



الإعلام الجديد وتأثيره على المنظومة القيمية للشباب الجزائري

«دراسة نظرية تحليلية»

د. بومنقار مراد
أ. حواسنية شهرزاد

227

ملخص:

يهدف هذا البحث إلى إبراز تأثير الإعلام الجديد على المنظومة أو النسق القيمي للشباب بصفة عامة و الشباب الجزائري بصفة خاصة. حيث يشهد العالم اليوم تحولات كبيرة في مختلف المجالات العلمية و التقنية و التكنولوجية، تمخضت عنها تغيرات طالت حياة الأفراد والمجتمعات العربية و الإسلامية من كل النواحي ، من أهمها الإعلام الجديد new media ، الذي كان له الأثر البارز في تلك التغيرات، خاصة على فئة الشباب باعتبارها المتفاعل الأكبر معه . فاختزل بذلك عاملي الزمان والمكان وأفسح لهما الطريق للتواصل وتبادل الأفكار والثقافات ، مما أثر على قيمهم بصفتهما المكون الجوهرية لكل ثقافة و أنساقها المختلفة، فظهرت بعض القيم الدخيلة والمستحدثة التي لا تمثل هوية المجتمع العربي الإسلامي، بالإضافة على تغير في ترتيب قيم المجتمع الجزائري أو الشباب الجزائري .

الكلمات المفتاحية : الإعلام الجديد ،منظومة القيم ، الشباب الجزائري.

● جامعة عنابة- الجزائر

● جامعة عنابة- الجزائر

مقدمة :

يعيش المجتمع اليوم مجموعة من التطورات والتحولت في مختلف مجالات وميادين الحياة، العلمية والاجتماعية والثقافية وغيرها. من بينها التحولات الكبرى الحاصلة في مجال تكنولوجيا الاتصال، حيث انتقلت أدوات ووسائل الاتصال المختلفة من السلطة والمؤسسات الإعلامية إلى الجمهور، ولم تبق حكرًا على جهة معينة. هذا بعد التزاوج الحاصل بين مختلف وسائل الاتصال والإعلام القديمة وتكنولوجيات الإعلام الحديثة والوسائل المتعددة والكمبيوتر والانترنت، وولدت ما يطلق عليه مصطلح الإعلام الجديد، الذي يعتبر مصطلحاً حديث العهد يجمع بين القديم والحديثة في مجال الإعلام والاتصال ، هذا الأخير الذي أثر على كل مجالات حياة الأفراد والمجتمعات خاصة بعد إقبال الأفراد عليه، وأصبح متاحاً في كل وقت ومكان، و اتسامه بصفة الحرية ورفع الضوابط الرقابية و القيود التي كانت موجودة سابقاً ،مما جعله محركاً مستمراً لهذا المجتمع وأدى مباشرة إلى التأثير في قيم الأفراد وتوجهاتهم ومعاييرهم وأنماط معيشتهم، فانتشار الإعلام الجديد أدى من ناحية إلى ظهور بعض القيم الدخيلة والمستحدثة ، التي لا تتناسب مع المجتمع، كذلك من ناحية أخرى إعادة ترتيب النسق القيمي للأفراد من خلال فرض بعض القيم التي كانت -ربما- في ذيل النسق القيمي لديهم، مما يؤثر على الحياة الاجتماعية ككل . وخاصة في مجتمعنا العربي الإسلامي ، يبقى دائماً الإعلام الجديد و التطورات الحاصلة في مختلف وسائل الإعلام ، يمثل تهديداً بالنسبة له و يشكل تقاطعاً مع المبادئ و القيم التي استمدتها من الفكر الإسلامي .لذلك أصبح تناول الإعلام الجديد وكيفية تأثيره في منظومة قيم للأفراد، دوراً مهماً من أجل الوقوف على إيجابياته وتدعيمه، ومعرفة سلبياته و محاولة تجنبها من خلال التوعية بأخطاره، وإيجاد سبل مناسبة لمواجهته.و خاصة بالنسبة للشباب بكونهم يمثلون النسبة الأكبر في المجتمع، ونتيجة لهذا الإعلام والتقدم ازداد التواصل فيما بينهم كثيراً عن ذي قبل، وأصبح صوتهم مؤثراً.

مفهوم الإعلام الجديد :

بداية لابد من توضيح أن مصطلح الإعلام الجديد هو مصطلح حديث العهد، لم يجد تعريفاً واحداً بين منظري العلوم الإنساني، نظراً لتداخل الآراء والاتجاهات في دراسته، فقد عكس هذا المصطلح في بداياته التطور التقني الكبير الذي طرأ على استخدام تكنولوجيا الصوت والصورة في الإعلام، ولاحقاً بعد ثورة الانترنت، أطلق على كل ما يمكن استخدامه من قبل الأفراد

والجماعات على هذه الشبكة العنكبوتية العملاقة.

ومن تعريفات الإعلام الجديد :

- تعريف قاموس التكنولوجيا الرقمية: «اندماج الكمبيوتر وشبكات الكمبيوتر والوسائط المتعددة».
- عرفه ليستر: «هو مجموعة تكنولوجيات الاتصال التي تولدت من التزاوج بين الكمبيوتر والوسائط التقليدية للإعلام، والطباعة والتصوير الفوتوغرافي والصوت والفيديو».
- وسائل الإعلام التي تعتمد على الحاسب الآلي في إنتاج وتخزين وتوزيع المعلومات، وتقدم ذلك بأسلوب ميسر وبسرعة منخفضة، وتصنف التفاعل المباشر، وتلتزم من المتلقي انتباها، وتدمج وسائط الإعلام التقليدية، أو هو كل أنواع الإعلام الرقمي الذي يقدم في شكل تفاعلي.
- هو الذي تولد من التزاوج ما بين تكنولوجيات الاتصال والبث الجديدة والتقليدية مع الكمبيوتر وشبكاته.⁽¹⁾

يتميز الإعلام الجديد أيضا بأنه إعلام متعدد الوسائط «MultiMedia» وهذا يعني أن المعلومات يتم عرضها في شكل مزيج من النص والصورة والفيديو مما يجعل المعلومة أكثر قوة وتأثيرا، هذه المعلومات هي معلومات رقمية يتم إعدادها وتخزينها وتعديلها ونقلها بشكل إلكتروني.⁽²⁾

وعليه يمكن تعريف الإعلام الجديد على أنه: جميع الوسائط والتقنيات الحديثة التي بدأت بعد اختراع الانترنت ، التي مكنت الأفراد من الاتصال والتواصل، بطريقة سهلة وسريعة وتبادل الأفكار والآراء بين كل أنحاء العالم بطريقة تفاعلية فأصبح هناك إرسال جماهيري واستقبال جماهيري ، فكل شخص هو المرسل والمستقبل ، لكون يتميز بأنه متاح لجميع أفراد المجتمع، وليس حكر على نخبة أو جهة معينة .

