جامعة المسيلة

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم علوم الإعلام و الإتصال

استخدام الطلبة الجامعيين للانترنت

"دراسة ميدانية بجامعة المسيلة"

مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال

إعداد الطالبة:

- جدي نور الهدى

إشراف الأستاذ:

- بوقرة رضوان

السنة الجامعية: سبتمبر 2013

كلمة شكر

نحمد الله عز وجل بداية على منّه وكرمه وأشكره على توفيقه لإتمام

هذا العمل وإنجازه على هذا الوجه.

وأتقدم بخالص الشكر والامتنان للأستاذ المشرف :"بوقرة رضوان"

على كل ما قدمه لي من توجيهات أثناء إنجاز هذا العمل،

كما أشكر كل أساتذة قسم علوم الإعلام والاتصال الذين لم يبخلوا عليّ بنصائحهم

القيمة.

كما أتقدم بالشكر الخالص إلى زميلتي الغالية :"بن يحي فاطمة الزهراء"

وإلى طاقم مكتبة البيان وعلى رأسهم الأخ :"فرحات إسماعيل"

وإلى كل من مد لي يد العون من قريب أو بعيد

نور الهدى

إهداء

أتقدم بإهداء عملي المتواضع إلى :

من أحسن إلي أبي

وإلى أخواتي و إخوتي وإلى كل الأصدقاء

وإلى كل من قدم إلى يد المساعدة من قريب أو بعيد

نور الهدى

ملخص:

تهدف هذه الدراسة إلى الكشف عن استخدام الطالب الجامعي للانترنت من خلال دراسة عينة من الطلبة بجامعة المسيلة، ولقد تم الاعتماد على أداة الاستبيان لجمع البيانات من المبحوثين، حيث تم تقسيم الاستمارة إلى أربعة محاور: المحور الأوّل: إقبال الطالب على استخدام الانترنت، والمحور الثاني" عادات استخدام الانترنت، والمحور الثالث: أنماط استخدام الانترنت، أما المحور الرابع: متعلق بإشباعات الاستخدام، وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها: أغلب المبحوثين يقبلون على الانترنت منذ أكثر من ثلاث سنوات وبصفة معقولة، تقضي النسبة الأكبر من المبحوثين من ساعة إلى ساعتين في استخدام الانترنت، يميل أغلبهم إلى الاستخدام الفردي ويفضلون الفترة الليلية للاستخدام، وأغلب أفراد العينة يستخدمون الانترنت لسبب التعليم، وأغلبهم يستخدمونها بصفة دائمة في بحوثهم الأكاديمية، ومعظمهم يداومون على استخدام محرك البحث Google، وأكثر من نصف العينة يفضلون الدخول إلى موقع التواصل الاجتماعي "الفايسبوك"، وأغلبهم يزورون المواقع الثقافية بشكل مستمر.

والذي يدفع الطلبة إلى الاستخدام هو التعليم ثمّ الترفيه والتسلية والفورية في الحصول على المعلومات، وأغلب أفراد العينة يشبعون حاجاتهم في التواصل والتفاعل مع الآخرين وربط علاقات صداقة التي يتيحها العالم الافتراضي.

وأغلب الطلبة بالنسبة لهم الانترنت تشبع حاجاتهم التعليمية أكثر من الحاجات الترفيهية.

وتشير آخر النتائج أن اغلبهم لا يشعرون بشيء إن غابوا عن الانترنت وأغلب المبحوثين لا يثقون دائما بما تقدمه الانترنت من خدمات لأنّهم يتعاملون مع هذه الوسيلة بنوع من الوعي، فأحيانا ما يثقون وذلك على حسب نوعية الخدمات المقدمة ومصدرها، واستخداماتهم تتوقف على حسب دوافعهم وحاجاتهم والإشباعات المراد تحقيقها من وسيلة الانترنت.

Résumé:

L'objectif de cette étude est la découverte d'utilisation de l'internet par l'étudiant universitaire, d'après un échantillon des étudions de M'sila, et un l'apprentissage, dont la formulaire contient quatre thèmes: le premier thème: le penchant des étudions en vers l'internet.
Le deuxième thème : les compartiments d'utilisations de l'internet.
Le troisième thème: les manières d'utilisation de l'internet.
Le quatrième thème: les satisfaction d'utilisation.
L'étude est arrives a un ensemble des résultats que le plus important est la majorité des étudiants qui penchent en vers l'internet depuis trois ans et plus et avec une manière raisonnable, permis eux qui posent entre une heure et deux heure d'avant l'écran. Au ils préfèrent l'usage individuel aussi ils préfèrent la possible de la nuit leurs objectif est la recherche scientifique.
La majorité des étudiant utilisent de façon permutantes dons leurs recherche a cuminique le moteur, GOOGLE, le moitié d'enchantions préfèrent le cite de lieu social "Facebook" et la visite des sites cultural de façon continu.
Qui pousse les étudiants a l'utilisation de l'internet c'est; l'apprentissage puis l'amusement l'exigence d'obtention des informations et de faire des connaissances avec l'autrui a travers le monde c'est-a-dire le monde virtuel, mais le Majorité utilisent l'internet pour des besoins scientifique ne pas des besoins de plaisir.

Les dernier résultats indiquent que la majorité des étudiants ne surtension quand ils sautent de l'internet et ils méfient quelque fois de la ressource et de se qu'il présente de service par ce que la majorité utilisent l'internet avec perdante et conscience selon leur besoins et leurs Internet.

مقدمة

إن ما ميز القرن الحادي والعشرين هو انتشار التكنولوجيا الحديثة للإعلام والاتصال التي فتحت أفاقا جديدة وأحدثت تغيرات عميقة في مختلف جوانب الحياة الإنسانية، إن العالم المعاصر يعيش مرحلة تحول كبرى اختزل من خلالها عامل الزمن كما قربت المسافات وأصبح الإنسان المعاصر يعيش أحداث المكان ومضمون الزمان في نفس اللحظة في عصر جديد أطلق عليه بعصر العولمة أو الكوكبة، أو عصر ثورة المعلومات والاتصالات وهو العصر الذي لازلنا نتابع أحداثه المتلاحقة التي بدأت منذ إلتقاء خطي العلم والتكنولوجيا، ويجمع العلماء المختصين على أن إنشاء شبكة المعلومات الدولية الانترنت يعد أهم إنجاز تكنولوجي تحقق إذ استطاع الإنسان أن يلغي المسافات ويختصر الزمن ويجعل من العالم أشبه بشاشة إلكترونية صغيرة، وذلك لما تتميز به من قدرة على جذب الكبار والصغار حول شاشتها إذ تتوفر على خصائص تقنية وفنية توفر تقديم المعارف والمعلومات والقيم وحتى السلوكيات، كما ساهمت في تطوير الفكر وأساليب العيش ورفاهية الإنسان.

وتزايدت أهمية الانترنت في الآونة الأخيرة، حتى دعا البعض إلى اعتبارها وسيلة اتصالية جديدة بحد ذاتها، بل ويمكن أن تحل محل وسائل الإعلام التقليدية، وقد أشارت بعض الدراسات الحديثة إلى مكانة الإنترنت المميزة بين وسائل الإعلام ووسائل الاتصال الأخرى بصفة عامة، وفي حياة الشباب بصفة خاصة، وبذلك تحولت الانترنت إلى مؤسسة للتنشئة الاجتماعية قادرة على منافسة المؤسسات التقليدية المعروفة كالأسرة والجامعة والمسجد... وغيرها، وقد استطاع التطور المذهل في حقول تكنولوجيا الاتصال أن يتيح لها الارتباط بكافة مجالات الأنشطة الإنسانية فأصبح جزأ مهما في الحياة اليومية للأشخاص.

فالانترنت تعتبر موسوعة علمية غنية بالمعلومات التي تقدمها لمستخدميها ومجال للتواصل والتفاعل بين الناس في مختلف المجالات ومتاحة لكافة الفئات ومفتوحة على كل الثقافات، حيث أصبح مستخدمو الانترنت في تزايد بوتيرة سريعة في ظل هذا التقدم التقني والانفجار المعلوماتي، مما جعلها تساهم في صياغة العلاقة بين الفرد ومجتمعه، وبين ثقافة المجتمع وثقافات غيره حيث أحدثت طفرة حقيقية في ثقافة المجتمعات البشرية عموما والمجتمع الجزائري خصوصا الذي عرف الاشتراك بشبكة الانترنت منذ مارس **1994**م، ومنذ ذلك الحين شهدت الجزائر تطورا كبيرا في هذا المجال، حيث أضحى عدد المستخدمين يعد بالملايين انتشار فضاءات الانترانت العمومية ومقاهي الانترنت أصبحت تعد بالآلاف، الشيء الذي جعل شبكة الانترنت تعد من أهم مجالات التواصل والتفاعل الاجتماعي تتشكل من خلاله قيم وخبرات مشتركة بين المستخدمين، ووسيلة تعليمية وترفيهية تجذب بها كل الفئات العمرية مهما تعددت أجناسهم وميولهم.

وقد أثبتت العديد من الأبحاث في الجزائر أن فئة الشباب تقضي وقتا طويلا أما الشاشة الإلكترونية فهي وسيلة للترفيه والترويح عن النفس والارتقاء بالذوق لدى الشباب وأداة ناجحة لتطوير قدراته ومهاراته واتجاهاته وسلوكياته واهتماماته المختلفة، كما أنها وسيلة لنقل المعارف والمعلومات التي قد تساعد الشباب على إدماجهم في الحياة العملية وتزويدهم بخبرات ذات مستوى عالي وأصبح لا يمكن الاستغناء عليها في الجانب التعليمي.

وكما هو معروف الطلبة الجامعيين يمثلون فئة معتبرة في المجتمع يجدون أنفسهم أمام تحدي كبير يتمثل في استيعاب هذه التكنولوجية الحديثة وتطويعها والاستفادة منها، وهكذا أصبحت خدمات الانترنت متاحة في مجال البحث عن فرص العمل والتعرف على خبرات الغير لتطوير المهارات الذاتية، بل وأضحت الشبكة العنكبوتية مجالا واسعا للمساهمة في البحث العلمي وسهولة التواصل مع الباحثين في العالم، وعلى المستوى الإكمالي أو الثانوي بدأ التلاميذ يحتكون بالفضاء الالكتروني، من خلال توجيه المؤسسات التعليمية نحو تقريب المعلومات والانترنت منهم.

وإذا كان عدد كبير من الشباب قد استثمر إيجابيا في الولوج إلى الفضاء الرقمي، فإنّه على العكس من ذلك أصبحت الانترنت تشكل خطرا كبيرا على عقلياتهم وطريقة تفكيرهم، بل على سلوكياتهم، وقد ساهم انتشار مقاهي الإبحار الرقمي وتسهيل الانخراط في الشبكة في تحول بعض الشباب نتيجة ذلك إلى حالات الإدمان، بحيث يقضي معظم أوقاتهم أمام شاشات الحاسوب لنسيان واقعهم الاجتماعي.

ولكن تبقى الانترنت ملاذا للشباب وخاصة بالنسبة للذين يحسنون استخدامها والذي يأتي في مقدمتهم الطلبة الجامعيين لكونهم يستطيعون التعبير بكل حرية عما يشغل بالهم بحيث يمثل الطلبة المحور الأساسي لأي دولة في العالم والعمود الفقري لها، حيث يعد الطلبة من أهم مراحل التكوين والانطلاق نحو تحقيق أهداف المجتمع بقوة، والاستعداد لتحمل مسؤوليات المستقبل.

وفي هذا السياق تندرج إشكالية دراستنا التي تتمحور حول استخدام الطلبة الجامعيين للانترنت، ولقد اخترنا هذا الموضوع لاعتقادنا أن الطلبة فئة اجتماعية إيجابية في تعاملها مع الانترنت وهذا بحكم تكوينها العلمي والتربوي، ونبحث في العلاقة التفاعلية بين محتويات (خدمات) الانترنت والطالب الجزائري.

ونحن لا نتكلم عن الانترنت لا من الناحية الإيجابية أو السلبية وتأثيراتها النفسية والاجتماعية إن كانت ضارة أو نافعة، بل نحاول أن نرصد استخدامات الطلبة الجامعيين وما يهمهم من وسيلة الانترنت والإشباعات المحققة من ذلك.

وقد قسمنا دراستنا إلى فصلين نظريين وفصل ميداني إضافة إلى الجانب المنهجي للدراسة سنلخصها فيما يلي:

- الإطار المنهجي الّذي يتمحور حول إشكالية الدراسة من خلال التساؤلات وطرح الإشكالية، وكذا أهداف الدراسة إلى جانب أهميتها وتحديد المفاهيم، والتعريف بالمنهج والأداة البحثية المتبعين في الدراسة.

الإطار النظري

- الفصل الأوّل والذي يتمحور حول نظرية الاستخدامات والإشباعات من خلال التطرق لمفهومها وتطورها، ونماذجها وأهم الانتقادات الموجهة إليها.
- الفصل الثاني والذي تمحور حول الانترنت وتطرقنا إلى مفهومها وتطورها، وكذلك المفهوم التقني المتداول في كثير من الدراسات وقدمنا تعريف آخر أخذ الصبغة الإعلامية الاجتماعية وهذا لتقريبه من مجال الدراسة بالإضافة إلى تحديد وظائفها وخصائصها وخدماتها المختلفة.
- الإطار الميداني واشتمل على فصل واحد، فقد خصصناه لتحليل النتائج كميا وكيفيا والخروج باستنتاجات ومناقشة النتائج، ثمّ قمنا من خلاله عرض أهم نتائج الدراسة.

