

الملتقى الدولي حول الإعلام المحلي في الجزائر التحديات المعاصرة ورهانات المستقبل

يومي 16/17/اكتوبر 2019

مداخلة :

**” اثر و مخاطر الإعلام الجديد على الشباب في المجتمع الجزائري
- دراسة ميدانية على عينة من الشباب بمدينة الوادي“،**

-الأستاذة بن فرج الله بخته-استاذ محاضر ا-جامعة حمه لخضر-الوادي

-الطالبة لشهب عائشة-طالبة دكتوراه- جامعة حمه لخضر-الوادي

الملخص:

لقد أحدث التطور الكبير في تكنولوجيا المعلومات والاتصال تغييرات جذرية سواء على المستوى الاقتصادي والسياسي والاجتماعي والثقافي و نظرا لان الإعلام الجديد يحاول جذب الجمهور منه باختلاف المستويات والفئات العمرية خاصة فئة الشباب التي تعتبر من أهم الفئات المكونة لأي مجتمع كان ، حيث أصبحت هذه الفئة سواء في المجتمعات الغربية أو العربية بما فيها المجتمع الجزائري تتداول بكثرة على هذا الإعلام الجديد باختلاف وسائله ، في هذا الإطار جاءت هذه الدراسة تحاول المساهمة في معرفة تأثير هذا الإعلام على الشباب الجزائري و هذا من خلال القيام بدراسة ميدانية على عينة من الشباب بمدينة الوادي.

الكلمات المفتاحية: الاعلام الجديد-الشباب- وسائل الاعلام الجديد-التاثير الثقافي المعرفي.

abstract:

The great development in information and communication technology has radically changed both economically, politically, socially and culturally. In this context, this study attempts to contribute to knowing the impact of this media on the Algerian youth, through a field study on a sample Young people of Eloued

.Keywords: New Media - Youth - New Media - Cognitive Cultural Impact

المقدمة :

تعد تكنولوجيا الإعلام الجديد و من خلال وسائلها من أبرز وأقوى عناصر الاتصال، التي تؤثر على الفرد وهي مكون أساسي في الحياة اليومية يتفاعل معها، من خلال تلبية رغباته

كما أنها تعمل على توجيه الفرد وإرشاده لتعزيز قيمه وتثبيتها. ويرى البعض من الباحثين أن الإعلام الجديد سلاح ذو حدين وهي وسيلة في يد الدول الغربية، والتي تستخدمها في التحكم في المجتمعات خاصة العربية و الإسلامية محاولة تهديم هذه المجتمعات من خلال بث أفكارها خاصة فئة الشباب عبر مواقع التواصل الاجتماعي وتطبيقات الوسائط الرقمية .

و في هذا الصدد جاءت هذه المداخلة تحت عنوان "اثر و مخاطر الإعلام الجديد على الشباب في المجتمع الجزائري - دراسة ميدانية على عينة من الشباب بمدينة الوادي"، تتطرق إلى الكشف عن تأثيرات هذا الإعلام سواء منها الايجابي و السلبية على الشباب وكذلك مختلف المخاطر التي تتجم عنه، و هذا من خلال القيام بدراسة ميدانية على عينة قصدية او عمدية-تم اختيارها بطريقة غير احتمالية- تخدم أهداف الدراسة .

وللاقترب أكثر من الموضوع سوف نعالج في هذه الورقة البحثية العناصر التالية:

1- أهمية وأهداف الدراسة.

2-الإشكالية.

3- الفرضيات.

4-الإطار المفاهيمي للدراسة.

4-1- تعريف الإعلام الجديد

4-2- أنواع الإعلام الجديد

4-3- وسائل الإعلام الجديد

4-4- خصائص الإعلام الجديد

4-5- وظائف الإعلام الجديد

4-6- سليات الإعلام الجديد

5- الإجراءات المنهجية للدراسة الميدانية.

6- نتائج الدراسة الميدانية.

-خاتمة.

1-أهمية وأهداف الدراسة:

1-1-أهمية الدراسة:

-الكشف عن مختلف التأثيرات للإعلام الجديد على الشباب

- المساهمة بقدر الإمكان في تقديم عرض يكون انطلاقا لأبحاث ودراسات سوسولوجية أخرى أكثر تعمقا في هذا الإطار.

1-2-أهداف الدراسة:

_ معرفة مخاطر و سلبيات الإعلام الجديد.

_ الكشف عن مختلف الزوايا التي تؤثر فيها وسائل الإعلام الجديد

2- الإشكالية:

أحدث التطور الكبير في تكنولوجيا المعلومات والاتصال إلى تغيرات جذرية سواء على الصعيد الاقتصادي والسياسي والاجتماعي والثقافي. باستخدام وسائل إعلام جديدة موازية للإعلام التقليدي ومنافسة له، فلم تعد المعلومات مقتصرة على الصحف الورقية والمجلات والإذاعة والتلفزيون. بل أصبحت تعتمد على وسائل أكثر تطور كالشبكة العنكبوتية الانترنت والهاتف المحمول أو هواتف الجيل الخامس. علما أن وسائل الإعلام التقليدية حاولت تدارك هذا الانتشار من خلال اندماجه مع الإعلام الجديد من خلال إنشاء مواقع الكترونية مثل الراديو نت والصحافة الالكترونية، موازاة مع الإعلام الجديد الذي يحاول جذب الجمهور منه باختلاف المستويات والفئات العمرية خاصة فئة الشباب التي تعتبر من أهم الفئات المكونة لأي مجتمع كان، حيث أصبحت هذه الفئة سواء في المجتمعات الغربية أو العربية بما فيها المجتمع الجزائري تتداول بكثرة على هذا الإعلام الجديد باختلاف وسائله.

كما أنه يوجد تنوع كبير في مفهوم الإعلام الجديد والذي يرى بعض الباحثين أنه إعلام تجاوز الإعلام التقليدي لذلك أطلق عليه مفهوم الإعلام البديل، في حين يرى آخرون أنه يركز على التفاعل بين المرسل والمتلقي لذلك أطلق عليه الإعلام التفاعلي، ويذهب آخرون إلى أن الإعلام الجديد هو إعلام رقمي و إعلام الكتروني و إعلام شبكي. وبالرغم من تعدد تسمياته إلا أن الإعلام الجديد نجده يعتمد على الاندماج الناتج عن ثلاثة عناصر آلا وهي الحاسب الآلي والشبكات والوسائط الرقمية، فكلما تطورت تقنيات وأدوات الاتصال ينعكس على قوة الإعلام خاصة في نقل الخبر بالصورة والصوت والبث المباشر للأحداث في المجتمع.

