

أثر استخدام الانترنت على القيم لدى الطلبة الجامعيين الجزائريين

-دراسة ميدانية-

**The effect of the use of the internet on the values among
The students of the university: A field study**

د/ بورحلة سليمان *

الملخص:

يعتبر الطلبة فئة مميزة في أي مجتمع، بل هم أكثر فئات المجتمع نشاطاً، ومصدراً من مصادر التغيير الاجتماعي والثقافي والسياسي، وهذا بحكم أنهم يتواجدون في الجامعات بأعداد هائلة لتحصيل العلم والمعرفة وتنمية وتطوير الخبرات التي تؤهلهم للنهوض بمسؤوليات بناء المجتمع في المستقبل، كما تعد القيم الضابط والمعياري الأساسي للسلوك الفردي والاجتماعي لهؤلاء الطلبة، ولا يمكن تحديد أهدافهم إلا عن طريق القيم، الأمر الذي يؤكد الحاجة إلى أهمية القيم وتنميتها ودراستها عند الطلبة.

وهذا ما دفعنا في هذه الدراسة إلى البحث عن أثر استخدام الانترنت على القيم لدى الطلبة الجامعيين ممثلين في طلبة جامعة المسيلة، واستخدم الباحث المنهج الوصفي معتمداً بالأساس على تصميم استمارة الاستبيان من أجل جمع المعلومات والحقائق المرتبطة بالدراسة، وهذا بالإضافة إلى أداتي الملاحظة والمقابلة، وخلصت الدراسة إلى عدة نتائج أبرزها أن الانترنت بمستوياتها الاتصالية المختلفة أصبحت تشكل مصدراً من مصادر حصولهم على المعلومات والأخبار، ومصدراً من مصادر التفاعل الاجتماعي، كما توظف بمستوى أقل في البحث العلمي والتحصيل الدراسي، وهذا ما انعكس على منظومة القيم، لكن لم تؤثر عليها سلباً وإنما أكدت الدراسة على مقدرتها (أي الانترنت) على الارتباط بالقيم محل الدراسة إذا كانت محتويات الاستخدام ايجابية، وسلبية إذا كانت أنماط التعرض سلبية، لكنها أثرت على إعادة ترتيبها للقيم لديهم تبعاً لأفضليتها ومستوى أهميتها في الوقت الراهن، أي بما يتوافق مع ثقافة العصر (إعادة صياغة النسق القيمي الخاص بالشباب بصفة عامة والطلبة بصفة خاصة).

الكلمات الدالة: الأثر، الاستخدام، الانترنت، القيم، الطلبة.

Abstract:

Students are considered as a privileged class of society; they are rather the class of society that is most active and creative and are a source of social, cultural and political change.

This social category also has the character of production, gift, and creativity in all fields, and because they are found in large numbers in universities with the aim of acquiring science and knowledge and developing the experiences that qualify them for the responsibilities of building the society in the future and since values are considered as basic criteria of the individual and social behaviour of students, their

¹ - أستاذ محاضر - جامعة أكلي محند اولحاج البويرة - الجزائر - samirbourahla1@yahoo.fr

objectives can only be achieved through the promotion of values, which confirms the need for the importance of values and the their development among students.

This study has come out with several results, the most prominent of which are the prevalence of internet use among university students. The internet, with its various levels of communication, has become one of many other sources for obtaining knowledge and information; it is also a source of social interaction but is used at a lower level in scientific research and academic achievement.

The use of the internet has had an impact on the values system but it does not affect it only in a negative way. The study has rather proved its capacity (that is to say the Internet) to be bound to the values when the contents of its use are positive and has a negative impact, if the ways of use are negative. For them, however, it has influenced the reorganization of values according to their preferences and to levels of importance in current times. That is, according to what is appropriate for the culture of the present time (the reformulation of the system of values specific to young people, in general, and students in a specific way).

Key words: Effect, Use, Internet, Values, University Students.

1- الجانب المنهجي:

I. مقدمة:

أصبحت الانترنت سمة من سمات هذا العصر خاصة بعد أن عملت هذه التكنولوجيا الحديثة على تقريب المسافات وإنهاء الحدود وأصبحت السيادة على الفضاءات الرقمية هي الشغل الشاغل لكل الدول والمجتمعات لأن من يملك تلك التكنولوجيا يملك السيطرة على الفكر والمعلومات والقيم، ومن هذا فإن الحديث عن قوة الدول يرتبط ارتباطاً وثيقاً بطبيعة المعلومات المتاحة في عصر تتأكد فيه مقولة من " يملك التكنولوجيا يملك السيادة " .

لكن الغوص في استخدام الانترنت بمستوياتها الاتصالية المتنوعة والمستحدثة للشباب بصفة عامة والطلبة الجامعيين بصفة خاصة يمكن أن يؤثر على التكوينات المحلية للمجتمعات التي يعيش فيها هؤلاء الطلبة، ويرجع ذلك لكون هذه المجتمعات أصبحت ذات طبيعة وهمية، وبالتالي فإن محتويات الانترنت يمكن أن تؤدي إلى الذوبان والتلاشي، وهذا قد يؤثر على القيم والسلوكيات والتصرفات، وعلى الثقافة التي تتسم بالمحلية لصالح قيم جديدة أنتجت في عصر الانترنت، أو بالأحرى أنتجت في الفضاءات الرقمية.

والطلبة اليوم أصبحوا معرضين إلى تحديات كبيرة وخطيرة لأنهم أصبحوا يعيشون في عالم مفتوح وبالتالي فهم عرضة لشتى أنواع التأثير، وبخاصة تلك التي تحملها الانترنت نتيجة تنوع مصادر المعرفة والإعلام والثقافة والقيم، ونتيجة تنوع وتطور أساليب التنشئة والتعليم بمنهجيات مختلفة ومتنوعة ما أدى بالطلاب الجامعي إلى الاحتكاك بطلبة وأشخاص من ثقافات مختلفة قد تؤثر عليه، وفي هذا السياق قد تساهم الانترنت على توجيه رغبات الطلبة وميولاتهم من أجل التحكم في عقلياتهم وصناعة أذواقهم وبلورة مواقفهم وآرائهم ، وهذا ما يظهر في تبني قيماً جديدة متجلية

في مظاهر متنوعة ظاهرة كانت أم باطنية متمثلة في أفكار وقيم وتصرفات قد تتعارض مع قيم المجتمع الذي يعيش فيه هؤلاء الطلبة.

II. إشكالية الدراسة:

تتركز فئة الطلبة الجامعيين بأعداد هائلة في نطاق المؤسسات الجامعية والمعاهد والمدارس ، و يعد أغلب الطلبة من فئة الشباب فهم يؤثرون في محيطهم و يتأثرون بكل ما يحيط بهم، وبحكم حجمهم الكبير في الجزائر و بحكم مؤهلاتهم فإن تعرضهم لمختلف التأثيرات أمر حتمي لا مفر منه، في وقت تعددت فيه المرجعيات والقيم وفي وقت لم تعد مؤسسات التنشئة الاجتماعية التقليدية كالأسرة، والمدرسة والمسجد، والجامعة قادرة على توجيه هذه الفئة وتأهيلها وتأطيرها بحكم ما تتعرض له هذه المؤسسات نفسها من تصدعات وصراعات، وأيضاً لكوننا أصبحنا نعيش في عصر ثورة الانترنت، وبما فتحتة لنا من تقارب وتفاعل بين المجتمعات والشعوب حيث أصبحت مهمة الحفاظ على القيم المحلية والخصوصيات الثقافية لدى الطلبة أمر صعب، والاهتمام بالطلبة ضمن بحث عن القيم يشير إلى قيم الجيل الصاعد التي سيبني عليها مستقبل المجتمع فكراً وعلمياً، وهذا بالتركيز على جوانب متعددة من القيم المختلفة مثل: التفوق، تقدير الوقت وتقديره، احترام خصوصية الآخرين، الصداقة، والانتماء وحب الوطن، التسامح، الاستقلالية، تحمل المسؤولية، وغيرها من القيم التي يفترض أن تكون مغروسة في جيل الشباب بفضل مؤسسات التنشئة الاجتماعية المختلفة من أسرة ومدرسة ومسجد وغيرها منذ أن كانوا صغاراً.

ونظراً لحاجة الطلبة إلى التزود بالمعارف والمعلومات والثقافة التي توفر فرصة ملاحقة التطور العلمي والتكنولوجي والتحصيل العلمي الجيد، فأنتهم يلجأون في غالب الأحيان للانترنت كبديل للبحث ومن ناحية أخرى فإن ظروفهم الاجتماعية والاقتصادية قد تدفع بهم إلى البحث عن علاقات بديلة، وصادقات في فضاء الانترنت، وهنا لا محالة فإن الشبكة تترك بصماتها على شخصياتهم وسلوكياتهم وقيمهم سواءً بالإيجاب أو بالسلب، ومن هنا يمكن صياغة مشكلة البحث الرئيسية في السؤال التالي:

ما هو أثر استخدام الانترنت على القيم لدى الطلبة الجامعيين الجزائريين ممثلين في عينة من طلبة جامعة المسيلة؟

III. الفرضيات :

✓ الفرضية الأولى: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين طرائق ومستويات استخدام الانترنت عند الطلبة الجامعيين والمغريات الديمغرافية والاجتماعية (النوع، السن، المستوى الجامعي، منطقة السكن مكان الإقامة..)