أسماء الإعلام الجديد :⁽³⁾

لقد تعددت أسماء الإعلام الجديد، ولم تقف كذلك على اسم موحد، ومن هذه الأسماء :

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

2. **الإعلام التفاعلي:** طالما توفرت حالة من العطاء والاستجابة بين المستخدمين لشبكة الانترنت والتلفزيون والراديو التفاعليين وغيرهم من النظم الإعلامية التفاعلية.
3. **الإعلام الشبكي:** على خطوط الاتصال بالتركيز على تطبيقاته في الانترنت وغيرها من الشبكات.
4. **إعلام المعلومات:** للدلالة على التزاوج بين الكمبيوتر والاتصال وعلى ظهور نظام إعلامي جديد يستفيد من تطور تكنولوجيا المعلوماتية ويندمج فيها.
5. **إعلام الوسائط المتعددة:** حالة الاندماج التي تحدث داخله بين النص والصورة والفيديو.

وسائل الإعلام الجديد : تعددت وسائل الإعلام الجديد وتنوعت نذكر أهمها :

- مواقع الشبكات الاجتماعية : الفيس بوك ، ماي سبيس
- المدونات ، الوكي ، المنتديات ، ومجتمعات المحتوى : موقع يوتيوب ، تويتر

سلبيات الإعلام الجديد :⁽⁴⁾

- صعوبة الوثوق والتحقق من صحة ومصداقية كثير 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.
- 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.

تقسيمات الإعلام الجديد :⁽⁵⁾

- يمكن تقسيمه إلى الأقسام الأربعة الآتية:
- الإعلام الجديد القائم على شبكة الانترنت وتطبيقاتها وهو جديد كلياً بصفات وميزات

- غير مسبوقه وهو ينمو بسرعة وتتولد عنه مجموعة من التطبيقات لا حصر لها.
- الإعلام الجديد القائم على الأجهزة المحمولة .
- نوع قائم على منصة الوسائل التقليدية مثل الراديو والتلفزيون التي أضيفت إليها ميزات جديدة مثل التفاعلية والرقمية والاستجابة للطلب.

كيف سيطر الإعلام الجديد على الأزمنة الأخرى :

إن الزمن الإعلامي المعاصر تنصهر فيه معظم الأزمنة الأخرى التالية: زمن القراءة، زمن الاستماع، زمن المشاهدة وزمن التصفح أو الإبحار عبر الشبكة العنكبوتية. وهذه كلها عبارة عن أزمنة إعلامية تتنافس في ما بينها حتى تحتل مكانة لائقة لدى الفرد المستخدم. ويتضح كافتراض أولي أنّ زمن المشاهدة التلفزيونية وزمن الإبحار في شبكة الإنترنت يعملان تدريجاً في القضاء على الأزمنة الأخرى: القراءة والاستماع... إن وسائل الإعلام هي التي أوجدت هذه الأزمنة الإعلامية، فظهور الكتابة قديماً أوجد في الإنسان زمن القراءة، وهكذا انتشرت القراءة مع ظهور الكتاب وأصبحت القراءة جماهيرية مع ظهور الطباعة ومن ثم المجلة والجريدة. وفي الثلاثينيات من القرن الماضي، عندما ظهرت الإذاعة و المذياع أوجدت في الفرد زمناً إعلامياً جديداً، يقوم على حاسة السمع وهو زمن الاستماع، الذي قلل بعض الشيء من الزمن الأول أي زمن القراءة. وفي الخمسينيات من القرن الفائت، عندما ظهر التلفزيون أوجد في الإنسان زمناً إعلامياً واسعاً هو زمن المشاهدة، الذي قلل بعض الشيء من الزمنين السابقين، زمن القراءة وزمن الاستماع. ومع ظهور الكمبيوتر وشبكة الإنترنت أوجد في الإنسان زمناً جديداً هجيناً هو زمن التصفح أو الإبحار، وتنصهر في هذا الزمن الإعلامي الأزمنة السابقة كلها بنوع من السطحية. (6)

القيم :

القيمة في اللغة :

جاء في المعجم الوسيط أن قيمة الشيء هي قدره وان قيمة المتاع هو ثمنه، ويقال ما فلان قيمة أي ماله ثبات ودوام على أمر. وجاء في القاموس المحيط، والقيمة بالكسرة واحدة القيم، وماله قيمة إذ لم يدم على شيء، وقومت السلعة أي ثمنت، واستقام أي اعتدل. وجاء في لسان العرب: القيمة واحدة القيم والقيمة ثمن الشيء، والتي تقوم مقامه. وبذلك نجد أن معاني القيمة اللغوية تتفق على الاستقامة والاعتدال وتشير إلى الثبات الدوام النسبي. (7)

تورد المعاجم اللغوية مجموعة من الدلالات لكلمة «قيمة» وجمعها «قيم» وتظهر الأصول اللغوية

أن كلمة القيمة مشتقة من الفعل «قوم» الذي تتعدد موارده ومعانيه فقد استخدمت العرب هذا الفعل ومشتقاته للدلالة على معان عدة يعنيها منها ثلاثة هي: ⁽⁸⁾

1. **الديمومة والثبات:** وهو ما يشير إليه أصل الفعل «قوم» لأنه يدل على القيام مقام الشيء يقال: «ما له قيمة» إذ لم يدم على الشيء، ولم يثبت عليه ومنه قوله عز وجل ﴿أَلَا إِنَّ الظَّالِمِينَ فِي عَذَابٍ مُّقِيمٍ﴾ الشورى الآية 45 أي دائم، وقوله ﴿إِنَّ الْمُتَّقِينَ فِي مَقَامٍ أَمِينٍ﴾ الدخان الآية 51 أي في مكان تدوم إقامتهم فيه»
2. **السياسة والرعاية:** ومنه ما قالته العرب عن الذي يرفع القوم ويسوسهم فالقيم: السيد وسائس الأمر، والرجل «قيم أهل بيته وقيامهم يقوم بأمرهم».

3. **الصلاح والاستقامة:** فالشيء القيم ماله قيمة بصلاحه واستقامته، ومنه قوله عز وجل ﴿قُلْ إِنِّي هَدَانِي رَبِّي إِلَى صِرَاطٍ مُسْتَقِيمٍ دِينًا قِيمًا مِلَّةَ إِبْرَاهِيمَ حَنِيفًا﴾ الأنعام الآية 161 أي مستقيماً، وأورد الراغب أن الدين القيم هو الثابت المقوم لأمر الناس ومعاشهم «و أمر قيم مستقيم، وخلق قيم حسن، ودين قيم مستقيم لا زيغ فيه، وكتب قيمة مستقيمة تبين الحق من الباطل» ﴿وَذَلِكَ دِينُ الْقِيَمَةِ﴾ البينة الآية 5.

القيمة في الاصطلاح: يصعب الوقوف على الدلالات الاصطلاحية للقيمة وما تتضمنه من معان عند من يستعملونها كافة، فقد تناولها العلماء والدارسون بالتحليل والتفسير، والبيان، الأمر الذي تمخضت عنه وجهات نظر متعددة، شارك فيها الفلاسفة والتربويون وعلماء الاجتماع والسياسة.