بالإضافة إلى التحكم الكبير في وسائل وأدوات الإعلام الجديد إلا أن ما يميز هذا الإعلام الجديد عن الإعلام التقليدي هي خاصية التفاعل، وهو جوهر وأساس العملية الإعلامية كلما زاد التفاعل بين الإعلام والجمهور ازدادت قوة الإعلام وأصبحت مصدر ثقة، فنجد الإعلام التفاعلي عبارة عن المشاركة في الأفكار والمعلومات والتي تساهم في الذبوع والانتشار، وتكون القضايا المطروحة هي حديث الساعة، لذلك يكون التفاعل في الأفكار المطروحة بين الإعلام والجمهور أو المرسل والمستقبل من خلال عملية رجع الصدى، و يصبح الجمهور أي المتلقي والذي كان عامل سلبي إلى عنصر فعال في العملية الاتصالية، بالإضافة إلى أن نوع الوسيلة المستخدمة تؤثر في عملية التفاعل سواء كانت مكتوبة أو سمعية بصرية .

وبالرغم من أن الإعلام الجديد قد أحدث تغيير جذري داخل المجتمعات، إلا أن الإعلام الجديد هو سلاح ذو حدين، فقد ساهم بشكل كبير في انتشار الجرائم والتحرير لها من خلال مواقع مجهولة تدعو إلى التطرف والإرهاب، و نشر الرذيلة من خلال المواقع الالكترونية الإباحية، كذلك الاعتماد على العنصرية والتفرقة والإعلانات المشبوهة، كما ساهمت بشكل كبير في ظهور العنف الالكتروني من خلال ترويج للصور والفيديو ، بالإضافة إلى التدخل في خصوصيات الأفراد والمساس بهم، كذلك صعوبة إثبات صدق الخبر حيث أن هناك اختراق في مواقع الالكترونية بحيث يمكن الخداع والتزييف في الصور من خلال برامج تطبيقية مجانية مثل نفوتوشوب ... الخ .

بالإضافة إلى أن الإعلام الجديد قد ساهم بصورة غير مباشرة في انتهاك الملكية الفكرية كسرقة المقالات والبحوث العلمية . كما ساهمت على تشجيع في ارتكاب الجريمة من خلال بعض التطبيقات مثل تطبيق الحوت الأزرق وهي تطبيقات محاكاة تؤثر على الجانب النفسي تؤدي إلى تضيع الوقت والعزلة وأخطر ما تسببه هو الانتحار وقد أثار جدل كبير في المجتمع الجزائري، كما أن الإعلام المصدر الأساسي في عملية ترويج الإشاعات والتي يعتمد عليها البعض كإحدى أدوات الدعاية ، كذلك صعوبة المحافظة على الهوية الثقافية في المجتمع من خلال عملية الترويج للثقافات الغربية فلا يمكن التحكم فيما ينشر على شبكات التواصل ولا توجد قوانين رادعة، فلماذا لا يوجد إعلام مضاد تعمل فيه كل المؤسسات بالمجتمع على الحد من هذه المخاطر؟ .

و بناء على ما سبق ذكره، فإن إشكالية هذا البحث ترتكز أساسا على معرفة تأثير الإعلام الجديد على الشباب في المجتمع الجزائري. وتظهر الإشكالية من خلال التساؤل التالي:

ما هو تأثير الإعلام الجديد على الشباب في المجتمع الجزائري؟ بمعنى آخر ما هي مختلف تأثيرات و مخاطر وسائل الاعلام الجديد على الشباب الجزائري؟

3- الفرضيات:

1 يساهم الإعلام الجديد في التأثير على الجانب الثقافي والمعرفي لدى الشباب في المجتمع الجزائري.

2 يساهم الإعلام الجديد في التأثير على الروابط والعلاقات داخل الأسرة الجزائرية.

4-1- تعريف الإعلام الجديد :

-تعرفه موسوعة ويبيديا (webopedia): بأنه"الأشكال العديدة المستحدثة من نظم الاتصال الالكتروني التي أصبحت ممكنة بفضل الكمبيوتر". وهذا التعريف يتسع ليشمل وسائل الإعلام التقليدي، وباتت صحف اليوم المطبوعة غير صحف الأمس، والحال نفسه ينطبق على الراديو والتلفزيون.

-وتنفرد كلية شريدان التكنولوجية (sheridan) بتقديم تعريف لمفهوم الإعلام الجديد من واقع الممارسة بأنه"يشمل أنواع الإعلام الرقمي كافة، على شكل تفاعلي رقمي" ويشير الباحث عباس مصطفى صادق إلى أن هناك سمتان تميزان الإعلام الجديد عن الإعلام التقليدي وفقا لهذا التعريف الأولى: تتصل بطريقة بث المضمون، والأخرى تتصل بالكيفية التي يتم عن طريقها الوصول إلى خدماته، وعلى وفق هذا التعريف يقسم الإعلام الجديد على أربعة أقسام، وهي:

1- نمط يعتمد على شبكة الانترنت وتطبيقاتها بشكل مطلق، ولم يكن له أصل مسبق ويتميز هذا النمط بتحقيق نقلات نوعية، وسمات مميزة وظهور تطبيقات عدة بشكل مستمر لا يمكن الوقوف على عددها.

2- الإعلام الجديد الذي يعتمد على الأجهزة المساعدة المحمولة، ومنها أجهزة الموبايل وقراءة الكتب والصحف، ويتسم بسرعة نموه أسوة بالنوع الأول.

3- يتصل النمط الثالث من الإعلام الجديد بوسائل الإعلام التقليدية التي أضيفت لها مميزات مثل التفاعلية ودخلت التكنولوجيا في عملية تصنيعها.