✓ الفرضية الثانية: تختلف درجة دوافع تعرض الطلبة الجامعيين لمحتويات الانترنت تبعاً لاختلاف المتغيرات الديمغرافية والاجتماعية.

✓ الفرضية الثالثة: يساعد استخدام الطلبة الجامعيين الجزائريين للانترنت على ارتباطهم أكثر بالقيم.

IV. أهمية الدراسة:

يمكن إبراز أهمية الدراسة في النقاط التالية:

- ✓ أهمية الانترنت وآلياتها ومستوياتها الاتصالية والمعرفية المتنوعة، وكذا خطورة دورها في الوقت الراهن.
- ✓ ارتفاع معدلات استخدام الانترنت خاصة للتواصل وربط الصلات والعلاقات بين فئة الشباب الجزائري بصفة عامة والطلبة بصفة خاصة.

V. أهداف الدراسة: يمكن إبراز أهداف الدراسة في النقاط التالية:

- ✓ محاولة رصد وتوصيف وتحليل وتقييم العلاقة بين الانترنت وقيم الطلبة الجامعيين من خلال محاولة التعرف على عادات وأنماط استخدام الانترنت لدى الطلبة الجامعيين الجزائريين، وتأثيرات هذا الاستخدام على بعض القيم المختارة.

- ✓ محاولة رصد اتجاهات الطلبة حول بعض القيم، وكذا بعض السلوكيات والتأثيرات السلبية، وعلاقة ذلك بأنماط الاستخدام وعاداته.

- ✓ محاولة إبراز مدى أهمية الانترنت في تعزيز القيم أو إضعافها أو إهدارها لدى الطلبة الجامعيين الجزائريين.

VI. الدراسات السابقة:

- الدراسة الأولى: بعنوان "شبكات التواصل الاجتماعي وأثرها على القيم لدى طلاب الجامعة "تويتر نموذجاً" دراسة تطبيقية على طلاب جامعة الملك سعود¹، من إعداد الباحث فهد بن علي الطيار، وهي دراسة نشرت بتاريخ 2014/10/28 في المجلة العربية للدراسات الأمنية والتدريب بالرياض السعودية، ولقد تمثلت إشكالية الدراسة في تبيان بصورة ميدانية الآثار السلبية والايجابية لشبكة التواصل الاجتماعي "تويتر" مع تبيان تأثيرها على القيم الاجتماعية، وذلك من خلال التساؤل الرئيس التالي: ما أثر شبكات التواصل الاجتماعي "التويتر" نموذجاً على القيم لدى طلبة الجامعة؟، وتم تقسيم هذه الإشكالية إلى ثلاث تساؤلات فرعية هي:

¹ - فهد بن علي الطيار: 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، الرياض، 2014، ص 1193-226.

- 1- ما الآثار السلبية المترتبة على استخدام طلاب الجامعة لشبكات التواصل الاجتماعي؟
 - 2- ما الآثار الإيجابية المترتبة على استخدام طلاب الجامعة لشبكات التواصل الاجتماعي؟
 - 3- ما أثر شبكات التواصل الاجتماعي في تغيير القيم الاجتماعية لدى طلاب الجامعة؟
- ومن أجل القيام بهذه الدراسة احتار الباحث المنهج الوصفي التحليلي، وهذا لتناسبه مع طبيعة الدراسة، معتمداً بالأساس على استمارة الاستبيان التي وزعت على عينة مكونة من 2274 مفردة من طلاب جامعة الملك سعود بالرياض على اختلاف تخصصاتهم العلمية، وقد تم اختيارهم بطريقة عشوائية وقد خلصت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها ما يلي:
- وكشفت الدراسة إلى ترتيب الآثار الإيجابية من وجهة نظر الطلاب تمثلت في: الاطلاع على أخبار البلد الذي نعيش فيه، تعلم أمور جديدة من خلال شبكات التواصل الاجتماعي، التعبير بحرية عن آرائه، مكنتني من التعبير بحرية، وتخطي حاجز الخجل، ترسيخ القيم والمبادئ والأخلاق والقُدوة الحسنة وأسهمت خدمات التواصل الاجتماعي في زيادة وعي الديني، تعريف الأفراد المشاركين في شبكات التواصل الاجتماعي بثقافتنا.
- وما نلاحظه على هذه الدراسة أنها أخلطت بين دوافع وآثار الاستخدام من جهة، ومن جهة أخرى لم يقيم الباحث بقياس الأثر المترتب عن استخدام الطلبة لشبكات التواصل الاجتماعي، إنما اكتفى بترتيب بعض السلوكيات الممثلة للقيم دون البحث في دلالة الارتباط بين هذه المتغيرات (الاستخدام، شبكات التواصل الاجتماعي، القيم).
- الدراسة الثانية بعنوان: "أثر مواقع التواصل الاجتماعي على تنمية القيم والسلوكيات لدى طلبة الجامعة، موقع فيسبوك نموذجاً"¹، من إعداد الباحث بطرس الحلاق، وهي دراسة نشرت في مجلة شمرا أكاديميا بجامعة تشرين سوريا 2016/2015، وقد هدفت الدراسة إلى محاولة التعرف على أثر مواقع التواصل الاجتماعي على القيم والسلوكيات لدى طلبة الجامعة "فيسبوك نموذجاً".

ولتحقيق أهداف الدراسة تم طرح مجموعة من التساؤلات:

- 1- ما هي أهم الخصائص النوعية لأفراد العينة؟
- 2- ما هي عادات وأنماط استخدام طلبة الجامعة لموقع فيسبوك؟
- 3- ما هي أهم الإيجابيات والسلبيات المترتبة على استخدام طلبة الجامعة لموقع فيسبوك؟

¹ - بطرس الحلاق: أثر مواقع التواصل الاجتماعي على تنمية القيم والسلوكيات لدى طلبة الجامعة، موقع فيسبوك نموذجاً، مجلة شمرا أكاديميا، جامعة تشرين سوريا 2016/2015.

ومن أجل الإجابة على هذه التساؤلات استخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي معتمداً بالأساس على استمارة استبيان تضمنت عدة محاور وفقاً لأهداف الدراسة على عينة من طلبة جامعة دمشق قدرت ب 360 طالب على اختلاف تخصصاتهم العلمية، وقد تم اختيارهم بطريقة عشوائية، وخلصت الدراسة إلى أن:

- أن أغلبية المبحوثين يعتقدون أن استخدامهم لموقع فيسبوك والتعرض لمحتوياته ساعدهم على الارتباط أكثر بالقيم، وهذا يناقض الدراسات القائلة بأن مواقع التواصل الاجتماعي لا تقوم بنشر القيم وتعزيزها لدى الشباب.
- إن طلبة الجامعة في أغلبهم ذكوراً وإنثاءً يوافقون على أن موقع فيسبوك يساعدهم على الارتباط بالقيم ولكن الإنثاء بسبب وضعهن في المجتمع هن أكثر اعتقاداً في قدرة مواقع التواصل الاجتماعي على جعلهن يرتبطن أكثر بقيم الطموح، تقدير العلم، احترام الذات، والمسؤولية.

VII. تحديد المفاهيم : تتضمن هذه الدراسة بعض المفاهيم ضمن الأطر النظرية والتطبيقية ينبغي تحديد مضمونها :

1. الأثر:

أ/- التعريف اللغوي:

"الأثر هو بقية الشيء والجمع آثار وأثر، والتأثير إبقاء الأثر في الشيء"¹، " فنقول أثر فيه تأثيراً وترك فيه أثراً، فالأثر ما ينشأ عن تأثير المؤثر"²، والأثر هو: العلامة، ولمعان السيف، وأثر الشيء: بقيته، وفي المثل "لا طلب أثراً بعد عين" يضرب لمن يطلب أثر الشيء بعد فوت عينه، وما يحدثه وجاء في أثره: في عقبه وما خلفه السابقون والخبر المروى، والسنة الباقية (ج) آثار وأثر³، وللأثر معاني أخرى كالخبر في قوله "ونكتب ما قدموا وآثارهم"⁴، أي ما أسلفوا من أعمال وأخبار، وأثر الرسول سننه⁵.

ب/- التعريف الاصطلاحي:

تهدف وسائل الإعلام المختلفة إلى التأثير على جمهورها في آرائه وعاداته ومواقفه واتجاهاته لهذا فهي تترك أثراً معيناً على الأفراد قد يكون إيجابياً وسلبيّاً، وبالتالي فإن هدف أي رسالة اتصالية أو إعلامية من رسالتها إحداث التأثير في المتلقي، وقد يكون تأثيراً فورياً مباشراً أو غير مباشر، وتعرف موسوعة علوم الإعلام والاتصال الأثر "بأنه نتيجة الفعل

¹ - ابن منظور: لسان العرب، المجلد 09، دار الكتب العلمية، بيروت، لبنان، ط1، 2003، ص423.

² - عبد المنعم الحفني: المعجم الشامل للمصطلحات الفلسفية، مكتبة مدبولي، القاهرة، ط1، 2000، ص173.

³ - مجمع اللغة العربية: المعجم الوسيط، مكتبة الشروق الدولية، المجلد 1، ط4، 2004، ص173.

⁴ - القرآن الكريم، سورة يس، الآية 12.

⁵ - ابن منظور: لسان العرب المحيط، المجلد 4، دار الفكر، بيروت، لبنان، ط1، 1990، ص05.