الإطار المنهجي

١ - إشكالية الدراسة

٢ - أسباب اختيار الموضوع

٣ - أهداف الدراسة

٤ - أهمية الدراسة

٥ - نوع الدراسة

٦ - منهج الدراسة

٧ - أداة الدراسة

٨ - عينة الدراسة واختيارها

٩ - تحديد مفاهيم الدراسة

١ – الإشكالية:

تشير الحقائق العلمية ومن خلال الواقع الملموس، إلى أن الانترنت فرضت نفسها وبقوة في القرن الواحد والعشرين واكتسبت سمعة واسعة على امتداد دول العالم وذلك لانتشارها الملحوظ كوحدة من ابرز وسائل الاتصال الحديثة **"New Media"** والتي نمت نموا لم تشهده أي وسيلة اتصالية أخرى وأتاحت استخدامات متعددة في العديد من المجالات المختلفة إلى الحد تناقلت الأنباء انطباعات من يقول بأنها سوف تصبح موجودة في كل بيت، مثل الإذاعة والتلفزيون، وسيلة للإعلام والتعليم والتثقيف والترفيه، والتنامي الحاصل على نطاق مستخدميها الذي يشهد ازديادا مستمرا بمرور الأيام، حتى دعى البعض إلى اعتبارها وسيلة اتصالية بحد ذاتها ، بل يمكن أن تحل محل وسائل الاتصال التقليدية .

وتؤكد بعض الدراسات أن الفئة الأكثر إقبالا على استخدام الانترنت هي فئة الشباب لأنها الفئة الأكثر تأثرا بما يبين ويذاع وينتشر عبر وسائل الإعلام المختلفة وعلى رأسها شبكات الانترنت، وأصبح ممارسة يومية وجزءا لا يتجزأ من الحياة اليومية ، فشباب اليوم يتعامل مع الانترنت في البيت وإن لم يتوفر له ذلك يكون في الجامعة أو في المقهى الالكتروني "**Cyber Café**"، ويعتبرون هم الفئة الأكثر انجذابا لكل ما هو جديد وتحديدا لتكنولوجيات الاتصال الحديثة، فلذا ركزت معظم الدراسات على فئة الشباب وبالتحديد الطلبة الذين هم صفوة الشباب في أي مجتمع وهم الأكثر استخداما للانترنت، نظرا لمؤهلاتهم العلمية والمعرفية من جهة وبالإضافة إلى كون الانترنت مصدرا مفتوحا للمعلومات وتمتاز بإمكانات عديدة وخصائص فريدة تمكنها من تقديم خدمات متعددة ومتنوعة في شتى الأصعدة ومختلف المجالات التجارية والثقافية والاتصالية المتعددة، وهذا ما جعلها تستهوي قطاعا كبيرا من الطلبة الجامعين الذين هم موضوع دراستنا بحيث تتعدد الاستخدامات على حسب الحاجات والدوافع ، فالطلبة الجامعيين تدفعهم مكانتهم التعليمية والاجتماعية التي تميز استخداماتهم للانترنت عن بقية أفراد المجتمع وهذا ما سنحاول الكشف عليه في دراستنا، ولهذا بالذات قمنا بطرح الإشكالية التالية :

– كيف يستخدم الطلبة الجامعيين الانترنت؟ .

تساؤلات الدراسة:

- ما مدى إقبال الطلبة الجامعيين على استخدام الانترنت؟.
- ما هي عادات استخدام الطلبة الجامعيين للانترنت؟.

- ما هي أنماط استخدام الطلبة الجامعيين للانترنت؟.
- ما هي الاشباعات المحققة من خلال هذا الاستخدام؟.

٢- أسباب اختيار الموضوع:

- **الذاتية:**

- الميول والفضول المتزايد للغوص في عالم اهتمامات الطلبة الجامعيين بالانترنت وعلاقتهم بها من خلال استخداماتهم المختلفة.
- توضيح كيفيات استخدام الطلبة للانترنت يؤدي إلى تكوين صورة عامة عن الحاجات والاشباعات المحققة من استخدام الانترنت وخاصة أن الطلبة ليسوا كبقية المستخدمين أي تتوفر فيهم خصائص تسمح لهم بالرفض أو القبول لما يتلقونه.

- **الموضوعية:**

- مدى أهمية الموضوع حيث يندرج ضمنا المواضيع الاتصالية ؛
- اكتساب الانترنت لطابعها الاجتماعي وهذا لسبب إدراكها من طرف جميع الشرائح وخاصة الشباب منهم جمهور الطلبة بحيث أصبحت من ممارستهم اليومية؛
- تتوفر الانترنت على خصائص وسمات مثل التفاعلية، والتنوع وتعدد الوسائط ومستويات الاتصال وبالتالي تنوع استخداماتها من التعليم إلى الترفيه إلى الإعلام...الخ، مما يجعلها أهم وسيلة والأكثر تأثيرا واستقطابا للجمهور، وخاصة الشباب ومنهم الطلبة؛
- تتوفر الانترنت على معلومات في شتى المجالات وهذا يتناسب مع خصائص الطلبة والشباب بصفة عامة؛
- الانترنت هي جزء من الممارسات اليومية لأغلبية الطلبة .

٣- أهداف الدراسة:

يعتبر مجال البحث العلمي مجالا واسعا تختلف أهدافه وتتعدد معطياته ويهدف تبني أي باحث لموضوع معين إلى سد الفضول المعرفي الذي يلازمه، وإزالة الغموض عن بعض القضايا، ولذلك تهدف دراسة استخدام الطلبة الجامعيين للانترنت إلى :

- معرفة الدور الكبير الذي تلعبه التكنولوجيا الحديثة للإعلام الاتصال في حياة الأشخاص.
- التعرف على الخدمات التي توفرها شبكة الانترنت.

- دعم الرصيد المعرفي الذي يخدم الطالب مستقبلا في دراسة مثل هذا الموضوع.
- توضيح أهم استخدامات الطلبة للانترنت.
- الكشف عن عادات وأنماط استخدام الطلبة الجامعيين للانترنت.
- الكشف عن الاشباعات التي تحققها وسيلة الانترنت بالنسبة للطلبة .

٤ – أهمية الدراسة :

- محاولة إثراء البحوث التربوية الاجتماعية الاتصالية بدراسة ميدانية جديدة.
- إنّها تتناول وسيلة اتصالية جديدة لها من المميزات ما تنفرد به عن غيرها من وسائل الاتصال الأخرى .
- إنّها تحاول أن ترصد الاستخدامات المختلفة للطالب الجامعي وخاصة الأمر الايجابي وهو مجال البحث العلمي.
- لفت الأنظار إلى وسيلة اتصالية حديثة بما لها من ميزات ومحاسن، خاصة وأن شبكة الانترنت أدت حسب العديد من الباحثين إلى تغيرات (ثقافية وقيمية) على المجتمعات في العالم، وهذا ينعكس لا محالة على الفرد وبالتالي يكون لها دور في التنشئة الاجتماعية .
- قدرة الشباب على التكيف السريع مع التكنولوجيا والمخترعات الحديثة ودور هذه الأخيرة في إحداث التغيير الاجتماعي من جهة والتغيير الفردي من جهة أخرى، خاصة وأن وسائل الإعلام بصفة عامة أصبحت في الوقت الراهن المرجعية الأولى في تكوين شخصية الأفراد .
- كما تكمن أهمية هذه الدراسة في التحديات والرهانات والانعكاسات الكثيرة للانترنت على الشباب، خاصة وأن هذه الأخيرة هي الفئة الأكثر استخداما وتفاعلا مع الانترنت وهي في نفس الوقت الفئة التي تمثل أكثر من **70%** من أفراد المجتمع في الجزائر ونلاحظ أن فئة الشباب هي الفئة الأكثر استعدادا للتأثير بالانترنت، وهذا نظرا لفضولها ولقابليتها للتقليد والخروج عن المعتاد وتبني الابتكارات والمستجدات والأفكار الدخيلة وإذا كان الشباب وخاصة الطلاب الجامعيين وهم شريحة اجتماعية تستطيع أن تلعب دورا هاما في التنمية المنشودة بما يملكون من حيوية ونشاط وطاقات إبداعية خلاقة فهم أمل الأمة وركيزتها واغلي ثرواتها، لذلك فإن قضايا الشباب مهما تنوعت فهي بحق جزء لا يتجزأ من قضية المجتمع وترتبط بنسقه.

ومن هذا المنطلق يعد التعرف على الاستخدامات المتنوعة للطلبة الجامعيين مطلبا عادلا لتحديد توجهاته من هذه الوسيلة، واقتصرنا على دراسة جمهور طلبة الجامعة دون الشباب العام لاعتقادنا انه ليس جمهورا سلبيا أو بالأحرى مستخدما سلبيا للانترنت ولا يتلقى أو يبحث عن كل شيء، فهو يأخذ ما يريد من الوسيلة ويرفض مالا يشبع رغباته وتوقعاته واستجابته، تلك التي لا تتم دون تفكير وإنما تتشكل على ضوء الاتجاهات والقيم والمبادئ التي يؤمن بها والحاجات والاشباعات المحققة من استخدام الانترنت بغض النظر عن الحاجات التعليمية التي تكون المطلب الأول للطلبة من استخدام الانترنت.

٥- نوع الدراسة :

تنتمي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية التي تستهدف وصف خصائص وظروف مشكلة الدراسة وصفا دقيقا وشاملا معتمدة في هذا على جمع الحقائق وتحليلها وتفسيرها لاستخلاص النتائج ودلالات تصل منها إلى تعليمات بشأن الظاهرة المدروسة، "فالبحث الوصفي يتم في دراسة الوضع الراهن للظاهرة ، أو الظاهرة المبحوثة، سواء كانت ذات صلة بموقف معين أو مجموعة من الناس أو بإحداث معينة أو بأوضاع مختلفة، دراسة تصورية دقيقة من حيث العناصر المكونة لها وطبيعة العلاقات السائدة فيها ونوع فئاتها المختلفة...الخ ، أي أن الهدف الأول والنهائي للأبحاث الوصفية هو الحصول على معلومات كافية ودقيقة عن الموضوع محل الدراسة كما هو في الحيز الواقعي أي وصف ما هو موجود في الواقع من زوايا مختلفة محققة للأهداف المتواخاة عن إجراء الدراسة دون التدخل في بحث الأسباب الكامنة وراء وجود الظاهرة المدروسة في هذه الوضعية أو تلك ...الخ، أو التحكم فيها بصورة جزئية أو كلية، وهي ليست مجرد جمع للبيانات عن الواقع المدروس فقط ، كما يعتقد الكثير من القراء بل هي أيضا عملية تصنيف هذه البيانات إلى عناصرها الرئيسية والفرعية، وتفسيرها تفسيرا شاملا، من اجل استخلاص النتائج في شكل دلالات تساعد على الوصول إلى تعميمات حول المواقف المدروسة".[1]

وبصفة عامة فالبحث الوصفي " يهدف إلى وصف ظواهر أو وقائع أو أشياء معينة من خلال جمع الحقائق والمعلومات والملاحظات الخاصة بها بحيث يرسم ذلك كله صورة واقعية لها، وهذا وقد لا تكتفي في

[1] أحمد بن مرسلي: مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال ، ديوان المطبوعات الجامعية، الطبعة الثالثة، بن عكنون، الجزائر، 2007.

تلك البحوث بمجرد وصف الواقع وتشخيصه، وتهتم بتقريرها ينبغي أن تكون عليه الأشياء أو الظواهر موضوع البحث".[1]

إن الدراسات الوصفية "ليست مجرد جمع البيانات والحقائق وإنما هي تعني جمع الحقائق واستخلاص دلالتها طبقا لأهداف الدراسة ولا يأتي ذلك بغير تصنيف دقيق للبيانات وتناولها بالصورة التي تجعلها تفصح عن الاتجاهات الكامنة فيها".[2]

٦- منهج الدراسة :

إن اختلاف المناهج في العلوم الاجتماعية يعود إلى طبيعة الظاهرة وطريقة التناول وطبيعة البيئة "السياق"، ولهذا فقد اعتمدت في هذه الدراسة على منهج المسح الشائع للاستخدام في الدراسات الاتصالية والإعلامية، والذي يعتبر جهدا علميا منظما يمكن من تتبع الظاهرة بغية توصيفها، ولا يقف عند مجرد الوصف الظاهري لها بل يحاول أن يلمس أسبابها الموضوعية وذلك بما يحقق أهداف الدراسة ويجيب عن تساؤلاتها وفرضياتها.

وتعتمد على استخدام عينات ممثلة أو عشوائية أو طبقية للجمهور، وتستهدف التعرف على حجم الجمهور الذي يتعرض لوسائل معينة، ودوافع التعرض وأوقاته والاشباعات المحققة من التعرض للوسائل الإعلامية، وعقد مقارنات بين الواقع الذي تنقله وسائل الإعلام والواقع الحقيقي.