4- يتميز النمط الرابع باعتماده على منصة الكمبيوتر عن طريق استخدامه شبكة الانترنت أو استخدامه الأقراص والكتب المحفوظة الكترونيا.¹

4-2- أنواع الإعلام الجديد:

وضح الباحثان ريتشارد ديفيس (Richard davis) ودينا اوين (Diana Owen) في كتابهما المشترك (الإعلام الجديد والسياسة الأمريكية) الإعلام الجديد في عدة أنواع وهي:²

النوع الأول: الإعلام الجديد بتكنولوجيا قديمة:

يرى الباحثان أن الإعلام الجديد على وفق هذا التصنيف يعود إلى مجموعة من الأشكال الصحفية في الإذاعة والتلفزيون والصحف لكنها تعد ضمن الإعلام الجديد وذلك عن طريق

¹ المرجع السابق، ص57

² وسام فاضل راضي مهند حميد التميمي: الإعلام الجديد تحولات اتصالية ورؤى معاصرة، دار الكتاب الجامعي، بيروت، 2017، ص80.

ابتكارها أنواع جديدة من البرامج التي تعد ضمن تصنيفات الإعلام الجديد، ومن أمثلة هذه البرامج هي: راديو و تلفزيون الحوار (TV/RadioTalk) والبرامج الحوارية الحية (TalkShow) وبرامج الأخبار الحية (LiveShow)، والتي يادر القائمون على هذه البرامج باستخدام التكنولوجيات الجديدة مثل: الحاسوب وشبكة الانترنت في إنتاج تلك البرامج وطبقوا أساليب مستحدثة في بناء موضوعاتهم وتقديمها.

النوع الثاني: الإعلام الجديد بتكنولوجيا جديدة:

وهي الوسائل جميعها التي نعيشها الآن تعمل على منصة الكمبيوتر والتي تشمل شبكات الانترنت والبريد الالكتروني والعديد من المواقع على شبكة الانترنت، إذ مكنت هذه الوسائل للمستخدمين إمكانية التبادل الحي والسريع للمعلومات، فضلا عن أنها مكنت من دمج التكنولوجيات والوسائل المختلفة مع بعضها بعضا وتجاوزت العوائق المكانية والزمنية، وتخطت حدود الدول التي كانت تعيق تواصل الأشخاص بين البلدان، فأفرزت إعلام جديد في الوسائل والممارسة وأصبح الجمهور يمارس العمل الصحفي بنفسه عبر هذا الإعلام الجديد كليا.

النوع الثالث: إعلام جديد بتكنولوجيا مختلطة:

في هذا النوع من الإعلام تزول الفوارق بين القديم والجديد، وأصبحت الحدود الفاصلة بين أنواع الوسائل المختلفة حدودا اصطناعية وأحدثت حالة تبادل للمنافع بين الإعلام القديم والجديد، إذ يستخدم الكثير من الممارسين للعمل الإعلامي المختلفة، أي أنهم أصبحوا يستخدمون النوعين معا، وان أهمية الإعلام الجديد لم يكن للجمهور فحسب، وإنما المؤسسات الإعلامية تعمل كذلك على إلحاق مؤسساتها بتكنولوجيا وتطبيقات الإعلام الجديد، فهناك العديد من الصحف التي تصدر لها نسخ ورقية ولها مواقع ضخمة على شبكة الانترنت يتم الاطلاع عليها عن طريقها، وكذلك التلفزيون فيوجد العديد من البرامج ونشرات الأخبار يتم بثها على التلفزيون وعلى الانترنت أيضا.³

4-3- وسائل الاعلام الجديد:

الصحيفة الالكترونية⁴: موقع الكتروني له عنوان ثابت، يقدم خدمات النشر الصحفي على الشبكة (المواقع التي تنشر الأخبار، والتقارير والتحقيقات، والمقالات... الخ) التي تصدر في مواعيد منتظمة، او غير منتظمة.

³ المرجع السابق، ص 81.

⁴ سعد بن محارب المحارب: الإعلام الجديد في السعودية، جداول للنشر والتوزيع، لبنان، 2011، ص 92 ص 93.

المنتدى: موقع الكتروني يسمح لأعضائه بطرح مواضيع متنوعة، والتفاعل في ما بينهم من خلال إجراءات يحددها المسئول عنه.

المدونة: تطبيق من تطبيقات الانترنت، يتألف من مذكرات ومقالات ويوميات وتجارب شخصية، أو وصف لإحداث وغيرها، من خلال النص، أو الصوت، أو الصورة، مع إمكانية التفاعل مع ما يكتب من خلال التعليق.

البث عبر الهاتف المحمول (رسائل، أخبار، إعلانات، صور... الخ): البث على الهاتف الجوال للرسائل القصيرة عبر خدمتي (SMS) و (MMS) وغيرهما، سواء كانت أخباراً، أو إعلانات، أو صوراً، أو غي ذلك.

الموقع الشخصي: موقع ينشئه شخص لعرض سيرته الذاتية، واهتماماته، ولتمكينه من التواصل مع أصدقائه وذوي الاهتمامات المشتركة.

الراديو الرقمي (Digital Radio):⁵ تكنولوجيا البث الإذاعي الرقمي مثلها مثل تكنولوجيا البث التلغرافي الرقمي فهي تتيح إرسال عدة قنوات صوتية في حزمة صغيرة من الترددات وتستقبل برامجه بواسطة هوائي صغير،... تبث المحطات الرقمية إرسالها بواسطة موجات تنتقل عبر الأثير شاغله جزء من الطيف لكل تردد.

الفييس بوك (facebook):⁶ وهو شبكة تواصل اجتماعي مجانية منتشرة على الانترنت، تسمح للمستخدمين المسجلين بإنشاء متصفحات أو صفحات شخصية، وتحميل الصور والفيديو، وإرسال الرسائل إلى العائلة والزملاء بهدف التواصل. وطبقاً لبعض الإحصائيات، فإن مستخدمي الانترنت في الولايات المتحدة الأمريكية ينفقون وقتاً على الفيس بوك أكثر من أي موقع آخر.

4-4- خصائص الاعلام الجديد:

المرونة:⁷ التطور الهائل وغير المسبوق في وسائل الاتصال، ووجود الأقمار الصناعية وما ترتب عليه من طفرة في إعداد القنوات الفضائية وشبكات الهواتف الخلوية وانتشار الشبكة العنكبوتية بما تقدمه من خدمات خلق مرونة غير عادية في عمل الإعلام الجديد، فأصبحت الوسيلة الواحدة تقدم المعلومة في أكثر من شكل أو قالب، إما نصاً أو صورة أو مسمعا أو مشهداً.

⁵ سميرة شيخاني، ص454.