الذي ظهر جراء مؤثر¹، " فالأثر هو نتيجة الاتصال، وهو يقع على المرسل والمتلقي على السواء، وقد يكون الأثر نفسي أو اجتماعي ويحقق أثر وسائل الإعلام من خلال تقديم الأخبار والمعلومات والترفيه والإقناع، و تحسين الصورة الذهنية²."

كما أن كلمة أثر في الإعلام "ترجع إلى أية نتائج يمكن أن تنجم عن عمل وسائل الإعلام الجماهيري سواء في ذلك النتائج المقصودة أو غير مقصودة"³.

ج/-التعريف الإجرائي:

ونقصد بالأثر في هذه الدراسة: كل تغيير يطرأ على سلوكيات وتصرفات ومواقف فئة الطلبة الجامعيين، وقيمهم التي تعتبر معايير لتوجيه سلوكياتهم واتجاهاتهم بعد استخدامهم وتعرضهم لمحتويات شبكة الانترنت، وبمعنى آخر ما يمكن أن تحدثه مضامين الانترنت من تعديل أو تغيير أو تنمية أو تثبيت للقيم سواء إيجابياً أو سلبياً.

2. الاستخدام: (usage)

أ/-التعريف اللغوي:

استخدم (استخدم الرجل غيره) استخدمه استخداماً، فهو مستخدم والآخر اتخذه خادماً، طلب منه أن يخدمه (استخدم الإنسان السيارة، الآلة...الخ)، استعملها في خدمة نفسه⁴.

ب/-التعريف الاصطلاحي:

يعرف الاستخدام "بأنه ما يستخدمه الفرد فعلياً من المعلومات، أي أنه الاستخدام العقلي للمعلومات التي يحتاجها بالفعل، إضافة إلى أن الاستخدام ربما يرضي احتياجات المستفيد، أو لا يرضيها وذلك عندما لا يجد المعلومات التي لا يحتاجها بالفعل"⁵، وهو " استخدام شيء ما أو أداة أو وسيلة أو عدة أشياء واستغلالها لتلبية حاجيات مهنية لدى الأفراد في حياتهم"⁶. ويرى الدكتور عادل عبد الصادق: «إن ما نجده في أيدينا من تطبيقات تكنولوجيا بطبيعتها محايدة ولكن ما يعمل على بلورة نمط الاستخدام لها، ثقافة المستخدم وبيئته التي يعيش فيها وحالته النفسية، ونمط

¹ - Bernard Lamazit , Ahmed Slimane : **Dictionnaire encyclopédique de sciences de l'information et la communication**, ellipses, paris, 1997, p228.

² - حسين عماد مكاي، ليلي حسين السيد: الاتصال ونظراته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، ط2، 2001، ص52.

³ - سامية محمد جابر: الاتصال الجماهيري، والمجتمع الحديث، النظرية والتطبيق، دار المعارف الجامعية، القاهرة، د ط، 1998 ص61.

⁴ - قاموس عام: عربي فرنسي، دار الكتب العلمية، بيروت، د ط، 2005، ص61.

⁵ - عبد الحميد بلعباس: إتاحة واستخدام مصادر المعلومات، دراسة لاستخدام مصادر المعلومات من قبل طلبة الدراسات العليا بالمكتبة

الجامعية محمد بوضياف، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، قسم علم المكتبات والتوثيق، جامعة المسيلة 2005/2006، ص06.

⁶ - أحمد عبدلي: مستخدمو الانترنت، مذكرة خرج لنيل شهادة الماجستير، جامعة منتوري قسنطينة، قسم الإعلام، 2012-2013 ص06.

العلاقات الصراعية أو التعاونية التي يرتبط بها والتي تلعب دور في التأثير على الإدراك ونمط التفكير تم التأثير في السلوك سواءً كان سلبياً أو إيجابياً¹.

وقد غلب توظيف مصطلح الاستخدام أو الاستعمال في أحيان أخرى مع تطور التكنولوجيا بصفة عامة، وتكنولوجيا الإعلام والاتصال بصفة خاصة، وهذا لتجسيد العلاقة بين الإنسان المستخدم والآلة أو التقنية، وما يطبع هذه العلاقة من تفاعل ومشاركة، وما قد يؤدي في المستقبل من اندماج بين الإنسان والآلة ليس بالضرورة على المستوى الفيزيقي، وإنما على المستوى الوظيفي، ولا يمكن الحديث عن الاستعمال دون الحديث عن قيمته، أي قيمة الاستعمال (valeur d'usage) التي: " تدل ما للشيء من قدر وقيمة في نظر من يطلبه، وهو معنى لا يعني مجرد المنفعة، فقد يكون الشيء ذا قيمة عالية في نظر الناس لكن ليس له منفعة فعلية"².

ج/- التعريف الإجرائي:

نقصد بالاستخدام في هذه الدراسة: الفعل الذي يربط الطلبة الجامعيين بوسيلة الانترنت، أي تعاملهم وتفاعلهم معها، فهذا الاستخدام بحد ذاته يمثل سلوكاً ظاهرياً اتصالياً يحدث بفعل دوافع نفسية واجتماعية وعلمية، ولا نميز هنا في سلوك الاستخدام بين مختلف خدمات الانترنت ومستوياتها الاتصالية (محادثة مواقع التواصل الاجتماعي، اتصال الكتروني، اتصال هاتفي، بحث، ألعاب اليكترونية .. الخ)،

3. القيم: (valeur)

أ/- التعريف اللغوي:

يشير أصل الكلمة إلى أنها لاتينية الأصل " فهي مأخوذة من الفعل المصرف (vyleo) الذي معناه أنا قوي: je suis fort، أنا في صحة جيدة je suis en bonne santé، وهو معنى يتضمن فكرة الفعالية والتأثير والملائمة³، تدل كلمة القيمة على الثمن أو النوع، وما له قيمة فإنه يتصف بالثبات والدوام. كما أنها تعني الاستقامة، فقال ابن إسحاق، القيم هو المستقيم⁴، والقيمة: هي الديانة المستقيمة، قال تعالى: "وذلك دين القيمة"⁵ متحدثاً عن الإسلام أي الدين الأقوم، واستقام: أي اعتدل ومنها الصراط المستقيم أي الصراط المعتدل، وقال تعالى " وأن

¹ - عادل عبد الصادق: الشبكات الاجتماعية والقيم المحلية بين الثابت والمتغير، مجلة لغة العصر، المركز العربي لأبحاث الفضاء الإلكتروني عدد ديسمبر 2016، ص 01.

² - جميل صليبا: المعجم الفلسفي، الجزء الأول، دار الكتاب اللبناني، بيروت، 1982، ص 213.

³ - الفيروز أبادي، محمد الدين محمد بن يعقوب: القاموس المحيط، دار إحياء التراث العربي، بيروت، لبنان، ط2، 2003 ص 1062.

⁴ - ابن منظور، المجلد 12، مرجع سابق، ص 594.

⁵ - سورة البينة، الآية 05.

هذا صراطي مستقيماً فاتبعوه ولا تتبعوا السبل فتفرق بكم عن سبيله"¹، والقيم مشتقة من قوم: أي قدر الشيء وثمنه، وكتاب قيم أي ذو قيمة، وتقييم الشيء إعطاءه قيمة والتقييم إزالة العوج².
والقوام: هو العدل يقول تعالى مميّزاً عباد الرحمن بميزات كثيرة منها أنهم "إذا انفقوا لم يسرفوا ولم يقتربوا وكان بين ذلك قواماً"³.

وهكذا نجد أن معنى القيمة يحمل صفة تجعل الشيء أو المعنى أو الشخص مرغوباً وموضع تقدير لثباته واعتداله واستقامته.

ب/- التعريف الاصطلاحي:

أن أي محاولة لاستعراض معنى للقيم، كما يتداولها الناس يعتبر أمراً صعباً، لاختلاف المفكرين والباحثين في وضع تعريف شامل لهذا المفهوم.

كما أن القيم تعد "من ضمن المفاهيم التي اهتم بها الكثير من الباحثين والمفكرين في مجالات مختلفة كالفسلفة، التربية، الاقتصاد، علم الاجتماع،... الخ، وقد ترتب عن ذلك نوع من الخلط والغموض في استخدام المفهوم من تخصص لآخر، بل يستخدم بتعدد داخل تخصص واحد"⁴.

وتعرف القيم بأنها "المعايير التي تقاس بها الأفعال الإنسانية في محال من مجالات سلوك الإنسان الأخلاقية، والسياسية، والجمالية، والمنطقية، والاجتماعية، ولكون القيم معيار فإنها قد تحدد بعوامل موضوعية بحتة، وقد تتأثر بوجهة النظر الشخصية لمن يستخدمها كمعيار للحكم"⁵.

فهناك من العلماء من يعرف القيمة بأنها: "الخير أو الشر" مثل ببر **Pepper**، و مور **Moore** ولا مونت **Lamont**، أما ببر **Pepper** فيقول "القيمة بأوسع معانيها هي أي شيء، خيراً كان أو شراً"⁶.

وهي "مفهوم يدل على مجموعة من التصورات والمفاهيم التي تكون إطاراً للمعايير والأحكام والمثل والمعتقدات والتفضيلات التي تتكون لدى الفرد من خلال تفاعله مع المواقف والخبرات الفردية والاجتماعية، بحيث تمكنه من

¹ - سورة الأنعام، الآية 153.