وفي هذا الصدد يشير ديوي (Dewey) إلى سعة التنوع والاختلاف الذي صاحب موضوع القيم بقوله: «إن الآراء حول موضوع القيم تتفاوت بين الاعتقاد من ناحية، بأن ما يسمى قيماً ليس في الواقع سوى إشارات انفعالية، و مجرد تعبيرات صوتية، وبين الاعتقاد في الطرف المقابل بأنها المعايير العقلية الضرورية التي يقوم على أساسها كل من الفن والعلم والأخلاق» ⁽⁹⁾

ويري (Amdit) أن معظم مفاهيم القيم تقع في فئتين الأولى، تعرف القيمة على أنها شيء أو ملكية أو ما يرتبط به الموضوع معين كما هي الحال في علم الاقتصاد، والثانية ترى أن القيمة هي نشاط يحدث في ذهن الفرد، أي أنها عملية ذهنية ترتبط بتكوين اختبارات. ⁽¹⁰⁾ والقيمة لدى كرتش وآخرين عبارة عن معتقد يتعلق بما هو جدير بالرغبة، وهذا المعتقد يفرض على صاحبه مجموعة من الاتجاهات التي تعبر عن هذه القيمة. ويرى سميث أن القيمة تطلق على كل ما هو

جدير باهتمام الفرد لاعتبارات مادية أو معنوية أو اجتماعية أو أخلاقية أو دينية أو جمالية . ويعرف ليببت القيمة بأنها معيار للحكم يستخدمه الفرد أو الجماعة من بين عدة بدائل في مواقف تتطلب قرارا أو سلوكا معينا.⁽¹¹⁾ و ذكر زاهر أن القيمة هي مجموعة الأحكام المعيارية المتصلة بمضامين واقعية، يتشربها الفرد من خلال تفاعله مع المواقف والخبرات المختلفة و يشترط أن تنال قبولا من جماعة اجتماعية تتجسد في سياقات الفرد السلوكية أو اللفظية.⁽¹²⁾

ولتوضيح مفهوم القيم في مايلي بيان ثلاث اتجاهات رئيسية تم التعامل معها :
أ. النظر إلى القيم باعتبارها مجموعة من المعايير التي يحكم بها على الأشياء بالحسن والقبح .

ب. النظر إلى القيم باعتبارها تفضيلات يختارها الفرد.

ت. النظر إلى القيم باعتبارها حاجات، ودوافع، واهتمامات، واتجاهات و معتقدات وترتبط بالفرد.⁽¹³⁾

وعليه ومن خلال التعاريف السابقة يمكن القول بأن القيم هي :

نسق القيم : أو المنظومة القيمية :

يعتبر مفهوم النسق (يترجم بالمنظومة) من المفاهيم الأساسية، فنحن على حد تعبير وليمز في حاجة إلى دراسة الظواهر من خلال مصفوفة العمليات أو الظواهر المرتبطة فيما بينها، وذلك لتقديم صورة كاملة عن هذه الظواهر، وفهم دور كل منها في علاقته بالآخر. ويقصد بنسق القيم: مجموعة القيم المترابطة ،التي تنظم سلوك الفرد وتصرفاته ويتم ذلك غالبا دون وعي الفرد، وبتعبير آخر هو عبارة عن الترتيب الهرمي لمجموعة القيم التي يتبناها الفرد أو أفراد المجتمع و يحكم سلوكه أو سلوكهم دون وعي منهم .⁽¹⁴⁾

ويقصد به الترتيب الهرمي لمجموعة من القيم المترابطة التي تحكم وتنظم سلوك الفرد، وفي الوقت نفسه فإن تلك القيم يعتنقها الفرد ،ويتم ترتيب تلك القيم حسب أهميتها بالنسبة للفرد أو الجماعة ولا يمكن دراسة أي قيمة بمعزل عن القيم الأخرى ،ومن خلال ذلك يتضح أن النسق بناء منظم بصورة شاملة لقيم الفرد تظهر فيه القيم بصورة مترابطة بحيث تمثل كل قيمة في هذا النسق عنصرا فعلا وحيويا من عناصره وتتفاعل هذه العناصر بصورة مجمعة من أجل امتداد الفرد بخدمة أو وظيفة محددة.⁽¹⁵⁾

ويشكل مجموع القيم في مجتمع ما منظومة قيمية بغض النظر عما بينهما من تكامل أو

تناقص. هذه المنظومة القيمية تكون جزءاً مهماً من الإطار المرجعي للسلوك الإنساني، وبذلك تؤثر في اختيار الأهداف وتحديد الوسائل والأساليب المؤدية إليها وهي من جهة أخرى تمثل نسقاً من المقاييس التي من خلالها يتم الحكم على الأشياء وعلى سلوك الأفراد والجماعات، وتحديد الجزاءات المناسبة على ذلك السلوك.⁽¹⁶⁾

وعليه فإن منظومة القيم هي مجموع قيم مجتمع معين، والتي تمثل المرجع الذي يحتكم إليه المجتمع في الحكم على الأشياء، والإطار العام الذي يوجه سلوك المجتمع نحو السلوك الصحيح.

خصائص القيم: ⁽¹⁷⁾

1. تصطبغ القيم بالصبغة الاجتماعية: فهي تنطلق من إطار اجتماعي محدد وعلى أساسها يتم الحكم على سلوك الأفراد لأنها تنال قبول من المجتمع.
2. تتصف القيم بالذاتية: إذ يحس كل شخص منا بالقيم على نحو خاص به والإنسان هو الذي يحمل القيمة ويخلعها على الأشياء.
3. تتصف القيم بأنها نسبية: من حيث الزمان والمكان فما يعتبر مقبولاً في عصر من العصور، لا يعتبر كذلك في أي عصر آخر. وما يعتبر مناسباً في مكان ما قد لا يكون كذلك في مكان آخر.
4. تتسم القيم بالهرمية: إذ إنها ترتب عند كل شخص ترتيباً متدرجاً في الأهمية و بحسب الأهمية والتفصيل لكل فرد، وعلى هذا يمكننا القول أن لدى كل فرد نظاماً للقيم يمثل جزءاً من تكوينه النفسي الموجه لسلوكه.
5. تتصف بالقابلية للتغير: على الرغم من أن القيم تتصف بالثبات النسبي إلا أنها قابلة للتغيير بتغير الظروف الاجتماعية. لأنها انعكاس لطبيعة العلاقات الاجتماعية ونتاج لها.
6. تتصف القيم بالعمومية: بحيث تشكل طابعاً قومياً عاماً ومشتركاً بين جميع الطبقات.
7. القيم مثالية: لأنها ليست شيئاً بأية حال، وإن كانت الأشياء هي التي تحملها.

