنا أمام ضرورة تحديد وظائف ديمقراطية للإعلام مثلما مارست وسائل الاتصال في الحياة السياسية والمعيشة وتشكيل الوعي السياسي بحث صارت منابر للناس من خلال ما تقدم من خدمات.¹

3- وظيفة تكوين الرأي العام:

في العصر الحديث أصبح للرأي العام قوة كبيرة نتيجة لتلك الأوضاع السياسية والاقتصادية والاجتماعية السائدة إلى جانب تقدم العلم والتكنولوجيا، هذه القوة زادت من تأثير تلك التجمعات الشعبية الكبيرة في المدن، خصوصا بعد الثورة الصناعية، وقيم النظم الديمقراطية التقليدية، انتشار التعليم، تكور الطباعة وظهور وسائل الاتصال السلكية واللاسلكية، وظهور أجهزة الإعلام الجماهيرية الحديثة من صحف وإذاعة وتلفزيون وسينما، إلى جانب الأقمار الصناعية والإنترنت.

كما أن الحكومات الرشيدة لا تستطيع أن تتجاهل اتجاهات الرأي العام بحجة عدم وضوحه قانونا، ولهذا تطور سياساتها وتشريعاتها لتتفق مع حقيقة الرأي العام، وفي هذا ما

¹ موسى جواد الموسوي، الإعلام الجديد، تطور الأداء والوسيلة والوظيفة، مكتبة الإعلام والمجتمع، بغداد، ط1، 2011، ص56.

يدل على أن الشعب هو صاحب السلطة دائما، مادامت الحكومة تعترف بإرادته كلما اتضحت لها هذه الإرادة، دون أن تنتظر وضوحها وضوحا قانونيا.

أما الرجل الذي استطاع أن يتنبه قبل غيره الى استخدام الوسائل الإعلامية للإقناع السياسي، وتكوين رأي عام مؤيد، فقد كان نابوليون بوناپرت الذي ترأس تحرير الصحيفة الفرعية الوحيدة التي كانت باسم "المونيتور" وقد كان هو شخصا يرد بمقالاته على الحملات الصحفية التي تهاجمه.¹

4-وظيفة التنشئة الاجتماعية:

تعتبر وسائل الاتصال مؤسسات اجتماعية تقدم خدمات ثقافية محلية أو وافدة، فهي الناقل أو المحول الذي يساهم في مجتمعه الفرد وإحداث الألفة مع المحيط، ويعتبر علماء الاجتماع أن وسائل الاتصال أدوات التنشئة الاجتماعية بامتياز، إن هذه الوسائل تعمل على تحقيق الانسجام وتعزيز الترابط الاجتماعي، حيث تحدث الإحساس بالانتماء إلى المجتمع الذي تربطه صفات مشتركة كالقيم الثقافية.²

وهكذا يكون دور وسائل الاتصال لم الشمل، كما أن وسائل الإعلام تدعم الحراك الاجتماعي وتعززه .

نستنتج أن وسائل الإعلام بصفة عامة ووسائل الإعلام الجديدة بصفة خاصة تقوم بوظائف وذلك من اجل استقطاب وجذب أكثر عدد من الأفراد لهذه الوسيلة.³

خامسا: العلاقة بين الإعلام الجديد والثقافة

إن العلاقة بين الإعلام والثقافة علاقة تبادلية، حيث تقوم وسائل الإعلام بدور هام وأساسي في نشر الثقافات المختلفة، كما تعطي نظريات الإعلام المختلفة ولا سيما نظريات التدفق الدولي للمعلومات أهمية كبرى للعوامل والعلاقات الثقافية، وللتدليل على ذلك نجد أشهر النظريات الشارحة للتدفق الإعلامي الدولي في التصور الذي طرحه هيربرت شيلر

¹ بن عودة العربي، إسهام وسائل الإعلام في ترقية المجتمع المدني، رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة يوسف بن خدة، الجزائر، 2006، ص69.

² موسى جواد الموسوي، الإعلام الجديد، تطور الأداء والوسيلة والوظيفة، نفس المرجع السابق، ص75.

³ موسى جواد الموسوي، نفس المرجع، ص76.

Herbert schiller ويحدده فيه عدة متغيرات تحكم بحجم واتجاه ومضمون التدفق، وكان من ضمن هذه التغيرات الصلات الثقافية.

ويقصد بالصلات الثقافية مجموعة الصلات الفعالة بين الدول، وتقاس باللغة المشتركة وحجم الهجرة بين رعايا الدول، وحجم التزاوج بينهم، وحجم سفر مواطني الدول إلى دول أخرى، والوضع الحالي أو السابق لكل دولة بالنسبة للدولة الأخرى كعلاقة الدولة المستعمرة بالدولة التي تستعمرها، ومن هنا نتساءل حول ما إذا كانت الثقافة والإعلام شيئاً واحداً، وأن الثقافة إن هي إلا الرسالة التي ينوي الإعلام نقلها؟

لقد قام المؤتمر العالمي بشأن السياسات الثقافية التي دعت إليه موسكو عام 1982 بالمكسيك، واشتركت فيه غالبية الدول العربية بتحديد طبيعة الصلة بين الإعلام والثقافة كما يلي: الاتصال هو أحد العناصر المكونة للثقافة، لأنه مصدر تكوينها وعامل من عوامل إكسابها وراثتها، وأنه يساعد على التعبير عنها ونشرها، فلا يمكن تصور الثقافة بدون تعبير أو إبلاغ، إذ لاحظ لأي ثقافة كانت من الوجود إذ لم توارزها أجهزة الإعلام، كما أنه لا سبيل أمام أجهزة الإعلام للنجاح بدون زاد ثقافي يشد اهتمام الجمهور إليها، ولقد أفاد الإعلام من الثقافة الشيء الكثير، ففي الأداء الإعلامي تستخدم الأدوات السمعية والبصرية والوسائل الحافزة على التفكير والتدبير وإعمال الخيال وكلها من أدوات الثقافة، وأجهزة الإعلام هي التي يوكل إليها مساعدة الثقافات على التلاحق، وهي في الوقت نفسه مطالبة بوقاية هذه الثقافات من العواصف الهوجاء والتيارات الهدامة.

فالإعلام وسيلة الثقافة للانتشار فهو يعطيها الشكل والوسيط وهي تعطيه المعنى والروح، فالثقافة هنا هي ذلك الجوهر الذي تحويه وسائل الاتصال الجماهيري.

إن علاقة الإعلام بالثقافة هي في جوهرها علاقة النوع بالكل إلا أنهما كثيراً ما يتداخلان إلى حد التطابق، يشهد على ذلك التطابق الشديد بين السياسات الإعلامية والسياسات الثقافية، فالإعلام هو الجانب التطبيقي المباشر للفكر الثقافي والسياسة الثقافية.¹

¹ سامية جفال: الإعلام والثقافة وجدلية العلاقة في ظل العولمة، مجلة علوم الإنسان والمجتمع، عدد 08: ديسمبر جامعة محمد خيضر بسكرة، الجزائر، ص ص 336-338.