⁶ حسان احمد قمحية: الفيس بوك تحت المجهر، النخبة للنشر، مصر، 2017، ص24.

⁷ إبراهيم إسماعيل: الإعلام المعاصر ووسائله، مهاراته، تأثيراته، أخلاقياته، وزارة الثقافة والفنون والتراث، قطر، 2014، ص26ص27.

الديمومة : المقصود هنا ديمومة واستمرار المنتج الإعلامي بأنواعه، المطبوع والمسموع والمرئي لفترة أطول دون أن يلحقه الضرر أو التلف، ففي السابق احتاجت المحطات التلفزيونية والإذاعية مكاتب للأفلام والشرائط ذات مساحات فارغة .

التخزين والاسترجاع بأقصى طاقة : هذه الخاصية تتسع لتشمل الحصول على المعلومات وعرضها وتحليلها وتخزينها واسترجاعها في أي وقت، مستفيدة في ذلك من التقنيات والأساليب الفنية في الطباعة والتصوير ومؤثرات الحركة والصوت والضوء والصورة، مازجة بين الأدوات التي يستخدمها المنتج للرسالة الإعلامية، والأجهزة التي يصل من خلالها إلى جمهوره المستهدف، حتى وصلت العملية كلها إلى المرحلة الإلكترونية الكاملة ثم التفاعلية.

إتاحة حرية التلقي والاختيار⁸ : الانعتاق من قيود الاحتكار الرسمي للمعلومات والأخبار أهم سمات و خصائص الإعلام المعاصر، فأصبح المتلقي قادرا على الاختيار بين الوسائل الإعلامية التي تقدم نفسها له سواء كانت مطبوعة أو مسموعة أو مرئية أو الكترونية، كما أصبح قادرا على اختيار وانتقاء ما يريد، وترك ما لا يزيد من المحتوى الإعلامي الذي تعرضه هذه الوسائل.

التفاعلية⁹ : هي "درجة التوافق والتجانس التقني بين عناصر العملية الاتصالية التي تتفاعل بينها لينتج مضمونا اتصاليا يتفاعل من جديد، مكونا مضمونا جديدا وتعتمد على طبيعة التقنية التي تساعد على بناء نظام تفاعلي يسمح بعملية تبادل الأدوار بشكل سريع كما هو الحال في مواقع التواصل الاجتماعي ضمن شبكة الانترنت".

4-5- وظائف الاعلام الجديد:

حدد (شرام) و(لاسويل) عدداً من الوظائف الرئيسية والفرعية للإعلام في المجتمعات، ووجد ولبر شرام هناك أربع عشرة وظيفة أو مهمة رئيسية أو فرعية لوسائل الاتصال الجماهيري وهي: مراقبة الناس والتعلم منهم، توسع آفاق التعرف على العالم، توسيع التركيز والاهتمام، رفع معنوية الناس، خلق الأجواء الملائمة للتنمية، يساعد بصورة غير مباشرة على تغيير الاتجاه، يغذي قنوات الاتصال بين الأشخاص، تدعيم الحالة الاجتماعية، توسيع نطاق الحوار السياسي، تقوية المعايير الاجتماعية، تنمية أشكال التدوق الفني والأدبي، يؤثر في الاتجاهات الضعيفة ويقويه، يعمل مدرسا ويساعد في جميع أنواع التعليم.¹⁰

⁸ المرجع السابق، ص28، 29.

⁹ مؤيد السعدي: الاندماج الاتصالي في الإعلام الجديد، منشورات ألفا للوثائق، استيراد وتوزيع قسنطينة الجزائر، 2019، ص29.

¹⁰ شمس ضيات خلفاوي: الاعلام الجديد قاءة في تطور المفهوم والوظيفة، ص305

وقد وُلد تطور الحاجات الاجتماعية والسياسية والاقتصادية للمجتمعات المختلفة وظائف للإعلام الجديد المعاصر منها:¹¹

تجاوز قيود العزلة التي يفرضها الاتصال الرقمي، حيث يتعامل الفرد لساعات طويلة مع الحاسب الشخصي بعيداً عن الاتصال بالآخرين في الواقع الحقيقي، وتجاوز قيود العزلة هذه يتم بالاتصال بالآخرين من خلال برامج الحاسوب أو الشبكات في اطار واقع وهمي أو افتراضي يرسم أطراف الاتصال، حيث لا يتم الاتصال وجهاً لوجه، ولكن من خلال المحادثات والحوارات والبريد الإلكتروني، ومع آخرين يعرف بعضهم البعض ولا تجمعهم سمات خاصة سوى ما يفرضه هذا الواقع وحاجاته.

سهولة الاتصال بالمواقع الإخبارية وفورية الإعلام، حيث تتوافر الآلاف من المواقع الإعلامية التي تقدم الوظيفة الإخبارية، وتنشر الوقائع والأحداث التي تتم في بقاع كثيرة من العالم في لحظة وقوعها.

نجد أن هناك توسعاً في استخدام وسائل الإعلام الجديد في التعليم، ففي مجال التعليم عن بعد حققت دول العالم تقدماً ملموساً للاستفادة من شبكة الانترنت في تقديم الخدمة التعليمية للمستويات التعليمية المختلفة.

مع انتشار برامج المسابقات والألعاب على مواقع شبكة الانترنت أو في البرامج الرقمية التي تعد لهذا الغرض وتناسب فئات مستويات عمرية عديدة، أسهم الإعلام الجديد في ذلك بتحقيق وظيفة التسلية والترفيه التي أصبحت تجذب مستويات عمرية مختلفة.¹²

4-6- سلبيات الاعلام الجديد:

-صعوبة الوثوق والتحقق من صحة ومصداقية العديد من البيانات والمعلومات التي تحويها بعض المواقع في ظل الحاجة إلى التعزيز المتواصل للقدرات الثقافية والتعليمية للمتلقي.

-ضعف ضبط الضوابط الضرورية لضمان عدم المساس بالقيم الدينية والاجتماعية والثقافية للمجتمعات.

-ضعف ضوابط السيطرة على نشر العنف والتطرف والإرهاب.

¹¹ نسرين حسونة:الاعلام الجديد المفهوم والوسائل والخصائص والوظائف،

<http://blog.amin.org/nisreenhassouna/2014/04/07/%d8%a7%d9%84%d8%a7%d8%b9%d9%84%d8%a7%d9%85-%d8%a7%d9%84%d8%ac%d8%af%d9%8a%d8%af/>
¹² المرجع السابق نفس الصفحة.

