

التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال وأثرها على التغيير  
القيمي لدى الشباب الجزائري  
دراسة ميدانية على عينة من طلبة الإعلام والاتصال بجامعة  
العربي التبسي بتبسة

*Modern technologies for information and communication  
and their impact on the value change of Algerian youth:  
A field study on a sample of media and communication  
students at the University of Larbi Tebessi in Tebessa*

العلمي لعجال

جامعة محمد خيضر

بسكرة / الجزائر

Laadjal.lalmi@univ-biskra.dz

فريدة فلاك\*

المركز الجامعي سي الحواس

بريكة / الجزائر

Farida.fellak@cu-barika.dz

تاريخ النشر: 2023/06/08 تاريخ القبول: 2023/05/28 تاريخ الارسال: 2022/10/22

**الملخص:**

تهدف هذه الدراسة إلى الوقوف على الدور والتأثير الذي تفرزه التكنولوجيات الحديثة على قيم الشباب، ولتحقيق الهدف من الدراسة تم استخدام أداة المقابلة، من خلال إجراء مقابلات مع عينة متكونة من 15 طالب من قسم الإعلام والاتصال بكلية العلوم الاجتماعية والإنسانية بجامعة العربي التبسي، واعتمدت الدراسة مقارنة نظرية متمثلة في نظرية الحتمية القيمية. خلصت نتائج الدراسة إلى أن التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال لها انعكاسات على المنظومة الاجتماعية والقيمية، كما تسهم في التغيير القيمي لدى الشباب، وهذا التغيير تجسد على مستويين اثنين إيجابي وسلبي، إلى جانب تعزيز الثقافة الاستهلاكية لدى الشباب. **الكلمات المفتاحية:** الوسائط الاتصالية الحديثة، المنظومة الاجتماعية والقيمية، الثقافة الاستهلاكية.

\* المؤلف المرسل.

## Abstract:

This study aims to identify the role and impact of modern technologies on youth values, and to achieve the goal of the study, the interview tool was used, by conducting interviews with a sample of 15 students from the Department of Media and communication, Faculty of Social Sciences and Humanities at Larbi Tebessi University, and the study adopted a theoretical approach Represented by the value determinism theory.

the study results concluded that modern media and communication technologies have repercussions on the social and value system, and contribute to the value change of youth, and this change is embodied on two levels, positive and negative, in addition to promoting consumer culture among youth.

**Key words:** Modern communication media, social and value system, consumer culture.

## مقدمة

تعد القيم السائدة في المجتمعات وما يطرأ عليها من تغيير من المواضيع التي نالت اهتماماً كبيراً من قبل الباحثين والدارسين، ومما لاشك فيه أن أي مجتمع يمر بتحويلات وعلى مستويات عدة اقتصادية، اجتماعية، سياسية، ثقافية مما يترك أثراً على مستوى الأفراد والجماعات والعلاقات الاجتماعية والمنظومة القيمية السائدة فيه، والمجتمع الجزائري كسائر المجتمعات مسته تغيرات جذرية على كافة الأصعدة، هذه التغيرات كان لها أثر واضح على أفرادها، ذلك أن المجتمع الجزائري وفي ظل التغيرات التي يشهدها العالم؛ والتي مست كافة المستويات وما نجم عنها من مشكلات أخلاقية وقيمية، عرف العديد من التحويلات التي انعكست على الشباب وخاصة التطورات الحاصلة في مجال تكنولوجيايات الإعلام والاتصال وما تتيحه هذه الأخيرة من انتشار واسع لنمط الثقافة الغربية الذي أعلى شأن الثقافة الاستهلاكية وتمجيد القيم المادية، ولأن فئة الشباب هي أكثر الفئات إقبالاً على تبني القيم الجديدة من هنا تبرز أهمية البحث في التغير القيمي لدى الشباب الجزائري، وانطلاقاً من هذا طرح التساؤل التالي: ما هي التأثيرات التي أفرزتها التكنولوجيايات الحديثة للإعلام والاتصال على قيم الشباب الجزائري؟.

### أ. الفرضية العامة

- التكنولوجيايات الحديثة للإعلام والاتصال تعمل على التغيير القيمي للشباب الجزائري.

### ب. الفرضيات الفرعية

- التكنولوجيايات الحديثة للإعلام والاتصال تعمل على تغيير النسق القيمي للشباب

الجزائري.

- تشكل التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال ملمحاً جديداً لثقافة استهلاكية وتمجيد القيم المادية لدى الشباب.

### ج. أهداف الدراسة

تتوخى هذه الدراسة تحقيق الأهداف التالية:

- الوقوف على طبيعة التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال ودورها في التغيير القيمي لدى طلبة الإعلام.
- لفت الانتباه لأهمية هذه التكنولوجيات وترشيد استخدامها من قبل فئة الشباب.
- بيان دور التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال في التأثيرات النفسية والاجتماعية والقيمية لطلبة الإعلام.
- معرفة مدى تأثير هذه التكنولوجيات على القيم الأخلاقية والدينية لطلبة الإعلام.

## I. الإطار المنهجي

### 1. تحديد المفاهيم

#### أ. التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال

يقصد بها في هذه الدراسة مجمل الوسائط الاتصالية والتطبيقات التي تتيحها هذه التكنولوجيات للتواصل والتفاعل مثل الشبكات الاجتماعية الرقمية على اختلافها، المنتديات الالكترونية، المدونات الالكترونية والتي يستخدمها الشباب لتحقيق أهداف وإشباعات معينة.

#### ب. التغيير القيمي

مجمل التغيرات التي تطرأ على الشباب على الأصعدة الاجتماعية والثقافية والقيمية والدينية نتاج استخدام التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال وتطبيقاتها.

#### ج. الشباب الجزائري

يتحدد في الفئة التي تتراوح أعمارها بين 15- 20 سنة وأحياناً تمتد إلى 30 سنة، ويقصد بها في هذه الدراسة طلبة الإعلام والاتصال من الشباب المتدرسين بجامعة العربي التبسي.

### 2. منهج البحث

تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي لملاءمته لطبيعة البحث حيث يجري توصيف للتكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال والتغيير القيمي للشباب الجزائري وتحليل مختلف المعطيات التي تفرزها المقابلة مع عينة الدراسة.