خلاصة الفصل

وما يمكن قوله هنا هو أن الإعلام الجديد هو من أهم وسائل الإعلام والاتصال الجديد في المجتمع، وأثبتت هذه الوسيلة جدار باحتلال هذا الموقع نتيجة لما قدمته من أدوار ووظائف للمجتمعات بصفة عامة والأفراد المستخدمين لها بصفة خاصة. عملت هذه الوسيلة على قلب موازين الاتصال وعملت على تغيير مجرى وأدوار العملية الاتصالية، فتحول المستقبل إلى المرسل ومستقبل في آن واحد، كما خلقت مجالات جديدة للحوار، بحيث يمكن الأفراد من المشاركة بأرائهم ومقترحاتهم في شتى مجالاتهم المتعلقة بالميادين الاقتصادية والاجتماعية وحتى السياسية. نتيجة للخدمات التي قدمتها والتي لا زالت تقدمها هذه الوسيلة، ظهرت عدة معيقات ومشكلات تواجه مسار هذه الوسيلة ولعل أهمها هي التدخلات الحكومية خصوصا بعدما حققته في الثورات العربية.

الفصل الثالث

الثقافة

تمهيد

أولاً- أنواع الثقافة

ثانياً- خصائص الثقافة

ثالثاً- وظائف الثقافة

رابعاً- عناصر الثقافة

خلاصة الفصل

تمهيد

تعتبر الثقافة في العصر الحديث عن الرقي الفكري للفرد أو لمجموعة الأفراد تجمعهم سمات مشتركة من العادات والتقاليد، وقد ظهر مفهوم الثقافة بداية في نهاية القرن الثامن عشر وبداية القرن التاسع عشر في أوروبا، بهدف تحسين مستوى الأفراد وإصلاحهم، ثم تطور المفهوم الى تحسين وتعديل مهارات الإنسان الإيجابية، وذلك من خلال التربية والتعليم.

وقد تطرقنا في هذا الفصل الى تمهيد، أنواع الثقافة، خصائص الثقافة، ووظائف الثقافة وفي الأخير عناصر الثقافة.

أولاً: أنواع الثقافة

1- الثقافة النخبوية: هي الثقافة التي تحصلت عليها نخبة من المجتمع بواسطة عدة وسائل منها الكتاب وهي ثقافة مكتوبة لا يتحصل عليها إلا من يعرف القراءة والكتاب، وهي تعبر عن مواقف المجتمع عندما تكون نابعة منه، وهي التي يطلق عليها "محمد عابد الجابري" اسم "الثقافة العالمية" والتي تضم حسب طريقة الحياة المادية والروحية لكي تمنح لكل أمة خصوصيتها، وهي معدن الهوية، حيث تمتد من طريقة الملبس والمأكل والضحك إلى مكونات الذاكرة الجماعية والخيال الاجتماعي والرأسمال الرمزي.¹

فهي تستعمل لتشير إلى المعطيات ذات الخصوصية المتميزة بدرجة عالية في الرقي، فهي تعتبر من جانب الوسط الثقافي أعلى درجة الإبداع الإنساني، فالأعمال الفنية ذات الحضور المستمر تعد مثالا عن الثقافة العالية، وتتضمن أعمالا مثل : الأوبرا والسمفونيات الكلاسيكية لـ "بيتهوفن" و "موازرت" واللوحات الفنية مثل "ليوناردو دافنشي" وكذلك أعمال "شكسبير" و "جون ملتن"، والعديد ممن يستعمل مصطلح الثقافة العالية، التي ينظر إليها كشكل أرقى من أشكال الثقافة الأخرى.²

من أبرز صفات الثقافة النخبوية أنها تتحصر في طبقة دون باقي الطبقات المجتمعية، طبقة تعيش رخاء ورقي اجتماعي، لدرجة أنها لا تهتم بكل ما تهتم به الطبقات الأخرى والتي هي دون المستوى الاجتماعي والاقتصادي وحتى الثقافي، فهم في مكانة تسمح لهم بالاستمتاع بكل مترفات الحياة، في حين الذين لا يملكون وقت لهذا الرقي والبذخ المادي، يكونون في مراحل التفكير كيف يحسنون مستواهم المادي، ومع ذلك يملكون ثقافة تميز مستواهم ومكانتهم بين باقي الثقافات وهي تسمى بالثقافة الشعبية.

¹ جمال العيفة، الثقافة الجماهيرية، منشورات جامعة باجي مختار، عنابة، الجزائر، 2003، ص42.

² هارلمبس وهولبورن، سوسيولوجيا الثقافة والهوية، ترجمة حاتم حميد محسن، دار العيون للطباعة والنشر والتوزيع، 2010، ص12.

2- الثقافة الشعبية:

إن إثارة مسألة ثقافة المجموعات المهيمن عليها تؤدي لا محالة إلى إثارة الجدل حول مفهوم " الثقافة الشعبية" ففي فرنسا تدخلت العلوم الاجتماعية، متأخرة نسبيا في هذا النقاش الذي كان في البداية، أي في بداية القرن الـ 19 من فعل المحللين الأدبيين خاصة إذا كان منحصرا في تفحص الأدب المسمى "شعبيا" وخاصة منه أدب البيع الجوال، لاحقا وسع دارسو الفلكلور المنظور بأن اهتموا بالتقاليد الفلاحية، ولم يقارب علماء الأنثروبولوجيا والاجتماع حقل الدراسة هذا إلا منذ أمد أقرب.¹

والثقافة الشعبية هي عكس الأولى وهي الثقافة الشفوية التي ينقلها المجتمع من جيل لآخر شفويا كالشعر الملحون والحكايات والعادات والتقاليد، وفي الغرب تسمى الفلكلور من غناء ورقص، وهذا الفلكلور الذي يعبر عن تفاعل مباشر بين الناس بشكل متناغم تتبوأ فيه الكلمة الشفهية المكانة الأولى أما أحدث تعريف للفلكلور فقد أصدره مؤتمر الفلكلور الذي عقد في أرنهم سنة 1955 في توصياته، حيث يعرف الفلكلور بالنظر إلى مادته على أنه: هو المآثورات الروحية الشعبية وبصفة خاصة التراث الشفوي.

وهو أيضا العلم الذي يدرس هذه المآثورات ويتألف اصطلاح فولكلور من مقطعين folk بمعنى الناس و Lore بمعنى معرفة أو حكمة فالفلكلور حرفيا هو معارف الناس أو حكمة الشعب.

3- الثقافة الجماهيرية:

الثقافة الجماهيرية أو جمهرة الثقافة عن طريق وسائل الاتصال الجماهيرية، وما تحاول كسبه على حساب المادة الإعلامية التي تقدمها هذه التقنيات الحديثة، فهي تسعى الى كسب عدد كبير جدا من الجماهير وبالمقابل التأثير عليهم ببنها مسلسلات، إشارات، أغاني... معتمدة على الجانب المعياري الاستهلاكي القوي كقاعدة لتنفيذ أفكارها.

¹دنيس كوش، مفهوم الثقافة في العلوم الاجتماعية، ترجمة منير السعيداني، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، لبنان، 2007، ص122.