² - محمد عبد الحميد: دراسات الجمهور في بحوث الإعلام، عالم الكتب، القاهرة، مصر، ط1، 1993، ص122.

³ - سورة الفرقان، الآية 67.

⁴ - عبد اللطيف محمد خليفة: ارتقاء القيم، سلسلة عالم المعرفة، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت، 1992، ص30.

⁵ - عبد الوهاب الكيالي: الموسوعة السياسية، ج4، المؤسسة العربية للدراسات والنشر، عمان، الأردن، ط3، 1995، ص836.

⁶ - فوزية دياب: القيم والعادات الاجتماعية، دار النهضة العربية، بيروت، لبنان، ط1، 1980، ص21، نقلنا عن Pepper, S.C.

The Sources of Value, p07.

اختيار أهداف وتوجهات لحياته ويراها جديرة بتوظيف إمكانياته وتتجسد من خلال الاهتمامات أو الاتجاهات أو السلوك العملي أو اللفظي بطريقة مباشرة وغير مباشرة.¹

وهي "الحكم الذي يصدره الإنسان على شيء ما مهتدياً بمجموعة المبادئ والمعايير التي وضعها المجتمع الذي يعيش فيه، والذي يحدد المرغوب في والمرغوب عنه من السلوك."²

وعرفها الباحث عزى عبد الرحمن "ما يرتفع بالفرد إلى المنزل المعنوية، ويكون مصدر القيم في الأساس الدين، فالإنسان لا يكون مصدر القيم وإنما يمكن أن تتجسد فيه القيم"³.

ج /-التعريف الإجرائي:

ونقصد بالقيم في هذه الدراسة: هي المبادئ والأفكار والأحكام والمعتقدات التي مصدرها القرآن والسنة، يتمثلها ويلتزم بها الطالب الجامعي، تتكون لديه من خلال تفاعله مع المواقف والخبرات الفردية والاجتماعية، ويعتمدها كممنطلقات وركائز لمختلف مجالات حياته، وتفصح عن نفسها من خلال الاهتمامات والاتجاهات والتصرفات والسلوك العملي أو اللفظي أو غير اللفظي بطريقة مباشرة أو غير مباشرة، وهذه القيم محل الدراسة.

VIII. مجالات الدراسة

- 1- **المجال المكاني:** تتمثل الحدود المكانية للدراسة في مدينة المسيلة (M'sila)، جامعة محمد بوضياف
- 2- **المجال البشري:** ومجتمعنا الكلي لهذه الدراسة هو مجتمع واسع من الطلبة الجامعيين الجزائريين الذين يزاوون دراستهم في المعاهد والكليات والمدارس الجزائرية باختلاف تخصصاتها.
- 3- **المجال الزمني:** أجريت هذه الدراسة ميدانياً خلال الفصل الدراسي الثاني من السنة الجامعية 2015/2016، والتي تمثلت في توزيع استمارات الاستبيان على عينة الدراسة (عينة من طلبة الإعلام والاتصال بجامعة المسيلة) خلال شهري ماي وجوان 2016 لتبدأ عملية تفريغ البيانات وتحليلها كمياً وكيفياً.
- 4- **عينة الدراسة:** تم اختيار عينة قصدية من طلبة كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية "قسم الإعلام والاتصال" بجامعة المسيلة ممن يستخدمون الانترنت، وهي عينة متاحة مكانياً وزمنياً من الجامعة السابقة، قوامها 467 مفردة.

¹ - علي خليل مصطفى: القيم الإسلامية والتربية -دراسة في طبيعة القيم ومصادرها ودور التربية الإسلامية في تكوينها وتنميتها مكتبة إبراهيم حلي، المدينة المنورة، د ط، 1988، ص34.

² - فوزية دياب: القيم والعادات الاجتماعية مع بحث ميداني لبعض العادات الاجتماعية، دار النهضة العربية، بيروت، د ط 1980، ص16.

³ - عزى عبد الرحمن: الثقافة وحمية الاتصال نظرة قيمية، مجلة المستقبل العربي، العدد 295، سبتمبر، 2003، ص15.

IX. منهج الدراسة : اعتمدنا على المنهج الوصفي حيث أن الدراسات الوصفية ليست "مجرد جمع البيانات والحقائق، وإنما هي تعني بجمع الحقائق واستخلاص دلالاتها طبقاً لأهداف الدراسة، و لا يأتي ذلك بغير تصنيف دقيق للبيانات، وتناولها بالصورة التي تجعلها تفصح عن الاتجاهات الكامنة فيها"¹، و تنطوي الدراسات الوصفية على رصد للواقع، وما يتبع ذلك من تحليل وتفسير لهذا الواقع استناداً إلى الدراسات والأبحاث والمصادر التي تناولته.

X. أدوات الدراسة: انطلاقاً من إشكالية الدراسة وفرضياتها والأهداف المسطرة للدراسة لجأنا لاستخدام ثلاث أدوات لجمع البيانات في إطار المنهج الوصفي وأكثرها ملاءمة، وهي: الملاحظة البسيطة، والمقابلة المفتوحة (الحرّة) و الاستبيان بالمقابلة كأداة رئيسية.

. الاستبيان: حيث تم جمع بيانات الدراسة باستخدام صحيفة استبيان مقننة تحتوي على عدة مقاييس لقياس متغيرات الدراسة.

وقد استخدمت الاستبيان كأداة رئيسية لجمع البيانات في هذه الدراسة ذلك لأنها: تعتبر الأكثر ملاءمة للوصول إلى معلومات يمتلكها المبحوث لوحده، مثل دوافع وأنماط الاستخدام...، إضافة إلى ملاءمة ظروف العينة المختارة التي تتكون من طلبة الجامعيين في تخصص إعلام واتصال القادرين على فهم الأسئلة والإجابة عليها بشكل جيد، ولهذا قمنا بتقسيم محتوى الاستبيان إلى أربعة محاور أساسية وهي كالتالي:

- **المحور الأول:** محور عادات وأنماط استخدام الطلبة الجامعيين للانترنت، ويضم 15 سؤال (1-15).
- **المحور الثاني:** دوافع استخدام الطلبة الجامعيين للانترنت، ويضم سؤالاً واحداً (السؤال رقم 16)، ويحوي 12 عبارة مقسمة على 06 دوافع طقوسية و 06 دوافع نفعية، وترتب في جدول من (1-12).
- **المحور الثالث:** قياس القيم، ويضمن ثلاثة أسئلة (17-19).
- **المحور الرابع:** آثار الانترنت على عادات الطلبة الجامعيين ومواقفهم وسلوكياتهم، ويضم سؤال واحد (السؤال رقم 20)، ويحتوي على 23 عبارة لتأثيرات سلبية.
- **المحور الخامس:** البيانات الشخصية: وهي النوع، السن، المستوى الجامعي، مكان الإقامة، منطقة السكن، الحالة المدنية.

XI. الأساليب الإحصائية للدراسة: تمت معالجة البيانات باستخدام البرنامج الإحصائي للعلوم الاجتماعية لاستخراج النسب المئوية والمتوسطات الحسابية والأوزان النسبية للفقرات لمحور الدوافع والقيم، وإحصائيات اختبار

¹ - زيدان عبد الباقي: قواعد البحث العلمي، دون دار نشر، دون بلد نشر، ط1، 1972، ص135.

بيرسون لحوار عادات وأنماط الاستخدام ومحور القيم، وهذا من أجل تبيان الفروق بين المتغيرات، أما محور السلوكيات والتأثيرات فكتفينا بالنسب الإحصائية بعد جمعها في الاتجاه الموجب (أوافق وأوفق بشدة)، والاتجاه السالب (لا أوافق ولا أوفق بشدة) والمقارنة بينها، ومن أجل التوضيح أكثر اعتمدنا على الدوائر النسبة والأعمدة التكرارية فيما يخص المحور الأول المتعلق بأنماط وعادات و المحور الثاني المتعلق بدوافع استخدام الانترنت بالنسبة للطلبة الجامعيين، أما باقي المحاور المرتبطة بالقيم والسلوكيات والتأثيرات السلبية التي تحوي متغيرات كثيرة فاعتمدنا على **مخطط الرادار**

"كيفيات" Diagramme de Kiviat, Diagramme en radar

2- الجانب التطبيقي:

XII. عرض وتحليل البيانات الميدانية:

تناول الدراسة اثر استخدام الانترنت على القيم لدى الطلبة الجامعيين الجزائريين -عينة من طلبة جامعة المسيلة- أنموذجا مع التطبيق على عينة بلغ حجمها 467 مفردة ، وبناء على الأسئلة التي تحاول الدراسة الإجابة عنها والبيانات التي تم جمعها وتحليلها سيتم عرض أهم النتائج وتفسيرها، ومناقشتها في ضوء المقترحات النظرية والدراسات السابقة والفرضيات .

علوم الإعلام والاتصال من الذكور، وبالتالي فتلك النسب تعبر عن مجتمع الدراسة بصورة واقعية.

أولاً: دوافع استخدام الانترنت.

الجدول رقم (01): يوضح توزيع أفراد العينة وفقاً لدوافع الاستخدام.