### 3. أداة وعينة البحث

تم استخدام المقابلة نصف الموجّهة والتي تعدّ الأنسب لجمع المعلومات من الميدان، فالمقابلة بنوعها الحرة ونصف الموجهة والملاحظة بالمشاركة تعتمد على التفاعل المباشر بين المبحوثين والباحث لمدة زمنية معينة، وبالاعتماد في بعض الحالات على تحليل المحتوى لبعض الوثائق المعدّة والمنتجة من طرف الأفراد المعنيين بالدراسة أو مجتمع البحث.<sup>1</sup>

أما عن عينة الدراسة فتم اعتماد العينة القصدية؛ حيث "تعرف العينة القصدية تحت أسماء متعددة مثل العينة العرضية، أو العينة العمدية، أو العينة النمطية، وهي أسماء تشير كلها إلى العينة التي يقوم الباحث باختيار مفرداتها بطريقة تحكّمية لا مجال فيها للصدفة، بل يقوم هو شخصياً باقتناء المفردات الممثلة أكثر من غيرها لما يبحث عنه من معلومات للبيانات؛ وهذا لإدراكه المسبق ومعرفته الجيدة لمجتمع البحث وعناصره الهامة التي تمثله تمثيلاً صحيحاً، وبالتالي لا يجد صعوبة في سحب مفرداتها بطريقة مباشرة".<sup>2</sup> ومنه فإن عينة دراستنا تمثلت في العينة القصدية من خلال استجواب عينة مكونة من 15 طالباً من طلبة الإعلام بكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية بجامعة العربي التبسي بتبسة، للوقوف على دور وأثر التكنولوجيات الحديثة في التغيير القيمي لدى الشباب الجزائري ممثلين في طلبة الإعلام ولتحقيق أهداف الدراسة.

### 4. حدود الدراسة

وقد جاءت هذه الدراسة ضمن الحدود التالية:

#### أ. الحدود المكانية للدراسة:

يقصد بها المجال المكاني للدراسة، ويتمثل في جامعة العربي التبسي بتبسة.

#### ب. الحدود الزمانية للدراسة:

يشير الحد الزمني إلى الفترة التي أجريت فيها الدراسة، وامتدت على مدار أسبوعين.

#### ج. الحدود البشرية للدراسة:

وتتمثل في عينة مكونة من 15 طالب في تخصص الإعلام والاتصال بجامعة العربي

التبسي بتبسة.

#### د. الحدود الزمانية للدراسة

تقتصر هذه الدراسة على بحث التأثيرات التي تفرزها التكنولوجيات الحديثة للإعلام

والاتصال على قيم الشباب الجزائري.

## 5. الدراسات السابقة

- دراسة "نزیهة عثمانیه، 2017، 2016"، هدفت الدراسة إلى بحث تأثير مواقع التواصل الاجتماعي ومدى تأثيرها في منظومة القيم الاجتماعية التي تتحكم في سلوك الفرد، ولتحقيق الهدف من الدراسة استخدمت الباحثان المنهج الوصفي، واعتمدت استمارة استبيان، وتم إجراء الدراسة على عينة من طلبة جامعة المسيلة، خلصت الدراسة إلى أن أغلبية الطلبة الجامعيين يتعرضون لمواقع التواصل الاجتماعي بطريقة غير انتقائية لما تقدمه من مضمين تتنافى مع العادات الراسخة لديهم لما لها من دور سلبي على منظومة القيم الاجتماعية. إلى جانب أنها أثرت على قيمهم سلباً.<sup>3</sup>
  - دراسة "ضریف عبد الرحمان، 2016، 2017"، هدفت الدراسة إلى الوقوف على التأثيرات التي تفرزها مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية لدى الشباب، وقد استخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي وأداتي الاستبيان والمقابلة، كما استخدم الباحث العينة القصصية وتمثلت في طلبة الإعلام والاتصال طور الماستر بجامعة الطاهر مولاي بسعيدة، أهم نتيجة توصلت إليها الدراسة هي أن التكنولوجيات الحديثة أثرت على النسق القيمي والعادات والتقاليد للطلبة الجامعيين.<sup>4</sup>
  - دراسة "أحمد بلول، حميدة بريكة، 2016"، هدفت الدراسة إلى بيان أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي كوسيلة اتصالية إعلامية على الشباب الجامعي من خلال التعرف على تأثير مواقع التواصل على قيم الشباب الجامعي، وقد استخدم الباحثان المنهج الوصفي المسحي وتكونت عينة الدراسة من طلاب جامعة أبو القاسم سعد الله على اختلاف تخصصاتهم العلمية بطريقة عشوائية وبلغت العينة 49 طالباً، كشفت الدراسة على أنها هناك مجموعة من الأشباع التي يسعى الشباب الجامعي لتحقيقها ذات قيمة نفسية واجتماعية من خلال استخدام شبكات التواصل الاجتماعي.<sup>5</sup>
- تعد هذه الدراسات مهمة لدراستنا وإن اتفقت واختلفت عنها في بعض الإجراءات المنهجية المعتمدة، حيث كشفت الدراسات على تأثيرات سلبية على القيم نتاج الاستخدام السلبي للتكنولوجيات الحديثة ومختلف وسائطها وتطبيقاتها، وعليه فهذه الدراسات مهمة كونها تتقارب مع دراستنا وتتفق في جانب كبير معها حيث تبحث التباين والتداخلات والأوجه المتعددة للتكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال وتأثيراتها الإيجابية والسلبية على قيم

الشباب الجزائري. وعموماً فهذه الدراسات يمكن الاستفادة منها في تبيان جوانب تحليلية تمكّن من التأسيس لبعض أبعاد ومؤشرات دراستنا.

## 6. المقاربة النظرية للدراسة

تمثلت النظرية المؤطرة لدراستنا في نظرية الحتمية القيمية في الإعلام.

### أ. التعريف بالنظرية

يتكون معنى النظرية من ثلاث ألفاظ أساسية هي:

الحتمية: ويقصد بها اعتماد متغير واحد في تفسير أو فهم الظاهرة دون المتغيرات الأخرى ولا يعني هذا إهمال المتغيرات الأخرى المتعلقة بالظاهرة الإعلامية وإنما اعتماد متغير يعد حاسماً في تفسير الظاهرة.<sup>6</sup>

القيمية "القيمة": يرى عزي عبد الرحمن أنّ القيمة ما يعلو عن الشيء ويرتبط بالمعاني الكامنة في الدين.