"إن منهج المسح يعتبر من انسب المناهج العلمية ملائمة للدراسات الوصفية بصفة عامة، ذلك أن هذا المنهج يستهدف تسجيل وتحليل وتقييم الظاهرة في وضعها الراهن بعد جمع البيانات اللازمة والكافية عنها وعن عناصرها من خلال مجموعة من الإجراءات المنظمة التي تحدد نوع البيانات ومصدرها وظروف الحصول عليها[3]،" كما أن منهج المسح يعتبر من أفضل المناهج التي تبحث في اتجاهات الجمهور وخصائصه وكذا احتياجاته في بحوث الإعلام.

وهذا يناسب دراستنا بحيث نقوم بالمسح بالعينة من مجتمع البحث .

[1] صالح محمد القوال: مناهج البحث في العلوم الاجتماعية، القاهرة ، مكتبة غريب ، 1982 ، ص 35.

[2] زيدان عبد الباقي: قواعد البحث العلمي ،ط1، 1972، ص 135.

[3] محمد منير حجاب: المعجم الإعلامي، القاهرة ، دار الفجر للنشر والتوزيع ، 2004، ص 541.

٧- أدوات الدراسة:

الاستبيان" الاستمارة ":

الاستبيان كلمة مشتقة من الفعل استبان الأمر بمعنى أوضحه وعرفه والاستبيان بذلك هو التوضيح والتعريف لهذا الأمر في البحث العلمي، فان الاستبيان هو تلك القائمة من الأسئلة التي يحضرها الباحث بعناية في تعبيره عن الموضوع المبحوث في إطار الخطة الموضوعة، لتقدم إلى المبحوث من أجل الحصول على إجابات تتضمن المعلومات والبيانات المطلوبة لتوضيح الظاهرة المدروسة، وتعريفها من جوانبها المختلفة، يعتبر الاستبيان من أدوات البحث الأساسية الشائعة الاستعمال في العلوم الإنسانية، خاصة في علوم الإعلام والاتصال، حيث يستخدم في الحصول على معلومات دقيقة لا يستطيع الباحث ملاحظتها بنفسه في المجال المبحوث، لكونها معلومات لا يملكها إلا صاحبها المؤهل قبل غيره وعلى البوح بها، والاستبيان في تصميمه اقرب إلى الدليل المرشد المتضمن لسلسلة أسئلة، التي تقدم إلى المبحوث وفق تصور معين ومحدد الموضوعات، قصد الحصول على معلومات خاصة بالبحث، في شكل بيانات كمية تفيد الباحث في إجراء مقارنات رقمية للحصول على ما هو بصدد البحث عنه أو في شكل معلومات كيفية تعبر عن مواقف وآراء المبحوثين من قضية معينة.[1]

وتعتبر الاستمارة تقنية أساسية في جمع المعلومات التي يتطلبها البحث الميداني والتي بواسطتها يتضح للباحث الوجهة التي يسير عليها بدون الخروج عن الأهداف المسطرة، وتعرف على "أنها أداة من أدوات البحث العلمي، معدة لجمع البيانات بهدف الحصول على إجابات عن مجموعة من الأسئلة والاستفسارات المكتوبة في نموذج اعد لهذا الغرض، ويقوم المبحوثون بتسجيل إجاباتهم بأنفسهم"[2]، أو هي "أداة تتكون من مجموعة من الأسئلة توجه أو ترسل أو تسلم إلى الأشخاص الذين يتم اختيارهم لموضوع الدراسة، ليقوموا بتسجيل إجاباتهم على الأسئلة الواردة بعد ذلك للباحث"[3]، ونعتمد عليها كأداة لجمع البيانات للأسباب التالية:

أ- أنها من الأدوات قليلة التكاليف.

[1] شحاتة سليمان: مناهج البحث "بين النظرية والتطبيق"، ص 220-221.

[2] على عويس خير الدين: دليل البحث العلمي ، القاهرة، دار الفكر العربي ، 1988، ص 55.

[3] احمد بدر: مناهج البحث في علم المعلومات والمكتبات، الرياض ، دار المريخ ، 1988، ص 17.

ب- أن أسئلة الاستبيان غير قابلة للتغيير والتبديل وتجمع بين الأسئلة المغلقة والمفتوحة في آن واحد، مما يتيح مجالا لعينة الدراسة للتعبير عن نفسها بحرية ووضوح (مثال الاستخدامات المختلفة للانترنت)

وتشتمل الاستمارة التي قمنا بتصميمها على أربعة محاور وهي على الآتي:

- **المحور الأوّل**: إقبال الطالب الجامعي على الانترنت ويضم سؤالين.
- **المحور الثاني**: عادات استخدام الطلبة للانترنت، ويضم 05 أسئلة.
- **المحور الثالث**: أنماط استخدام الانترنت، ويضم 10 أسئلة.
- **المحور الرابع**: الإشباعات، ويضم 07 أسئلة.

و03 أسئلة عن البيانات الشخصية، وبالتالي فمجموع الأسئلة قد بلغ 27 سؤالا.

وقبل الإعداد النهائي للاستمارة تم اختبار صدقها بطريقتين أساسيتين: حيث قمنا بداية بتوزيع عينة اختيارية، وذلك بتوزيع 10 استمارات للوقوف على جوانب القصور والغموض فيها، ثمّ عرضنا الاستمارة على عدد من الأساتذة لتحكيمها واستنادا للآراء والملاحظات التي تم جمعها قمنا بإجراء التعديلات اللازمة وإخراج الاستمارة في شكلها النهائي.

اختبارات الثبات (ثبات التحليل):

طريقة الاختبار وإعادة الاختبار:

وبعد أن تم إخضاع الاستمارة للاختبار وذلك بطرح سؤال من الاستمارة على عينة تجريبية مكونة من 10 أفراد وبعد 10 أيام أعيد تطبيق نفس المقياس على نفس العينة، وبعد انتهاء الاختبار نجري المقارنة بين الإجابتين وذلك بحساب معامل الارتباط.

وكان **نتيجة الاختبار 0.97**:

النتيجة هي أكبر من 0.8 إذا هي صحيحة، وهذا يدل على أن الاستمارة صالحة للتوزيع.

٨- عينة الدراسة:

يعالج موضوع دراستنا استخدامات الطلبة للانترنت، وهي دراسة ميدانية تعتمد فيها على منهج المسح الذي يستخدم أسلوب العينة إذ يتم اختيار الأفراد من مجتمع البحث وتعميم نتائجها عليه، وتعرف العينة على أنها "عبارة عن مجموعة جزئية من مجتمع البحث يتم اختيارها بطريقة معينة، وإجراء الدراسة عليها ومن ثم استخدام تلك النتائج وتعميمها على كامل مجتمع الدراسة الأصلي"[1].

تصنيف العينات:

هناك نوعان من العينات هما[2]:

أولا: العينات العشوائية "الاحتمالية".

ثانيا: " العينات غير العشوائية" غير الاحتمالية".

و تعني العينات العشوائية "الاحتمالية" ما يلي:

- عدم تدخل إرادة الباحث في اختيار أفراد عينة بحثه.
- تعتبر اصدق تمثيل لأفراد المسحوبين من المجتمع الأصلي لأنها تعطي فرصة الظهور في العينة لكل فرد من المجتمع الأصلي.
- تساعد الباحث على تحديد حجم عينة بحثه.
- تساعد الباحث على تحديد وحدات الدراسة الاحتمالية.

وتعني العينات غير العشوائية " غير الاحتمالية ":

فيها يضبط الباحث خصائص أو صفات معينة يجب توفرها في المبحوث، وعليها يرتكز في اختياره لوحدات عينة بحثه ، ولا تدخل هنا طريقة الاختيار العشوائي.

ولقد اعتمدنا في دراستنا نوعا من العينات غير العشوائية وهي العينة الغرضية " القصدية ": فتستخدم العينة الغرضية عموما في الدراسات الاستطلاعية التي تتطلب القياس أو اختيار فرضيات محددة، وبخاصة إذا كان مجتمع البحث غير مضبوط الأبعاد، وبالتالي فلا يوجد إطار دقيق يمكن من اختيار العينة عشوائيا، في مثل

[1] محمد عبيدات وآخرون: البحث العلمي ، 1998، ص 74.

[2] أحمد مصطفى خاطر وآخرون: التحليل الإحصائي للبحوث في الخدمة الاجتماعية، المكتب الجامعي الحديث ، الإسكندرية، مصر ، 1998، ص 4-6-9-15.

هذه البحوث يلجأ الباحث لاختيار مجموعة من الوحدات التي تلاؤم أغراض بحثه ويسمى هذا النوع من العينات : بالعينة الغرضية أو بالعينة القصدية أو بعينة الصدفة.

وقد تم اعتماد العينة القصدية في اختيار عينة الدراسة المتمثلة في عينة من الطلبة الجامعيين المتراوحة أعمارهم ما بين من 18 إلى 23 و24 إلى 29 سنة وذلك في جامعة المسيلة، وكان حجم العينة 100 مفردة وخضعت عملية الاختبار ما يلي:

- **متغير الجنس**: حيث تم اختيار 52 مفردة من الإناث، و48 مفردة من الذكور.
- **متغير السن**: شملت عينة الدراسة فئة الطلبة المتراوحة أعمارهم بين 18 إلى 23 ومن 24 إلى 29 سنة (58 مفردة للفئة الأولى و42 مفردة للفئة الثانية).
- **متغير التخصص**: حيث كان التقسيم شبه متوازن، فالتخصصات العلمية تم اختيار 49 والتخصصات الإنسانية تم اختيار51.

٩- تحديد مفاهيم الدراسة:

نقوم بتحديد المصطلحات التي تخدم البحث:

- **الاستخدام:**

إن مع تطور التكنولوجيا بصفة عامة وتكنولوجيات الاتصال بصفة خاصة غلب توظيف مصطلح استخدام أو استعمال في أحيان أخرى .

وهذا لتجسيد العلاقة بين الإنسان المستخدم **User** والآلة أو التقنية وما يطبع هذه العلاقة بين تفاعل ومشاركة، وما قد يؤدي في المستقبل من اندماج بين الآلة والإنسان ويعرف الاستخدام " بأنه ما يستخدمه الفرد فعليا من المعلومات أي انه الاستخدام العقلي للمعلومات التي يحتاجها بالفعل ، إضافة إلى أن الاستخدام بها يرضي احتياجات المستفيد أو لا يرضيها وذلك عندما لا يجد المعلومات التي لا يحتاجها بالفعل.[1]

والاستخدام في مجال الانترنت يتخذ مفهومين هما :

- **الاستخدام العام**: وهو الدخول إلى الشبكة دون تحديد مسبق لعملية الاستخدام.

[1] عبد الحميد بلعباس: إتاحة مصادر المعلومات الالكترونية ، دراسة ...الخ، مذكرة لنيل شهادة ماجستير، جامعة المسيلة، 2005-2006

- **الاستخدام الخاص:** وهو الاستخدام المتخصص الذي يكون في غالب الأحيان في إطار عمل مثل "التجارة الالكترونية والبيع والشراء ...الخ".

ونقصد بالاستخدام في هذه الدراسة الفعل الذي يربط الطلبة الجامعيين بوسيلة الانترنت أي تعاملهم وتفاعلهم معها ، فالاستخدام بحد ذاته يمثل سلوكا اتصاليا ظاهريا يحدث بفعل دوافع نفسية واجتماعية ولا تميزها في سلوك الاستخدام بين مختلف خدمات الانترنت ومستوياتها" محادثة Chat، اتصال الكتروني ، مواقع تعليمية و...الخ ".

وقد يتخذ الاستخدام هنا مصطلح الإبحار، البحث التحميل الاتصال ...الخ، وهذا ما يجرنا إلى القول إننا نقصد بالاستخدام هو احتياجات الطلبة المختلفة من الانترنت.

- **الانترنت:**

كلمة الانترنت هي في الاصل كلمة انجليزية تتكون من مقطعين[1]:

الأول : "**Inter**" وهي اختصار لكلمة " **International**" .

و الثانية : "**Net** " وهي اختصار كلمة " **Net Work**" ومعناها شبكة المعلومات العالمية التي يتم فيها ربط مجموعة شبكات مع بعضها البعض في العديد من الدول عن طريق النت والأقمار الصناعية ويكون لها القدرة على تبادل المعلومات بينها من خلال أجهزة كمبيوتر مركزي وتسمى باسم أجهزة الخادم **Server** التي تستطيع تخزين المعلومات الأساسية فيها والفرد باسم أجهزة المستفيدين " **User**" [2]، وحتى أوائل فترة التسعينات كانت الانترنت تستخدم فقط في الجانب الأكاديمي واليوم تزايد الاهتمام بالانترنت تستخدم وانتشر استخدامه على نطاق واسع وخاصة بين قطاع رجال الإعمال والشركات التجارية ، هذا بجانب دورها المذهل في مجال الاتصالات وجمع المعلومات.[3]

"إن الانترنت هي اكبر شبكة اتصالات إنها البديل النظري للعالم الجغرافي، والانترنت في الواقع ليست شبكة اتصالات تجارية، كما أنها ليست شبكة اتصالات واحدة بالمعنى الحرفي بل هي عدة شبكات اتصالية

[1] محمد حسين رفاعي العطار: البيع عبر شبكات الانترنت، دار الجامعة الجديدة، ط1، الإسكندرية، مصر، 2007، ص33.