مكونات القيم: ⁽¹⁸⁾

تحتوي القيم من منظور روكيتش على ثلاثة عناصر لا يمكن فصل إحداها عن الأخرى لأنها تندمج وتتداخل لتعبر في النهاية عن وحدة الإنسان والسلوك فهي تحتوي على ثلاثة عناصر مثلها مثل الاتجاهات والمعتقدات وهي:

1. **المكون المعرفي:** والذي يتضمن إدراك موضوع القيمة وتمييزه عن طريق العقل أو التفكير ومن حيث الوعي بما هو جدير بالرغبة و التقدير ، ويمثل معتقدات الفرد وأحكامه وأفكاره ومعلوماته عن موضوع القيمة ، أو بمعنى آخر وضع أحد موضوعات التفكير على بعد أو أكثر من أبعاد الحكم .
2. **المكون الوجداني:** ويتضمن الانفعال بموضوع القيمة أو الميل إليه أو النفور منه ، وما يصاحب ذلك من سرور و ألم ، وما يعبر عنه من حب و كره أو استحسان و استهجان و كل ما يثير إلى المشاعر الوجدانية و الانفعالات التي توجد لدى الشخص نحو موضوع القيمة .
3. **المكون السلوكي:** ويشير إلى استعدادات الشخص و ميوله للاستجابة و إخراج المضامين السلوكية للقيمة في التفاعل الحياتي المعاش وكل ما يتضمن السلوك الحركي الظاهر للتعبير عن القيمة عن طريق الوصول إلى الهدف، أو الوصول إلى معيار سلوكي معين. وقد يتمثل في النوايا والمقاصد السلوكية كما يطلق عليها بعض المفكرين، والقيم بناء على هذا التصور تقف كمتغير وسيط أو كمعيار مرشد للسلوك أو الفعل.

تصنيف القيم: (19)

1. **على أساس الشدة :** نجد القيم المثالية: التي تحدد ما يجب أن يكون. و القيم التفضيلية: التي تحدد ما يفضل أن يكون. و القيم الملزمة: هي الأمرة الناهية وتحدد ما هو صحيح أو خطأ في ضوء العادات والأعراف والعادات السائدة.
2. **على أساس مدى الشبوع :** نجد القيم العامة: التي يتسم بها أفراد مجتمع ما (وهو موضوع اهتمام علماء الاجتماع). و القيم الخاصة: لأفراد فئة عمرية أو تعليمية معينة (وهو موضوع اهتمام علماء النفس).
3. **على أساس المضمون أو المحتوى :** وهنا نجد غالبا ستة أنواع:
 - **القيم النظرية :** وتنعكس في ميل الفرد للكشف عن الحقيقة والنظرة المعرفية النقدية للأشياء .
 - **القيم الاقتصادية:** حيث اهتمام الفرد بما هو نافع، والحصول على الثروة و المادة والنظرة العملية.
 - **القيم الجمالية:** وهي اهتمام الفرد بالجوانب الجمالية، من حيث الشكل والتناسق وتذوق الجمال والإبداع الفني.

- **القيمة الاجتماعية:** وتنعكس في مساعدة الآخرين و تقديم العون لهم وتكوين عديد من العلاقات الاجتماعية.
- **القيمة السياسية:** ومن مظاهرها الاهتمام بالنشاط السياسي وحل مشكلات الآخرين.
- **القيمة الدينية:** تتمثل في اتباع تعاليم وأحكام الدين في كل النواحي.
- 4. **على أساس المقصد :** وهنا نجد القيم الوسيطة أو الوسطية: التي تعد وسائل لغايات أبعد. و القيم الغائية أو النهائية: التي تعد غاية في حد ذاتها.

أهمية القيم :

أهمية القيم للفرد :

للقيم دور مهم في توجيه سلوك الفرد والجماعة، فهي تقوده إلى إصدار الأحكام على الممارسات العلمية التي يقوم بها، وهي الأساس السليم لبناء تربوي متميز، كما أنها تسهم في تشكيل الكيان النفسي للفرد لأنها:

تزود الفرد بالإحساس بالغرض لكل ما يقوم به وتساعد في توجيهه للوصول نحو ذلك الغرض.

- تهيئ الأساس للعمل الفردي والجماعي الموحد
- تتخذ كأساس للحكم على سلوك الآخرين
- تمكن الفرد من معرفة ما يتوقعه من الآخرين ، و ماهي ردود أفعالهم .
- توجد لدى الفرد القدرة على الإحساس بالصواب والخطأ.
- تساعد الفرد على تحمل المسؤولية تجاه حياته ليكون قادرا على تفهم كيانه الشخصي والتمعن في قضايا الحياة التي تهمة و تؤدي إلى الإحساس بالرضى.⁽²⁰⁾
- وعلى المستوى الفردي أيضا نجد أن المرء في حاجة ماسة في تعامله مع الأشخاص والمواقف والأشياء إلى نسق (أو نظام) للمعايير والقيم يعمل بمثابة موجهاً لسلوكه وطاقاته ودوافع نشاطه. وبديهي أنه إذا غابت هذه القيم أو تضاربت فإن الإنسان يغترب عن ذاته وعن مجتمعه ويفقد دوافعه للعمل و يقل إنتاجه و يضطرب.⁽²¹⁾

أهمية القيم للمجتمع :

- القيم تحفظ للمجتمع بقاءه و استمراريته.

- القيم تحفظ للمجتمع هويته وتميزه.
 - القيم تحفظ المجتمع من السلوكيات الاجتماعية و الأخلاقية الفاسدة⁽²²⁾
- وعلى المستوى الجماعي فإن أي تنظيم اجتماعي في حاجة إلى نسق للقيم يشابه تلك الأنساق القيمية الموجودة لدى الأفراد يضمه أهدافه و مثله العليا التي عليها تقوم حياته و نشاطاته وعلاقاته. فإذا ما تضاربت هذه القيم أو لم تتضح، فإنه سرعان ما يحدث الصراع القيمي والاجتماعي الذي يدفع بالتنظيم الاجتماعي إلى التفكك والانحيار.⁽²³⁾

الإعلام الجديد والقيم:

يعيش العالم العربي على فوهة ثورة إعلامية، مكنت الجمهور من الولوج إلى خيارات واسعة لم تكن مفتوحة له من قبل، هذا التطور الإعلامي أسهم في منافسة المؤسسات الاجتماعية التقليدية في التأطير الفكري والثقافي داخل المجتمع، عبر توسيع دائرة الخيارات ومصادر تلقي المعرفة، و بناء التصورات الفكرية و القيمية. هذه التعددية في مصادر إنتاج القيم والتي لعب الإعلام دورا محفزا في تكريسها كانت لها انعكاسات على المنظومة القيمية للشباب، وأسهمت في بروز أنماط جديدة من العالقة مع المرجعية والهوية.⁽²⁴⁾