الإعلام: ويقصد به رسالة الإعلام بوسائله التقليدية "الصحف، المجلات، الإذاعة، التلفزيون" والحديثة "الانترنت، الإعلام الاجتماعي وغيرها".<sup>7</sup>

### ب. افتراضات نظرية الحتمية القيمية في الإعلام:

يُحدد "عزي عبد الرحمن" فرضيات النظرية وفق منظور قيمي يوضح من خلالها ضرورة فهم العلاقة بين الإعلام والمجتمع قيمياً ويقسمها إلى صنفين هما:

أولاً: فرضيات خاصة بعادات الاتصال وثقافة تعامل الجمهور "الشباب كأكثر فئة متأثرة في قيمها" مع وسائل الإعلام ومنها:

- الشباب أكثر ارتباطاً من غيرهم بأي وسيلة إعلامية أو اتصالية جديدة بحثاً عن الإثارة والمغامرة ومن ثم فإنهم أولى العناصر الاجتماعية في تبني هذه التكنولوجيا والتأثر بها.
- أن الشباب يتأثر بثقافة مجتمعية والتي تحمل نظرة ازدواجية في التعامل مع الإعلام والتكنولوجيا عامة: الرغبة والتخوف، التبني والرفض، الحب والكراهية، الإثارة والتخوف، وذلك ما يجعل الشباب يندفع في اتجاه استخدام هذه الوسائل من جهة والإحساس بالذنب من جهة أخرى، وأن دراسة تأثير الإعلام على الشباب لا يتم في منظورنا دون مرجعية تربط وسائل الإعلام بالقيم، فإن كان استخدام وسائل الإعلام ذا صلة قريبة أو غير متناقض مع القيم كان التأثير إيجابياً والعكس.

ثانياً: فرضيات الأثر السالب والموجب انطلاقاً من الافتراض الأساس للنظرية أنه كلما ارتبطت مضامين وسائل الإعلام بالقيمة كان أثرها موجباً، وكلما ابتعدت تلك المضامين عن القيمة كان أثرها سالباً، وهذه الفرضيات هي كالتالي:

- فرضيات التأثيرات السلبية: ومنها
    - كثرة استخدام وسائل الإعلام في حد ذاتها تؤثر سلباً على الصحة النفسية والجسدية.<sup>8</sup>
    - تجسيد القيم التي تميز مجتمع ما والتركيز على النموذج العالمي أو ما يسميه البعض بالعوامة ومحاولة إضعاف النسيج الاجتماعي.<sup>9</sup> وأن سوء استخدام وسائل الإعلام (المضمون) يؤدي إلى إهدار القيم أو تحييدها.
    - أن سوء استخدام وسائل الإعلام (المضمون) يؤدي إلى إضعاف الحساسية القيمية واضمحلال الاستحياء تجاه الممنوعات الثقافية، إلى جانب إضعاف دور قادة الرأي والفكر وتقمص أدوار النجوم السينمائية والرياضية.
  - التأثيرات الموجبة: ومنها
    - أن حسن استخدام وسائل الإعلام "التقليدية والجديدة" يساهم في توسيع دائرة الاستفادة من الثقافة والعلوم.
    - أن حسن استخدام وسائل الإعلام يعمل على تعزيز القيم وقد يولد أيضاً الإحساس بالذنب إذا أساء الفرد استخدام تلك الوسائل.
    - كما أن حسن استخدام وسائل الإعلام يوفر وظائف الإعلام والتفسير والتحليل للأحداث في شتى المجالات.<sup>10</sup>
- وعليه تمكن هذه النظرية من تفسير نتائج الدراسة المتوصل إليها انطلاقاً من بعض افتراضاتها من خلال بحث محتوى بعض هذه الوسائل الجديدة محل الدراسة ذلك أن المستخدمين في الوقت الحالي يلجؤون إلى مختلف تطبيقاتها فاستخدام الوسائل الإعلامية الجديدة أصبح ضرورة لا يمكن الاستغناء عنها لدى الكثيرين، ونظراً لخصوصية هذه الوسائل وللوقوف على تأثيراتها على القيم المجتمعية للشباب.

## II. الإطار التطبيقي

### 1. تحليل النتائج

#### أ. البيانات الشخصية

تساعد البيانات الشخصية على معرفة خصائص المبحوثين حيث يتم الاستناد إليها في تحليل البيانات المتعلقة بالدراسة، وهي: (الجنس، السن، المستوى الجامعي).

▪ توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس:

الجدول 01: يمثل توزيع أفراد العينة حسب الجنس

المتغير	الفئة	التكرار	النسبة المئوية
الجنس	ذكر	6	40
	أنثى	9	60
المجموع		15	% 100

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على إجابات أفراد عينة الدراسة

تشير النتائج في الجدول أعلاه إلى أن أكبر نسبة للمبحوثين من خلال العينة كانت للإناث وقدرت بـ (9) أفراد أي بمعدل (60%) من المجموع الكلي لأفراد العينة، أما الذكور فقدر بـ (6) أفراد أي بمعدل (40%)، أغلبية أفراد عينة الدراسة إناث، وهذا قد يرجع إلى العنصر الطائفي ضمن هذا التخصص (الإعلام والاتصال).

▪ توزيع أفراد العينة حسب متغير السن:

الجدول 02: يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير السن

المتغير	الفئة	التكرار	النسبة المئوية
السن	من 18-23 سنة	9	60
	من 24 إلى 29 سنة	2	13.33
	30-36 سنة	4	26.67
المجموع		15	% 100

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على إجابات أفراد عينة الدراسة

يبين لنا الجدول رقم (02) توزيع العينة حسب الفئات العمرية وكانت النسب بين هاته الفئات متفاوتة نوعاً ما حيث كانت (فئة من 18-23 سنة) هي الفئة الغالبة بنسبة (60%)، تليها فئة (من 30 إلى 36 سنة) بنسبة (26.67%) أما فئة (من 24 سنة إلى 29 سنة) فتمثلت بنسبة (13.33%)، ما يفسر ذلك أن (فئة من 18 سنة إلى 23 سنة) غالباً ما تلتحق بالجامعة

في هذا السن، وتم التركيز عليها باعتبارها الأنسب لإجراء الدراسة وبحث مدى تأثير التكنولوجيات الحديثة عليها كونها من أكثر الفئات تأثراً، أما (من 30 إلى 36 سنة) فتميز التحاق طلبة الدكتوراه في هذا السن كون العينة المستجوبة من مستويات مختلفة. في حين أن هذه الفئة سجلت نسبة منخفضة (من 24 سنة إلى 29 سنة) لكونها انتهت دراستها الجامعية خصوصاً في طوري الليسانس والماستر.

▪ توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى الجامعي:

الجدول 03: يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى الجامعي

المتغير	الفئة	التكرار	النسبة المئوية
المستوى الجامعي	ليسانس	9	60
	ماستر	2	13.33
	دكتوراه	4	26.67
المجموع		15	%100

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على إجابات أفراد عينة الدراسة

يبين لنا الجدول رقم (03) توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير المستوى الجامعي؛ حيث احتل طور (الليسانس) ما نسبته (60%)، يليه في المرتبة الثانية طور (الدكتوراه) وبنسبة (26.67%)، ثم طور الماستر بنسبة (13.33%)، وما يفسر هذه النسب هو أن طور الليسانس يضم الفئة العمرية الأصغر والأكثر ملائمة لإجراء الدراسة عليها، كما أن أغلبية الطلبة من هذا الطور، ومن جهة أخرى فإن تنوع المستويات يمكننا من الوقوف على تأثير هذه التكنولوجيات من وجوهات نظر مختلفة باعتبار أن المستوى التعليمي يلعب دور في ذلك.