إن هذا النوع من الثقافة يختلف تماما عن النوعين السابقين، فإذا كان الإنسان هو العامل المحرك في الثقافة النخبوية وخاصة الشعبية، ففي الثقافة الجماهيرية تعتمد على التقانة كعامل أساسي إلى جانب الفرد في توسيع أفكارها ومنتجياتها.

ثانيا: خصائص الثقافة

1- الثقافة إنسانية: يعتبر العنصر الإنساني المصدر الرئيسي للثقافة وبدونه لا تكون هناك ثقافة، فهي ظاهرة تخص الإنسان فقط، لأنها تعبر عن نتاج عقلي، والإنسان يمتاز عن باقي المخلوقات بقدراته العقلية وإمكاناته الإبداعية، ولا يشارك الإنسان بهذه الظاهرة أية مخلوقات أخرى¹.

2- الثقافة مكتسبة: الثقافة لا يرثها الإنسان كما يرث لون عينية أو بشرته، بل يكتسبها بطرق مقصودة أو عرضية عن طريق التعلم، والتفاعل مع الأفراد الذين يعيش معهم كأسر.

وبناءً عليه يسعى الإنسان لرسم معالم ثقافته بمفرده زاده في ذلك مكتسباته وخبراته الحياتية التي تصقل تجارية، فهي تكتسب من خلال التفاعل والاحتكاك بين الأفراد في بيئة معينة، وقد يكتسب الثقافة في المدرسة والعمل، وعندما يكتسبها الفرد في المنظمة تصبح جزءا من سلوكه ومن خلال الثقافة نستطيع أن نتنبأ بسلوك الأفراد معتمدين على ثقافتهم².

3- ثقافة استمرارية:

هي ظاهرة تتبع من وجود الجماعة ورضاهم عنها وتمسكهم بها ونقلها إلى الأجيال اللاحقة، فهي بذلك ليست ملكا لفرد معين، وإنما هي ملك جماعي وتراث يرثه جميع أفراد المجتمع الذين يمثلون هذه الثقافة إلا إذا انفض المجتمع الذي يمارسها لأي سبب كان. فعلى الرغم من الطابع العام للثقافة الذي يبدو متغيرا في شكله الخارجي، فإن الأنماط الثقافية في تغير مستمر عبر الزمن بفعل العديد من العوامل، وتختلف درجة التغير بسرعة وببطء بحسب حجم المجتمعات وموقعها الجغرافي وانعزالها أو احتكاكها بثقافات المجتمعات المجاورة لها، فقد يسير التغير ببطء إذا كان المجتمع منعزلا وصغيرا، ويسير بسرعة أكبر إذا

¹ صالح محمد علي أبو جادو، سيكولوجية التنشئة الاجتماعية، دار الميسرة للنشر والتوزيع، الأردن، 1998، ص124.

² بلال خلف السكرانة، أخلاقيات العمل، دار الميسرة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2009، ص356.

كان المجتمع كبيراً وتمدناً، حيث تكثر المنافسة وتتوفر وسائل الاختراع والاحتكاك والتفاعل والانفتاح على ثقافات المجتمعات الأخرى.¹

4- ثقافة واقعية

اعتبر كثير من العلماء الظواهر الثقافية كالظواهر الاجتماعية وبالتالي فإنه ينبغي النظر إليها كأشياء واقعية مستقلة، لا تتعلق بوجود أفراد معينين وبناء عليه يمكن دراستها كأشياء مدركة موضوعياً وتؤثر الظواهر الثقافية بعضها ببعض، كما تؤثر في السلوك الاجتماعي للأفراد في المجتمع وتخضع لقواعد اجتماعية، في خصم ذلك، يجب مراعاة كل ما يقدمه الأفراد من آراء وقناعات لتكون فاعلة حقيقية معبرة عن الواقع الاجتماعي، وأنها تنتقل فيما بين أفراد الجماعة الواحدة.

5- ثقافة تراكمية وانتقالية

الثقافة قابلة للانتقال من جيل الكبار إلى جيل الصغار بواسطة عملية التثقيف أو التنشئة الاجتماعية، ولذا فهي قابلة للانتشار بين الأمم والأجناس المختلفة وذلك لسهولة أساليب الاتصال الحديثة في المجتمعات المتقدمة فمن خلال انتقالها تكون قابلة للتغيير، وتختلف المجتمعات الإنسانية في مقدار هذا التغيير الذي يحدث على مستوى المجتمع بفعل تغيير الظروف الاقتصادية ووجود الاختراعات والاكتشافات الجديدة.²

ثالثاً: وظائف الثقافة

يتكيف الإنسان مع الطبيعة ويغيرها ويتغير بفعلها، وهذا يعني أن الثقافة هي أدواته في عملية التواصل والتكيف والحياة، ويذكر "عبد الرحمان" خمس وظائف أساسية للثقافة هي:

1- تمد الأفراد بمجموعة من الأنماط السلوكية لتحقيق حاجاتهم البيولوجية وضمان استقرارهم.

2- تتيح للأفراد التعاون من خلال مجموعة من القوانين والنظم.

¹أحمد بن نعمان، هذه هي الثقافة، شركة دار الأمة للطباعة والترجمة والنشر والتوزيع، برج الكيفان، الجزائر، 1996، ص42.

²كريم زكي حسام الدين، اللغة والثقافة، ط3، دار غريب للطباعة، القاهرة، مصر، 2001، ص22.

3- تؤدي الى ظهور حاجات جديدة وتبدع وسائل إشباع هذه الاحتياجات والاهتمامات الثقافية والجمالية والدينية.

4- تمكن الإنسان من التنبؤ بالأحداث المتوقعة والمواقف الاجتماعية المشتملة ومن التنبؤ بسلوك الآخرين من مواقف محددة، وفي هذا الصدد يقول "مالينوفسكي" أن الثقافة تلبي نظاما متكاملًا من الاحتياجات الإنسانية البيولوجية وتضمن له غطاءً وظيفيا يسعى الى حماية الإنسان من المخاطر والكوارث الطبيعية البيئية، والثقافة هي أداة الإنسان في اطار البيئة، وبالتالي فان لكل عنصر من عناصرها غاية ووظيفة محددة¹.

رابعا: عناصر الثقافة

إذا كنا نفهم الثقافة على أنها وجود متجانس يشترك فيه جميع أفراد المجتمع، فإننا نتساءل هنا عن ماهية عناصر الثقافة التي يمكن ان يشترك فيها كل أعضاء المجتمع؟² عموما تنقسم الثقافة الى قسمين رئيسيين هما:

1- العناصر المادية

فالثقافة مجموعة من النماذج للتصرف التي يتعلمها وينتجها الإنسان والتي نشأت عن طريق استخدام الرموز، وتستمد وجودها منها منذ أن أصبح الإنسان قادرا على الترميز وبعد أن أصبح قادرا على إعطاء معان ودلالات معينة للظواهر المادية التي تحيط به.³ وتشمل ما أنتجه الإنسان ويمكن معرفته بالحواس.⁴

2- العناصر المعنوية

وتشمل أنماط السلوك والمعايير الاجتماعية والقيم، الأعراف والعادات، وقد حدد كل من " بيلز وهويجر " المعاني التي يستخدم بها مصطلح الثقافة بما يلي :

- لدلالة على أساليب الحياة المكتسبة والشائعة في وقت معين بين المجتمع.