و لعصر المعلومات عموما ولمجتمع المعلومات خصوصا آثاره وتأثيراته الاجتماعية والنفسية والأخلاقية والقانونية و غيرها. فسيل المعلومات يؤثر على الإنسان، وعالمه الروحي يؤثر على ثقافته الشخصية وسلوكيته على نمط استهلاكه وإنتاجه. فللحاسوب الشخصي آثاره وأبعاده الاجتماعية على الرغم من احتمال استخدامه فرديا فقط ولكن في عالم مفتوح وغير منغلق على ذاته، بحكم منطق الأمور في عصر المعلومات وبحكم واقع الحال.⁽²⁵⁾ فالطفل أو الشاب عندما يكون بمفرده في غرفته أمام حاسوبه أو هاتفه، يجعل أولياءه وعائلته في حالة اطمئنان عليه، في اعتقادهم أن ابنهم أمام أعينهم بعيداً كل البعد عن أية مشاكل أو صراعات أو أصحاب السوء أو غيرها من الأمور التي يتخوف الآباء منها على أبنائهم. لكن الشيء الخطير و غير الواضح هو أن اكبر خطر قد يواجه الابن هو ذلك الحاسوب، لأنه من خلاله يكون على اتصال بعالم مفتوح على كل الاحتمالات، بواسطة الانترنت ومختلف وسائل الإعلام الجديد من مواقع تواصل اجتماعي وغيرها، تجعله عرضة لمختلف التأثيرات السلبية، من محاولة فرض نمط معين من الحياة وقيم مختلفة عن تلك التي نشأ عليها. خاصة مع غياب مراقب لجودة المحتوى، ولا مدقق لغوي كما في الكتب والمجلات والصحف ولا حاكم في هذا العالم الخيالي. فتغير فيه تدريجيا

وبطريقة غير مباشرة ،ففي البداية ممكن أن يواجهها بالرفض وعدم القبول لكن بعد كثرة التعرض لأمر ما تصنع له مناعة في رد الفعل وفي إنكارها، ويبدأ يظهر للطفل أنه شيء عادي، في ظل قوة تأثير وسائل الإعلام الجديد و ما تتميز به من قدرة سحرية على الإقناع والجذب، خاصة مع الطرق الجديدة والجذابة المتبعة في العرض والتي تبهر المتلقي، فتتكون لدى الفرد قيم جديدة عليه، تحل محل قيمه القديمة النابعة من مجتمعه وأسرته ودينه.و بسبب مختلف التغيرات التي تعرضت لها المجتمعات المحافظة نتيجة للتقدم العلمي والتكنولوجي والذي مس مختلف مجالات الحياة، يقع الشباب الجزائري فريسة لدوامه الصراع القيمي، بين القيم القديمة والموروثة من المجتمع وبين القيم التي تبناها الإعلام الجديد ويعمل على غرسها في الأوساط الاجتماعية .

فتنامي وسائل الإعلام الحديثة و الفضائيات و المواقع الإلكترونية كان لها تأثير على مستوى تعدد مرجعيات استقبال المعلومة ، مما كان له انعكاس على مستوى السلوكات الاجتماعية و تغيير أنماط السلوك، فالإعلام لا يهدف إلى صياغة العواطف والتأثير على المعارف فحسب ، بل لديه رغبة في التأثير على السلوك . حتى أنه لم يعد المسجد والأسرة المصدرين الأساسيين أو الوحيدين في إنتاج المعرفة والقيم كما كان سابقاً، بل أصبح منافسا من طرف التلفاز أولا ثم المواقع الإلكترونية ثانيا و غيرها من وسائل الإعلام الجديد المختلفة. (26) خاصة إذا كان تأثير الإعلامي في الماضي يتجلى في الصوت والخطبة، فإنه في هذا العصر يظهر في الصورة العادية والملونة والناطقة والمتحركة، يضاف إلى ذلك فن الإخراج والتصوير مما يجعل أثر الإعلام كثيرا على المجتمع والأفراد سلبيا أو إيجابيا .ولا شك فإن للإعلام دوره في الصراعات الفكرية السياسية والاقتصادية في الشرق والغرب ومن هنا تأتي أهميته وخطورته. (27)

فما يشاهده الشباب العربي على شاشات السينما والتلفزيون وأشرطة الفيديو، وما يقرؤونه في الصحف والمجلات العربية والأجنبية، ينعكس على واقعهم الحياتي والاجتماعي، ويؤثر في سلوكهم وتصرفاتهم. فهم عرضة لسيل من الأفلام والبرامج والصور المستوردة، التي تعكس تقاليد المجتمعات الغربية وقيمها، فظهرت بين شباب الوطن تسريجات الشعر الطويل وتقليد مغني الديسكو والروك، في لباسهم الضيق والكعب العالي، والاحتفاظ بصور ممثلات السينما ذوي الأجسام الرشيقة والفساتين القصيرة، إلى غير ذلك من التقاليد والصراعات التي تظهر وتختفي ثم تعود لتظهر ثانية في المجتمعات الغربية. وأصبحت الصور والأفكار التي تنقلها هذه

الأفلام مثالا يحتذى به بين الكثير من شباب الوطن العربي.⁽²⁸⁾ ففي مجتمعنا الجزائري اليوم أصبح معظم الشباب سريعي التأثر بما يشاهدونه في الإعلام، يحاولون مقارنة ذلك العالم الخيالي والافتراضي أو على شاشات التلفزيون مع حياتهم الواقعية، فأصبحت لديهم رغبة في عيش تلك الحالة التي يشاهدونها، فانتشر نمط من اللباس لا يمثل هويتنا الإسلامية غابت فيه قيم احترام الأب و الأخ والعم والخال، فأصبح اللباس يعبر عن غياب قيم الحياء والعفة، و بروز قيم التبرج المستمدة من الإعلام و البرامج والمسلسلات، بالإضافة إلى تحرر المرأة بطريقة سريعة، وتبنت كثيراً من القيم الغربية المستحدثة، حتى أصبحت تنافس الرجل في كل مهامه، فأصبح اليوم في مجتمعنا عمل المرأة شيئاً إجبارياً و ضرورياً، واتصالها بالطرف الآخر من الرجال أمراً عادياً، وتكوين علاقات و صداقات معهم دون أي صلة قرابة بينهم، بل و بفضل مواقع التواصل الاجتماعي أصبح الرجال على اتصال مع النساء من كل أنحاء العالم، هذا عكس ما كان عليه مجتمعنا في الماضي حين كان من غير الممكن على المرأة الاتصال بأي شخص غريب عنها، فقد تغيرت المفاهيم ولم يعد محرماً خارج الحدود الشرعية، أصبح يعبر عنها على أنها علاقة صداقة فقط . وفي الوقت الذي كان ينظر فيه إلى تعليم المرأة على أنه قيمة سلبية، وبفضل ما يبثه الإعلام من شعارات التشجيع والتأثير أصبح ينظر إليه كقيمة إيجابية ، إضافة إلى ذلك انتشار تسريحات شعر غريبة، تعكس ثقافة غريبة ، وأكثر من ذلك حتى في طريقة التفكير وهذا أخطر تأثير للإعلام الجديد فأصبح الشاب يحتكم في تفسير الأمور إلى قيم مغايرة تماماً عن قيم دينه ومجتمعه ، قيم مستمدة من الأفلام ومواقع التواصل الاجتماعي وغيرها . كل هذه التغيرات انتشرت في المجتمع بطريقة كبيرة ، فقلبت المفاهيم و غيرت، مثلاً أصبح يطلق على الربا فائدة أو عائد استثماري ، علاقة المرأة مع الرجل علاقة صداقة وأخوة ، اللباس الفاضح والعري بالموضة إلى غير ذلك ، وغرست في أذهان الجيل الصاعد لينشأ عليها ويكبر على أنها مبادئ و مسلمات سليمة وصحيحة.