تحليل بيانات التساؤل الأول: ماهي الوسائط الاتصالية الجديدة والتطبيقات التكنولوجية التي تستخدمها في حياتك اليومية؟

الجدول 04: يمثل التطبيقات التكنولوجية والوسائط الاتصالية الجديدة المستخدمة

التطبيقات	التكرار	النسبة المئوية	التطبيقات	التكرار	النسبة المئوية
الفايس بوك	14	31.11	الايمو	1	2.22
التويتير	1	2.22	التيك توك	1	2.22
اليوتيوب	9	20	السكايب	1	2.22
الانستغرام	9	20	الوات ساب	1	2.22
المانسجر	2	4.44	لنكدان	1	2.22
الفاير	2	4.44	قوقل	1	2.22
سناب شات	2	4.44			
المجموع		45	%100		

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على إجابات أفراد عينة الدراسة

يمثل الجدول رقم (04) إجابات أفراد عينة الدراسة حول التطبيقات التكنولوجية والوسائط الاتصالية الجديدة المستخدمة حيث تكشف الأرقام أعلاه أن (الفايس بوك) جاء في المرتبة الأولى بـ (14) تكرار وبنسبة (31.11%)، وجاء في المرتبة الثانية موقعي (اليوتيوب) و(الانستغرام) وبنسبة (20%)، أما المرتبة الثالثة فكانت لـ (المانسجر) و(الفاير)، و(سناب شات) بنسبة (4.44%)، واحتل كل من (الإيمو)، (التيك توك)، (السكايب)، (الوات ساب)، (لنكدان)، (قوقل) المرتبة الأخيرة بنسبة (2.22%)، وما يفسر معي هذه النسب على هذا النحو وتصدر موقع الفايس بوك لها هو جملة المزايا والخصائص التي يتيحها هذا الموقع لمستخدميه.

وعليه فالشباب يقبلون على الأنترنت بحثاً عن فرص التعبير عن آرائهم والإفصاح عن اهتماماتهم، رغباتهم وميولهم. فهي جزء من مطالب حياتهم اليومية وضرورات الحياة المعاصرة، ويعتبرونها من الأدوات التكنولوجية العادية لأنه خلافاً عن الكبار فقد ولدوا وكبروا في ظلها، وهو ما تؤكدته دراسة (لولي، 2015)، حيث تبين من إجابات الشباب المستجوب أن الانترنت مطلب عصري بنسبة (61.4%) تساعد على البحث المعرفي، وتساعد كذلك على

التواصل مع الآخرين، فلم تعد الأنترنت مصدراً فقط للمعلومات المجردة، بل أضحت ساحة للتفاعلات والتجاذبات بين القيم الموجودة في المجتمع والقيم الجديدة. خاصةً الشبكات الاجتماعية المختلفة كشبكة (الفييس بوك): فهذا الأخير (الفييس بوك) من أكثر الشبكات الأكثر استعمالاً لدى الشباب.<sup>11</sup>

■ تحليل بيانات التساؤل الثاني: حول المحتويات المتابعة في التكنولوجيات مع التعليل؟

الجدول 05: يمثل المحتويات المتابعة عبر التكنولوجيات الحديثة وتطبيقاتها

النسبة المئوية	التكرار	المحتويات المتابعة
29.16	7	محتوى يدعو إلى تعزيز القيم الإيجابية
8.33	2	محتوى يتضمن التحرر من القيود المفروضة في المجتمع
4.16	1	محتوى يهدف إلى التخلي عن بعض القيم الأخلاقية
20.83	5	محتوى يهدف إلى تعزيز الثقافة الاستهلاكية
8.33	2	محتوى فكري هادف
29.16	7	محتوى قيمي ديني ثقافي
%100	24	المجموع

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على إجابات أفراد عينة الدراسة

يمثل الجدول رقم (05) المحتويات المتابعة عبر التكنولوجيات الحديثة تطبيقاتها بحيث يتضح من أرقام الجدول أن (محتوى يدعو إلى تعزيز القيم الإيجابية) و(محتوى قيمي ديني ثقافي) سجل أعلى نسبة (29.16%)، وفي المرتبة الثانية جاء (محتوى يهدف إلى تعزيز الثقافة الاستهلاكية) بنسبة (20.83%)، وجاء (محتوى يتضمن التحرر من القيود المفروضة في المجتمع) و(محتوى فكري هادف) في المرتبة الثالثة بنسبة (8.33%)، وفي المرتبة الرابعة والأخيرة (محتوى يهدف إلى التخلي عن بعض القيم الأخلاقية) بنسبة (4.16%)، وبينت عينة الدراسة نوعية المحتويات المتابعة بما يلي:

فيما يتعلق بـ (محتوى يدعو إلى تعزيز القيم الإيجابية): فهي مجالات تنشر بكثرة في أوساط التكنولوجيا الحديثة إضافة إلى وجود نخبة تجعلك تتابعها باهتمام، ومتابعة القيم الإيجابية خاصة التي تحث على القيادة.

(محتوى قيمي ديني ثقافي): من أجل كسب المعارف والثقافة حول العديد من الموضوعات، أما المحتوى الديني له دور في ابتعاد الشباب عن التفاهات والإباحية والعري، كما

يساعد على ظهور مبادئ جديدة، لأن معظم المحتويات الأخرى لا تكون ضمن اهتمامنا أو تخرج عن نطاق ثقافتنا وعاداتنا، المحتويات الثقافية للإنسان بطبعه فضولي ومحب للتعرف على الثقافات الأخرى والمحتوى الثقافي الأكثر انتشاراً على الانترنت. كون هذا النوع من المحتوى هادف يدعو للحفاظ على القيم الاجتماعية والدينية، ويحافظ على تماسك المجتمع وتطوره.

فيما يتعلق بـ (محتوى يتضمن التحرر من القيود المفروضة في المجتمع) للتخلص من سلطة المجتمع قليلاً والتحرر منها والشعور بالحرية وفعل ما أحبه. أما يتعلق بـ (محتوى يهدف إلى التخلي عن بعض القيم الأخلاقية) أتابعها للنقد. وفيما يتعلق بـ (محتوى يهدف إلى تعزيز الثقافة الاستهلاكية) لأنه يمكن الشخص من معرفة أشياء جديدة ومفيدة.