[2] عبد الفاتح عارف التميمي: شبكات الحاسوب والاتصالات، دار اليزوري العلمية للنشر والتوزيع، لأدرن (عمان)، 2010م، ص09.

[3] محمد حسن رفاعي العطار: المرجع السابق، ص 33.

فردية وجماعية ومجموعة حاسبات متناثرة وموزعة في جميع أرجاء العالم مرتبطة معا في كتلة لم يتبلور لها شكل معين حتى الآن"[1].

– "وعرفها محمد طلبة وزملاءه[2] في كتابهم الانترنت والاستخدامات المتطورة: بأنها أهم إنجازات البشرية في تاريخ الإنسانية، وهي شبكة من الحواسب سواء المتشابهة أو المختلفة في الأنواع والإحجام عن طريق بروتوكلات تحكم عملية التشارك في تبادل المعلومات، وبرتوكولات تضبط عملية التراسل بين الحواسيب".

– عرفها محسن أحمد الخضري بأنها " شبكة تحتوي على مجموعة مختلفة من شبكات الكمبيوتر ذات القدرات الفائقة على نقل المعلومات وحفظها وتحديثها وهي منتشرة على مستوى العالم"[3].

– عرفتها **françoise renzett**[4] بأنها: "شبكة الشبكات وبناء جماعي يدفع مقارنة تعاونية البحث، تحسين طريقة استخدام الفضاء و الزمن، وتعمل الشبكة على تحقيق الرغبة في الحرية عن طريق ابتكار فضاء عام ومادي بواسطة العرض المجاني للعديد من الخدمات للمستخدم النهائي".

"وتعرف الموسوعة الإعلامية الانترنت أو شبكة المعلومات الدولية بأنها "شبكة عملاقة" تمثل الحاضر والمستقبل معا، تختصر الزمن ، وتنشر العلم والثقافة والمعلومات والأفكار والأداء والأخبار وتشارك في إعادة صياغة حياة الإنسان وحياة المجتمع بل حياة المجتمعات وحول بأسرها، وهي تتيح لأجهزة الكمبيوتر في جميع أنحاء العالم الاتصال ببعضها من اجل تبادل المعلومات جل المشاركة في صنعها أيضا، وبذلك أصبحت شبكة الانترنت نافذة عريضة تطل على العالم عبر شاشة كمبيوتر لا تتوقف عن العمل". [5]

الانترنت هي شبكة عالمية من الشبكات الحاسوبية المختلفة المتصلة ببعضها بواسطة وصلات اتصالية بعيدة وإذا كان البعض يرى أن الانترنت هي شبكة فانه يضيف إلى هذا أنها مكونة من عدد كبير من الشبكات المتصلة ببعضها البعض والتي تستخدم نفس طريقة الاتصال وهذه الشبكات المترابطة معا أطلق عليها في البداية " الشبكات المتداخلة **(Internet work)** ثم تحول المسمى إلى الانترنت، ومن خلال التعاريف السابقة يمكن

---

[1] وليد سلامة، عبد الفتاح التميمي: الشبكات المحلية والانترنت، الشركة العربية المتحدة، القاهرة (مصر)، 2008م، ص 42.

[2] جودة أحمد سعادة، عادل فايز السرطاوي: استخدام الحاسوب والانترنت في ميدان التربية والتعليم، دار الشروق، عمان، 2003م، ص 69.

[3] براهيمي صباح: منظومة الانترنت في المؤسسة الجامعية وعلاقته بالأهداف التنظيمية، مذكرة ماجستير في علم الاجتماع، جامعة لخضر باتنة 2005/2003، ص 06.

[4] نور الدين بومهرة، ماجدة حجار: الانترنت مفهومها وتجلياتها والآثار المترتبة عن استخدامها، مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية، العدد12، باتنة 2005، ص 216-217.

[5] محمد منير حجاب: الموسوعة الإعلامية، المجلد الرابع، دار الفجر للنشر والتوزيع، 2003، ص 1464-1465.

أن نستنتج بأن الانترنت ما هي إلا شبكة تكنولوجية تربط بين العديد من أجهزة الحواسيب المنتشرة حول العالم من خلال بروتوكولات متعددة، وتمثل التقنية الاتصالية المعلوماتية الوحيدة التي لم تخضع لعامل الزمن، تأصلت في استخدامات الأفراد من أجل تحقيق أهداف مختلفة اقتصادية، اجتماعية، علمية، شخصية، عسكرية، سياسية...الخ.

ونقصد بالانترنت في هذه الدراسة تلك الوسيلة الإعلامية التي تتيح للمستخدم قائمة طويلة من البدائل أو الخيارات الاتصالية واستخدامها كوسيلة اتصالية لتحقيق عدة أهداف نذكر منها :

1. الاتصال بالآخرين سواء الاتصال بين فرد وآخر أو بين فرد ومجموعة أو بين مجموعة ومجموعة ، ويصلح هذا الاستخدام في مجالات الأنشطة التعليمية والبحثية أو الترفيهية .
2. كما يستخدم لأغراض التعلم أو اللعب أو إقامة العلاقات الاجتماعية " صداقة . زواج....الخ"
3. كما تستخدم الانترنت للحصول على المعلومات من مختلف مجالات النشاط الإنساني وخاصة مع وجود إمكانية تحميل المعلومات **Téléchargement** وهذا ما يساعد الطلبة كثيرا في البحث العلمي .

- **الطلبة " الطلاب":**

إن الطلبة من وجهة النظر العلمية التقليدية يمثلون جماعة أو شريحة من المثقفين في المجتمع بصفة عامة إذ يتركز المئات أو الآلاف من الشباب في نطاق المؤسسات التعليمية مما يضعف ويخفف إلى حد ما ارتباطهم الطبقي والعائلي و"الطلاب" ليسوا طبقة ولكنهم حالة وقتية يجمعهم وقت الدراسة ثم يصبحوا قوة إنتاجية ويصطدمون بالمجتمع القائم ولذلك فأنهم يحاولون تحقيق الذات وهم مجتمعون [1].

- **الدوافع :**

"يشار إلى مفهوم الدوافع في اللغة الانجليزية بكلمة **"Ortive"** ومعناها يحرك ، فالدافع عبارة عن أي شيء مادي أو معنوي يعمل على تحفيز وتوجيه الأداء والتصرفات، أي أن كلمة دافع مأخوذة من الفعل الثلاثي " دفع" أي حرك الشيء من مكان إلى مكان آخر وفي اتجاه معين.

كما يعرف الدافع على انه" مفهوم افتراضي وإجرائي يمكن أن نلمس آثاره في سلوكاتنا المعرفية والانفعالية والاجتماعية والفسيولوجية أيضا، ويتضمن جملة من الحاجات والرغبات والاهتمامات التي تعمل على استثارة الكائن الحي وتنشيط سلوكه وتوجيهه نحو تحقيق أهداف معينة.

[1] سحر محمد وهبي: دور وسائل الإعلام في تقديم القدرة للشباب الجامعي، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، ط1، 1996، ص 238.

ونقصد بهذا المصطلح الأسباب التي تهدفهم إلى استخدام الانترنت والحاجات والرغبات التي يودون تلبيتها وإشباعها من خلال ذلك"[1].

- **العادات:**

مفردها "العادة" وهو سلوك إنساني وظاهرة فردية خاصة لها ضوابطها، تتكون مع التعلم وتكرار الاستجابات وتتكرر في مواقف متشابهة، وجاء في المعجم العربي الأساسي "لاروسا" العادة هي كل ما راود فعله الشخص حتى صار يفعله من غير تفكير وتعرف أيضا على أنها فعل يتكرر على وتيرة واحدة.[2]

ويشير مفهوم العادة في علم النفس إلى سلوك منتظم يكتسبه الفرد بفعل التعلم وتستثيره مواقف محددة، كما يكتسبه بتكراره، وذلك استجابة لهذه المواقف بقدر من الثبات النسبي والاستقرار معه سهولة في الأداء إلى حد الآلية .[3]

أما في هذه الدراسة فنقصد بعادات استخدام الانترنت مدى انتظام مستخدمي الانترنت من خلال حجم الوقت المخصص، والفترات الزمنية والأماكن المفضلة بالإضافة إلى طريقة الاستخدام إذا كانت فردية أو جماعية.

- **الأنماط :**

جاء في المعجم العربي الأساسي " لاروسا" النمط جمعه أنماط وهي طريقة وأسلوب الصنف أو الطراز من الشيء جماعة من الناس أمرهم واحد.

ويعرف علماء الاجتماع النمط بأنه جزء من السلوك التفاعلي يتحكم بشكل غالب كتناول أفراد الأسرة ثلاثة أكلات في اليوم أو نوم الأطفال واستيقاظهم في وقت محدد ، فالنمط هو مجموعة متناسقة من السلوك التفاعلي الذي يقوم به الفرد الذي يربط بين الأفراد ويجعلهم يتأثرون ببعضهم البعض أو يوجد بينهم اعتمادا متبادلا أو تأثيرا متبادلا [4].

---

[1] مريم نريمان نومار: 2012/2011م استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيره في العلاقات الاجتماعية "دراسة عينة من مستخدمي موقع الفايس بوك في الجزائر"، جامعة الحاج لخضر باتنة، مذكرة ماجستير، ص 09.

[2] عبد الكريم بابوري "2005" عادات وأنماط مشاهدة طلبة سكيكدة للفضائيات العربية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الأمير عبد القادر الإسلامية ، قسنطينة، الجزائر، ص15.

[3] إبراهيم مذكور "1975": معجم العلوم الاجتماعية، مصر، الهيئة العامة للكتاب، ص 381.

[4] باديس لونيس: 2008/2007، جمهور الطلبة الجامعيين والانترنت: دراسة في الاستخدامات وإشباعات طلبة جامعة منتوري، قسنطينة، مذكرة ماجستير، جامعة الأمير عبد القادر، ص10.

ونقصد بأنماط استخدام الانترنت تفضيلات الطلبة لما يتصفحونه في الانترنت وأساليب تعاملهم مع ما يفعلونه وما نتيجة هذه الوسيلة.

- **الاشباعات :**

"الإشباع هو إرضاء رغبة أو بلوغ هدف أو خفض دافع وتدل الكلمة أيضا على الحال التي يتم فيها ذلك ويعني الإشباع في نظرية التحليل النفسي: خفض التنمية والتخلص من التركيز، فالتراكم والتنبيه يولد إحساسا بالألم ويدفع الجهاز إلى العمل لكي يحدث مرة أخرى حالة إشباع يدرك فيها خفض للتنبيه كأنه لذة، وبذلك يرتبط مفهوم الاشباعات بمفاهيم أخرى هي الحاجة والرغبة والدافع." [1]

- **الحاجة والرغبة :**

"جاء في موسوعة علم الاجتماع أن الحاجة حالة أو أمر يضع المرء في موقف صعب أو محنه وفي زمن المصاعب والمتاعب بما يشعره بالفوز والرغبة إلى شيء ضروري، وتعرف في مجال علم التفاعل على أنها حالة من التوتر أو عدم إشباع يشعر بها فرد معين وتدفعه إلى التصرف متجها نحو الهدف الذي يعتقد انه سوف يحقق له الإشباع وهي مجرد الافتقار بل لابد من توفر الإحساس اللازم إلى موضوع الحاجة من وجود قوة دافعة محركة تحفز إلى العمل على الإشباع وهناك فرق بين الحاجة والرغبة ، فالرغبة هي الشعور بالميل نحو الأشخاص أو أشياء معينة كرغبة الطفل في تقبيل أمه مثلا، لا تنشأ حالة نقص أو اضطراب كما هي الحاجة بل تنشأ من تفكير الفرد... أو ذكر وإياها، أو إدراكه لأشياء مرغوبة فالرغبة تستهدف التماس للذة، بينما الحاجة تستهدف تجنب الألم.[2]

[1] مريم نريمان نومار: المرجع السابق، ص 08.

[2] نفس المرجع، ص08.

الإطار النظري

الفصل الأول

الاستخدام في علوم الإعلام والاتصال

"نظرية الاستخدامات والاشباعات"

تمهيد

المبحث الأول: مفهوم نظرية الاستخدامات والاشباعات

المبحث الثاني: تطور نظرية الاستخدامات والاشباعات

المبحث الثالث: نماذج نظرية الاستخدامات والاشباعات

المبحث الرابع: الانتقادات الموجهة لنظرية الاستخدامات والاشباعات

خلاصة

تمهيد:

إن أي نظرية بشكل عام عبارة عن مجموعة من القواعد والمفاهيم التجريدية التي يتم تطبيقها على جزئية من العالم الحقيقي وهي وسيلة تجريدية لربط بعض الأحداث في العالم لتلخيص واستخلاص جوهر الأمور، وتساعد هذه النظرية على توجيه البحث العلمي في مجال الإعلام، كما تشرح النظرية ما تحدثه من تأثير في الجمهور أو الجمهور نفسه، اتجاه الوسائل أو الرسائل الإعلامية بل تتجاوز أحيانا في تقديم تصور، كما يمكن أن يحدث مستقبلا، كما تقدم النظرية تصورات عن المتغيرات الاجتماعية المحتملة وتأثير وسائل الإعلام عليها، وتمثل دراسات الوسيلة جانبا مهما في أدبيات علوم الإعلام والاتصال وذلك منذ أن طرحت النماذج الكلاسيكية الأولى للاتصال أن الوسيلة مكون أساسي لا يتم الاتصال دونه.