م	النسبة والتكرار والدرجة	بدرجة كبيرة		إلى حد ما		لا		المتوسط الحسابي (م/ح)	الوزن النسبي % (و/ن)	الترتیب (ت)	النتيجة (الاتجاه)
		ك	%	ك	%	ك	%				
1	الشعور بالوحدة	37	7.9	316	67.7	114	24.4	01.83	60.10	11	إلى حد ما
2	البحث عن الرفقة	213	45.6	162	34.7	92	19.7	02.26	75.32	06	إلى حد ما
3	نسيان الهموم والهروب من المشاكل	155	33.2	228	48.8	84	18	02.15	71.66	07	إلى حد ما
4	تمضية وقت الفراغ	166	35.5	301	64.5	-	-	02.35	78.32	04	بدرجة كبيرة
5	التعبير عن مشاعر وسلوكيات	60	12.8	174	37.3	233	49.9	01.63	54.32	12	لا

										افتقدتها في الواقع المعاش	
6	المرح ،التسلية والترفيه	216	46.3	239	51.2	12	2.6	02.43	80.10	03	بدرجة كبيرة
7	اكتساب معارف جديدة في مجالات مختلفة	279	59.7	188	40.3	-	-	02.60	86.65	01	بدرجة كبيرة
8	التواصل مع الآخرين	216	46.3	244	52.2	07	1.5	02.44	81.32	02	بدرجة كبيرة
9	فهم الكثير من الأمور الحياتية	183	39.2	120	25.7	164	35.1	02.04	67.10	09	إلى حد ما
10	اكتساب صداقات جديدة من خلال الانترنت	126	27.0	275	58.9	66	14.1	02.13	70.10	08	إلى حد ما
11	مناقشة بعض الأمور الآخرين	180	38.5	262	56.1	25	5.4	02.33	77.65	05	إلى حد ما
12	تعلم وإجادة التعامل مع الآخرين	121	25.9	162	34.7	184	39.4	01.86	61.10	10	إلى حد ما
	النتيجة النهائية	1852	33.0	2673	47.69	981	17.5	02.17	72.32		إلى حد ما

من خلال قراءة مؤشرات البيانات الإحصائية المرتبطة بالمتوسط الحسابي، والوزن النسبي تظهر لنا أن المتوسطات الحسابية للدوافع تتراوح بين (2.60-1.63)، وتراوح الأوزان النسبية كذلك بين (86.65-45.32)، كما أن دوافع استخدام الانترنت عند أفراد العينة من الطلبة الجامعيين تتنوع بين دوافع طقوسية ودوافع نفعية، وكلها تجاوزت أوزانها النسبية الخمسين بالمائة (50%)، لكنها تختلف في درجة الدافعية والتقدير لهذه الدوافع بالنسبة لأفراد العينة، حيث كانت أكثر الأوزان النسبية ارتفاعاً من نصيب دافع "اكتساب معارف جديدة في مجالات مختلفة" بوزن نسبي قدر ب 86.65%، يليه دافع "التواصل مع الآخرين" بوزن نسبي قدر ب 81.32%، يليه دافع "المرح، التسلية والترفيه" بنسبة وزن نسبي قدر ب 80.10%، ودافع "تمضية وقت الفراغ" بوزن نسبي قدر ب 78.32%، وكانت أكثر الأوزان النسبية انخفاضاً من نصيب "دافع التعبير عن مشاعر وأراء وسلوكيات افتقدتها في الواقع المعاش" بنسبة 54.32%، ودافع "الشعور بالوحدة" بنسبة 60.10%، ودافع "تعلم وإجادة التعامل مع الآخرين" بنسبة 61.10%.

وتظهر النتائج النهائية أن دوافع: "الشعور بالوحدة"، و" البحث عن الرفقة"، و"نسيان الهموم وهروب من المشاكل"، و" فهم الكثير من الأمور الحياتية" و"اكتساب صداقات جديدة من خلال الانترنت" و"مناقشة بعض

الأمر مع الآخرين"، و"تعلم وإجادة التعامل مع الآخرين"، و"مناقشة بعض الأمور مع الآخرين من خلال المنتديات، الشات، التواصل الاجتماعي" حصلت على درجة تقدير نهائية "إلى حد ما"، أما الدوافع المتمثلة في: "اكتساب معارف جديدة في مجالات مختلفة"، و"التواصل مع الآخرين" و"تمضية وقت الفراغ" و"المرح، والتسلية والترفيه"، حصلت على تقدير "درجة كبيرة"، وتم رفض دافع وحيد يتمثل في "التعبير عن مشاعر وآراء وسلوكيات افتقدتها في الواقع المعاش".

ويمكن تفسير هذه النتائج أن أفراد العينة من الطلبة الجامعيين تتنوع دوافعهم لاستخدام الانترنت لكن أهم دوافعهم مرتبطة بالتواصل مع الآخرين، واكتساب معارف في مجالات مختلفة توفرها الانترنت بمستوياتها الاتصالية والمعرفية المختلفة، وكذا المرح والتسلية والترفيه وتمضية الوقت، وهي الدوافع التي احتلت المراتب الأولى، وهي دوافع تتوافق مع نتائج مجالات استخدام الانترنت عند الطلبة التي صرحوا بها في المحور الأول من الدراسة، أما الدوافع التي جاءت في مراتب متأخرة متعلقة ب: "التعبير عن مشاعر افتقدتها في الواقع المعاش"، ودافع "التعلم وإجادة التعامل مع الآخرين"، و"الشعور بالوحدة"، كما إن مجموع إجابات أفراد العينة الكلية تحصلت على وزن نسبي قدر ب72.32%، ومتوسط حسابي نهائي كلي بلغ 2.17، وهو يقع في مجال "إلى حد ما"، وفيما يلي رسم توضيحي لتوزيع النسب المئوية لأفراد العينة بالأعمدة التكرارية.

الجدول رقم (03): يوضح ترتيب دوافع استخدام الانترنت وفقاً لمتغير النوع.

النوع والترتيب والاتجاه	النوع											
	ذكور (ن=167)					إناث(ن=300)						
	المتوسط الحسابي	الوزن النسبي %	ت	النتيجة	الدافع	المتوسط الحسابي	الوزن النسبي %	ت	النتيجة (الاتجاه)			
الدافع	الفرق بين الترتيبين	01	01.73	57.66	12	إلى حد ما	01	01.89	63.10	10	إلى حد ما	02
02	02.28	75.99	08	إلى حد ما	02	02.24	74.88	06	إلى حد ما	02	02	
03	02.29	76.32	06	إلى حد ما	03	02.07	69.10	07	إلى حد ما	01	01	
04	02.49	82.99	04	بدرجة كبيرة	04	02.28	75.99	04	إلى حد ما	0	0	
05	01.76	58.66	11	إلى حد ما	05	01.55	51.88	12	لا	01	01	
06	02.52	83.99	03	بدرجة كبيرة	06	02.38	79.54	02	بدرجة كبيرة	01	01	
07	02.78	92.65	01	بدرجة كبيرة	07	02.49	83.10	01	بدرجة كبيرة	0	0	
08	02.66	88.65	02	بدرجة كبيرة	08	02.33	77.66	03	إلى حد ما	01	01	
09	02.28	75.99	08	إلى حد ما	09	01.90	63.55	09	إلى حد ما	01	01	
10	02.29	76.32	06	إلى حد ما	10	02.03	67.88	08	إلى حد ما	02	02	
11	02.43	80.99	05	بدرجة كبيرة	11	02.27	75.77	05	إلى حد ما	0	0	
12	02.18	72.65	10	إلى حد ما	12	01.69	56.32	11	إلى حد ما	01	01	
النتيجة النهائية	02.30	76.90	إلى حد ما			02.09	69.77	إلى حد ما				

يظهر من خلال هذا الجدول أن المتوسطات الحسابية للدوافع بالنسبة لفئة الإناث تراوحت بين (2.49-1.55)، وأوزانها النسبية تراوحت بين (51.88-83.10)، فقد احتل دافع "اكتساب معارف جديدة في مجالات مختلفة" المرتبة الأولى بوزن نسبي قدر ب 83.10% أما دافع "المرح، التسلية والترفيه" فقد احتل المرتبة الثانية، حيث بلغ الوزن النسبي له 79.54%، وهذان الدافعان يتراوح متوسط حسابهما بين 2.34 و 3، وبالتالي هما بتقدير درجة كبيرة، بينما احتل دافع "التواصل مع الآخرين" المرتبة الثالثة بوزن نسبي قدر ب 77.66%، وبمتوسط حسابي مرجح قدر ب 02.33 يقع في مجال تقدير إلى حد ما، بينما تم رفض دافع "التعبير عن مشاعر وأراء وسلوكيات افتقدها في الواقع المعاش" بوزن نسبي قدر ب 51.88%، و متوسط حسابي قدر ب 01.55، بينما دوافع: "تعلم وإجادة التعامل مع الآخرين" و "الشعور بالوحدة"، و "فهم الكثير من الأمور الحياتية" احتلت المراتب الأخيرة بأوزان نسبية قدرت ب 56.32% و 63.10% و 63.55% على التوالي، وكانت متوسطاتها الحسابية المرححة تتراوح بين 1.66 و 2.32، وبالتالي فهي بتقدير إلى حد ما.