¹أسعد علي وطفة، الثقافة والتربية، مجلة الموقف الأدبي، العدد 259 و260، تشرين وكانون الأول، دمشق، سوريا، 1992، ص ص 7-8.

²عباس محمد إبراهيم، الثقافة والشخصية، دار المعرفة الجامعية، الأزاريطة، مصر، 2009، ص34.

³كريم زكي حسام الدين، اللغة والثقافة، مرجع سابق، ص20.

⁴صالح أبو جادو، سيكولوجية التنشئة الاجتماعية، مرجع سابق، ص122.

- للدلالة على أساليب الحياة الخاصة بمجموعة من المجتمعات التي يوجد بينها قدر من التفاعل.
- للدلالة على أساليب السلوك الخاصة بمجتمع معين.
- للدلالة على أساليب السلوك الخاصة بشريحة معينة داخل مجتمع كبير على درجة من التنظيم المعقد.

وهناك من يرى أن الثقافة تتكون من ثلاثة مكونات رئيسية هي : المكونات المادية أو ما يسمى القطاع المادي للثقافة، المكونات الاجتماعية أو ما يسمى القطاع الاجتماعي للثقافة، المكونات الفكرية أو ما يسمى القطاع الفكري للثقافة أما المكونات المادية للثقافة فهي ما يستعمله الإنسان في حياته اليومية، من أدوات و أثاث ومسكن وملبس ووسائل النقل وما إلى ذلك، أما المكونات الاجتماعية للثقافة وفيما يطلق عليه اصطلاحا البناء الاجتماعية، وهو هيكل المجموعة الاجتماعية من الناس، المستمرة في الوجود لفترة كافية من الزمن، وتتشأ بين أفرادها علاقات وتفاعل، ونظم اجتماعية تصل عن طريقها مجموعة من السكان إلى حالة تكامل والترابط اللازمة لتكوين المجتمع، أما المكونات الفكرية للثقافة، فتشمل العناصر والمركبات والنظم التي يغلب عليها طابع الأفكار والعواطف ويشتمل هذا القطاع على اللغة والفن والشعر والدين والعلم.¹

3- تقسيم " رالف لينتون "

أما رالف لينتون فيذكر أن محتوى الثقافة يمكن تقسيمه إلى ثلاثة أقسام:

3-1 العموميات أو العالميات:

وهي المكونات الثقافية التي يشترك فيها جميع أفراد المجتمع الناضجين، وتمثل العالميات المعتقدات والقيم التي يعبر عنها أحيانا بمصطلح "جوهر الثقافة" تلك العناصر التي تميز فردا والعالميات أو العموميات تبين اعماق مستويات التحليل أنها من فئة معينة عن فرد من فئة أخرى، وتتكون العموميات من الأفكار والسلوكيات التي توجد بصفة عامة عند كل أعضاء المجتمع الواحد البالغين، وتكون معايير بواسطتها تقرر الجماعة ان كان الفرد يسلك سلوكا طبيعيا أم لا، وقد سميت تلك العناصر بالمليات لأنها موجودة في معظم ثقافات العالم.²

¹صالح أبو جادو، سيكولوجية التنشئة الاجتماعية، مرجع سابق، ص122.

²صالح أبو جادو، نفس المرجع، ص122.

ومن هذه العموميات اللغة، واللباس الشعبي، وطريقة الأكل، وأسلوب التحية والاستقبال والوداع، وطرز المباني وأسلوب الاحتفالات في الأفراح والتعبير عن الأحزان وغيرها، وبذلك تشكل العموميات الثقافية القاسم المشترك بين أبناء المجتمع الواحد.¹

2-3 الخصوصيات:

توجد داخل المجتمع نفسه مجموعة من الثقافات الفرعية (الخصوصية) التي تميز قطاعات رئيسية في المجتمع، وهي جزء من الثقافة الكلية للمجتمع، ولكنها تختلف عنها في بعض السمات والمظاهر والمستويات.²

فهي عناصر الثقافة التي تشترك فيها مجموعة معينة من أفراد المجتمع، بمعنى أنها العناصر التي تحكم سلوك أفراد معينين دون غيرهم من المجتمع، فهي العادات والتقاليد والأدوار المختلفة المتصلة بنشاطات اجتماعية حددها المجتمع في تقسيمه للعمل بين الأفراد تشمل هذه الفئات الخصوصيات المهنية والطبقية والعقائدية والعنصرية.³

وهي بعض وجوه الثقافة التي تعكسها فئة ذات تنظيم اجتماعي خاص دون أن يظهر أي من ملامحها لدى باقي فئات المجتمع أو قد يكون واضحاً لدى فئة، وأقل وضوحاً لدى فئة أخرى، والملاحظ أن كل مجتمع مهما توحدت أصوله ومناوبته لأنه يتضمن عدة أنماط من الخصوصيات الثقافية تعكس اختلاف الفئات عن بعضها.⁴

فيتضح إذن، أن الخصوصيات تدخل ضمن أساليب ومهارات خاصة بجماعة أو فئة معينة، بحيث تشكل ثقافة فرعية لتلك الفئة، مثلاً ك : لغة الشباب، طريقة لباسهم... وهو ما يعني أنها تشكل ميزة وعنصر مكون لأفراد الجماعة الواحدة، كما نجدتها عندها الطبقات المجتمعية والمناصب التي يقلدها الأشخاص فتشكل لديهم خصوصية خاصة ك : لغة الأطباء ولغة المعلمين وغيرهم.

¹دلال ملحق إستراتيجية، التغيير الاجتماعي والثقافي، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2004، ص 239.

²دلال ملحق إستراتيجية، التغيير الاجتماعي والثقافي، نفس المرجع، ص 239.

³صالح محمد أبو جادو، سيكولوجية التنشئة الاجتماعية، مرجع سابق، ص 122.

⁴سامي سلطي عريفج، سيكولوجية النمو، ط1، دار الفكر، عمان، الأردن، 2006، ص ص 161-162.

3-3 البدائل:

هي العناصر الثقافية التي لا تنتمي إلى العموميات، فلا تكون مشتركة بين جميع الأفراد، ولا تنتمي إلى الخصوصيات فلا تكون مشتركة بين أفراد مهنة واحدة أو طبقة واحدة، ولكنها عناصر تظهر حديثا وتجرب لأول مرة في الثقافة المجتمعية، وبذلك يمكن الاختيار من بينها، كما إنها تتمثل في أنواع الاستجابات غير المألوفة بالنسبة لمواقف متشابهة أو وسائل مختلفة لتحقيق أهداف متشابهة.