الإعلام الجديد وتأثيره على المنظومة القيمية للشباب الجزائري :

لكل مجتمع في هذه المعمورة مبادئ ومثل وقيم وركائز وأخلاق ثابتة يقوم عليها كيانه و بنيانه وتؤسس عليها حضارته وتراثه، والمجتمع العربي جزء لا يتجزأ من هذا المجتمع . وتمثل العقيدة الإسلامية أهم تلك القيم والمبادئ الكبرى التي يقوم عليها كيانه.⁽²⁹⁾ فالانتشار الواسع للإعلام الجديد بمختلف وسائله في الجزائر، وخاصة في الأعوام القليلة الماضية، و التي تزامنت مع

انتشار التقنية الجديدة للانترنت وهي الجيل الثالث والجيل الرابع، أصبح الانترنت في كل منزل تقريبا، ودخول مضامينها، حياة الأفراد، نتج عنه تغيير في النسق القيمي للمجتمع، دون الحديث هنا عن القصدية أو غير القصدية أو على دراية من طرف هذا المجتمع أو بطريقة غير مباشرة ودون الانتباه لذلك، الشيء الأهم والملاحظ هنا هو قدرته على التأثير على قيم المجتمع ولعبه الدور كبير في استئصال بعضها، ونشر قيم جديدة وتحويلها إلى قيم ثابتة من المنظومة القيمية للمجتمع. من خلال تنمية أنماط تفكير جديدة ومهارات وقدرات جديدة لغير ذلك، وكذلك إعادة الترتيب القيمي للشباب، بجعل بعض القيم التي كانت مترتبة على عرش الترتيب في آخر الترتيب وأخرى تصعد لتصبح من بين أهم القيم في المجتمع، مثل القيم الاقتصادية والمادية التي أصبحت تقريبا هي أول القيم في النسق القيمي لمعظم الأفراد والمجتمعات في كل المجالات، من خلال طغيان الجانب المادي على المعنوي، فجعل الإعلام الجديد القيم المادية والاقتصادية هي المسيطرة، و الآمرة والناهية. وأصبح الإنسان يقيم من خلال ما يملك ومن خلال جمال مظهره وما بحوزته. مما أدى إلى تصدع القيم الدينية الإسلامية واحتلالها ذيل الترتيب في مجتمعنا. فأصبح مثلا أول ما يسأل عنه إذا تقدم أحدهم لخطبة فتاة هو ماذا يملك؟ وهل لديه منزل خاص أو لا، وحتى نوع العمل أصبح معياراً لاختيار الزوج فليس كل عمل مقبول، بعدها إذا توفرت كل هذه الشروط ربما ينظر إلى أخلاقه وتربيته ودينه. وبفضل الإعلام الجديد ومختلف وسائله انتشرت ثقافة واحدة وعممت على كل المجتمعات دون مراعاة خصوصية أي مجتمع. كذلك القيم الجمالية التي أصبحت بارزة بشكل ملفت للانتباه، بل وباهتمام مفرط أحيانا، فالتركيز على الشكليات أصبح منتشر بشكل غريب في كل المجالات، سواء في العمل أو في البيت أو في الأفراح والمناسبات وأصبحت تظهر في المجتمع كافتاء آخر أنواع الهواتف النقالة، والسيارات وديكور المنازل وغيرها.

وفي المجال الاجتماعي يمكن الحديث عن مظاهر التغير القيمي من حيث فتور في العلاقات الاجتماعية، والانتقال من العائلة الممتدة إلى الأسرة الصغيرة، وانتشار ملحوظ لقيم الفردية، وظهور عادات وقيم اتصالية واجتماعية جديدة، إضافة إلى إعادة تكوين أو تشكيل بناء الأسرة الجزائرية، وظهور أساليب عيش جديدة قريبة من التوجه الغربي أكثر منه الشرقي الإسلامي. وتعتبر قيم الفردية⁽³⁰⁾ من بين أبرز القيم التي نجح الإعلام الجديد فيها، وخاصة شبكات التواصل الاجتماعي هي زرعها لدى الشباب الجزائري، بحيث أصبح الفرد دائما وحيدا حبيس

عرفته مع هاتفه أو حاسوبه ، ففضى على قيم الجماعة والتقارب والاتصال في ما بين المجتمع عامة أو الأسرة خاصة ، وجعلها في ذيل ترتيب النسق القيمي للفرد. فزيادة على أن هذا العصر قضى على الأسرة الممتدة الكبيرة وحلت محلها الأسرة الصغيرة و النواة، فالإعلام ذهب أكثر من ذلك إلى تفكيك الأسر الصغيرة في حد ذاتها، فبالكاد الأبناء يتصلون في ما بين بعضهم بعضاً أو يجتمعون مع أولياءهم ويتحاورون كما في السابق، حتى على مائدة الطعام أصبح كل فرد من العائلة يأكل بمفرده وينام بمفرده إلى غير ذلك. تحولت حياته إلى عزلة اجتماعية عن محيطه الاجتماعي، ومغلق عليه في عالم الأصدقاء الوهميين ، حتى أن هناك من شبه المنازل بالفنادق فحتى المعايدة في المناسبات والأعياد أصبحت عبر الفايسبوك والسكايب وغيرها ... فنجد عادات و تقاليد اندثرت وأساليب جديدة استحدثت.