وقد اعتبر علماء الاتصال إن الرسالة تتفاعل مع السمات الخاصة بالوسيلة في التأثير على الملتقى بل إن "ماكلوهان" ذهب إلى أن الوسيلة هي الرسالة ذاتها ومن ثم فإنه في هذه الدراسة قمنا بالاستعانة بنظرية الاستخدامات والاشباعات.

إن هذه النظرية تعد من أفضل النظريات التي يمكن من خلالها تغيير الدوافع، وتلبية الحاجات وهي أكثر النظريات اختبارا وتطبيقا في المجتمعات العربية من قبل الباحثين، وتركز هذه النظرية على مفهوم الجمهور النشط الذي يبحث عن الوسيلة والمضمون الذي يريد فهو يعرف ما يريد قبل التوجه إليه لذا يمكن القول انه توجد طلبة الجامعات للانترنت لم يمكن افتراض هذه النظرية غير مبرر بل يمكن تغيير دوافعه من قبل المستخدم نفسه وأن الدافع لذلك التعرض هو الحاجة إلى الإشباع والحاجة لها تأثير في توجيه السلوك ويمكن توظيف نظرية الاستخدامات والاشباعات لخدمة أهداف البحث وذلك بالنظر إلى الإشباع الذي تقدمه شبكة الانترنت لمستخدميها .

المبحث الأول: مفهوم نظرية الاستخدامات والاشباعات

١ – تعريف النظرية:

تختلف المسميات التي تطلق على مدخل الاستخدامات والاشباعات فهناك من يطلقون عليه نموذج **Model** وهناك بعض الباحثين يرتقون إلى مرتبة النظرية **Theory** وهناك من يطلقون عليه مدخل **Approcha** في حين يفضل البعض وهم الأقلية تسمية باسم نظرية المنفعة **Utility**، وبصفة عامة فقد تطورت بحوث الاستخدامات والاشباعات كرد فعل لفشل كثير من الأبحاث في وجود دليل مباشر على تأثير وسائل الاتصال بعد أن سادت لفترة طويلة نظريات التأثير الخطي، الرصاصة أو الحقنة تحت الجلد التي كانت ترى إن لوسائل الاتصال تأثير فعّال على الملتقى حتى ظهر مفهوم الجمهور العنيد أو الجمهور النشط، اعترافا بدوره الفعال في انتقاء ما يريد أن يتلقاه .

وتنطلق بحوث الاستخدامات والاشباعات من هذا المدخل الذي يرى أن الأفراد يقومون بدور ايجابي في عملية الاتصال إذ توجد لديهم دوافع وحاجات تدفعهم لاستخدام وسائل الاتصال .

وظهر مصطلح الاستخدامات الذي يفترض إن هناك إشباعات **Modification** تتحقق نتيجة هذه الاستخدامات من خلال اختيار العلاقة بين الوظائف التي تتم صياغتها في إطار الدوافع والحاجات وبين تعرض الجمهور بناء على إطار نظري أساسه التحليل الوظيفي **Funcational Analysais** من جانب، ونظريات الدوافع **Motives** من جانب آخر، وفي ضوء ذلك ظهرت بحوث الاستخدامات والاشباعات لأول مرة على يد إلهي كاتز **1959 Elhi katz** في إطار نموذج التأثيرات المتوسطة لوسائل الاتصال ويعد هذا المدخل من نقاط التحول المهمة في مجال الإعلام لأنه نقل الاهتمام من مضمون الرسالة إلى الجمهور الذي يتعرض لوسائل الاتصال لتحقيق أغراض محددة ونتيجة هذا التعرض ومن هذا المنطلق تهتم دراسات وبحوث الاستخدامات والاشباعات بالتأثيرات التي تهتم بتأثير وسائل الاتصال على الجمهور [1].

"فهي تهتم بدراسة الاتصال الجماهيري دراسة وظيفية منظمة فخلال عقد الأربعينيات من القرن العشرين أدى إدراك عواقب الفروق الفردية والتباين الاجتماعي على إدراك السلوك المرتبط بوسائل الإعلام إلى بوابة منظور جديد للعلاقة بين الجماهير ووسائل الإعلام وكذلك تحولا من رؤية الجماهير على أنها عنصر سلبي غير فعال، إلى رؤيتها على أنها فعالة في انتقاء أفرادها لرسائل ومضمون مفضل من وسائل الإعلام، وكانت

[1] مرفت الطرابيشي: نظريات الاتصال، در النهضة العربية، القاهرة، 2006، ص 231-232.

النظريات المبكرة مثل نظرية الآثار الموحدة أو الرصاصة السحرية ترى الجماهير عبارة عن كائنات سلبية ومنفصلة وتتصرف بناء على نسق واحد أما وقد اتضح الدور القوي للمتغيرات في المعرفة والإدراك والثقافات الفرعية **Subcultures** فلم يعد ممكنا فهم الجماهير بهذه الطريقة .

والبحث في أنواع الاحتياجات التي يحققها استخدام وسائل الإعلام فقد بدأ منذ وقت مبكر من الثلاثينيات، حيث أجريت دراسات عديدة من هذا المنظور على قراءة الكتب ومسلسلات الراديو، والصحف اليومية والموسيقى الإعلام الشعبية، وأفلام السينما، وذلك للرأي العام، وخلال سنوات الحرب العالمية، أصبح هناك كم وفير من المعلومات حول استخدامات وسائل الإعلام والإشاعات التي تحققها واستمرار الاهتمام بهذه الدراسات في الأربعينات في أعمال "لازرسفيلد" و"ستانون" وفي الخمسينات في أعمال "ويليز" و"فريدسون" و"ماك كوبي " وفي الستينات في أعمال " شرام " و" ليل" و"باركر".

ويقدم نموذج الاستخدامات والاشباعات مجموعة من المفاهيم والشواهد التي تؤكد أن أسلوب الأفراد أمام وسائل الإعلام أكثر قوة من المتغيرات الاجتماعية والسكانية والشخصية ."[1]

"ويشعر بعض النقاد أن أسلوب المنافع والإشباع أقل من أن يكون نظرية مستقلة بذاته، وما هو إلا صياغة معادة محدودة لجوانب معينة من نظريات التأثير الانتقائي ... كما يرون أن البحث باستخدام منظور المنافع والإشباع لم يولد حتى الآن سوى القليل من القوائم عن الأسباب التي يبرر بها الناس انتقائهم واهتمامهم بأنواع مختلفة من المضمون الإعلامي أو قوائم من الاشباعات، يقول الناس أنهم يحصلون عليها من اهتمامهم بالإعلام ولا يضيف المنظور الكثير على طريق التغيير المنظم وراء ذلك.

ظهرت هذه النظرية لأول مرة بطريقة كاملة في كتاب "استخدام وسائل الاتصال الجماهيري"تأليف كاتزوبلومر في **1974** " **Elihu Katz and Blumler** " ودار هذا الكتاب حول فكرة أساسية مؤداها تصور الوظائف التي تقوم بها وسائل الإعلام ومحتواها من جانب، ودوافع الفرد من التعرض إليها من جانب آخر.[2]

ومن مزايا هذا المدخل أنه يحقق لنا معرفة كيفية استخدام الأفراد لوسائل الإعلام لإشباع احتياجاتهم، كما انه يوضح دوافع التعرض وأنماطه، ولذا فهو يساعدنا في فهم أهمية معنى استخدام وسيلة الاتصال كما انه يوفر لنا مجال رحبا لاختيار السلوك الاتصالي للشباب الجامعي، كما أن سرعة انتشار تكنولوجية الانترنت كما

[1] حسن عماد مكاوي، ليلى حسين السيد: الاتصال ونظرياته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2001، ص 239-240.

[2] محمد حسن إسماعيل: مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير، الدار العالمية للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، الكويت، 2003، ص 252-253.

وكيفا وجغرافيا، وكذلك طبيعتها التفاعلية جعلت الباحثين يتطرقون إلى دراسة هذه الوسيلة وتفاعلها مع مختلف الشرائح من خلال نظرية الاشباعات التي تنطلق من مسلمة أساسية وجوهرية وهي تفاعل الجمهور وايجابيته مع وسائل الإعلام التي يستهلكها،فالانترنت تتطلب من مستخدميها تفاعلية أكثر مما تتطلبه وسائل الإعلام التقليدية، فمستخدمو الانترنت يستعملون الشبكة للبحث عن المعلومات أو تبادل الرسائل والدردشة والتواصل مع الآخرين.

ويفترض هذا المدخل أن هناك عدة متغيرات اجتماعية ونفسية واقتصادية تعمل بطرق معقدة لتؤثر على استخدام وسائل الاتصال الجماهيري و اشباعاتها، وبوجه عام فان معظم دراسات الاتصال تقسم دوافع التعرض إلى فئتين هما [1]:

- **دوافع نفسية: Instrumentel Motives**:

وتستهدف التعرف على الذات، واكتساب المعرفة والمعلومات، والخبرات، وجميع أشكال التعلم بوجه عام والتي تعكسها نشرات الأخبار والبرامج التعليمية والثقافية.

- **دوافع طقوسية: Motives Ritnalized**:

وتستهدف تمضية الوقت والاسترخاء والصداقة، والألفة مع الوسيلة، والهروب من المشكلات وتنعكس هذه الفئة في البرامج الخيالية، مثل المسلسلات والأفلام والمنوعات وبرامج الترفيه المختلفة.

٢ – تقسيم الإشباعات:

قسم بلورانس وينر الإشباعات إلى نوعين هما[2]:

أولا: إشباعات المحتوى: وتشمل الإشباعات الناتجة من التعرض لمضامين وسائل الإعلام وتنقسم إلى:

أ– إشباعات توجيهية: تتضمن الحصول على المعلومات وتأكيد الذات واكتشاف الدافع.

ب– إشباعات اجتماعية: يقصد بها الربط بين المعلومات التي يحصل عليها الفرد وبين شبكة علاقاته الاجتماعية، وتتمثل في النقاش مع الآخرين، والشعور بالتميز عن الآخرين، وفهم الواقع والقدرة على التعامل مع المشكلات وطرق وأساليب حلها.

[1] حسن عماد مكاوي، ليلي حسن السيد،المرجع السابق ص 246-.247

[2] مرفت الطرابيش: المرجع السابق، ص 255.

ثانيا: إشباعات العلمية:

وهي لا ترتبط بخصائص محتوى عملية الاتصال، بل تتعلق بطبيعة عملية الاتصال ذاتها واختيار نوعية الوسيط الذي يتم التعرض إليه وتشمل:

أ- **إشباعات شبه توجيهية:** مثل الشعور بالمتعة وتحديد النشاط وتخفيف التوفر والاسترخاء.

ب- **إشباعات شبه اجتماعية:** كالتقمص الوجداني والتخلص من الملل وعدم الشعور بالوحدة والشعور بالتواجد مع الآخرين.

بالنظر إلى الإشباع الذي تقدمه شبكة الانترنت لمستخدميها، وهذه الإشباعات على النحو التالي :[1]

1- إشباع المحتوى: وينتج هذا النوع من الاشباعات عن استخدام شبكة الانترنت من اجل المحتوى لا من اجل الوسيلة نفسها وينقسم إلى قسمين :

أ- **الإشباع التوجيهي:** ويتضمن الحصول على المعلومات والمواد الإخبارية من الشبكة التي تتميز بسرعة النشر، ويرتبط هذا النوع من الإشباع بكثرة الاستخدام والاعتماد على الشبكة وتتميز الشبكة في هذا الأمر بعد وجود قيود أو رقابة على النشر خاصة في المنتديات ويمكنها ذلك من نشر معلومات وأخبار من كل الأنواع لا يمكن إن تنشر في وسائل الإعلام التقليدية .

ب- **الإشباع الاجتماعي:** ويقصد به الربط بين المعلومات التي يحصل عليها الفرد من الشبكة وعلاقته الاجتماعية وتنقسم إلى قسمين :

- **إشباع اجتماعي إقناعي :**

و يتضمن المعلومات التي تستخدم في التفاعل الاجتماعي والمناقشات ويوجد هذا النوع من المعلومات غالبا في المواقع الالكترونية الموثوقة بها، وذات المصداقية والتي تتحرى الصدق في النقل والنشر .

- **إشباع اجتماعي هزلي :**

ويتضمن المعلومات المثيرة للجدل والغريبة التي لا يستخدم عادة في المناقشات الحادة ويوجد هذا النوع من المعلومات في المنتديات ومواقع الدردشة والحوار والمواقع الالكترونية الإباحية والهزلية .

[1] بورحلة سليمان: المرجع السابق، ص30.31.

2- إشباع الاتصال :

وهي الاشباعات الناتجة عن استخدام شبكة الانترنت نفسها، واختيار للوسيلة قصدا ولا يرتبط هذا النوع من الاشباعات بما تقدمه الانترنت من محتوى وينقسم إلى قسمين :

أ- إشباعات شبه اجتماعية:

و يقصد بها العلاقة بين الوسيلة والفرد حيث يشعر الفرد إن شبكة الانترنت جزء منه لا يمكن التخلي عنها ويشجع هذا الشعور وجود الألفة بين الأفراد وغير المعروفين لبعضهم البعض كما يحصل في المنتديات مثلا، من خلال الحوارات الخاصة واستخدام بعض الألفاظ التي تؤول على ألفة بينهم .