والتغيرات الثقافية هي ملامح ثقافية لم تستقر بعد، وقد ظهر في المجتمع بفعل وارد التغيير، أو تكون وافدة على المجتمع من الثقافات الأخرى التي يتم الاحتكاك بها، وقد تجد هذه المتغيرات أو البدائل البيئة المناسبة لتنبت وتترعرع في المجتمع، إلا أنها لا تأخذ دورها كخصوصيات ثقافية ولا كعموميات، فهي ليست من العموميات، بحيث يشترك فيها جميع أفراد المجتمع، وليست من الخصوصيات، بحيث يشترك فيها أفراد طبقة أو أفراد مهنة معينة مثلا، وقد تتحول هذه المتغيرات أو البدائل على مر الزمن إلى خصوصيات ثقافية أو إلى عموميات.¹

إجمالا وبمعنى آخر، فإن البدائل تنتشر بين الأفراد بصفة عامة فقد لا ينتمون لمجتمع واحد أو جماعة واحدة، لكن هناك ثقافة معينة تجمعهم، فالعموميات هي ما يميز مجتمع عن آخر في حين الخصوصيات تتصف بها فئة من الفئات داخل المجتمع الواحد.²

¹دلال ملحق إستيتية، التغيير الاجتماعي والثقافي، مرجع سابق، ص 241.

²دلال ملحق إستيتية، نفس المرجع، ص 122.

خلاصة الفصل

مهما تعددت أو اختلفت الثقافة فمن المؤكد ان جميعها تمثل الثقافة بصورتها التكاملية وبنائها المعروف بوصفها احد المميزات الهامة التي تحدد هوية المجتمع وتعبّر عن مقدار رقي أبنائه وكمية المعارف التي يمتلكونها، والعمق الحضاري الذي ينتمون إليه، وهذا هو السبب الأكبر في اختلاف المجتمعات تنوعها، وكلما اهتمت المجتمعات بعناصر الثقافة، كلما أنتجت ثقافة اكثر كفاءة وعمقا.

الجانب الميداني

الفصل الرابع

الإجراءات المنهجية للدراسة الميدانية

أولا- منهج الدراسة

ثانيا- أدوات جمع البيانات

ثالثا- مجتمع الدراسة

رابعا- عينة الدراسة

خامسا- مجالات الدراسة

سادسا- الأساليب الإحصائية المستخدمة

أولاً- منهج الدراسة:

إن طبيعة مشكلة الدراسة هي التي تحدد نوع المنهج الذي يتبعه الباحث في دراسته من بين مجموعة مختلفة من المناهج العلمية.

والمنهج يعني: "مجموعة من القواعد التي تم وضعها قصد الوصول إلى الحقيقة في العلم". ويعرف المنهج على أنه "الطريقة التي يتبعها الباحث في دراسته للمشكلة لاكتشاف الحقيقة" ولما كانت الظاهرة موضوع الدراسة مختلفة ومتعددة، اختلفت المناهج المستخدمة في دراستها، ولكل منهج وظيفته وخصائصه التي يستخدمها الباحث في ميدان اختصاصه¹. كما يعرف المنهج بأنه: "الطريقة التي نتبعها للوصول إلى حقيقة".

وهو: "فن التنظيم الصحيح لسلسلة الأفكار العديدة، إما من أجل الكشف عن الحقيقة حيث نكون بها جاهلين أو من أجل البرهنة عليها للآخرين، حيث نكون بها عارفين²". ويعرف كذلك المنهج بأنه الطريقة أو الأسلوب الذي ينتهجه الباحث في معالجة مشكلة ما بقصد الوصول إلى حلول لها³.

يعتبر المنهج من الخطوات المنظمة التي يتبعها الباحث في معالجة الموضوعات التي يقوم بدراستها إلى أن يصل إلى نتيجة معينة، ولما كانت طبيعة الدراسة هي التي تحدد طبيعة المنهج المستخدم فإنه وتبعاً لما تم التطرق إليه، فإن المنهج المعتمد في الدراسة هو المنهج الوصفي باعتباره يتماشى مع طبيعة البحث والدراسة الوصفية التي تهدف بشكل عام لتحديد خصائص الظاهرة وتفسيرها لاستخلاص مضمونها، ثم الوصول إلى اقتراح فيما يخص الموضوع.

¹ - أحمد بن مرسللي: *مناهج البحث العلمي في العلوم الإعلام والاتصال*، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2005، ص283.

² - عبد الرحمان بدوي: *مناهج البحث العلمي*، د ط، وكالة مطبوعات الكويت، 1977، ص4.

³ - محمود عوض العابدي: *إعداد وكتابة البحوث والرسائل الجامعية*، مركز الكتاب للنشر والتوزيع، القاهرة، 2005، ص63.

ويهتم المنهج الوصفي بدراسة الواقع أو الظاهرة كما توجد في الواقع كما يهتم بوصفها وصفا دقيقا ويعبر عنها تعبيراً كلفياً أو كلفياً، فالتعبير الكلفي يصف لنا الظاهرة أو حجمها ودرجات ارتباطها مع الظواهر الأخرى¹.

إن المنهج الوصفي يعتبر أحد أبرز المناهج المهمة المستخدمة في الدراسات العلمية، ومناهج البحث العلمي بوجه عام تساهم في التعرف على ظواهر الدراسة ووضعها في إطارها الصحيح². فالمنهج الوصفي هو الأنسب في دراستنا لأنه سيمكننا من وصف العلاقات بين متغيرات الدراسة والكشف عن أبعاد هذه العلاقات من خلال الوقوف على مختلف العناصر المكونة للموضوع، فالوصف في هذه الحالة يركز على فهم الظاهرة كما هي في الواقع عن طريق تشخيصها وفهمها ووصفها وصفا دقيقاً وشاملاً، والكشف عن كافة جوانبها والعلاقات القائمة بينها، وتحديدتها بشكل دقيق مما يسمح بالتعرف على حالة وواقع الظاهرة والتنبؤ بتطورها مستقبلاً، ويساعدنا المنهج الوصفي في اتخاذ القرارات الصحيحة المتعلقة بالدراسة من خلال تقديم إيضاحات وشروحات خاصة بها ويمكن عن طريق المنهج الوصفي أن تتم صياغة الآراء والخبرات لوضع مخطط وتصورات مستقبلية لمواجهة بعض الظواهر الخطيرة³.

ثانياً- أدوات جمع البيانات:

للقيام بأي بحث علمي يجب على الباحث استعمال وسائل معينة تمكنه من الوصول إلى المعلومات اللازمة التي تساعده على معرفة واقع وميدان الدراسة. وقد تم استخدام الاستبيان كأداة لجمع البيانات حيث تمثل " أحد الأساليب الأساسية التي تستخدم في جمع بيانات أولية أو أساسية أو مباشرة من العينة المختارة أو من جميع مفردات مجتمع البحث، عن طريق توجيه مجموعة من الأسئلة المعدة مقدماً، وذلك بهدف التعرف على حقائق معينة، أو وجهات نظر المبحوثين واتجاهاتهم، أو الدوافع والعوامل والمؤثرات التي تدفعهم إلى تصرفات سلوكية معينة⁴.

¹- عمار بوحوش ، محمد محمود: مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1995، ص22.