-عدم التوازن بين حجم ونوعية الرسائل الإعلامية الموجهة وبين استعداد المتلقي لهما فيما يتعلق بالرأي والرأي الآخر.

-تفتيت دائرة المتلقي، والتركيز على مخاطبة الأفراد والجماعات الصغيرة وفق الميول والاحتياجات الفردية.

-انتهاك حقوق النشر والملكية الفردية.

-ارتكاب الجرائم الالكترونية باستخدام التقنيات الحديثة.

-**التأثير على العقيدة الإسلامية**¹³: من خلال الوسائط المتعددة الجديدة نجد أن هناك حرب حالية ضد العقيدة الإسلامية تتم باختراق المواقع العربية وتدميرها، أو وضع صور مخلة عليها، أو إنشاء مواقع لتشويه صورة الدين الإسلامي، وهي كلها جرائم مستحدثة وخطورتها إن هذا الإعلام عالمي يصل إلى الجميع، وفي إطار هذا التأثير نجد من أهم المشكلات تعزيز النزعة المادية على حساب الجانب الروحي والإيمان و إظهار شعائر أهل الكفر ورموز أديانهم الباطلة وتشويه صورة الإسلام.

5-الإجراءات المنهجية للدراسة الميدانية:

5-1-المنهج: تطلب إنجاز هذه الدراسة استخدام المنهج الوصفي التحليلي وهذا باستخدام الاستمارة كأداة لجمع البيانات وعرضها في جداول إحصائية و استخدام الأساليب الإحصائية من أجل تحقيق أهداف الدراسة.

5-2-العينة: تمثل المجال البشري لهذه الدراسة في فئة الشباب. ونظرا لصعوبة استجواب جميع الشباب في الجزائر لجأنا إلى طريقة المعاينة التي تعتبر بمثابة العمود الفقري للدراسة الميدانية، وذلك عن طريق تحديد مجتمع البحث الذي هو "مجموعة من العناصر التي تحمل خاصية أو عدة خصائص مشتركة تميزها عن غيرها من العناصر والتي يجرى عليها البحث"¹⁴ إن اختيار نوع من أنواع العينات يتم وفق شروط منهجية يفرضها البحث وذلك تماشيا مع الإمكانيات المادية، الزمنية، طبيعة الموضوع وصعوبة تحديد مجتمع البحث، وعليه اعتمدنا في انتقاء أفراد العينة باستخدام المعاينة الغير احتمالية. وعلى هذا الأساس تكونت عينة الدراسة من الطلبة الشباب بجامعة الوادي ، والذين قدر عددهم بـ 100 طالب و طالبة، وهي عينة قصدية

¹³ مقلاتي صحراوي، غالية غضبان: إشكالية تأثير الإعلام الجديد في الهوية الثقافية في ظل العولمة، ص 226.

¹⁴ _ Maurice Angers, *Initiation pratique a la méthodologie des sciences humaines*, casbah université, Alger , 1997,P 226 .

أو عمدية تخدم أهداف الدراسة. بالنسبة للجنس جاءت نسب الذكور و الإناث متساوية حيث قدرت ب 50% لكل جنس من مجموع أفراد العينة المبحوثين.

ولقد توزعت هذه النسب على مختلف كليات جامعة حمة لخضر بالوادي بنسب متقاربة و متساوية قدرت ب 14% بكل من كلية كلية العلوم الاجتماعية و الإنسانية و كلية كلية علوم الطبيعية والحياة و معهد معهد العلوم الإسلامية كما سجلت نسبة قدرت ب 12% بكل من كلية كلية العلوم الدقيقة و كلية الحقوق والعلوم السياسية و كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير و ذلك كلية الآداب واللغات وجاءت باقي النسبة بكلية الحقوق والعلوم السياسية و قدرت ب 10% من مجموع الشباب المبحوثين.

5-3- الأدوات والتقنيات الإحصائية: تعتبر تقنية جمع البيانات "الوسيلة التي يلجأ إليها الباحث للحصول على الحقائق والمعلومات والبيانات التي يتطلبها البحث¹⁵. وعليه إختارنا في هذه الدراسة تقنية الاستمارة او الاستبيان والتي تتماشى مع طبيعة موضوع البحث وكذلك طبيعة المنهج. ولقد احتوت الاستمارة على أربع محاور كالتالي:

-المحور الأول خاص بالبيانات الشخصية-المحور الثاني التأثير المعرفي و الثقافي للإعلام الجديد- المحور الثالث التأثير الأسري لهذا الإعلام- و قد جاء المحور الرابع والأخير خاص بمواقف أفراد العينة اتجاه هذا الإعلام الجديد.

6- نتائج الدراسة الميدانية:

-بالنسبة للبيانات الشخصية أوضحت نتائج الدراسة الميدانية انه بالنسبة للسن تراوح سن افراد العينة ما بين 17 سنة و 31 سنة حيث سجلت اعلى نسبة لدى فئة الشباب الذين تتمركز اعمارهم في فئة [25.23] سنة حيث قدرت ب 43% من مجموع الطلبة المبحوثين ثم تالتهما فئة الشباب الذين تتمركز اعمارهم في فئة اعمار [22.20] سنة التي قدرت نسبتهم ب 24% من مجموع المبحوثين و بعدها سجلت نسبة الشباب الذين تتمركز عمرهم في فئة اعمار [19.17] سنة و قدرت ب 18% من مجموع المبحوثين ثم جاءت نسب كل من فئة اعمار [28.26] سنة و [31.29] سنة بنسب متقاربة وهي على التوالي 9% و 6% من مجموع افراد العينة.

ولقد جاءت هذه النتائج تتماشى و المستوى الدراسي حيث سجلت

¹⁵ - حسين عبد الحميد أحمد رشوان، أصول البحث العلمي، مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية، 2003، ص115.