■ تحليل بيانات التساؤل الثالث: المتعلق بدور التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال في تعزيز الثقافة الاستهلاكية.

الجدول 06: يمثل التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال وتعزيزها للثقافة الاستهلاكية

المحتويات المتابعة	التكرار	النسبة المئوية
عززت	9	60
لم تعزز	6	40
المجموع	15	%100

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على إجابات أفراد عينة الدراسة

تشير النتائج أعلاه إلى أن (عززت) شكلت أعلى نسبة (60%)، تليها (لم تعزز) بنسبة (40%)، وترى العينة المستجوبة أنه فيما يخص التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال وتعزيزها للثقافة الاستهلاكية هي كالتالي:

- عززت الثقافة الاستهلاكية وبكثرة من خلال اللباس الذي نشاهده اليوم والذي أصبح غير محتشم لباس غربي ومن لم يساير المودة يصبح متخلف في نظر البعض، أيضاً عززتها بما فيها من انحلال أخلاقي واتباع للثقافة الغربية.
- ساعدت على ترويج الثقافة الغربية والانحراف الأخلاقي من أفعال مخالفة لديننا وثقافتنا التي تتمثل في التقليد الأعمى في اللباس والقيم وطرق المعيشة.

- لأن معظم مستخدمي التكنولوجيات الحديثة من فئة الشباب والتي يسهل التأثير فيها خاصة فيما تعلق باللباس والموضة، إضافة الى تفشي ظواهر كانت في الماضي القريب بعيدة كل البعد عن قيمنا وأعرافنا.

وهو ما أشارت إليه نتائج دراسة (دياب) فيما يتعلق بأثر التكنولوجيات الحديثة على القيم لدى الشباب الجزائري إذ رأت أن معظم هذه التقنيات تعتمد على صور ورموز ودلالات ومعاني تعبر عن الثقافة الغربية، كما تفيض بالعنف وتعلي من شأن القوة والقيم الاستهلاكية والروح الفردية والتي لا تتفق في أغلبها مع روح الثقافة العربية الإسلامية ومع المرجعيات الثقافية للمجتمع الجزائري،<sup>12</sup> وفي هذا المعنى يقول سمير نعيم: "يكتسب الشباب من خلال تعامله اليومي في المجتمع ومن خلال تجاربه ومشاهداته قيما هدامة تجعل من المال القيمة العظمى في الحياة بحيث تتوارى وراءه كل القيم الإنسانية فالشجاعة والشرف والتقدير والاحترام بل وحتى العلم والمعرفة كلها أشياء يمكن أن تشتري".<sup>13</sup>

وفيما يخص عدم تعزيز التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال للثقافة الاستهلاكية فكانت كالتالي: لم تعزز ذلك حيث لم تغير في قيمي وسلوكياتي، لم تعزز كل هذا لأنني متمسك بالمبادئ والاعراف والتقاليد السائدة في المجتمع، لا لم تعزز ذلك يجب أن تكون الثقافة الاستهلاكية متماشية مع قيم وعادات المجتمع الذي انتهى إليه فلا يمكن مثلاً لبس لباس فاضح أو تسريحات الشعر التي لا تتماشى وعاداتنا، لم تعزز التكنولوجيات الحديثة أي من الجوانب التي تخالف عاداتنا وتقاليدنا سواء الاستهلاكية أو الثقافية أو غيرها.

■ تحليل بيانات التساؤل الرابع: هل تعتقد أن ما يعرض عبر التكنولوجيات الحديثة بمختلف تطبيقاتها يؤثر على النسق القيمي السائد في المجتمع؟

الجدول 07: يمثل التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال وتأثيرها على النسق القيمي

النسبة المئوية	التكرار	المحتويات المتابعة
80	12	تؤثر
0	0	لا تؤثر
20	3	أحياناً فقط
%100	15	المجموع

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على إجابات أفراد عينة الدراسة

يمثل الجدول رقم (07) التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال وتأثيرها على النسق القيمي حيث تشير النتائج إلى أن (تؤثر) شكلت أعلى نسبة بـ (80%)، تليها (تؤثر أحياناً) بنسبة (20%)، ويأتي (لا تؤثر) في المرتبة الأخيرة إذ لم تسجل ولا نسبة. وبينت العينة المستجوبة تأثير هذه التكنولوجيات وفقاً للآتي:

- فيها ما يؤثر على النسق القيمي بالسلب والإيجاب ففهما ما يغرس القيم الجميلة ويقربنا من الدين والشريعة ومنها ما يعمل على انحلال الأخلاق وانحرافها خاصة المراهقين التي تؤثر عليهم بالدرجة الأولى، يؤثر بشكل كبير جداً خاصة في تهديم القيم وخلق تفرقة اجتماعية وأسرية في انهيار العلاقات الاجتماعية المختلفة، نعم تغير بالسلب أو الإيجاب، تؤثر على النسق القيمي لاختلاف الثقافات والعادات والتقاليد ومحاولة التحرر من الواقع المعيش، تؤثر بشكل كبير خاصة على فئة الشباب وهو ما نراه في حياتنا اليومية من تغيير في العديد من الأمور منها السلوكية والاستهلاكية والموضة التي تتعارض وقيمنا السائدة.

فللحصول على القبول الاجتماعي من طرف الرفاق، يعمل الشباب على خلق أسلوب حياة ينعكس مثلاً في نوع اللباس الذي يرتديه باسم الموضة، وفي هذا الشأن نجد الدكتور جمال لعبيدي يرى أن "موضة السراويل المتدلّية والممزقة التي يرتديها بعض الشباب، وغير ذلك من أحدث صراعات الموضة، تمرد على الواقع الاجتماعي الذي يعيشونه، وكذلك لأن الثقافة الاستهلاكية أول ما تتجه إليه هو "الشباب" فالاستهلاك يذكي "الموضات" ويشجع

علمها، ويضخم صورة الشخص الذي يساير الموضة ويلتزم بها، ومن ثم يتجه إلى الشباب، فيزودهم بموضات في الملابس، والإكسسوارات، وتصفيف الشعر، والأغاني... إلخ، ومع تبديل الموضات ومع الرغبة في مساهمة الموضة بتحقيق المبيعات، وتتدفق الأرباح<sup>14</sup>

في حين أشار بعض أفراد العينة إلى تأثير التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال وتأثيرها على النسق القيمي النسبي: ليس كل ما يعرض يؤثر على النسق القيمي للمجتمع أحيانا توجد محتويات تدعو إلى تعزيز القيم والأخلاق والمبادئ التي تتماشى مع عادات وتقاليد المجتمع.