²- محمد عبد الحميد: البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، ط 2، عالم الكتب، مصر، القاهرة، 2004، ص158.

³- محمد عوض العابدي: إعداد وكتابة البحوث والرسائل الجامعية، شمس المعارف، القاهرة، 2005، ص64.

⁴- سمير حسين: بحوث الإعلام، ط3، القاهرة، عالم الكتب، 1999، ص206.

وهي عبارة عن مجموعة من الأسئلة متسلسلة يصيغها الباحث بعناية فائقة، بقصد الحصول على معلومات حول ظاهرة معينة، وتختلف الاستبيانات من حيث الحجم، والشكل، والمضمون، والهدف...، ومنها ما هو مكتوب، ومنها ما يوزع بالبريد الإلكتروني أو تنشر في الصحف والمجلات أو تعرض على شاشة التلفاز أو تذاع في الإذاعة¹.
هو عبارة عن قائمة تتضمن مجموعة من الأسئلة معدة بدقة وترسل لعدد كبير من أفراد المجتمع الذين يكونون العينة الخاصة بالبحث².

ولقد تم تصميم الاستبيان من طرف مجموعة البحث، والذي اشتمل على محورين أساسيين هما:

المحور الأول: ما هي مظاهر تأثير الإعلام الجديد على الشباب؟

المحور الثاني: هل أثر الإعلام الجديد سلبا أم إيجابا على الشباب؟

كما تضمن الاستبيان البيانات الشخصية كالجنس، السن.

ثالثا-مجتمع الدراسة:

يشكل مجتمع البحث مجموع المفردات التي يستهدف الباحث دراستها لتحقيق نتائج الدراسة، بمعنى جميع الوحدات التي يرغب الباحث في دراستها، ويمثل المجتمع الكل أو المجموع الأكبر الذي يستهدف دراسته، ويتم تعميم نتائج الدراسة على كل مفرداته، إلا أنه يصعب الوصول إلى هذا المجتمع المستهدف، فيتم التركيز على المجتمع المتاح أو الممكن الوصول إليه أو الاقتراب منه لجمع البيانات³.

ويتمثل مجتمع بحثنا في طلبة جامعة الشهيد حمه لخضر بالوادي.

رابعا-عينة الدراسة

إن اختيار الباحث للعينة يعتبر من الخطوات والمراحل الهامة للبحث الاجتماعي وتعتبر عينة البحث من الأسس المنهجية التي يعتمد عليها الباحث في دراسته لأن طبيعة الدراسة تتطلب ذلك، وأنه لمن الصعب أن نتمكن من دراسة مجموعة من المجتمع على نحو شامل لذلك يجد الباحث وسيلة بديلة يستطيع الاعتماد عليها وهي الاكتفاء بعدد قليل من

¹- محمد منير حجاب: المعجم الإعلامي، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، مصر، 1997، ص64.

²- مروان عبد المجيد إبراهيم: أسس البحث العلمي لإعداد الرسائل الجامعية، عمان، مؤسسة الوراق، 2006، ص38.

³- زكي أحمد عزمي، عاطف عدلي العبد: الأسلوب الإحصائي واستخداماته في بحوث الرأي العام والإعلام، دار الفكر العربي، مصر، القاهرة، 1993، ص152.

هذه المفردات بأخذها في حدود الوقت والجهد والإمكانات المتوفرة لديه ويبدأ بدراستها وتعميم صفاتها على المجموع.¹

ونظرا لتباين أفراد مجتمع البحث في دراستنا من حيث الجنس، السن ومكان إقامتهم وتخصصهم العلمي، قمنا باختيار العينة القصدية، حيث اخترنا طلبة أولى ماستر والذين ينتمون إلى قسم العلوم الاجتماعية في كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية في جامعة الوادي. ويعرف إبراهيم حامد الأسطل العينة القصدية على أنها: "تتم عن طريق اختيار الباحث لمجموعة من الأفراد تلائم الغرض من البحث كأن تكون هذه العينة عايشة ظاهرة معينة"². كما ان العينة القصدية: "هي التي يتم انتقاء أفرادها بشكل مقصود من قبل الباحث نظرا لتوفر بعض الخصائص في أولئك الأفراد دون غيرهم وتكون تلك الخصائص هي الأمور الهامة بالنسبة للدراسة"³.

ويعرفها محمد زيان محمد على أنها: "عبارة عن عدد محدود من المفردات التي سوف يتعامل معها الباحث منهجيا، ويستنتج من خلال هذا التعامل البيانات الأولية المطلوبة، ويشترط في هذا العدد أن يكون ممثلا لمجتمع البحث في الخصائص والسمات التي يوصف من خلالها المجتمع"⁴.

خامسا-مجالات الدراسة:

يعد تحديد مجالات الدراسة من الخطوات المنهجية الهامة لأي دراسة لما له من أهمية بالغة في البناء المنهجي، نظرا للمساعدة التي يقدمها للباحث بإثبات معارفه النظرية في الجانب الميداني.

1-المجال المكاني:

أجريت الدراسة الميدانية بجامعة الشهيد حمه لخضر بالوادي على طلبة السنة أولى ماستر والذين ينتمون إلى قسم العلوم الاجتماعية تخصص اتصال، تربية، تنظيم وعمل في كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية.

¹-محمد الغريب عبد الكريم: البحث العلمي والتصميم والمنهج والإجراءات، مكتبة نهضة الشرق، ط3، ص165.

²- إبراهيم حامد الأسطل: مناهج البحث العلمي، د . ط، قسم المناهج وتكنولوجيا التعليم، الجامعة الإسلامية، غزة، فلسطين، 2012، ص9.

³-محمد عبيدات وآخرون: منهجية البحث العلمي، عمان، دار وائل للنشر والطباعة، ط2 1999، ص96.

⁴- محمد زيان محمد: منهج البحث العلمي وتقنياته، د. ط، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1983، ص123.

2-المجال الزمني:

كانت الحدود الزمنية لإجراء الدراسة بداية من شهر جانفي إلى شهر أفريل، فبعد أن تم إعداد الجانب النظري أولاً تم الانتقال إلى الجانب الميداني، ولقد كان من المفترض توزيع الاستبيانات على الطلبة والقيام بعدها بتفريغ البيانات المتحصل عليها ومعالجتها وتحليلها وتفسيرها باستخدام الطرق الإحصائية.

3-المجال البشري:

ويتمثل في طلبة السنة أولى ماستر والذين ينتمون إلى قسم العلوم الاجتماعية في كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية بجامعة الشهيد حمه لخضر بالوادي.

سادسا - الأساليب الإحصائية المستخدمة:

تستخدم الطريقة الإحصائية لتفسير النتائج والبيانات الكمية ، فالإحصاء طريقة لأخذ حساب دقيق للخطأ العشوائي الموجود بالملاحظات والمقاييس.¹ وقد اعتمدنا في هذه الدراسة على طريقة النسب المئوية والتكرارات، بعد جمع الاستمارات وفرزها وتفرغها في جداول وجمع نتائجها إلى نسب مئوية وفق المعادلة التالية:

$$\text{النسبة المئوية} = \frac{\text{عدد التكرارات} \times 100}{\text{عدد أفراد العينة}}$$

¹ محمد الصاوي ، محمد مبارك : البحث العلمي (أسسه وطريقة كتابته)،المكتبة الأكاديمية للنشر،القاهرة،1992 ص 33-34.