وعند فئة "الذكور" تراوحت المتوسطات الحسابية بين (1.73-2.87)، وأوزان نسبية تراوحت بين (92.65-57.66)، حيث احتل كذلك دافع "اكتساب معارف جديدة في مجالات مختلفة" المرتبة الأولى بوزن نسبي قدر ب 92.65%، يليه دافع "التواصل مع الآخرين" بوزن نسبي قدر ب 88.65%، يليه دافع "المرح التسلية والترفيه" بوزن نسبي قدر ب 83.99%، وبتقدير درجة كبيرة، ونلاحظ أن هناك اتفاق بين الذكور والإناث فيما يخص الدوافع الأولى الثلاث، لكنها تختلف نسبياً في مستوى ودرجة تقديراتها، أما أدنى الأوزان النسبية عند فئة "الذكور" فقد كانت من نصيب دافع "الشعور بالوحدة"، ودافع "التعبير عن مشاعر وأراء وسلوكيات افتقدها في الواقع المعاش"، ودافع "تعلم وإجادة التعامل مع الآخرين" بأوزان نسبية قدرت ب 57.66% و 58.66% و 72.65% على التوالي، وبتقدير إلى حد ما، كما نلاحظ غياب الدوافع المرفوضة لدى فئة "الذكور"، وعلى العموم فإن الإجابات الكلية النهائية لدوافع استخدام الانترنت عند الفئتين (ذكور وإناث) جاءت في اتجاهها العام بتقدير إلى حد ما لكل منها بوزنين نسبیین عامیین هما: 76.90% عند فئة الذكور، و 69.77% عند فئة "الإناث"، ومتوسطین حسابیین عامیین هما 02.30 و 02.09 على التوالي.

كما يتضح من خلال الجدول أنه لم يحدث تغيير كبير في ترتيب الدوافع لدى أفراد العينة من الجنسين، مما يشير إلى عدم وجود اختلاف كبير في ترتيب الدوافع في علاقتها باستخدام الانترنت حسب النوع، وفيما يلي المخطط الراداري الذي يوضح اتجاه الدوافع عند أفراد العينة، وانتقالها حسب الدرجات الثلاث تبعاً لم تغير النوع.

ثانياً: هل استخدام الانترنت يساعد الطلبة على الارتباط أكثر بالقيم محل الدراسة؟

الجدول رقم (04): يوضح توزيع إجابات أفراد العينة على سؤال هل استخدام الانترنت ساعدك على الارتباط أكثر بالقيم التالية؟.

الاتجاهات													السؤال: هل استخدامك للانترنت ساعدك على الارتباط أكثر بالقيم التالية ؟	
الترتيب (ت/ق)	الوزن النسبي %	المتوسط الحسابي المرجح (م/ح)	أوافق بشدة		أوافق		محايد		لا أوافق		لا أوافق بشدة		الاتجاه والتكرار والنسبة	القيم
			5		4		3		2		1			
			%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
17	65.6	03.28	29.3	137	30.0	140	11.3	53	27.4	128	1.9	09	التفوق	1
16	66.2	03.31	20.8	97	32.3	151	7.9	37	34.9	163	4.1	19	احترام الوقت	2
10	80.2	04.01	48.2	225	23.8	111	09.0	42	19.1	89	-	-	الاحتشام	3
14	76.0	03.80	35.3	165	30.6	143	13.3	62	20.8	97	-	-	الالتزام الديني	4
11	78.0	03.90	29.6	138	48.6	227	9.9	46	6.6	31	5.4	25	الاستقلال ية	5
13	76.4	03.82	22.3	104	54.2	253	7.1	33	16.5	77	-	-	تحمل المسؤولية	6
7	83.2	04.16	26.3	123	65.7	307	5.8	27	2.1	10	-	-	التسامح	7
8	81.8	04.09	25.5	119	64.5	301	3.8	18	6.2	29	-	-	احترام خصوصية الآخرين	8
5	84.0	04.20	47.5	222	34.5	161	8.4	39	9.6	45	-	-	الحرية	9
2	87.0	04.35	51.4	240	36.8	172	7.3	34	4.1	21	-	-	التعاون	10
4	85.0	04.25	54.2	253	27.4	128	8.4	39	10	47	-	-	طلب العلم	11
1	88.8	04.44	49.9	233	45.0	210	5.1	24	-	-	-	-	حسن التواصل مع الآخر	12
9	81.8	04.09	30	140	51.2	239	16.9	79	1.9	09	-	-	الانتماء وحب الوطن	13
6	83.4	04.17	25.9	121	65.7	307	8.4	39	-	-	-	-	الصداقة	14
12	76.4	03.82	22.1	103	52.0	243	16.5	77	5.6	26	3.9	18	الصدق	15
15	70.6	03.53	23.6	110	32.5	152	17.8	83	26.1	122	-	-	الابتكار	16
3	85.4	04.27	49.9	233	34.0	159	12.6	59	-	-	3.4	16	احترام الأسرة	17
	79.4	04.20	33.5 4	2663	42.8 7	3404	09.96	791	11.2 6	894	01.0 9	87	النتيجة النهائية	

عند قراءة بيانات المتوسط الحسابي والوزن النسبي للقيم محل الدراسة نلاحظ أن المرتبة الأولى عادت إلى قيمة "حسن التواصل مع الآخر" بوزن نسبي بلغ 88.8 %، والمرتبة الثانية لقيمة "التعاون" بوزن نسبي بلغ 87.0 %، و المرتبة الثالثة عادت لقيمة "احترام الأسرة" بوزن نسبي بلغ 85.4 % والمرتبة الرابعة من نصيب قيمة "طلب العلم" بوزن نسبي قدر بـ 85.0 %، أما المرتبة الأخيرة فقد عادت لقيمة "التفوق" بوزن نسبي بلغ 65.6 % والمرتبة ما قبل الأخيرة كانت من نصيب قيمة "احترام الوقت وتقديره" بوزن نسبي قدر بـ 66.2 %، كما أن قيمة "الابتكار" احتلت مرتبة متأخرة قبل قيمة "احترام الوقت وتقديره" بوزن نسبي بلغ 70.6 %.

كما بين لنا المتوسط الحسابي أن هناك 15 اتجاهًا إيجابيًا عند أفراد العينة من الطلبة الجامعيين نحو القيم محل الدراسة وهي قيم: الاحتشام، الالتزام الديني، الاستقلالية، تحمل المسؤولية، التسامح، احترام خصوصية الآخرين، الانتماء وحب الوطن، الصداقة، الصدق، الابتكار، حيث كانت متوسطاتها الحسابية تتراوح بين 3.40 و 4.19، وهو المجال المعبر عن درجة "أوافق"، وقيم: الحرية، التعاون، طلب العلم حسن التواصل مع الآخر، متوسطاتها الحسابية تراوحت بين 4.20 و 5، وهو المجال المعبر عن درجة "أوافق بشدة" وهي كلها مجتمعة تمثل الاتجاه الإيجابي عند أفراد العينة الطلبة فيما يخص اعتقادهم في أن الانترنت ساعدهم على الارتباط أكثر بهذه القيم.

وبين لنا المتوسط الحسابي أن الاتجاه المحايد كان لقمي "التفوق"، و"احترام الوقت وتقديره" بينما غابت الاتجاهات السلبية، وبهذا فتكون النتيجة النهائية الكلية لمجموع الإجابات تمثل الاتجاه الموجب وهو الغالب، ويمكن تأكيد ذلك بحساب المتغير الحسابي المرجح الكلي للجدول الذي بلغ 04.20، وهو يقع في مجال درجة "أوافق".

ويمكن تفسير هذه النتائج مبدئياً أن استخدام الانترنت لا يؤثر سلباً على قيم أفراد العينة الطلبة الجامعيين وإنما يعززها، حيث أن أغلبية أفراد العينة يقرون بمساعدة الانترنت على الارتباط أكثر بالقيم محل الدراسة لكن بدرجات متفاوتة، إلا في بعض القيم التي لا تلقى التشجيع والاهتمام من طرف فئات واسعة من أفراد المجتمع في وقتنا الحالي وهي: (التفوق، احترام وتقدير الوقت، الابتكار). وهذا ما يظهر في نسب أوزانها المنخفضة مقارنة بالقيم الأخرى. كما نلاحظ أن هناك تفاوت في مستوى الاعتقاد لدى أفراد العينة على الارتباط بالقيم، وهذا راجع إلى طبيعة كل قيمة وعلاقتها بالنسق القيمي لأفراد العينة من الطلبة الجامعيين.

و فيما يخص قيم (التفوق، الابتكار، تقدير الوقت). والنسب الضعيفة التي أجاب بها أفراد العينة مقارنة مع النسب الأخرى التي صرحوا بها، فإن ذلك قد يرجع إلى واقع مؤسسات التنشئة الاجتماعية بصفة عامة من أسرة، و مدرسة، و جامعة.. الخ، والمجتمع ككل الذي لم يغرس هذه القيم في أذهان الشباب بصفة عامة و الطلبة بصفة خاصة، حيث الفرد ينشئ على عدم احترام الوقت وتقديره فيما ينفعه كما أن التفوق والابتكار تراجعهما راجع إلى أن الواقع المعاش بصفة عامة وما افترزه من روح انحرافية لا تشجع على التفوق والإبداع، على الرغم من أن هذه الفئة المفروض أن تكون حاملة لشعار النجاح والتفوق في مؤسسة النجاح والابتكار، أولاً و هي الجامعة، وفي وجود وسيلة اتصالية و إعلامية ومعرفية ابتكاره كان من المفروض أن تشجع على هذه القيم (خصوصاً التفوق والابتكار)، وهذه النتيجة تتوافق مع نتائج سؤال مجالات الاستخدام التي تضع استخدام الانترنت في العلم والمعرفة في مراتب متأخرة

نوعاً ما مقارنة بالمجالات الأخرى، وخاصة مواقع التواصل الاجتماعي، وهذا ما يعطينا نظرة على أن استخدام الطلبة للانترنت والارتباط بقيمة العلم التي جاءت في المرتبة الرابعة يكون مقتصر فقط على إعداد البحوث والمذكرات بعيداً عن النظرة الإبداعية و الابتكارية للأمور المختلفة لحياة الطالب ككل.