■ تحليل بيانات التساؤل الخامس: حول القيم التي ظهرت مع استخدام هذه

التكنولوجيات والقيم التي اختفت بغض النظر عن سلبياتها وإيجابياتها.

الجدول 08: يمثل القيم التي ظهرت مع استخدام التكنولوجيات الحديثة والتي اختفت

المحتويات المتابعة	التكرار	النسبة المئوية
القيم التي ظهرت	15	65.21
القيم التي اختفت	8	34.78
المجموع	23	%100

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على إجابات أفراد عينة الدراسة

حسب إجابات عينة الدراسة فإن (القيم التي ظهرت) تأتي في المرتبة الأولى بنسبة (65.21 %). في حين سجلت نسبة (34.78 %) (القيم التي اختفت). وتمثلت القيم التي ظهرت وزاوجت بين السلب والإيجاب حسب المستجوبين في:

- قيم معرفية: تتمثل في سرعة التواصل والحصول على المعلومة في وقت قصير، انحلال الأخلاق وضعف في الدين فهناك من تخلى عن الدين أو كاد أن يتخلى وأصبح الدين سطحي، ومن القيم التي ظهرت قيم إيجابية غرس الدين من جديد، انتهاك الحرمات، الآفات الاجتماعية، تقليد الغرب خاصةً الموضة.

- القيم التي ظهرت قد تكون سلبية مثل التعامل بين الأفراد على نطاق واسع من العالم بهوية افتراضية كاذبة ومتصنعة، اندثار العلاقات الأسرية والتلاحم الأسري، التعصب للرأي، العزلة الاجتماعية والعقد النفسية (التوحد).

أما القيم التي اختفت: المحافظة على العادات والتقاليد، الحياء، المبادئ الأخلاقية من التكافل والتماسك بين أفراد المجتمع، اختفت روابط الأخوة، اختفت الحرمة، الشهامة، المصداقية، التواصل بين الأفراد على أرض الواقع.

وقد أشارت دراسة فهد بن علي الطيار (شبكات التواصل الاجتماعي وأثرها على القيم لدى طلاب جامعة الملك سعود) عن أثر شبكة التواصل الاجتماعي في تغيير القيم الاجتماعية لدى طلبة الجامعة تمثلت في أن استخدام الطالب الجامعي للشبكات الاجتماعية يعزز القدرة على مخاطبة الجنس الآخر بجرأة مما أدى إلى تكوين قيم جديدة تناقض قيم الأسرة، استخدام الطالب الجامعي لها يجعله يميل إلى تقليد الحياة الغربية من مأكّل ومشرب وملبس، وتتفق نتائج هذه الدراسة مع دراسة (سعيد 2005) التي أشارت إلى وجود تأثير للانترنت على القيم الخلقية للطلاب خاصة قيم (العدل، العفة، الأمانة الرحمة، الصدق، والحياء).<sup>15</sup>

■ تحليل بيانات التساؤل السابع: هل أحدثت التكنولوجيات الحديثة وتطبيقاتها تغييراً في سلوكياتك وقيمك الأخلاقية والثقافية؟ وكيف؟

الجدول 09: يمثل التكنولوجيات وتأثيرها على السلوكيات والقيم الأخلاقية والثقافية

المحتويات المتابعة	التكرار	النسبة المئوية
تؤثر	8	53.33
لا تؤثر	5	33.33
أحياناً فقط	2	13.33
المجموع	15	100%

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على إجابات أفراد عينة الدراسة

يمثل الجدول رقم (09) التكنولوجيات الحديثة وتأثيرها على السلوكيات والقيم الأخلاقية والثقافية حسب عينة الدراسة حيث توضح أرقام الجدول ما يلي: أن نسبة (53.33%) من عينة الدراسة أجابوا بـ (تؤثر)، ونسبة (33.33%) ترى (لا تؤثر)، بينما أجاب (13.33%) من المبحوثين بـ (أحياناً فقط)، وقد اتفقت أغلبية أفراد العينة على (تؤثر)، وذلك للتأثير الإيجابي المتمثل في اكتساب ثقافات جديدة، زيادة المعلومات، الحصول على معارف جديدة، ويعلل عدم تأثير التكنولوجيات الحديثة وعلى السلوكيات والقيم

الأخلاقية والثقافية على المستجوبين بالمحافظة على الأنساق القيمية والأخلاقية والمبادئ الراسخة في المجتمع.

## 2. النتائج العامة للدراسة

- أظهرت نتائج الدراسة طغيان العنصر الأنثوي حيث قدرت نسبته بـ (60%) من الطلبة المستجوبين، في مقابل عنصر الذكور الذي قدر بـ (40%).
- بينت نتائج الدراسة أن الفئة العمرية الأكثر استخداماً للتكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال هي فئة (من 18-23 سنة) كونها الفئة الأكثر ارتباطاً وانهماً بهذه التكنولوجيات ولتحقيق إشباعاتها.
- كشفت نتائج الدراسة أن طور اليسانس شكل نسبة كبيرة من العينة المبحوثة حيث قدر بـ (60%)، يليه طور الدكتوراه بنسبة (26.67%)، ثم طور الماستر الذي قدرت نسبته بـ (13.33%).
- يعتبر موقع الفايس بوك أول موقع تواصل اجتماعي يتم استخدامه من قبل المبحوثين بنسبة (31.11%)، يليه موقعاً اليوتيوب والانستغرام بنسبة (20%)، ثم الماسنجر والفايبر والسناپ شات بنسبة (4.44%).
- أظهرت نتائج الدراسة أن المحتويات والمضامين المتابعة من قبل عينة الدراسة عبر التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال وتطبيقاتها والمتمثلة في (محتوى يهدف إلى تعزيز القيم الإيجابية) تحتل المرتبة الأولى بنسبة (29.16%)، يليها (محتوى يهدف إلى تعزيز الثقافة الاستهلاكية) المقدر بـ (20.83%).
- بينت نتائج الدراسة فيما يخص مدى اسهام التكنولوجيات الحديثة في تعزيز الثقافة الاستهلاكية من خلال جملة المؤشرات المقدمة لدى عينة الدراسة حيث ترى نسبة (60%) أنها عززت هذه الثقافة من خلال الموضة واللباس الفاضح، الترويج للقيم الغربية والانحلال الأخلاقي، والقيم المنافية للعادات والتقاليد المجتمعية إلى جانب أفعال منافية للأنساق القيمية للمجتمعات.
- أبانت نتائج الدراسة فيما يخص التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال وتطبيقاتها وتأثيرها على النسق القيمي للمجتمع أن عينة الدراسة أشارت إلى وجود تأثير سلبي وإيجابي، فمن هذا الأخير وهو قليل جداً تعزيز القيم والمبادئ التي تتماشى والمجتمع، في

مقابل العديد من التأثيرات السلبية ومنها انهيار العلاقات الاجتماعية، أفعال منافية للعادات والتقاليد، العزلة، تهديد القيم، التقليد الأعمى، محاباة القيم الغربية.