ب- إشباعات شبه توجيهية :

ويتحقق هذا النوع من الإشباع من خلال تحقيق التوتر، مثل إشباعات دعم الذات ويلاحظ ذلك في مواقع التسلية والترفيه أو الارتباط الدائم بالانترنت ويزيد هذا في الأفراد المنعزلين عن المجتمع .

وبصفة عامة يمكن توظيف هذا المدخل وفقا لخصائص الطلاب من خلال محاولة ربط الجانب النظري والتطبيقي من خلال محاولة معرفة دوافع وأسباب استخدام الطلاب للانترنت والاشباعات المحققة لهم. ولكن مع الأخذ بعين الاعتبار أن الإشباع الذي يبحث من خلال استخدامه للانترنت ليس بالضرورة هو نفسه الإشباع الذي سوف يحصل عليه، وبذلك اتخاذ نظرية الاشباعات والاستخدامات كإطار نظري لهذه الدراسة من الممكن تغيير السلوك الاجتماعي الذي قد ينتج عن استخدام الطلبة للمحتوى الانترنت.[1]

٣- بناء العلاقة بين الاستخدام والإشباع :

اهتم كاتز وزملاؤه بصياغة العلاقة بين حاجات الفرد واتجاهاته السلوكية إشباعها من بين البدائل ومنها وسائل الإعلام ومحتوياتها وذلك في المقالة التي نشرها أكثر من مرة بعنوان استخدامات الأفراد لوسائل الإعلام.

و في استعادتهم للبحوث السابقة ركزوا على بحث اجري في السويد عام **1967** اهتم فيه الباحثان بثلاثة عوامل فرضية أساسية تتمثل في الأتي[2]:

[1] بورحلة سليمان: اثر استخدام الانترنت على اتجاهات الطلبة الجامعيين وسلوكياتهم، مذكرة ماجستير، 2007-2008.ص29-30

[2] محمد عبد الحميد: نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، نشر وتوزيع عالم الكتب، جامعة حلوان، الطبعة الثالثة، القاهرة، 2004، ص 272-273.

1- إن جوهر الفرص الخاصة بالاستخدام هو اعتبار الملتقى إيجابيا ونشطا في سلوكه الاتصالي مع وسائل الإعلام .

2- الاختبار يكون في يد الأفراد من الملتقى بناءاً على الحاجة إلى الإشباع.

3- تنافس وسائل الإعلام مع المصادر الأخرى لإشباع الحاجات.

و بناء على نتائج العديد من الأبحاث صاغ كاتز وزملاؤه نموذجا للعلاقة بين استخدام الأفراد لوسائل الإعلام وما يمكن أن تشبعه من حاجات لدى هؤلاء الأفراد مقارنة بالبدائل الأخرى الوظيفية التي قد يتجه إليها الفرد لتلبية الحاجات مثل الأنشطة الثقافية الأخرى .

فهو يرى أن لدى كل فرد عددا من العوامل الاجتماعية والنفسية التي تولد حاجات معينة للفرد ومن خلال خبرة الفرد يبدأ فيرسم توقعاته عن تلبية وسائل الإعلام لهذه الحاجات مقارنة بمصادر أخرى لإشباع هذه الحاجات "الحاجة إلى التسلية والهروب يرسم توقعاته عن إمكانية تحقيق ذلك من خلال مشاهدة التلفزيون والذهاب إلى النادي فيترتب على ذلك اتخاذ قراره بالاختيار بين وسائل الإعلام أو المصادر الأخرى نتيجة للتعرض يتم إشباع بعض الحاجات بجانب نتائج أخرى كامنة وهو يؤدي مرة أخرى إلى نشوء حاجات أو توقعات جديدة تبدأ في التفاعل مع العناصر الاجتماعية والنفسية ... وهكذا تتم دورة العلاقة بين نشوء الحاجة وقرار الفرد بالتعرض لوسائل الإعلام أملا في إشباعها ونشوء حاجات جديدة أو عدم إشباع بعض الحاجات تجعل الفرد يستعيد الدورة مرة أخرى أملا في إشباع كل الحاجات ... وهكذا يتم تولد الحاجات وتكرار التعرض لإشباع هذه الحاجات.

٤ – أهداف نظرية الاستخدامات والاشباعات: يركز مدخل الاستخدامات والاشباعات على الأهداف التالية [1]:

1. تفسير وتحليل كيفية الاستخدامات لجمهور وسائل الإعلام المختلفة لإشباع حاجاتهم وتوقعاتهم.
2. التعرف على دوافع وأنماط وخصائص التعرض لوسائل الإعلام.
3. معرفة حقيقة الوظائف التي تقوم بها وسائل الإعلام المختلفة من خلال قياس النتائج المترتبة على التعرض لتلك الوسائل.

[1] مرفت الطرابيشي: المرجع السابق، ص 212.

المبحث الثاني: تطور نظرية الاستخدامات والاشباعات

لقد مرت نظرية الاستخدامات والاشباعات بثلاث مراحل في تطورها، الأولى في الأربعينات والخمسينات ركزت على حصر الأنشطة التي تمارسها وسائل الإعلام والوظائف التي تقدمها ثم كانت المرحلة الثانية التي بدأت في الستينات ركزت على التحليل الوظيفي ويمكن القول بان المرحلة الثالثة من هذا النموذج قد بدأت في السبعينات بتأكيد أن الجمهور ليس سلبيا وأنه جمهور نشط له دوافعه واحتياجاته.

رغم الشعبية المائلة التي يحظى بهذا المدخل في دراسة الاتصال الجماهيري إلا إن تطور هذا المدخل كان بطيئا لسيطرة اتجاهات بحوث التأثير قبل وبعد الحرب العالمية الثانية على دراسات الاتصال الجماهيري كما أن المراحل الأولى من تطور بحوث الاستخدام والإشباع كانت تفتقر إلى افتراضات نظرية ويمكن بلورة مراحل تطور وبحوث الاستخدامات والاشباعات كما يلي[1]:

أولا: المرحلة الوصفية

تمتد هذه المرحلة خلال الأربعينات والخمسينات من القرن الماضي واهتمت هذه المرحلة بتقديم وصف عميق لتوجيهات الجماعات الفرعية لجمهور وسائل الإعلام فيما يتعلق باختيارها للأشكال المختلفة من محتوى وسائل الاتصال ونشرت أبحاث هذه المرحلة خلال الحرب لعالمية الثانية مثل لازرسفيلد وهيرزوج وساشمان ويرى ماكلويد وبيكر **1981** إن هذه الدراسات اعتمدت على تحديد نوع معين من المضمون وتحديد قائمة الحاجات التي يشبعها هذا المضمون لمجموعة من الناس وتشابهت هذه البحوث بدرجة كبيرة في إطارها المنهجي وحاولت تجميع الاشباعات في قوائم متجاهلة بشكل كبير وتوزيعها تكراريا بين المبحوثين و لم تحاول بحوث هذه المرحلة الكشف عن الروابط بين الإشباعات التي يتم الحصول عليها وبين الأصول النفسية والاجتماعية للحاجات، وفشلت هذه الأبحاث في الكشف عن العلاقات المشتركة بين الوظائف المتعددة لوسائل الإعلام أما بطريقة كمية أو كيفية بحيث يؤدي ذلك إلى الكشف عن البيئة الكامنة للاشباعات التي توفرها وسائل الإعلام لذا لم ينتج عن نتائج أبحاث هذه المرحلة رصيد معرفي يوضح القدرة الفعلية للاشباعات التي تحققها وسائل الإعلام.

ثانيا: مرحلة تحديد المفاهيم

تتسم هذه المرحلة بطبيعة توجهها الميداني حيث حاولت هذه المرحلة توضيح المفاهيم الخاصة بالمتغيرات النفسية والاجتماعية التي تفرض أنها تؤدي لنماذج مختلفة من استهلاك الوسائل وتتميز هذه المرحلة

[1] مرفت الطرابيشي: المرجع السابق، ص 232.

بإمكانية قياس ميول الجماهير واتجاهاته للسعي نحو تحقيق إشباعات بعضها من وسائل الاتصال بإشباع الأسلوب الكمي وهو ما افتقدته بحوث المرحلة الأولى، وشهدت هذه المرحلة عدة دراسات منها دراسة ويلز ودراسة لايل وباكر وتترام التي حاولت تحديد ما إذا كان هناك علاقة بين قبول الطفل في العائلة أو المدرسة ينتج عنه أنماط مختلفة من التعرض لوسائل الاتصال ومدى وجود عملية الخيال أو الواقع لدى الطفل وبالتالي استخدامه لوسائل الاتصال وفقا لاحتياجاته وبصفة عامة تعد دراسات هذه المرحلة استنباطية حيث يتم استنباط أو استنتاج الاشباعات المرتبطة بسلوكيات الأفراد أكثر من اكتشافها بشكل محدد وساهمت بحوث هذه المرحلة في تطوير مناهج لدراسة الاشباعات وتوضيح العلاقة بين الميول النفسية والواقع الاجتماعي واستخدام وسائل الاتصال.[1]

ثالثا: المرحلة التفسيرية

تتسم هذه المرحلة بمحاولة استخدام التراث العلمي الذي أتاحته المراحل السابقة لتوضيح الجوانب الأخرى من عملية الاتصال التي يمكن أنّ ترتبط بها دوافع وتوقعات الجمهور وشهدت هذه المرحلة دراسات عديدة حول استخدام الجمهور لوسائل الإعلام والاشباعات المحققة منها وعلى الرغم من اختلاف نقاط الانطلاق الخاصة بهذه الدراسات إلا أنها تمكنت من جعل كثير من الخطوات المنهجية التي كانت ضمنية في البحوث الأولى إلى مسائل قابلة للقياس .

و اهتمت هذه الدراسات بالأصول النفسية والاجتماعية للحاجات التي تولد توقعات مختلفة من وسائل الإعلام والمصادر الأخرى، مما يؤدي لأنماط مختلفة من التعرض لوسائل الإعلام أو الاشتراك في نشاطات أخرى ينتج عنها إشباع الحاجات وبعض النتائج غير المقصودة وذلك في إطار الخصائص الفردية والإطار الاجتماعي للفرد.[2]

---

[1] مرفت الطرابيشي: المرجع السابق ، ص 232-233.

[2] نفس المرجع ، ص 233-234.

المبحث الثالث: نماذج نظرية الاستخدامات والاشباعات

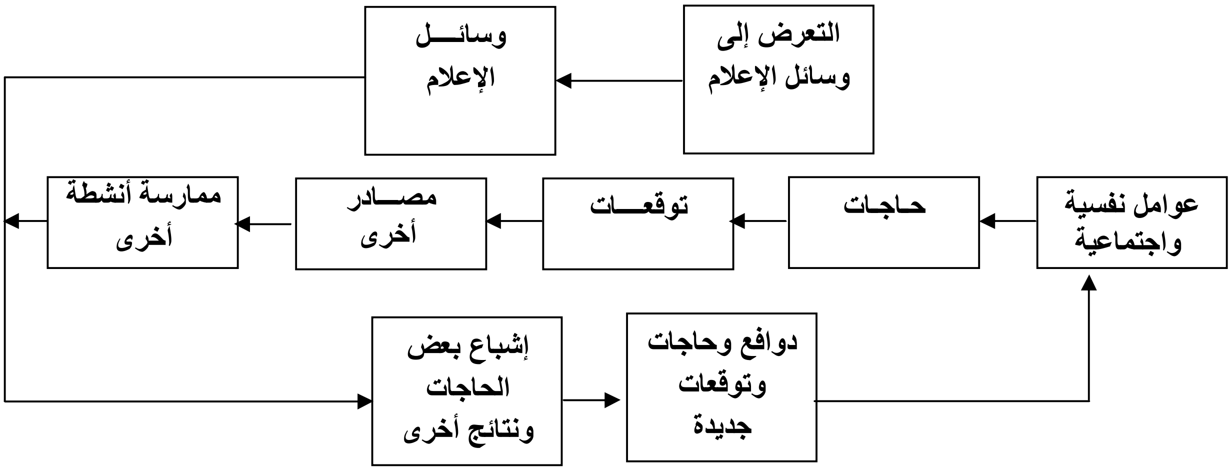
تعتمد نماذج الاستخدامات والاشباعات وفقا للمنظور التي يرتكز عليه وحدد ماكويل وجورفيتش **Mcquial and Gurevitch** على انه يمكن النظر إلى نماذج الاستخدامات والاشباعات أم وفقا للمنظور الوظيفي الذي يؤكد على انسجام الجمهور في إطار السياق الاجتماعي الذين ينتمون إليه ويستخدمون وسائل الاتصال لتحقيق اشباعاتهم الشخصية أو وفقا للمنظور الوظيفي الذي يؤكد على انسجام الجمهور في إطار السياق الاجتماعي الذين ينتمون إليه ويستخدمون وسائل الاتصال لتحقيق اشباعاتهم الشخصية أو وفقا للبنائية الثقافية السائدة في المجتمع وفقا لدوافعهم الشخصية التي تدفعهم للتعرض لوسائل الاتصال ويمكن عرض نماذج الاستخدامات والاشباعات كما يلي [1]:

أولا : نموذج كاتز وزملائه 1959-1944 للاستخدامات والاشباعات:

اهتم كاتز وزملائه بصياغة العلاقة بين حاجات الجمهور واتجاهاته السلوكية التي يسعى لإشباعها من بين البدائل المختلفة المتاحة أمامه ومنها وسائل الإعلام ومحتوياتها وبناء على نتائج العديد من البحوث صاغ كاتز وزملائه نموذجا لعلاقة بين استخدام الأفراد لوسائل الإعلام وما يمكن أن تشبعه من حاجات لدى هؤلاء الأفراد مقارنة بالبدائل الوظيفية الأخرى التي قد يتجه إليها الفرد لتلبية هذه الحاجات مثل الأنشطة الثقافية الأخرى ويعد هذا النموذج من أكثر النماذج شيوعا وانتشارا ويرتكز النموذج على أن لدى كل فرد من أفراد الجمهور عددا من العوامل الاجتماعية والأصول النفسية تولد حاجات معينة لدى الفرد ومن خبرة الفرد المباشرة تتولد لديه توقعات عن مدى تلبية وسائل الإعلام لحاجاته مع المصادر الاتصالية الأخرى، الأمر الذي لا يترتب عليه اتخاذ القرار إما بالتعرض لوسائل الاتصال أو القيام بالأنشطة الأخرى تؤدي إلى إشباع الحاجات ونتائج أخرى غير مقصودة ونتيجة التعرض المكثف لوسائل الاتصال يتم إشباع بعض الحاجات مما يؤدي إلى نشوء حاجات وتوقعات جديدة وتبدأ في التفاعل مع الأصول الاجتماعية والنفسية للفرد وبهذه الطريقة تتم دورة العلاقة بين الحاجات ومدى إشباعها بطريقة دائرية إذ كلما تشبع احتياجات تتولد لدى الفرد احتياجات جديدة ويحاول الأفراد إشباع تلك الحاجات التي تتولد باستمرار سواء من الوسائل الاتصالية أو من بين البدائل الوظيفية الأخرى الموجودة في المجتمع كما في الشكل التالي:

[1] مرفت الطرابيشي: المرجع السابق، ص 234.

الشكل رقم (1): نموذج كاتز وزملائه للاستخدامات والاشباعات



المصدر: مرفت الطرابيشي: المرجع السابق، ص 235-236.

و يعكس النموذج السابق الفروض الأساسية التي يقوم عليها مدخل الاستخدامات والاشباعات في نموذج كاتز وزملائه ويمكن بلورتها كما يلي :

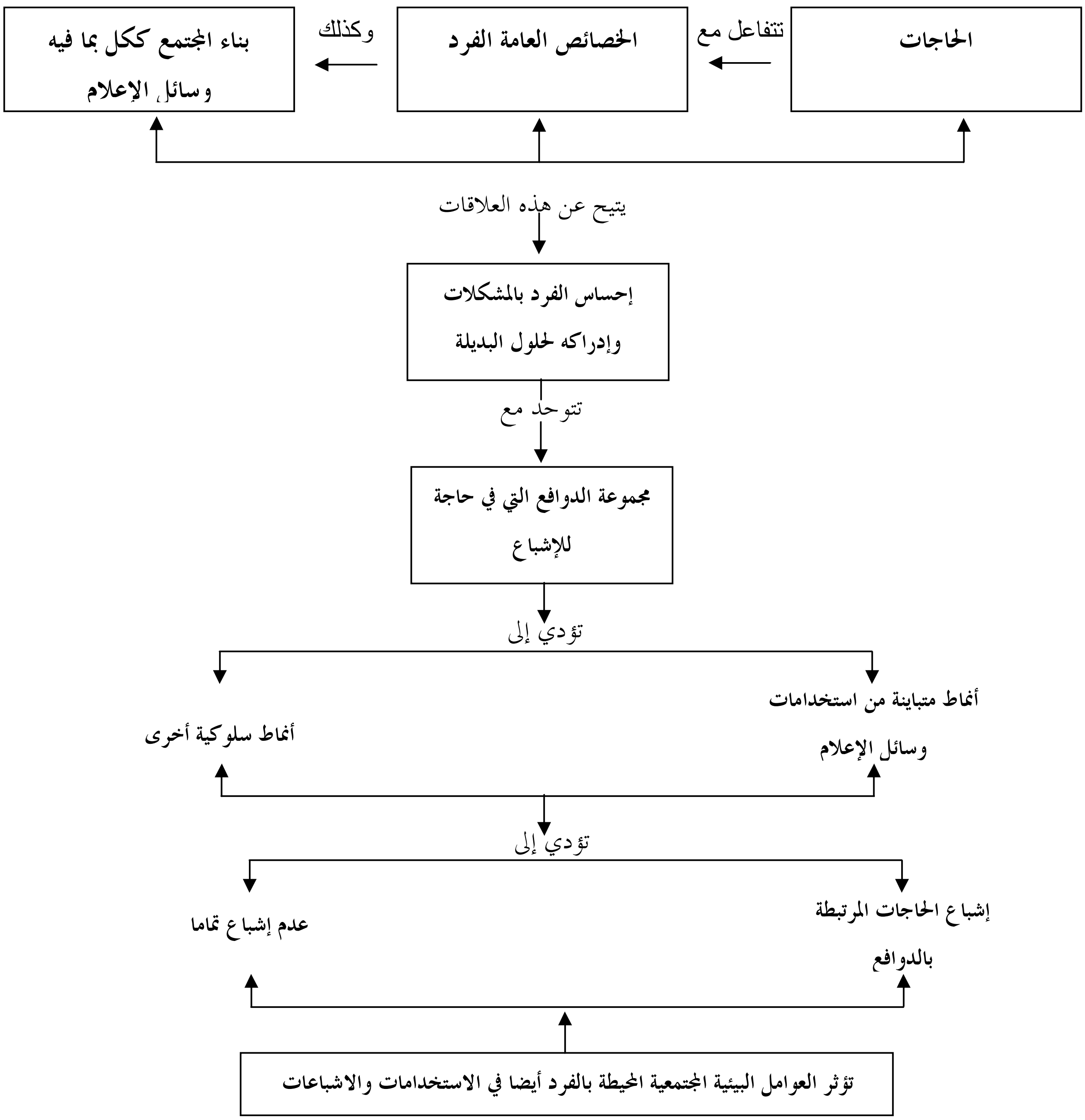
1. جمهور وسائل الإعلام جمهور نشط ويتسم بالايجابية والفاعلية ويرتبط استخدامه بوسائل الاتصال بأهداف محددة لديه .
2. يختار الجمهور وسائل الإعلام التي يتوقع إشباع رغباته وحاجاته.
3. تتنافس وسائل الإعلام مع الوسائل الأخرى لإشباع احتياجات الجمهور مثل الاتصال الشخصي أو المؤسسات الرسمية أو الأكاديمية وغيرها وتتأثر العلاقة بين الجمهور ووسائل الاتصال بعوامل عديدة لديه.
4. الجمهور قادر على تحديد اهتماماته واحتياجاته ودوافع تعرضه لوسائل الإعلام وبالتالي يختار الوسائل التي تشبع حاجاته ورغباته.
5. يعكس استخدام الجمهور لوسائل الإعلام الأنساق والمعايير الثقافية السائدة في المجتمع، ويتحدد في ضوء ذلك أن الجمهور هو الذي يحدد طبيعة استخدامه للمحتوى الذي يرغب فيه .

ويرى كاتز وزملائه أن المواقف الاجتماعية **Sociel Situation** التي يجد الأفراد أنفسهم فيها هي التي تعمل على إقامة العلاقة بين وسائل الإعلام وإشباع الحاجات كما يمكن لتلك المواقف أن تمد الفرد بالعديد من التوقعات حول التعامل مع وسائل الإعلام للاستفادة في دعم عضوية الفرد في جماعة اجتماعية بعينها.

ثانيا: نموذج روزنجرين: Rosengren 1974 للاستخدامات والاشباعات:

وضع روزنجرين نموذجا للاستخدامات والإشباعات حدد فيه أهمية الحاجات التي تقع في أعلى هرم ماسلو مثل الحاجة إلى الصحة والحب والقبول وتحقيق الذات والمشكلات التي تدفع الفرد إلى سلوك معين وتدفعه للتعرض لوسائل الإعلام لإشباع دوافعه سواء استخدام وسائل أو أي وسائل أخرى.[1] كما في الشكل التالي:

الشكل رقم (2): نموذج روزنجرين للاستخدامات والاشباعات



المصدر: مرفت الطرابيشي: المرجع السابق، ص 238.

[1] مرفت الطرابيشي: المرجع السابق، ص 236-237.

و يمكن تفصيل المحددات الثانية لنموذج روزنجر بين للاستخدامات والاشباعات كما يلي[1]:

1. توجد حاجات إنسانية ورئيسية معينة في المستوى الأعلى والأقل لدى الفرد.
2. الخصائص الفردية العامة والنفسية للفرد وتتفاعل.
3. البناء الاجتماعي العام المحيط بالفرد بما فيه بنية وسائل الإعلام.
4. ظهور مشكلات لدى الفرد سواء أكان شعوره بها قويا أو ضعيفا.
5. يحاول الفرد البحث عن حلول لمشكلات بين البدائل المختلفة في محاولة لإشباع سلوك معين يحقق الإشباع أو حل المشكلات.
6. يشكل ذلك دوافعا لديه لمحاولة حل هده المشكلات
7. ظهور أنماط مختلفة من استهلاك وسائل الاتصال وأنماط سلوكية أخرى غير اتصالية تؤدي إلى أنماط مختلفة من الاشباعات أو عدم الاشباعات.
8. يمكن أن يتأثر ذلك أيضا بالخصائص العامة والنفسية والعوامل البيئية والمجتمعية المحيطة بالفرد مثل نسبة وسائل الإعلام وطبيعة البناء السياسي والثقافي والاقتصادي في المجتمع ورأى روزنجرين أن تطور الحاجات لدى الأفراد لا يحدث من فراغ وإنما تتفاعل عناصر داخل الفرد وحوله من خلال تركيزه على هرم ماسلو **Maslow** للحاجات والمتمثل الحاجات الفسيولوجية.

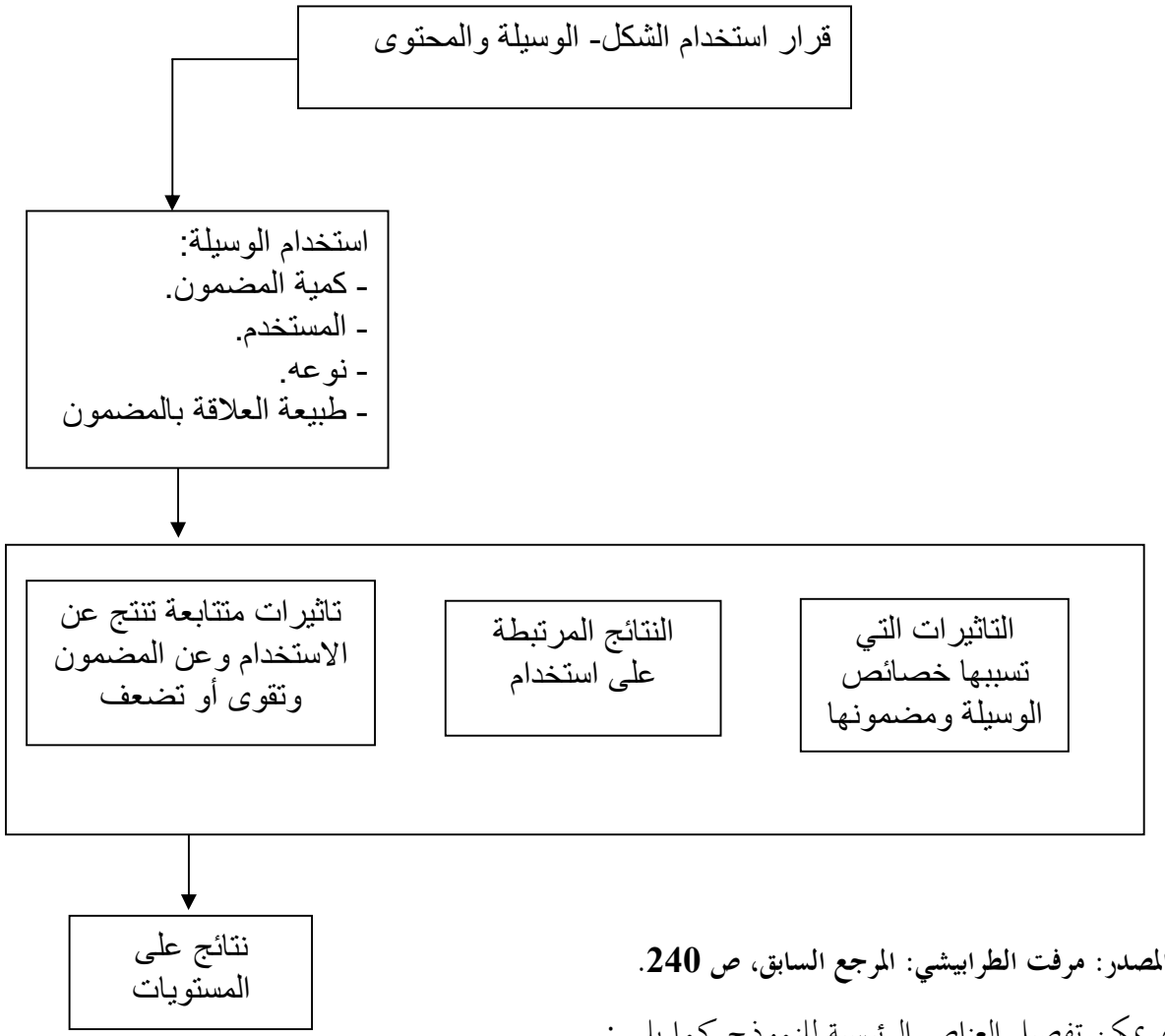
حاجات الأمان، الحب، الانتماء، الشعور بالاحترام والتقدير والحاجة لتحقيق الذات باعتبارها هي الأكثر ارتباطا بالاستخدامات والاشباعات.