كما يمكن أن نفترض أن الوضع الاجتماعي والثقافي للمجتمع الذي نعيش فيه لا يولي أهمية للوقت والتفوق والابتكار كما هو الحال في المجتمعات المتقدمة، وفيما يلي المخطط الراداري الذي يوضح اتجاه درجات القيم عند أفراد العينة.

الجدول رقم(5): يوضح ترتيب القيم والوزن النسبي والمتوسط الحسابي لإجابات أفراد العينة وفقاً لمتغير النوع.

النوع		النوع																								
		ذكور(ن=167)				إناث(ن=300)																				
		المتوسط الحسابي	الوزن النسبي %	ت	النتيجة	المتوسط الحسابي	الوزن النسبي %	ت	النتيجة																	
الفرق بين الترتيبين	المتوسط الحسابي والوزن النسبي القيم	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12	13	14	15	16	17	النتيجة النهائية							
00	أوافق	15	70.00	03.50	أوافق	15	74.13	03.70	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12	13	14	15	16	17	النتيجة النهائية
00	محايد	17	62.4	03.12	أوافق	17	72.93	03.64	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12	13	14	15	16	17	النتيجة النهائية	
02	أوافق	10	79.86	03.99	أوافق	08	80.83	04.04	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12	13	14	15	16	17	النتيجة النهائية		
02	أوافق	12	75.93	03.73	أوافق	14	76.40	03.82	04	05	06	07	08	09	10	11	12	13	14	15	16	17	النتيجة النهائية			
01	أوافق	11	77.33	03.86	أوافق	10	79.40	03.97	05	06	07	08	09	10	11	12	13	14	15	16	17	النتيجة النهائية				
02	أوافق	13	74.93	03.74	أوافق	11	79.16	03.95	06	07	08	09	10	11	12	13	14	15	16	17	النتيجة النهائية					
05	أوافق	09	82.8	04.14	أوافق بشدة	04	84.07	04.20	07	08	09	10	11	12	13	14	15	16	17	النتيجة النهائية						
04	أوافق	08	83.66	04.18	أوافق	12	78.56	03.92	08	09	10	11	12	13	14	15	16	17	النتيجة النهائية							
01	أوافق بشدة	05	84.93	04.24	أوافق	06	82.27	04.11	09	10	11	12	13	14	15	16	17	النتيجة النهائية								
01	أوافق بشدة	02	86.46	04.32	أوافق بشدة	01	88.02	04.40	10	11	12	13	14	15	16	17	النتيجة النهائية									
02	أوافق بشدة	03	85.93	04.29	أوافق	05	83.71	04.18	11	12	13	14	15	16	17	النتيجة النهائية										
01	أوافق بشدة	01	90.60	04.53	أوافق بشدة	02	85.98	04.30	12	13	14	15	16	17	النتيجة النهائية											
06	أوافق	07	83.93	04.19	أوافق	13	78.08	03.90	13	14	15	16	17	النتيجة النهائية												
01	أوافق بشدة	06	84.40	04.22	أوافق	07	81.91	04.09	14	15	16	17	النتيجة النهائية													
05	أوافق	14	74.73	03.73	أوافق	09	79.88	03.99	15	16	17	النتيجة النهائية														
00	أوافق	16	69.06	03.45	أوافق	16	73.65	03.68	16	17	النتيجة النهائية															
01	أوافق بشدة	04	85.06	04.25	أوافق بشدة	03	84.67	04.23	17	النتيجة النهائية																
	أوافق		79.4	03.97	أوافق		80.0	04.0	النتيجة النهائية																	

ومن أجل تأكيد ما تقدمنا به في الجدول السابق اعتمدنا على جدول يتعلق بالمتوسط الحسابي المرجح والوزن النسبي والترتيب والنتيجة لكل القيم محل الدراسة.

و اتضح لنا من خلال الجدول رقم (5) أن كل أفراد العينة من فئة الذكور يعتقدون أن استخدامهم للانترنت والتعرض لمحتوياتها ساعدهم على أن يرتبطوا أكثر بالقيم محل الدراسة (المذكورة في الجدول) حيث أن المتوسطات الحسابية لإجابات فئة الذكور تراوحت بين (4.40-3.64)، وأوزان نسبية تراوحت بين (88.02-72.93)، إذ بلغ أعلى وزن نسبي لقيمة "التعاون" بنسبة 88.02%، تليه قيمة "حسن التواصل مع الآخر" بوزن نسبي قدر ب 85.98%، تليه قيمة "احترام الأسرة" بوزن نسبي قدر ب 84.67%، ومن جهة أخرى كانت أدنى الأوزان النسبية عند فئة الذكور لقيمة "احترام وقت وتقديره" بوزن نسبي بلغ 72.93%، وقيمة "الابتكار" بوزن نسبي قدر ب 73.65%، وقيمة "التفوق" بوزن نسبي بلغ 74.13%. وهي نسب تفوق الخمسين بالمائة رغم أنها تحتل المراتب الأخيرة في اعتقاد أفراد العينة من الذكور، وهذا يعنى على العموم أن هناك 17 اتجاهًا إيجابيًا (كل القيم) نحو القيم محل الدراسة عند فئة الذكور، وهذا ما تؤكدته النتيجة النهائية المعبرة عن كل الإجابات عند فئة الذكور التي كانت إيجابية بوزن نسبي قدر ب 80.0%، ومتوسط حسابي مرجح لكل الإجابات قدر ب 04.00، والذي يقع في مجال "أوافق".

ويتضح لنا كذلك من خلال الجدول أعلاه أن أغلبية أفراد العينة من الإناث يعتقدن أن استخدام الانترنت والتعرض لمحتوياتها ساعدهن على أن يرتبطن أكثر بالقيم المذكورة في الجدول، إلا في حالة واحدة متعلقة بقيمة "احترام الوقت وتقديره" حيث كن غير متأكدات بشأنها بوزن نسبي بلغ 62.40 ومتوسط حسابي مرجح قدر ب 03.12، حيث تراوحت المتوسطات الحسابية لإجابات الإناث (4.53-3.12)، وأوزان نسبية تراوحت بين (90.60-62.40)، وبلغ أعلى وزن نسبي عند فئة الإناث لقيمة "حسن التواصل مع الآخر" بنسبة 90.60%، تليه قيمة "التعاون" بنسبة 86.46%، تليه قيمة "طلب العلم" بوزن نسبي قدر ب 85.39%، أما أدنى المستويات النسبية كانت من نصيب قيمة "احترام الوقت وتقديره" بنسبة 62.40%، وقيمة "الابتكار" بوزن قدر ب 69.06%، وقيمة "التفوق" بوزن نسبي قدر ب 70.0%، وعلى العموم فإن النتيجة النهائية لمجمل الإجابات عند الإناث كانت ب 16 اتجاهًا إيجابيًا اتجاه القيم، واتجاهًا واحدًا محايداً لقيمة "احترام الوقت وتقديره" مع غياب الاتجاهات السلبية، وكانت النتيجة النهائية الكلية إيجابية بدرجة "أوافق"، وذلك بوزن نسبي قدر ب 79.40%، ومتوسط حسابي مرجح قدر ب 03.97.

ويتضح كذلك من خلال الجدول أنه يوجد تغير في ترتيب بعض القيم لدى أفراد العينة من الجنسين وهي قيم: الانتماء وحب الوطن، الصدق، التسامح، احترام خصوصية الآخرين، وهذا التغير الذي يظهر في ترتيب القيم وهرميتها بين النوعين، قد يكون نتيجة عوامل شخصية أو بيئية أو حتى عوامل مرتبطة بالوسيلة وما تحققه للأفراد العينة سواء كانوا ذكوراً أو إناثاً، وفيما يلي المخطط الراداري الذي يوضح اتجاه درجات القيم عند أفراد الفئتين.

XII نتائج الدراسة:

1- إن أغلبية أفراد العينة من الطلبة الجامعيين يوافقون على أن استخدامهم للانترنت والتعرض لمحتوياتها ساعدهم على الارتباط أكثر بالقيم، وهذا يناقض الكثير من الدراسات القائلة بأن الانترنت بمستوياتها الاتصالية المختلفة لا تقوم بنشر القيم وتعزيزها وتنميتها لدى الشباب بصفة عامة والطلبة الجامعيين بصفة خاصة بالقيم، وتوافقت مع دراسة الباحث بطرس الحلاق.

2- وتوصلت الدراسة إلى تصدر قيم: «حسن التواصل مع الآخر»، «التعاون»، «احترام الأسرة»، «طلب العلم»، «الحرية»، «الصدقة»، «التسامح»، «احترام خصوصية الآخرين» المراتب الأولى من حيث موافقة أفراد العينة عليها بأوزان نسبية مرتفعة، ومن جهة أخرى احتلت قيم: «الالتزام الديني»، «الابتكار»، «احترام الوقت وتقديره»، قيمة «التفوق» المراتب الأخيرة من حيث مقدرة الانترنت على مساعدة أفراد العينة على الارتباط أكثر بهذه القيم

3-الاتجاه العام لكل إجابات أفراد العينة كان في الاتجاه الموجب حيث بلغ المتوسط الحسابي الكلي 04.20 الذي يقع في مجال "أوافق بشدة".