الفصل الخامس

تفريغ وتحليل وتفسير النتائج

تمهيد

- أولاً- عرض وتحليل ومناقشة نتائج التساؤل الرئيسي
- ثانياً- عرض وتحليل ومناقشة نتائج التساؤل الأول
- ثالثاً- عرض وتحليل ومناقشة نتائج التساؤل الثاني

خاتمة

خاتمة :

إنّ المتأمل في الواقع الحالي للتكنولوجيا الحديثة التي أبهرت العالم بجميع وسائلها وتقنياتها والتي لا يمكن لأحد الاستغناء عنها يشعر بمدى خطورتها على شبابنا وسلوكياتهم وقيمهم وأفكارهم وثقافتهم، ولقد اختلفت نتائج استخدام هذه التكنولوجيا بين ما هو سلبي وإيجابي ، تبعا لكيفية استخدام الشباب لها، وأهميتها بالنسبة لهم، وقدرتهم على التأثير والفعالية، ومدى الموازنة بين ما تنقله هذه الوسائل وما هو سائد في المجتمع من عادات وتقاليد، وانحيازهم لجانب دون آخر، وبالتالي فقدان بوصلة الفائدة المرجوة منها، كما أنه لا يمكننا الاستغناء عن الإعلام الجديد، في صورته المختلفة؛ فقد أصب جزأ أساسيا في حياة قطاع عريض من المجتمع العربي عامّة والشباب خاصّة، لكن من الضروري إرشاد هذا الاستخدام، بإرشاد المستعملين نحو الاستخدام الواعي والراشد لهذه الأداة من أدوات التواصل وأدوات الإعلام الجديد، أو البديل، وينبغي على الأنظمة الحاكمة لمجتمعاتنا إتاحة هذه الأدوات والتعامل معها على أنها واقع جدير بالتقدير والتفاعل، والبحث المستمر في طرق إثراء هذا التعامل الراشد، كما يؤكد علماء الاجتماع أن الثقافة هي من أكثر العوامل تأثرا بالإعلام الجديد كما تعد من أكثر العوامل المؤثرة على المجتمع، بحكم أن كل شيء في المجتمع يتأثر بالثقافة كمنظومة القيم، والفنون الجمالية، ونظام المعتقدات، ومناهج التفكير، وهندسة العلاقات الاجتماعية... الخ. و من هنا تتحدد حساسية الثقافة وخطورتها، ولقد أصبح الاعتقاد السائد أن الثقافة إذا تغيّرت تغيّر معها المجتمع، وكل تغيير يمس الثقافة مهما كانت كميته ونوعيته، يتأثر به المجتمع سلبا أو إيجابا، تراجعا أو تقدما، مثل تأثير استخدام الإعلام الجديد تماما، كما أنه ليس من السهولة التأثير في الثقافة، إذ يحتاج التأثير فيها إلى طاقة كبيرة وفاعلة ومستمرة، وهناك أكثر من طريقة للتأثير في الثقافة، فتارة يكون التأثير فيها عن طريق اللغة، وهذا ما سعى إليه الفرنسيون للتأثير في ثقافات المجتمعات التي استعمروها، وتارة يكون التأثير في الثقافة عن طريق التعليم ومناهج التعليم وتارة عن طريق الإعلام ووسائل الاتصال... و في تاريخ المجتمعات نجد أن أكثر الناس تأثرا في الثقافة هم أعمق الناس تأثرا في مجتمعاتهم.

قائمة المراجع

قائمة المراجع:

المراجع باللغة العربية:

أولاً- الكتب:

- 1- ابن منظور: لسان العرب، إحياء التراث العربي، بيروت، 1988.
- 2- ابن منظور: لسان العرب، المجلد الثاني، ط6، دار صادر، لبنان، 2008.
- 3- إبراهيم حامد الأسطل: **مناهج البحث العلمي**، د ط، قسم المناهج وتكنولوجيا التعليم، الجامعة الإسلامية، غزة، فلسطين، 2012.
- 4- المرتضى الزبيدي: **تاج العروس**، دار المعلمين، القاهرة، مصر، 1994.
- 5- أحمد بن نعمان: **هذه هي الثقافة**، شركة دار الأمة للطباعة والترجمة والنشر والتوزيع، برج الكيفان، الجزائر، 1996.
- 6- أحمد بن مرسل: **مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال**، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2005.
- 7- بلال خلف السكرانة: **أخلاقيات العمل**، دار الميسرة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2009.
- 8- جمال العيفة: **الثقافة الجماهيرية**، منشورات جامعة باجي مختار، عنابة، الجزائر، 2003.
- 9- دنيس كوش: **مفهوم الثقافة في العلوم الاجتماعية**، ترجمة منير السعيدانين، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، لبنان، 2007.
- 10- دلال ملحس إستيتية، **التغير الاجتماعي والثقافي**، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2004.
- 11- زكي أحمد عزمي، عاطف عدلي العبد: **الأسلوب الإحصائي واستخداماته في بحوث الرأي العام والإعلام**، دار الفكر العربي، مصر، القاهرة، 1993.
- 12- سامي ذبيان: **الإعلام الحديث في النظرية والتطبيق**، مدخل نظري وعملي إلى علم الإعلام، الطبعة الثانية، دار الميسرة للطباعة والنشر، بيروت، 1987.
- 13- سامي سلطي عريفج: **سيكولوجية النمو**، دار الفكر، عمان، الأردن، 2006.
- 14- سمير حسين: **بحوث الإعلام**، ط3، القاهرة، عالم الكتب، 1999.
- 15- صالح محمد علي أبو جادو: **سيكولوجية التنشئة الاجتماعية**، دار الميسرة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 1998.

- 16- صالح نياح هندی: دراسات في الثقافة الإسلامية، سوريا، 1985.
- 17- علي خليل شقرة: الإعلام الجديد (شبكات التواصل الاجتماعية)، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2014.
- 18- عبد الحسيب، محمد تيمور، علم الدين محمود: الكمبيوتر وتكنولوجيا الاتصال، دار الشروق، القاهرة، ب، ت.
- 19- عباس مصطفى صادق، الإعلام الجديد المفاهيم والوسائل، دار الشروق للنشر والتوزيع، القاهرة.
- 20- عباس محمد إبراهيم: الثقافة والشخصية، دار المعرفة الجامعية، الأزاريطة، مصر، 2009.
- 21- عبد الرحمان بدوي: مناهج البحث العلمي، د ط، وكالة مطبوعات الكويت، 1977.
- 22- عمار بوحوش، محمد محمود: مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1995.
- 23- كريم زكي حسام الدين: اللغة والثقافة، ط3، دار غريب للطباعة، القاهرة، مصر، 2001.
- 24- مالك بن نبي: مشكلة الثقافة، ط15، دار الفكر، دمشق، سوريا، 2011.
- 25- محمد علي محمد: الشباب العربي والتغيير الاجتماعي، دار النهضة العربية، لبنان، 1985.
- 26- مصطفى يوسف كافي: الإعلام التفاعلي، دار الحامد للنشر والتوزيع، الأردن، 2016.
- 27- محمد عبد الحميد: البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، ط2، عالم الكتب، مصر، القاهرة، 2004.
- 28- محمد منير حجاب: المعجم الإعلامي، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، مصر، 1997.
- 29- محمد عبيدات وآخرون: منهجية البحث العلمي، عمان، دار وائل للنشر والطباعة، ط2، 1999.
- 30- محمد زيان محمد: منهج البحث العلمي وتقنياته، د ط، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1983.
- 31- محمد الصاوي، محمد مبارك: البحث العلمي (أسسه وطريقة كتابه)، المكتبة الأكاديمية للنشر، القاهرة، 1992.
- 32- محمد الغريب عبد الكريم: البحث العلمي والتصميم والمنهج والإجراءات، مكتبة نهضة الشرق، ط3.