كما أن التحولات التي يشهدها العالم في مجال الاتصال والمواصلات والإعلام خصوصاً، حملت معها عدداً من القيم الجديدة غير المرغوب فيها، التي رسخت سلوكات وتصرفات لا تخدم المصالح الوطنية، والتي ينبغي دون شك وضع حد لها، فالشباب الجزائري المثقف اليوم وباعتراف من وزير الفلاحة مؤخراً خلال مؤتمر صحفي بقسنطينة يعزف عن خدمة الأرض وتربية الماشية وهجر قطاع الفلاحة، ويعود ذلك في نظرنا إلى الصورة التي رسمتها وسائل الإعلام لهذا الشاب عن الفلاح، الذي يظهر في وسائل الإعلام غالباً على أنه الجاهل والمنغلق على نفسه وحياته، وعلى أنه الذي لا يجيد إلا التعامل مع البهائم، وفي المقابل كان من المفروض أن يعمل الشاب الجزائري المثقف لاسيما المتخصص في الهندسة الزراعية، على إقحام التقنيات العلمية في هذا المجال والعمل على تطوير هذا القطاع كغيره من القطاعات الأخرى. تدر عليه أموالاً كبيرة. وبالتالي قيم العمل وحب العمل قد طمست بفعل هذا الطرح الإعلامي الوافد، وحسب أجدادنا، فإن الرجل لا يتعفف عن العمل النبيل، فالمهم حقيقة هو ابتغاء الكسب الحلال، لكن مقارنة مع الوقت الحالي هل هي القيم نفسها؟ فمعروف أن المجتمعات الإنسانية القديمة تناقلت قيمها عبر تناقل التراث الثقافي من جيل إلى جيل، لكن الإشكال وقع لما أصبح الإعلام بوسائله المختلفة هو الذي ينقل التراث الثقافي بالشكل الذي جعل قيماً معينة تخفت وأخرى تطفئ وتظهر.⁽³¹⁾ فضرب مباشرة قيم الأفراد والمجتمعات العربية والمسلمة من خلال نشر مختلق القيم الغربية البعيدة عن ديننا وتاريخنا، تحت غطاء التقدم وتغير الأزمان والأوقات، فنجد معظم شبابنا اليوم يتبنى قيماً ويصدر سلوكات لا تمت لمجتمعنا بصلة، وعند

سؤاله تكون أول إجابته لقد تغير الوقت ولم نعد نعيش في الماضي، فتغيرت مختلف عاداتنا وتقاليدينا ونمط معيشتنا وأعيد تركيب قيمنا من جديد. بما يخالف في معظم الأحيان تعاليم ديننا الإسلامي ومجتمعنا العربي .

و الواقع الإعلامي في العالم العربي هذا الذي يزيد الوضع سوءاً، لما تلعبه المنظومة الإسلامية في العالم العربي الإسلامي، من أحداث ومؤثرات سلبية للغاية في عالم القيم في مسارات استبدالها بقيم تغريبية، حيث حتى هذه اللحظة لم تتمكن المنظومة الإعلامية من تقديم أدواتها الإيجابية في مسارات القيم والتنشئة الاجتماعية والأخلاقية من حيث الفاعلية والتداخل وخدمة كل منهما للآخر ايجابياً، على اعتبار أن وسائل الإعلام في أي مجتمع هي الوسائل الناقلة لأنماط التفكير والمعرفة والقيم والسلوك، وبالتالي فهي تساهم في خلق جانب كبير من الثقافة الاجتماعية وطريقة حياة أي شعب أو مجموعة سكانية معينة ، فمن المهام الإعلامية تدعيم المعايير الاجتماعية من خلال تسليط الضوء على مساحات العقوبة التي يتعرض لها الخارجين عن هذه المعايير ، في المجتمع، الذي يحترم الفضيلة ويقدرها حتى يتشكل رأي عام سلبي تجاههم، ينفر من الاحتذاء بهم في السلوك ويعلي القيمة ، ويحط من شأن هؤلاء الخارجين عن الاعتبارات الأخلاقية في المجتمع.⁽³²⁾

خاتمة :

وعموماً يمكن القول إن القيم اليوم تأثرت وتغيرت بطريقة كبيرة ، ومن الصعب جداً حصر كل ما طرأ عليها من تغيرات على جميع الصعد، وليس الإعلام الجديد هو العامل الوحيد المؤثر في هذه القيم، لكن يعتبر العامل الأكثر بروزاً في هذا التأثير ، لكن هذا أيضاً لا يجعلنا نحكم على الإعلام الجديد بأنه يعمل من جانب سلبي فقط ، ولا يمكننا كذلك إنكار تأثيره من الجانب الإيجابي على حياة الأفراد والمجتمعات. فمن خلاله أصبح هناك سهولة في الحصول على المعلومة ، و جعل العالم قرية صغيرة ،فسهل عملية الاتصال مع أي نقطة في بقاع العالم ، فضلاً عن التكنولوجيات الحديثة، التي دلت العديد من الصعوبات كان يعيش فيها الإنسان، لذلك يجب على الشباب العربي أن يعي جيداً كيف يتعامل مع هذا الإعلام، ويحاول قدر المستطاع الاستفادة القصوى منه مع العمل على مواجهة كل محاولات في التأثير على قيمه ومعاييره، ويحاول جعله إعلاماً هادفاً يشجع على أفكار تتلاءم مع الثقافة الخاصة بكل مجتمع وأن يكون إعلاماً محفزاً ومعززاً لها وليس العكس.

قائمة الهوامش :

1. نسرين حسونة ، الإعلام الجديد المفهوم والوسائل و الخصائص والوظائف، شبكة الألوكة، ص1.
<http://www.alukah.net/culture/0/67973> ، بتاريخ 2016/08/4 ، بتوقيت 13:45
2. مريم بلخضر ، سلمى بورنان، دور الفيسبوك في نشر الوعي البيئي ،إشراف دهيمي زينب ،قسم الإعلام والاتصال، جامعة قاصدي مرباح ،ورقطة، 2015، ص 24-25.
3. نسرين حسونة ، مرجع سبق ذكره، ص3.
4. نسرين حسونة ، المرجع السابق، ص ص13-14 .
5. صالح محمد علي أبو جادو ، سيكولوجية التنشئة الاجتماعية ، دار المسيرة ، للنشر والتوزيع ، عمان ، ط6، 2006، ص79.
6. نصير بوعلي ، مفاهيم نظرية الحتمية القيمية في الإعلام عند عبد الرحمن عزي مقارنة نقدية ،كلية الاتصال جامعة الشارقة، ص ص 98-99 .
<http://www.caus.org.lb/PDF/EmagazineArticles/> mustaqbal_422_nasir_bou_ali.pdf ، بتاريخ 2016/08/14 ، بتوقيت 17:15
7. نورهان منير حسن فهمي ،القيم الدينية للشباب من منظور الخدمة الاجتماعية،المكتب الجامعي الحديث ، الإسكندرية ، 1999، ص ص 31-32.
8. ماجد زكي الجلاد ، تعلم القيم وتعليمها تصور نظري وتطبيقي لطرائق واستراتيجيات تدريس القيم، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان ، ط1 ، 2005 ، ص 19.
9. ماجد زكي الجلاد، المرجع نفسه، ص 20.
10. شعبان على حسين السيبي ، علم النفس أسس السلوك الإنساني بين النظرية والتطبيق ، المكتب الجامعي الحديث، 2009، ص193.
11. خليل عبد الرحمن المعاينة ، علم النفس الاجتماعي ،دار الفكر للطباعة والنشر ، عمان، ط1، 2000، ص185.
12. صالح محمد علي أبو جادو ، سيكولوجية التنشئة الاجتماعية ، دار المسيرة ، للنشر والتوزيع ، عمان ، ط6، 2006، ص 205.
13. ماجد زكي الجلاد، مرجع سبق ذكره، ص 21.
14. معتز سيد عبد الله، عبد اللطيف محمد خليفة، علم النفس الاجتماعي، دار الغريب للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة، 2001، ص ص 371-372.