4-الاتجاه العام لكل المتغيرات (النوع، السن، المستوى الجامعي، منطقة السكن، الحالة المدنية) حول مقدرة الانترنت على جعل الطلبة يربطون أكثر بالقيم محل الدراسة في الاتجاه الموجب مع وجود اختلافات في الدرجات (موافق بشدة، وموافق).

5-أن أغلبية أفراد العينة لا يعتقدون أن استخدام الانترنت جعلهم يقومون بسلوكيات سلبية (المتضمنة لقيم محل الدراسة)، وإنما سلوكياتهم بقيت إيجابية بعد الاستخدام تتوافق مع قيمهم الموجبة. وهذا باستثناء سلوك واحد، وهو السلوك المعبر عن قيمة الصدقة.

6-إن أغلبية أفراد العينة من الطلبة الجامعيين يوافقون على أن استخدامهم للانترنت والتعرض لمحتوياتها عزز لديهم القيم محل الدراسة.

خاتمة:

لقد حاولنا في الدراسة معالجة إحدى أهم المواضيع في كل المجتمعات والدول، وهي فئة الطلبة الجامعيين باعتبارهم فئة مميزة، بل هم أكثر فئات المجتمع حركة ونشاطاً وإبداعاً، والانشغال بقضايا الطلبة الجامعيين مرده إلى السلوكيات غير السوية التي تنتج عنهم نتيجة تعاملهم مع وسائل الإعلام المختلفة سواء التقليدية أو الحديثة، وخاصة الانترنت ومواقع التواصل الاجتماعي، وهذه السلوكيات غير السوية تؤدي لمحنة إلى فقدان الطلبة لقيمهم ومعاييرهم الاجتماعية والانسلاخ عن هويتهم وثقافتهم.

وكانت نتائج دراستنا في عدة مستويات منها أن هناك فروق واضحة في عادات وأنماط استخدام الطلبة الجامعيين للانترنت باختلاف المتغيرات الشخصية والديمقراطية، واستنتجنا كذلك أن دوافعهم العليا لاستخدام الانترنت تركزت في الأساس على: اكتساب معارف جديدة في مجالات مختلفة، والتواصل مع الآخرين، والمرح والتسلية والترفيه، أما الدوافع الدنيا تركزت على تعلم وإجادة التعامل مع الآخرين والشعور بالوحدة، وتم رفض دافع التعبير عن مشاعر وآراء افتقدها في الواقع المعاش.

أما فيما يتعلق بالقيم فإن أغلبية أفراد العينة من الطلبة الجامعيين يعتقدون أن الانترنت بمستوياتها الاتصالية والمعرفية المختلفة ساعدهم على الارتباط أكثر بالقيم محل الدراسة، وهذا يدل على أن الطلبة يتعاملون مع محتويات الانترنت ومضامينه بما يتلاءم مع قيمهم، يرفضون مع يعارضها، تلك القيم التي صقلت فيهم مؤسسات التنشئة الاجتماعية، ومنها الأسرة التي قيل بأنها استقلت عن أداء دورها، وتركته لوسائل الإعلام والاتصال المختلفة، وهذا يقودنا إلى القول بأن المحدد الرئيس لقيم الطلبة الجامعيين ليس الانترنت بمستوياتها المختلفة، وإنما مؤسسات التنشئة الاجتماعية التي عملت على ترسيخ فيهم هذه القيم في بداية تنشئهم منذ الصغر، وفي الأخير يجب أن نشير أن الانترنت كوسيلة إعلامية واتصالية في تطور مطرد لا أحد يستطيع أن يتنبأ لما تؤول إليه في المستقبل، وبالتالي قد تكون لها تأثيرات سلبية على سلوكيات الطلبة الجامعيين، لا تستطيع أن تصدها القيم المرسخة للأفراد من قبل مؤسسات التنشئة الاجتماعية التي هي الأخرى أصبحت تعاني بفعل ظروف اقتصادية واجتماعية وسياسية مختلفة وتعاني كذلك بفضل الانترنت في حد ذاتها، هذا ما يدعو إلى مواصلة البحث في هذه الإشكالات لتكون مساهمة للتحويلات التكنولوجية والاتصالية التي عرفتها مجتمعاتنا.

الهوامش:

- ¹ - فهد بن علي الطيار: 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، الرياض، 2014، ص 1193-226.
- ² - بطرس الحلاق: أثر مواقع التواصل الاجتماعي على تنمية القيم والسلوكيات لدى طلبة الجامعة، موقع فيسبوك نموذجاً، مجلة شمرا أكاديميا، جامعة تشرين سوريا 2015/2016
- ³ - ابن منظور: لسان العرب، المجلد 09، دار الكتب العلمية، بيروت، لبنان، ط 1، 2003، ص 423.
- ⁴ - عبد المنعم الحفني: المعجم الشامل للمصطلحات الفلسفية، مكتبة مدبولي، القاهرة، ط 1، 2000، ص 173.
- ⁵ - مجمع اللغة العربية: المعجم الوسيط، مكتبة الشروق الدولية، المجلد 1، ط 4، 2004، ص 173.
- ⁶ - القرآن الكريم، سورة يس، الآية 12.
- ⁷ - ابن منظور: لسان العرب المحيط، المجلد 4، دار الفكر، بيروت، لبنان، ط 1، 1990، ص 05.
- ⁸ - Bernard Lamazit , Ahmed Slimane : **Dictionnaire encyclopédique de sciences de l'information et la communication**, ellipses, paris, 1997, p228.
- ⁹ - حسين عماد مكاوي، ليلى حسين السيد: الاتصال ونظراته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، ط 2، 2001، ص 52.
- ¹⁰ - سامية محمد جابر: الاتصال الجماهيري، والمجتمع الحديث، النظرية والتطبيق، دار المعارف الجامع
- ¹¹ - سامية محمد جابر: الاتصال الجماهيري، والمجتمع الحديث، النظرية والتطبيق، دار المعارف الجامعية، القاهرة، د ط، 1998 ص 61.
- ¹² - قاموس عام: عربي فرنسي، دار الكتب العلمية، بيروت، د ط، 2005، ص 61.
- ¹³ - عبد الحميد بلعباس: إتاحة واستخدام مصادر المعلومات، دراسة لاستخدام مصادر المعلومات من قبل طلبة الدراسات العليا بالمكتبة الجامعية محمد بوضياف، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، قسم علم المكتبات والتوثيق، جامعة المسيلة 2005/ 2006، ص 06.
- ¹⁴ - أحمد عبدلي: مستخدمو الانترنت، مذكرة خرج لنيل شهادة الماجستير، جامعة منتوري قسنطينة، قسم الإعلام، 2012-2013 ص 06.
- ¹⁵ - عادل عبد الصادق: الشبكات الاجتماعية والقيم المحلية بين الثابت والمتغير، مجلة لغة العصر، المركز العربي لأبحاث الفضاء الإلكتروني عدد ديسمبر 2016، ص 01.
- ¹⁶ - جميل صليبا: المعجم الفلسفي، الجزء الأول، دار الكتاب اللبناني، بيروت، 1982، ص 213.

- 17- الفيروز أبادي، محمد الدين محمد بن يعقوب: القاموس المحيط، دار إحياء التراث العربي، بيروت، لبنان، ط2، 2003 ص1062.
- 18- ابن منظور، المجلد 12، مرجع سابق، ص594.
- 19- سورة البينة، الآية 05.
- 20 - سورة الأنعام، الآية 153.
- 21 - محمد عبد الحميد: دراسات الجمهور في بحوث الإعلام، عالم الكتب، القاهرة، مصر، ط1، 1993، ص122.
- 22- سورة الفرقان، الآية 67.
- 23 - عبد اللطيف محمد خليفة: ارتقاء القيم، سلسلة عالم المعرفة، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت، 1992، ص30.
- 24- عبد الوهاب الكيالي: الموسوعة السياسية، ج4، المؤسسة العربية للدراسات والنشر، عمان، الأردن، ط3، 1995، ص836.
- 25 - فوزية دياب: القيم والعادات الاجتماعية، دار النهضة العربية، بيروت، لبنان، ط1، 1980، ص21، نقلنا عن Pepper, S.C, The Sources of Value, p07.
- 26 - علي خليل مصطفى: القيم الإسلامية والتربية - دراسة في طبيعة القيم ومصادرها ودور التربية الإسلامية في تكوينها وتنميتها مكتبة إبراهيم حلي، المدينة المنورة، د ط، 1988، ص34.
- 27 - فوزية دياب: القيم والعادات الاجتماعية مع بحث ميداني لبعض العادات الاجتماعية، دار النهضة العربية، بيروت، د ط 1980، ص16.
- 28- عزي عبد الرحمن: الثقافة وحتمية الاتصال نظرة قيمية، مجلة المستقبل العربي، العدد 295، سبتمبر، 2003، ص15.
- 29- زيدان عبد الباقي: قواعد البحث العلمي، دون دار نشر، دون بلد نشر، ط1، 1972، ص135.
- 30 - المصدر: المرصد الجزائري، marsaddz.Com نقلاً لتصريحات وزير التعليم العالي والبحث العلمي الطاهر حجار.