- كما كشفت نتائج الدراسة أن القيم التي ظهرت مع استخدام التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال وتطبيقاتها تتمثل في قيم سلبية وأخرى إيجابية؛ حيث تمثلت الإيجابية في التواصل مع الآخرين، قيمة معرفية الحصول على المعلومات بسرعة، أما القيم السلبية فتمثلت في انتهاك الحرمة والخصوصيات، الآفات الاجتماعية، اندثار العلاقات الأسرية والتلاحم الأسري، إلى جانب العزلة الاجتماعية والتعصب للرأي. وتمثلت القيم التي اختفت نتاج استخدام هذه التكنولوجيات في التكافل الاجتماعي، روابط الأخوة، الحرمة، الشهامة، المصداقية، الحياء.

- كما أبانت نتائج الدراسة بخصوص التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال وتأثيراتها على السلوكيات والقيم الأخلاقية والثقافية أن عينة الدراسة ترى أنها (تؤثر) حيث جاءت بنسبة (53.33%) وبينت طبيعة هذا التأثير المتمثلة في التأثير الايجابي.

- وعليه فإن التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال بمختلف تطبيقاتها عملت على التغيير القيمي للشباب، وهذا التغيير تجسد على مستويين اثنين إيجابي وسلبي، تمثل الأول في بروز قيم إيجابية خاصة على المستوى العلمي والمعرفي والثقافي والاجتماعي فقد أسهمت هذه التكنولوجيات في إتاحة مساحة واسعة في الجانب المعرفي، وخاصة التواصل والتفاعل مع الآخرين على الجانب الاجتماعي. في حين عملت في الجانب السلبي على تغيير العديد من القيم المستمدة من صميم المجتمع كالتقليد للقيم الغربية والاستئناس بها، وبروز الثقافة الاستهلاكية على جوانب عدة وكسر الطابوهات نتاج مما تحويه من سموم وسهام موجبة لإضعاف الشباب بعيداً عن الرقابة الذاتية والأسرية واختفاء قيم الحياء والحشمة. وهو ما يثبت الفرضية القائلة بأن التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال تعمل على تغيير النسق القيمي للشباب الجزائري. وفرضية تشكل التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال ملمحاً جديداً لثقافة استهلاكية وتمجيد القيم المادية لدى الشباب. انطلاقاً مما توصلت إليه مجمل نتائج الدراسة.

وهكذا فإن تكنولوجيات الإعلام والاتصال الحديثة قد عززت العديد من القيم التي تتنافى والنسق القيمي للمجتمع الجزائري على وجه الخصوص، وكما هو معلوم فإن فئة الشباب هي الفئة الأكثر تأثراً بمضامين وسائل الإعلام الجديدة وأكثرها تبنياً للقيم

الجديدة على اختلافها التي تؤثر بصورة أو بأخرى على القيم المكتسبة من خلال مؤسسات التنشئة الاجتماعية، وفي الوقت ذاته ساهمت في ظهور قيم جديدة أفادت عينة الدراسة في جوانب عدة.

## خاتمة

وهذا يمكن القول أن ما يعيشه الفرد اليوم من ثورات تكنولوجية ورقمية كانت لها انعكاسات جمة على المنظومة الاجتماعية والقيمية للمجتمعات حيث أصبحت مهددة لقيم الكثير من الأفراد وبالأخص الفئات الشبانية، والشباب الجزائري لم يكن بمنأى عن هذه التغيرات التي أثرت على قيمه حيث استبدل بعض القيم الأصيلة بقيم قادمة من وراء البحار محاكاةً للقيم الغربية، خاصة الثقافة الاستهلاكية والتي أسهمت فيها تكنولوجيات الإعلام والاتصال والوسائط الجديدة بشكل كبير في إطار ما سمي بالعملة الإعلامية، مع غياب ترشيد استخدام هذه الوسائل باعتبارها القوة الناعمة التي يسعى من خلالها الغرب إلى تهديم قيم الشباب وابعادهم عن قيمهم المستمدة من مجتمعاتهم وبيئتهم العربية الإسلامية. كما لا ننفي في هذا الإطار جملة التأثيرات الإيجابية التي أفرزتها هذه التكنولوجيات على الجانب القيمي والثقافي والاجتماعي، إلى جانب وعي بعض المبحوثين بجملة التأثيرات الإيجابية والسالبة التي أفرزتها وهو ما أبانت عنه النتائج المتوصل إليها في الدراسة.

وانطلاقاً مما تقدم توصي الدراسة بالآتي:

- ترشيد استخدام التكنولوجيات الحديثة ومختلف وسائلها وتطبيقاتها وترشيد مدة الاستخدام تجنباً للإدمان على هذه الوسائل.
- إجراء بحوث ودراسات تهدف للوقوف على التأثيرات الممكنة والمحتملة لهذه التكنولوجيات على التحصيل العلمي للطبة خاصة المدمنين عليها بسبب تزايد الاستخدام نتاج التقانة التي تطالعنا بها كل لحظة.
- ضرورة المحافظة على المبادئ والقيم المجتمعية واستخدام هذه التكنولوجيات بما يعود بالنفع على الفرد والمجتمع.
- ضرورة استشعار الرقابة الذاتية والأسرية لما تفرزه هذه الوسائل والتكنولوجيات من تأثيرات سلبية على القيم الدينية والأخلاقية والثقافية.

- ضرورة استحداث مقاييس خاصة بالتربية على وسائل الإعلام الرقمية في الجامعات وعلى مختلف المستويات مما يساهم في الوقوف على التعامل مع هذه الوسائل بطريقة إيجابية وتجنب كل مما من شأنه أن يؤثر على القيم والسلوكيات.
- الاستثمار الأمثل للتكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال لترسيخ المبادئ القيم والترويج للثقافة العربية الإسلامية كمواجهة للثقافة الاستهلاكية الغربية المناسبة عبر هذه التكنولوجيات.