15. ضياء زاهر، القيم في العملية التربوية، إشراف احمد حسين اللقاني، مؤسسة الخليج العربي، القاهرة، ط2، 1926، ص9.
16. محمد سعد زغلول، مكارم حلمي أبو هرجة، مناهج التربية الرياضية المدرسية الموجهة قيمية في مواجهة انعكاسات عصر العولمة، مركز الكتاب للنشر، القاهرة، ط1، 2005، ص22.
17. صالح محمد علي أبو جادو، سيكولوجية التنشئة الاجتماعية، دار المسيرة، للنشر والتوزيع، عمان، ط6، 2006، ص208.
18. محمود فتحي عكاشة، محمد شفيق زكي، علم النفس الاجتماعي، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، ط1، 1997، ص ص 240-241.
19. معتز سيد عبد الله، عبد اللطيف محمد خليفة، مرجع سبق ذكره، ص ص 370-371.
20. خليل عبد الرحمن المعايطه، مرجع سبق ذكره، ص188.
21. سميشي وداد، الصحفيون الجزائريون ومصادر المعلومات الإلكترونية، رسالة ماجستير، إشراف صالح بن نوار، قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة منتوري، قسنطينة، 2010، ص73.
22. ضياء زاهر، إشراف أحمد حسين اللقاني، القيم في العملية التربوية، مؤسسة الخليج العربي، القاهرة، ط2، 1986، ص8.
23. ماجد زكي الجلاد، مرجع سبق ذكره، ص ص 44-45.
24. مراد زعيمي، علم الاجتماع رؤية نقدية، مؤسسة زهراء للفنون المطبعية، الجزائر، 2004، ص184.
25. محمد مصباح، الإعلام الجديد والعولمة وتحدي خصخصة القيم، مؤسسة دراسات وأبحاث، ص1. <http://www.mominoun.com/pdf/2014-11/546dc48b0da191988632398.pdf>، بتاريخ 2016/08/1، بتوقيت 16:20.
26. محمد مصباح، مرجع سبق ذكره، ص3-4.
27. منير ناصر، الترفيه بين وسائل الإعلام ودوره في شغل أوقات الفراغ لدى الشباب، الرياض، ط1، 1988، ص14.
28. منير ناصر، المرجع نفسه، ص34.
29. راشد الراجح الشريف، دور الإعلام في ترسيخ القيم الكبرى للمجتمع العربي الإسلامي، المركز العربي للدراسات الأمنية والتدريب، الرياض، ط1، 1988، ص13.
30. نصر الدين بوزيان، الإعلام والتغير القيمي بين الموجود والمنشود، مجلة العلوم الاجتماعية العدد (8)، د/ص. <http://revues.univ-setif2.dz/index.php?id=188>، بتاريخ 2016/08/15، بتوقيت 23:31.

31. نصر الدين بوزيان، المرجع السابق، د/ص.
32. سعاد جبر سعيد، القيم العالمية وأثرها في السلوك الإنساني، جدار للكتاب العالمي، عمان، ط1، 2008، ص34.

قائمة المراجع :

1. خليل عبد الرحمن المعايطة ، علم النفس الاجتماعي ، دار الفكر للطباعة والنشر، عمان، ط1، 2000.
2. راشد الراجح الشريف، دور الإعلام في ترسيخ القيم الكبرى للمجتمع العربي الإسلامي، المركز العربي للدراسات الأمنية والتدريب ، الرياض ، ط1، 1988.
3. سعاد جبر سعيد، القيم العالمية وأثرها في السلوك الإنساني، جدار للكتاب العالمي، عمان، ط1، 2008.
4. شعبان على حسين السيسى، علم النفس أسس السلوك الإنساني بين النظرية والتطبيق، المكتب الجامعي الحديث، د/ط ، 2009.
5. سميشي وداد ، الصحفيون الجزائريون ومصادر المعلومات الإلكترونية، رسالة ماجستير، إشراف صالح بن نوار، قسم علوم الإعلام والاتصال ، جامعة منتوري ، قسنطينة، 2010.
6. صالح محمد علي أبو جادو ، سيكولوجية التنشئة الاجتماعية ، دار المسيرة ، للنشر والتوزيع ، عمان ، ط6، 2006.
7. ضياء زاهر، القيم في العملية التربوية، إشراف أحمد حسين اللقاني ، مؤسسة الخليج العربي، القاهرة، ط2، 1926.
8. ماجد زكي الجلال ، تعلم القيم وتعليمها تصور نظري وتطبيقي لطرائق واستراتيجيات تدريس القيم، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة ، عمان ، ط1، 2005 .
9. محمد سعد زغلول، مكارم حلمي أبو هرجة ، مناهج التربية الرياضية المدرسية الموجهة قيومية في مواجهة انعكاسات عصر العولمة ، مركز الكتاب للنشر، القاهرة ، ط1، 2005 .
10. محمود فتحي عكاشة، محمد شفيق زكي، علم النفس الاجتماعي ، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، ط1، 1997 .
11. محمد مصباح، الإعلام الجديد والعولمة وتحدي خصخصة القيم، مؤسسة مؤمنون بلا حدود للدراسات والأبحاث، <http://www.mominoun.com/pdf/11-546dc48b0da191988632398.pdf> ، بتاريخ 2016/08/1، بتوقيت 16:2.

12. مراد زعيمي، علم الاجتماع رؤية نقدية، مؤسسة زهراء للفنون المطبعية، الجزائر، د/ط، 2004.
13. مريم بلخضر، سلمى بورنان، دور الفيسبوك في نشر الوعي البيئي، إشراف دهيمي زينب، قسم الإعلام والاتصال، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2015.
14. معتز سيد عبد الله، عبد اللطيف محمد خليفة، علم النفس الاجتماعي، دار الغريب للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة، د/ط، 2001.
15. منير ناصر، دور الإعلام في توجيه الشباب، الترفيه بين وسائل الإعلام ودوره في شغل أوقات الفراغ لدى الشباب، الرياض، ط1، 1988.
16. نسرین حسونة، الإعلام الجديد المفهوم والوسائل و الخصائص والوظائف، شبكة الألوكة .
<http://www.alukah.net/culture/0/67973> بتاريخ 2016/08/4، بتوقيت 13:45.
17. نصر الدين بوزيان، الإعلام والتغير القيمي بين الموجود والمنشود، مجلة العلوم الاجتماعية، العدد 08، 2009، <http://revues.univ-setif2.dz/index.php?id=188> ، بتاريخ 2016/08/15، بتوقيت 23:31.
18. نصير بوعلي، مفاهيم نظرية الحتمية القيمية في الإعلام عند عبد الرحمن عزى مقارنة نقدية، كلية الاتصال جامعة الشارقة. http://www.caus.org.lb/PDF/EmagazineArticles/mustaqbal_422_nasir_bou_ali.pdf، بتاريخ 2016/08/14، بتوقيت 17:15.
19. نورهان منير حسن فهمي، القيم الدينية للشباب من منظور الخدمة الاجتماعية، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، د/ط، 1999.