فبالنسبة للمستوى التعليمي سجلت أعلى نسبة لدى طلبة السنة الثالثة ليسانس التي قدرت ب 45% من مجموع المبحوثين

ثم تالتها نسبة طلبة السنة الثانية ليسانس و التي قدرت ب 20% من مجموع المبحوثين و هي متقاربة مع نسبة المبحوثين في السنة أولى ليسانس وهي تقدر ب 18% و بعدها جاءت نسبة المبحوثين ذوي المستوى التعليمي السنة الثانية ماستر و قدرت ب 12% و في الأخير جاءت نسبة المبحوثين فبالنسبة للسنة أولى ماستر و قدرت ب 5% من مجموع المبحوثين

بالنسبة لمكان الإقامة فان معظم أفراد العينة يقيمون بمنطقة حضرية حيث قدرت نسبتهم ب 64% من مجموع الشباب المبحوثين وباقي افراد العينة (36%) يقيمون بمنطقة ريفية

-التأثير الثقافي والمعرفي:

جدول رقم (01) يبين توزيع المبحوثين حسب وسائل الإعلام القديم التي يستعملونها بكثرة:

المعطيات	التكرار	النسبة
الصحافة	14	14%
التلفاز	61	61%
الإذاعة	25	25%
المجموع	100	100%

نلاحظ من خلال القراءة الإحصائية للجدول أعلاه أن وسيلة التلفاز بنسبة (61%) يحتل أكبر نسبة من وسائل الإعلام التقليدية التي يستعملها المبحوثين، كما نجد في المرتبة الثانية الإذاعة وذلك بنسبة (25%) من بين وسائل الإعلام التقليدية التي يستعملها المبحوثين، فيما تحتل الصحافة الورقية اقل نسبة (14%) من بين الوسائل التقليدية التي يستعملها المبحوثين، استحوذ التلفاز النسبة الأكبر يرجع لأهمية التلفاز مما يقدمه باعتمادها على البث بالصوت والصورة على عكس الوسائل التقليدية الأخرى.

جدول رقم (02) يوضح توزيع المبحوثين حسب وسائل الإعلام الجديد التي يستعملونها بكثرة:

المعطيات	التكرار	النسبة
مواقع التواصل الاجتماعي	67	67%
صحف الكترونية	12	12%
ويكيبيديا	05	5%
يوتيوب	14	14%
مدونات الكترونية	02	2%
منتديات	0	0%
المجموع	100	100%

نلاحظ من خلال الجدول رقم 2 أن مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة (67%) تحتل أكبر نسبة من وسائل الإعلام الجديدة التي يستعملها المبحوثين ،كما نجد في المرتبة الثانية موقع اليوتيوب بنسبة (14%) ،ثم تليه الصحف الالكترونية بنسبة (12%) وتليه الويكبيديا بنسبة (5%)،وفي الأخير المدونات الالكترونية بنسبة (2%) ،ونجد أن المنتديات لا تلقى رواجاً في استخدامها لدى المبحوثين. واحتلال مواقع التواصل الاجتماعي نتيجة تفاعل وسهولة الاستخدام بالإضافة إلى تنوعها كما ذكر المبحوثين أبرز مواقع التواصل التي يستعملها هي الفيسبوك ،تويتر ،الانستغرام.

جدول رقم (3) يوضح توزيع المبحوثين حسب نوع محتوى الأفلام والمسلسلات المؤثر في وسائل الإعلام الجديد:

المعطيات	التكرار	النسبة
الغربية	35	35%
الدينية	33	33%
أفلام وثائقية	23	23%
رسوم متحركة	9	9%
المجموع	100	100%

نلاحظ من خلال القراءة الإحصائية للجدول أن محتوى الأفلام والمسلسلات الغربية بنسبة (35%) أكثر تأثير لدى المبحوثين، خاصة وأن الأفلام الغربية لا تركز فقط في المضمون بل تركز على تكنولوجيات الحديثة و المؤثرات الصوتية ، فيما احتل المحتوى الديني نسبة (33%) من المبحوثين، كما نجد في المرتبة الثالثة الأفلام الوثائقية بنسبة (23%) وفي المرتبة الرابعة الرسوم المتحركة بنسبة (9%).

جدول رقم (4) يوضح رأي المبحوثين حول مدى تصديق كل الإشاعات و الأخبار الصادرة من الغرب:

المعطيات	التكرار	النسبة
نعم	0	0
لا	100	100%
المجموع	100	100%

نلاحظ من خلال القراءة الإحصائية للجدول أن جميع المبحوثين صرحوا بعدم تصديق كل الإشاعات والإخبار الصادرة من الغرب بنسبة (100%)، لدى الطلبة درجة من الوعي والعلم بان ما ينشر ليس دائماً على صواب خاصة بتعدد المواقع في وسائل الإعلام الجديدة والتي يمكن التحقق من صدق الخبر أو نفيه .

جدول رقم (5) يوضح رأي المبحوثين حول الجانب الثقافي والمعرفي الذي أتاحتها وسائل الإعلام الجديد :

المعطيات	التكرار	النسبة
التفاعل مع الأحداث في المجتمع	42	42%
اكتساب لغات جديدة	42	42%
اكتساب عادات وتقاليد جديدة	16	16%
المجموع	100	100%

نلاحظ من خلال القراءة الإحصائية للجدول أن هنالك تساوي في النسب لكل من التفاعل مع الأحداث في المجتمع بنسبة (42%) وكذلك اكتساب لغات جديدة بنسبة (42%)، فنجد أن وسائل الإعلام الجديد قد أتاحت تقنيات متطورة خاصة في نقل البث المباشر والتفاعل مع الأحداث سواء كانت وطنية أو دولية ، ونجد في المرتبة التالية أن المبحوثين قد صرحوا باكتسابهم لعادات وتقاليد جديدة بنسبة (16%) كالعادات الصحية والرياضية.

من خلال ما سبق نستنتج ما يلي:

- يرى (61%) من أفراد العينة أن وسيلة التلفاز من أكثر الوسائل التقليدية استعمالاً خاصة وان هذه الوسيلة حاولت تطوير أساليبها الاتصالية في ظل المنافسة الشديدة مع وسائل الإعلام الجديد التي تتميز بالتفاعلية .

- يرى (67%) من أفراد العينة أن مواقع التواصل الاجتماعي أكثر استخداماً من بين وسائل الإعلام الجديد وذلك لأنها تتميز بسهولة الاستعمال حرية التعبير والتنوع الثقافي.