## قائمة المراجع

- [1] أحمد بن مرسل، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ط4، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2010.
- [2] أحمد، بلول، بركة حميدة، أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي كوسيلة اتصالية إعلامية على الشباب الجامعي (دراسة ميدانية على عينة من الشباب الجامعي بجامعة أبو القاسم سعد الله)، مجلة آفاق للعلوم، جامعة زيان عاشور، الجلفة، المجلد 1، العدد 3، 2016.
- [3] الطيار، فهد بن علي، "شبكات التواصل الاجتماعي وأثرها على القيم لدى طلاب الجامعة توتير نموذجاً (دراسة تطبيقية على طلاب جامعة الملك سعود)"، المجلة العربية للدراسات الأمنية والتدريب، المجلد 31، العدد 61، 2014.
- [4] حسيبة لولي، "الشباب ومظاهر التغير في ظل العولمة"، مجلة دراسات اجتماعية، مركز البصيرة للبحوث والاستشارات التعليمية بالجزائر، العدد 18، 2015.
- [5] خليفة محمد فتحي، "أثر الإعلام الجديد على سلوكيات وقيم جمهور الشباب الجزائري دراسة ميدانية على عينة من جمهور شباب طلبة جامعة سعيدة"، مجلة حقائق للدراسات النفسية والاجتماعية، جامعة زيان عاشور، الجلفة، الجزائر، العدد 2.
- [6] شهرزاد سوفي، إعلانات قناة mbc وأثرها على جمهور الطلبة الجامعيين الجزائريين، دراسة مسحية في ضوء نظرية الحتمية القيمية في الإعلام، (رسالة ماجستير) في علوم الإعلام والاتصال، قسم العلوم الإنسانية، شعبة علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية والإسلامية، جامعة باتنة، 2013، 2014.
- [7] ضريف، عبد الرحمان، الفاييس بوك وتأثيره على القيم الاجتماعية لدى الطلبة الجامعيين (دراسة ميدانية لطلبة جامعة الطاهر مولاي بسعيدة طلبة ماستر علوم الإعلام والاتصال نموذجاً)، (مذكرة ماستر) تخصص صحافة مكتوبة، قسم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة الطاهر مولاي بسعيدة، 2016، 2017.

- [8] نزهة عثمانية، تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية للطلبة الجامعيين (دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة المسيلة)، مذكرة ماستر، قسم علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، 2016، 2017.
- [9] فوزية دياب، القيم والعادات الاجتماعية - مع بحث ميداني لبعض العادات الاجتماعية-. دار النهضة العربية، بيروت، لبنان، 1980.
- [10] محمد أحمد بيومي، القيم وموجهات السلوك الاجتماعي، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 2006.
- [11] محمد المهدي بن عيسى، إيناس بوسحلة، "الدراسات السوسولوجية في الجزائر بين التحليل الكمي والكيفي"، مجلة الباحث في العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، الجزائر، العدد 24، 2016.
- [12] نواصرية حميدة. "أثر الإعلام الجديد على قيم الشباب دراسة ميدانية من منظور الحتمية القيمية في الإعلام على شباب مدينة برج بوعرييج". مجلة آفاق للعلوم، جامعة زيان عاشور الجلفة، الجزائر، مارس 2019.

## الهوامش

- <sup>1</sup> محمد المهدي بن عيسى، إيناس بوسحلة، "الدراسات السوسولوجية في الجزائر بين التحليل الكمي والكيفي"، مجلة الباحث في العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، العدد 24، 2016، ص 189.
- <sup>2</sup> أحمد بن مرسل، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ط4، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2010، ص ص 197، 198.
- <sup>3</sup> نزهة، عثمانية، تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية للطلبة الجامعيين (دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة المسيلة)، مذكرة ماستر، قسم علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، 2016، 2017، ص ص 1-60.
- <sup>4</sup> ضريف، عبد الرحمان، الفايس بوك وتأثيره على القيم الاجتماعية لدى الطلبة الجامعيين (دراسة ميدانية لطلبة جامعة الطاهر مولاي بسعيدة طلبة ماستر علوم الإعلام والاتصال نموذجاً)، (مذكرة ماستر) تخصص صحافة مكتوبة، قسم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة الطاهر مولاي بسعيدة، 2016، 2017، ص ص 1-177.
- <sup>5</sup> أحمد، بلول، بركة حميدة، (2016). أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي كوسيلة اتصالية إعلامية على الشباب الجامعي (دراسة ميدانية على عينة من الشباب الجامعي بجامعة أبو القاسم سعد الله)، مجلة آفاق للعلوم، جامعة زيان عاشور، الجلفة، المجلد 1، العدد 3، 2016، ص ص 28-39.
- <sup>6</sup> خليفة محمد فتحي، "أثر الإعلام الجديد على سلوكيات وقيم جمهور الشباب الجزائري دراسة ميدانية على عينة من جمهور شباب طلبة جامعة سعيدة"، مجلة حقائق للدراسات النفسية والاجتماعية، جامعة زيان عاشور، الجلفة، الجزائر، العدد 2، ص 198.

- <sup>7</sup>نواصيرية حميدة. "أثر الإعلام الجديد على قيم الشباب دراسة ميدانية من منظور الحتمية القيمية في الإعلام على شباب مدينة برج بوعريريج". مجلة آفاق للعلوم، جامعة زيان عاشور الجلفة، الجزائر، مارس 2019، ص 93.
- <sup>8</sup> شهرزاد سوفي، إعلانات قناة mbc وأثرها على جمهور الطلبة الجامعيين الجزائريين، دراسة مسحية في ضوء نظرية الحتمية القيمية في الإعلام، (رسالة ماجستير) في علوم الإعلام والاتصال، قسم العلوم الإنسانية، شعبة علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية والإسلامية، جامعة باتنة، 2013، 2014، ص 75.
- <sup>9</sup> خليفة محمد فتحي، مرجع سابق، ص 198.
- شهرزاد سوفي، مرجع سابق، ص 76، 77.<sup>10</sup>
- <sup>11</sup> حسيبة لولي، (2015)، "الشباب ومظاهر التغير في ظل العولمة"، مجلة دراسات اجتماعية، مركز البصيرة للبحوث والاستشارات التعليمية بالجزائر، العدد 18، ص 85.
- <sup>12</sup> فوزية دياب، القيم والعادات الاجتماعية - مع بحث ميداني لبعض العادات الاجتماعية-، دار النهضة العربية، بيروت، لبنان، 1980، ص 76.
- <sup>13</sup> محمد أحمد بيومي، القيم وموجبات السلوك الاجتماعي، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 2006، ص 95.
- <sup>14</sup> حسيبة لولي، مرجع سابق، ص 79، 80.
- <sup>15</sup> الطيار، فهد بن علي، "شبكات التواصل الاجتماعي وأثرها على القيم لدى طلاب الجامعة تويتر نموذجاً (دراسة تطبيقية على طلاب جامعة الملك سعود)"، المجلة العربية للدراسات الأمنية والتدريب، المجلد 31، العدد 61، 2014، ص 220.