33- محمد عوض العابدي: إعداد وكتابة البحوث والرسائل الجامعية، شمس المعارف، القاهرة، 2005.

34- محمد عوض العابدي: إعداد وكتابة البحوث والرسائل الجامعية، مركز الكتاب للنشر والتوزيع، القاهرة، 2005.

35- موسى جواد الموسوي: الإعلام الجديد، تطور الأداء والوسيلة والوظيفة، مكتبة الإعلام والمجتمع، بغداد، 2011.

36- مروان عبد المجيد إبراهيم: أسس البحث العلمي لإعداد الرسائل الجامعية، عمان، مؤسسة الوراق، 2006.

37- نادية العمري: أضواء على الثقافة الإسلامية، سوريا، 1998.

38- هارلمبس وهولبورن، سوسيولوجيا الثقافة والهوية، ترجمة حاتم حميد محسن، دار عيون للطباعة والنشر والتوزيع، 2010.

ثانياً- المجلات:

1- أسعد علي وطفة: الثقافة والتربية، مجلة الموقف الأدبي، العدد 259 و260، تشرين وكانون الأول، دمشق، سوريا، 1992.

2- سامية جفال: الإعلام والثقافة وجدلية العلاقة في ظل العولمة، مجلة علوم الإنسان والمجتمع، عدد 08: ديسمبر، جامعة محمد خيضر بسكرة، الجزائر.

ثالثاً- الرسائل الجامعية:

1- بن عودة العربي، إسهام وسائل الإعلام في ترقية المجتمع المدني، رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة يوسف بن خدة، الجزائر، 2006.

رابعاً- المواقع الإلكترونية:

1- نقلا عن الموقع :

<https://mawdoo3.com> www.help.instagram.com, Retrieved 04/09/2020

2- نقلا عن الموقع:

<http://www.aranthropos.com>

الملاحق

الاستبيان



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة الشهيد حمه لخضر - الوادي
كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية قسم: العلوم الاجتماعية



استمارة بحث حول موضوع:

الإعلام الجديد وتأثيره على ثقافة الشباب

(الإنستغرام نموذجا)

دراسة ميدانية على عينة من الطلبة بجامعة الشهيد حمه لخضر

بالوادي

في إطار إعداد مذكرة تخرج لنيل شهادة ماستر (LMD) في تخصص علم الاجتماع الاتصال ، يسعدني أن أضع بين أيديكم هذا الاستبيان المتعلق بموضوع "الإعلام الجديد وتأثيره على ثقافة الشباب"، لذا نرجو منكم ملء هذه الاستمارة بدقة وعناية، بوضع إشارة (x) في المكان الذي تراه مناسب.

السنة الجامعية 2020/2019

البيانات الشخصية :

1-الجنس : ذكر أنثى

2-السن:

3- التخصص:

المحور الأول: مظاهر تأثير الإعلام الجديد على الشباب

4- هل تستخدم الإنستغرام يوميا؟

نعم لا أحيانا

5- هل تعتبر الإنستغرام وسيلة مفيدة للتواصل مع الآخرين؟

نعم لا أحيانا

6- هل ترى أن الإنستغرام منصة إعلامية لنشر الأخبار؟

نعم لا أحيانا

7- هل تؤثر فيك المواضيع المتداولة على الإنستغرام؟

نعم لا أحيانا

8- هل أثر الإنستغرام على سلوكياتك اليومية؟

نعم لا أحيانا

9- هل تعتبر الإنستغرام وسيلة لتغيير ثقافات الناس؟

نعم لا أحيانا

10- هل غير الإنستغرام من وجهة نظرك تجاه مواضيع معينة؟

نعم لا أحيانا

11- هل تستخدم الإنستغرام في المعاملات التجارية؟

نعم لا أحيانا

12- هل أثر استخدامك للإنستغرام على مستواك الثقافي؟

نعم لا أحيانا

13- هل أثر استخدامك للإنستغرام على تحصيلك الدراسي؟

نعم لا أحيانا

14- هل أثر الإنستغرام على طريقة تفكيرك؟

نعم لا أحيانا

15- هل غير الإنستغرام ثقافتك الاستهلاكية ؟

نعم لا أحيانا

16- هل عرفك الإنستغرام على أصدقاء جدد؟

نعم لا أحيانا

17- هل يلبي الإنستغرام حاجياتك الخاصة؟

نعم لا أحيانا

المحور الثاني: الآثار السلبية والإيجابية للإعلام الجديد على ثقافة الشباب

18- هل أكسبك الإنستغرام عادات إيجابية؟

نعم لا أحيانا

19- هل أكسبك الإنستغرام عادات سلبية؟

نعم لا أحيانا

20- هل أكسبك الإنستغرام ثقافة جديدة؟

نعم لا أحيانا

21- هل ترى أن الإنستغرام وسيلة لنشر الدعايات المغرضة؟

نعم لا أحيانا

22- هل تعتبر الإنستغرام مرجعا ثقافيا وعلميا لك؟

نعم لا أحيانا

23- هل تشارك تفاصيل حياتك اليومية على الإنستغرام؟

نعم لا أحيانا

24- هل أثر الإنستغرام على توجهاتك السياسية؟

نعم لا أحيانا

25- هل أثر الإنستغرام على قيمك الدينية؟

نعم لا أحيانا

26- هل تجني أرباح مادية من استخدامك للإنستغرام؟

نعم لا أحيانا

27- هل ساعدك الإنستغرام في اكتساب لغة جديدة؟

نعم لا أحيانا

28- هل ساعدك الإنستغرام في دراستك؟

نعم لا أحيانا

29- هل تعتبر أن الإنستغرام منصة خاصة بالمشاهير؟

نعم لا أحيانا

30- هل تعتبر أن الإنستغرام منصة تجارية لكسب الأرباح؟

نعم لا أحيانا

31- هل كثرة استخدامك للإنستغرام تجعل منك مشهورا؟

نعم لا أحيانا

32- هل ترى أن الإنستغرام يعكس الصورة الحقيقية لمستخدميه؟

نعم لا أحيانا