- يرى (35%) من أفراد العينة أن محتوى الأفلام أو المسلسلات الغربية يلقي اهتمام

لدى الشباب

- يرى (100%) من أفراد العينة أن لا يصدقون كل ما يبث عبر وسائل الإعلام الجديد خاصة مع توفر تطبيقات تعمل تزييف الصور ولان المواقع عديدة أصبح التأكد من أي خبر يصدر من الغرب سواء بتأكيده أو نفيه.

- يرى (42%) من أفراد العينة أن وسائل الإعلام الجديد قد أتاحت لأفراد المجتمع التفاعل مع الأحداث بالمجتمع كما تكمن أهمية وسائل الإعلام الجديد في اكتساب لغات جديدة خاصة مع توفر مواقع خاصة بتعليم اللغات عن بعد وباستخدام أجهزة البث المباشر .

* أن وسائل الإعلام الجديد استطاعت في وقت قصير أن تحدث تغيير داخل المجتمع خاصة في الجانب الثقافي والمعرفي، أكسبت الفرد عادات جديد سواء كانت ايجابية أو سلبية، كما أنها أزلت تأثير وسائل الإعلام التقليدية المسيطرة على المجتمع أهمها التلفاز بالرغم من أنها حاولت احتواء وسائل الإعلام الجديد من خلال تطوير في وسائلها وأساليبها الاتصالية .

التأثير على الأسرة:

جدول رقم (6) يوضح توزيع المبحوثين حسب تأثير الإعلام الجديد على الأسرة:

المعطيات	التكرار	النسبة
----------	---------	--------

نعم	77	77%
لا	23	23%
المجموع	100	100%

نلاحظ من خلال القراءة الإحصائية للجدول حسب رأي المبحوثين أن الأعلام الجديد اثر على الأسرة بنسبة (77%) ،في حين صرح المبحوثين أن الأعلام الجديد لم يؤثر على الأسرة بنسبة(23%)، خاصة وان استعمال وسائل الإعلام الجديد في الأسر متفاوت .
جدول رقم (7) يوضح رأي المبحوثين حول تأثير علاقاتهم بأسرهم من خلال استعمال تطبيقات الإعلام الجديد:

المعطيات	التكرار	النسبة
نعم	60	60%
لا	40	40%
المجموع	100	100%

نلاحظ من خلال القراءة الإحصائية للجدول بأنه تأثرت علاقة المبحوثين بأسرهم من خلال استعمالهم لوسائل الإعلام الجديد وذلك بنسبة (60%)،ويرجع ذلك أن وسائل الإعلام الجديد متاحة لكل أفراد الأسرة ،بينما لم تؤثر علاقة المبحوثين بأسرهم من خلال استعمال وسائل وتطبيقات الإعلام الجديد بنسبة (40%) .

جدول رقم (8) توزيع المبحوثين حول علاقاتهم بأسرهم من خلال استعمال تطبيقات الإعلام الجديد:

المعطيات	التكرار	النسبة
عزلة أفراد الأسرة(عدم تناول الوجبات الغذاء والعشاء)	25	42%
تغيير في العادات والتقاليد	15	25%
نقص أو انعدام السهرات في المنزل	20	33%
جفاء العلاقات الأسرية	0	0
تعزير العلاقات الأسرية	0	0
تغيير في أنواع الأكل	0	0%
تغيير في اللباس	0	0
التأثر بنمط الحياة الغربية	0	0
المجموع	60	100%

نلاحظ من خلال القراءة الإحصائية للجدول أنه قد أثرت وسائل الإعلام الجديد على المبحوثين مع علاقاتهم بأسرهم (60%) الموضح في الجدول السابق ،وقد صرح المبحوثين بسبب عزلة أفراد الأسرة (عدم تناول الوجبات الغذاء والعشاء) بنسبة (42%) كما تحتل المرتبة الثانية نقص أو انعدام السهرات في المنزل بنسبة (33%) كما صرح المبحوثين أن هناك تغيير في العادات والتقاليد بنسبة (25%) .

جدول رقم (9) يوضح رأي المبحوثين حول وجود تواصل مع أفراد الأسرة من خلال تطبيقات الإعلام الجديد:

المعطيات	التكرار	النسبة
نعم	72	72%
لا	28	28%
المجموع	100	100%

نلاحظ من خلال القراءة الإحصائية للجدول أن المبحوثين صرحوا ب(نعم)بنسبة (72%) أن هناك تواصل مع أفراد الأسرة من خلال التطبيقات الإعلام الجديد وهذا راجع إلى توفر وسائل الإعلام الجديد بشكل كبير كذلك سهولة الاستعمال، تخاطب افراد الأسرة سواء كبار أو صغار، في حين نجد أن المبحوثين الذين صرحوا ب(لا)بنسبة (28%) ليس هناك تواصل بين أفراد الأسرة من خلال وسائل وتطبيقات الإعلام الجديد، ويرجع لعدم استخدام وسائل الاتصال و الإعلام بكثرة وانشغالهم في مجالات أخرى.

جدول رقم (10) يوضح رأي المبحوثين حول مراقبة الأسرة استخدام أفرادها لوسائل الإعلام الجديد هو:

المعطيات	التكرار	النسبة
تدخل في الحرية الشخصية	36	36%
عدم الثقة من الأهل	7	3%
يسبب الإحراج	0	0
موقف عادي	57	57%
المجموع	100	100%

نلاحظ من خلال القراءة الإحصائية للجدول أن أعلى نسبة من تصريح المبحوثين حول مراقبة الأسرة استخدام أفرادها لوسائل الإعلام الجديد أمر عادي بنسبة (57%) في حين يرى المبحوثين بنسبة (36%) كما صرح المبحوثين بنسبة (7%) أن مراقبة الأسرة استخدام أفرادها لوسائل الإعلام الجديد هو بسبب عدم الثقة من الأهل.

من خلال ما سبق نستنتج ما يلي:

- يرى (77%) من أفراد العينة أن هناك أثر الإعلام الجديد على الأسرة فوسائل الإعلام الجديد من خلال الأجهزة الذكية والمجانية والانتشار المتزايد وبذلك استطاعت الدخول لمعظم الأسر بالمجتمع الجزائري .

- يرى (60%) من أفراد العينة أن علاقاتهم بأسرهم تأثرت من خلال استعمال تطبيقات الإعلام الجديد .

- يرى (42%) من أفراد العينة أن علاقاتهم بأسرهم من خلال استعمال تطبيقات الإعلام الجديد أدت إلى عزلة أفراد الأسرة(عدم تناول الوجبات الغذاء والعشاء)، فنجد أن المجتمع الافتراضي غير في تنظيم الأسرة ليس بإدخال عادات جديدة بل سبب في عزلة الأفراد داخل الأسرة الواحدة بتنوع التطبيقات التي يحتويها .

- يرى (72%) من أفراد العينة أن هناك تواصل بين أفراد الأسرة من خلال وسائل الاتصال و الإعلام الجديد من أبرزه الفيسبوك وذلك لتوفره في أجهزة الحديثة كما أن الاشتراك مجاني .

- يرى (57%) من أفراد العينة أن الأسرة تستخدم وسائل الإعلام الجديد وان مراقبة استخدامهم لهذه الوسائل مجرد موقف عادي من الأسرة خاصة لصغار السن والذين لا يجيدون استخدامها لا يعرفون النافع من الضار في هذه الوسائل .

* أن الأسرة هي اللبنة الأساسية للمجتمع أي تغير فيها يؤثر في المجتمع ،ونجد وسائل الإعلام الجديدة أصبحت عنصر هام في عملية التنشئة التي كانت سابقا منحصرة في الأسرة والمدرسة والمسجد. كما أن وسائل الإعلام الجديد قد احدثت عدت تغيرات داخل الأسرة في علاقاتها مع أفرادها في سلوك أو عادات.

موقف الشباب نحو الإعلام الجديد:

جدول رقم (11) يوضح رأي المبحوثين حول ايجابيات الإعلام الجديد:

المعطيات	التكرار	النسبة
توفير المعلومات، اخبار، برامج ، افلام...	38	38%
تطور والتحضر	10	10%
تواصل معرفة أصدقاء جدد علاقات جديدة ...	32	32%
صلة الرحم	20	20%
المجموع	100	100%

نلاحظ من خلال القراءة الإحصائية للجدول أن موقف المبحوثين من وسائل الإعلام الجديد لها عدة ايجابيات بنسبة (38%) توفر المعلومات كما صرح المبحوثين أنها وسيلة فعالة في التواصل (32%) كما يرى المبحوثين بنسبة (20%) تحافظ على صلة الرحم .

جدول رقم (12) يوضح رأي المبحوثين حول سلبيات الإعلام الجديد:

المعطيات	التكرار	النسبة
تضييع الوقت	15	13%
الإشاعات، فضائح، طلاق	22	18%
المساس بالقيم الدينية	24	24%
تقليد عادات الغرب	08	8%
أضرار بالصحة	05	6%
العزلة	26	31%
المجموع	100	100%

نلاحظ من خلال القراءة الإحصائية للجدول أن موقف المبحوثين حول سلبيات الإعلام الجديد يسبب العزلة بنسبة (26%) كذلك من سلبيات الإعلام الجديد المساس بالقيم الدينية

بالمجتمع كما يرى المبحوثين بنسبة (24%) خاصة وان الإعلام الجديد مصدره غربي. كما يرى المبحوثين أن وسائل الإعلام الجديد تسبب في تضييع الوقت خاصة في استخدامه في برامج العاب.

من خلال ما صرح به المبحوثين نجد أن فئة الشباب على وعي كبير بما تقدمه وسائل الإعلام الجديد من فوائد حيث صرح المبحوثين بأهمية وسائل الإعلام الجديد في توفير الأخبار والأحداث والمعلومات خاصة وان وسائل الإعلام تعمل على تحديث الأخبار والمعلومات بما تملكه من وسائل و أساليب اتصالية متطورة كما يرى بعض المبحوثين أن الإعلام الجديد يساهم في التحضر والتطور بالمجتمع كما تعمل وسائل الإعلام الجديد على ربط العلاقات بين أفراد الأسرة وتقوية الصلات بها وكذلك بناء علاقات جديدة بين أفراد المجتمع في مشاركتهم لحياتهم اليومية أفكارهم ومشاعرهم عاداتهم وتقاليدهم. كما أن الإعلام الجديد من خلال وسائله هو سلاح ذو حدين في حالة سوء استخدامه ينعكس بصورة سلبية على الفرد وعلى المجتمع .

الخاتمة:

رغم ما يقدمه الإعلام الجديد من فوائد إلا انه سلاح ذو حدين في حالة سوء استخدامه لانه ينعكس بصورة سلبية على الفرد وعلى المجتمع .

قائمة المراجع:

الكتب:

- 1- إبراهيم إسماعيل: الإعلام المعاصر ووسائله، مهاراته، تأثيراته، أخلاقياته، وزارة الثقافة والفنون والتراث ، قطر ، 2014 .
- 2- حسان احمد قمحية: الفيس بوك تحت المجهر، النخبة للنشر، مصر ، 2017.
- 3- سعد بن محارب المحارب: الإعلام الجديد في السعودية، جداول للنشر والتوزيع، لبنان، 2011.
- 4- غالب كاظم جياي الدعيمي: الإعلام الجديد اعتمادية متصاعد ووسائل متجددة، امجد للنشر والتوزيع، الأردن، 2017.
- 5- مؤيد السعدي: الاندماج الاتصالي في الإعلام الجديد، منشورات ألفا للوثائق، استيراد وتوزيع قسنطينة الجزائر، 2019.

6- وسام فاضل راضي مهند حميد التميمي: الإعلام الجديد تحولات اتصالية ورؤى معاصرة ،دار الكتاب الجامعي ، بيروت ، 2017.

المجلات:

1-مقلاتي صحراوي وغالية غضبان: إشكالية تأثير الإعلام الجديد في الهوية الثقافية في ظل العولمة،مجلة الآداب والعلوم الإنسانية،العددان 12و13جوان ديسمبر،جامعة الحاج لخضر ،باتنة،2014

2-سميرة شيخاني:الإعلام الجديد في عصر المعلومات،مجلة جامعة دمشق المجلد 26 - العدد الأول والثاني ،2010.

3-شمس ضيات خلفاوي:الإعلام الجديد :قراءة في تطور المفهوم والوظيفة،مجلة علوم الإنسان والمجتمع،العدد 15جوان 2015.

المواقع الالكترونية: نسرين حسونة:الإعلام الجديد المفهوم والوسائل والخصائص والوضائف،
[/http://blog.amin.org/nisreenhassouna/2014/04/07](http://blog.amin.org/nisreenhassouna/2014/04/07)