ثالثا: نموذج سفن ونداهل Seven windahl: 1979 للاستخدامات والتأثيرات:

انطلق سفن ونداهل من مدخل نظري يحاول التوفيق بين نظرية الغرس الثقافي وفروض مدخل الاستخدامات والاشباعات، أطلق عليه نموذج الاستخدامات والتأثيرات **uses and effects wodel** من خلال عرضه لنموذج الاستخدامات والاشباعات التي تؤدي بدورها إلى تحديد مفهوم الاستخدامات كما في الشكل التالي:

[1] مرفت الطرابيشي: المرجع السابق، ص 239.

لشكل رقم (3): **نموذج سفن ونداهل للاستخدامات والتأثيرات**



المصدر: مرفت الطرابيشي: المرجع السابق، ص 240.

و يمكن تفصيل العناصر الرئيسية للنموذج كما يلي :

1. تتفاعل الخصائص الشخصية والخارجية للفرد بما فيها الاهتمامات والحاجات .
2. يؤدي ذلك إلى رسم التصرفات وإدراك محتوى وسائل الإعلام ونوعية القائمون بالاتصال .
3. يترتب على ذلك المفاضلة إما بين استخدام وسائل الإعلام من حيث كمية المحتوى ونوعه وطرق الاستخدام وأساليبه أو استخدام البدائل الوظيفية الأخرى .
4. تتحدد أثار استخدامات الجمهور لوسائل الإعلام إما وفقا لنوعية الوسيلة ونوعية المحتوى معا أو نتيجة الاستخدام أكثر من خصائص المحتوى نفسه أو من خلال تأثير خصائص المحتوى على عملية الاستخدام وهذه الآثار يمكن أن تحدث مع المتلقي كما يمكن أن تحدث على أي مستوى اجتماعي أخر.[1]

[1] مرفت الطرابيشي: المرجع السابق، ص 241.

و بالرغم من نجاح النموذج في الربط بين طبيعة نماذج الاستخدامات والتأثيرات إلا انه هناك صعوبات ترتبط بعدم وضوح مخرجات عملية الاتصال وبالتالي عدم القدرة على وضع حدود موضوعية ومنهجية بين ما هو تأثير وبين ما هو نتيجة، وبين ما هو تأثيرات متتابعة وبالرغم من ذلك إلا أن النموذج يثير البحث في توظيف نماذج الاستخدامات والاشباعات في مستويات الفرد والمجتمع والبحث فيها إذا كانت يمكن أن تؤثرفي المستوى الاجتماعي الكلي أم لا .

رابعا : نموذج ماكويل Maquail 1988 للاستخدامات والاشباعات:

اقترح دينس ماكويل في صيغته للاستخدامات والاشباعات التأكيد على الخلفية الاجتماعية للفرد وطبيعة التجربة الاتصالية لديه ودرجة توقعاته مسبقا من وسائل الإعلام والمقارنة بين الاشباعات المتوقعة وبين الاشباعات التي لم تتحقق نتيجة استخدام وسائل الاتصال وأكد على أن هناك ظروف اجتماعية شخصية وسيكولوجية توفر في أنماط التعرض لوسائل الإعلام ومن ثم طبيعة استخداماتها ومجموعة منافع وتوقعات تقدمها وسائل الإعلام تشكل سلوكا يترتب عليه اختيار الأفراد لنوعيات مضامين معينة من المضامين التي تقدمها تلك الوسائل، الأمر الذي يؤدي إلى ظهور نتائج تؤدي إلى استخدامات أكثر للوسيلة ومجموعة المنافع والتوقعات الناتجة عن التجربة الاتصالية إن لم تتحقق مباشرة يمكن أن تتحقق خلال المدى الطويل.[1]

وكذلك يرى دينس ماكويل أننا نجد تفضيلات منظور الوظائف الفردية في بحوث الاستخدامات والإشباعات، فقد حاول الباحثون خلال العقود الخمسة الأخيرة الإجابة على السؤال لماذا يختار الأفراد الاهتمام بوسائل الإعلام بصفة عامة ، وسيلة معينة أو محتوى معين ، وما هي مظاهر الرضا التي يتوقعون الحصول عليها؟ وإلى أي استخدام لوسائل الإعلام يمكن أن تثير إلى الإشباع أو الرضا.

و صنف ماكويل الأسباب والحاجات في إطار الوظائف الرئيسية كالآتي[2]:

1. **وظيفة الإعلام :**

وتمثل في رغبة الفرد معرفة ما يدور من وقائع وأحداث تحيط به في المجتمع والعالم الخارجي والبحث عن النصيحة أو الرأي أو بدائل القرارات، حب الاستطلاع الاهتمام العام بالتعليم والتعليم الذاتي.

[1] مرفت الطرابيشي: المرجع السابق، 241-242.

[2] محمد عبد الحميد: المرجع السابق، ص 277-278.

2. **وظيفة تحديدالهوية الشخصية:**

و تتمثل في الحاجة إلى دعم القيم الشخصية، دعم أنماط السلوك، التوحد مع قيم الغير، اكتساب وظيفة تحقيق الفرد لذاته.

3. **وظيفة التماسك والتفاعل الاجتماعي :**

وتتمثل في حاجة الفرد إلى التعرف على ظروف الآخرين التقمص الاجتماعي، التوحد مع الغير وتحقيق الانتماء، الحوار والتفاعل الاجتماعي، بديل عن الألفة والفترة في الحياة الحقيقية، دعم الدور الاجتماعي، دعم القدرة على التواصل مع الآخرين.

4. **وظيفة الترفية :**

وتتمثل في حاجة الفرد إلى الهروب من المشكلات، الراحة، ملأ الفراغ، اكتساب الأنماط الثقافية، المتعة الجمالية، إطلاق العواطف وتحريرها.

المبحث الرابع: الانتقادات الموجهة للاستخدامات والاشباعات

تعرض مدخل الاستخدامات والاشباعات للعديد من الانتقادات بالرغم من انه اثبت تفوقه في توصيف محددات السلوك الاتصالي للجمهور بسبب غموض الإطار النظري وبعض المفاهيم الأخرى لكونه أسلوبا لجمع البيانات دون تحليلها، إلا أن دينيس ماكويل وسيفن ونداهل لخصا تلك الانتقادات كما يلي [1]:

1. يقوم المدخل على أسس وظيفية تهتم بما تحققه وسائل الإعلام من وظائف لذا فكل الانتقادات الخاصة بالمدخل الوظيفي تنطبق عليه.
2. يصور المدخل الجمهور على انه نشط وفعال وعنيد ولا تزال هناك شكوك كثيرة حول افتراضات الجمهور النشط والفعال كما أن هذه الفكرة ذاتها لا تتفق مع نموذج المجتمع الجماهيري.
3. لا يوضح المدخل عما إذا كانت الحاجات متغيرا تابعا أم وسيطا أم مستقلا وهل تلك الحاجات هي التي تؤدي لاستخدامات الوسيلة أم أن الاستخدامات تحقق إشباعات لهذه الحاجات.
4. يقدم المدخل تصورات ذهنية داخلية لدى الفرد كالدافع والحاجة والإشباع.
5. يخدم المدخل منتجي المضامين السيئة والرديئة ويدعون أن هذه المضامين ما هي إلا الرغبات الفعلية والحاجات التي يريدها الجمهور .

وللرد على الانتقادات ظهر اتجاه بمعنى جديد منذ منتصف الثمانينات القرن الماضي اهتم بالمقارنة بين دوافع استخدامات وسائل الإعلام وبين أنواع الاشباعات وبين طبيعة المضامين ونوعية الوسيلة المستخدمة وزاد الاهتمام بدراسة الظروف الاجتماعية والنفسية المتبادلة بين دوافع استخدامات الجمهور للوسيلة وبين اتجاهات الوسائل ذاتها عن طريق المضامين المثارة في وسائل الإعلام.

"إن هذه النظرية تبنى مفاهيم تتسم بشيء من المرونة مثل، الدافع، الإشباع، الهدف، الوظيفة، وهذه المفاهيم ليس لها تعريفات محددة وبالتالي فمن الممكن أن تختلف النتائج التي تحصل عليها من تطبيق النظرية تبعا لاختلاف التعريفات، والحاجات الخاصة بالفرد متعددة ما بين فسيولوجية ونفسية واجتماعية وتختلف أهميتها من فرد لآخر ولتحقيق تلك الحاجات تتعدد أنماط التعرض لوسائل الإعلام واختيار المحتوى، وتقوم النظرية على افتراض أن استخدام الفرد لوسائل الإعلام استخدام متعمد ومقصود وهادف والواقع يختلف في أحيان كثيرة عن ذلك فهناك أيضا استخدامات غير هادفة، وتنظر البحوث التي تستند إلى نظرية الاستخدامات والاشباعات إلى وظائف وسائل الاتصال من منظور فردي يستخدم الوسائل الاتصالية في حين أن الرسالة الاتصالية قد تحقق وظائف لبعض الأفراد وتحقق اختلالا وظيفيا للبعض الآخر .

---

[1] مرفت الطرابيشي: مرجع سابق، ص 256-257.

الخلاصة:

يمكن من خلال نظرية الاستخدامات تفسير دوافع تعرض الطلبة لشبكة الانترنت، ومدى إشباع شبكة الانترنت لحاجات الطلبة المتنوعة،فمن الثابت الانترنت تساعد على إيجاد ميول واهتمامات وسلوكيات لدى الطلبة الجامعيين المستخدمين لها، تؤثر فيها سلبا أو إيجابا فالاطلاع على أحدث المعلومات والتعامل مع جهاز الحاسب الآلي يكسب الفرد المستخدم خبرة تكنولوجية إضافة إلى المعلومات التي يحصل عليها من الانترنت، وهذا يشكل اهتمامات وحاجات لم تكن موجودة من قبل يسعى الطالب الجامعي إلى تلبيتها من خلال استخدام الشبكة .

إن الانترنت هي وسيلة محددة الأهداف وإن المستخدمين يعرفون مسبقا الحاجات التي يريدون إشباعها من خلال الشبكة، فالهدف هنا يقوم أساسا على أن المبحرين في الشبكة يستهدفون عن قصد المحتوى الذي يريدونه ويحتاجونه لإشباع حاجات معينة عندهم على عكس مستهلكي وسائل الإعلام الأخرى الذين كثير من الأحيان يستخدمونها من باب التعود والروتين بدون دوافع محددة .

الفصل الثاني
الانترنت

تمهيد

المبحث الأول: طبيعة الانترنت

المبحث الثاني: خصائص الانترنت

المبحث الثالث: وظائف الانترنت

المبحث الرابع: خدمات الانترنت

المبحث الخامس: مزايا وعيوب الانترنت

خلاصة

تمهيد :

تعتبر شبكة الانترنت كيانا واحدا مترابطا وموزعا في شتى أنحاء العالم، فهي من أكثر تكنولوجيات الاتصال انتشارا والأكثر إثارة للعديد من النقاشات والحوارات حول تأثيراتها وانعكاساتها وتداعياتها المختلفة سواء بالإيجاب أو بالسلب، فلقد اخترقت حياتنا اليومية والاجتماعية حيث أصبحت من الوسائل التي لا يمكن الاستغناء عنها ويرجع الاهتمام الكبير بشبكة الانترنت إلى عدة عوامل من أهمها :

التفاعلية والمعلومات الغزيرة، الأفكار والنصائح والإرشادات حول العديد من المواضيع والمجلات، وأصبحت تعتبر الجسم الاجتماعي والثقافي بفضل ما تقدمه من معارف وخدمات وكونها تشكل إحدى الرهانات الثقافية خاصة لدى المجتمعات النامية، كما تتميز الشبكة بفرص التواصل بين مستخدمي وتوفر لهم خدمات تساعدهم في إشباع العديد من احتياجاتهم كالحصول على المعلومات والأخبار وكذلك إشباع رغبة التسلية والهروب من الواقع والتفاعل الاجتماعي وللاسترخاء والتسلية ولهذا ارتأينا الاستفسار أكثر عن أهم الاستخدامات المختلفة للشبكة، فالشبكة إذن تتميز بغزارة المعلومات والتنوع والتفاعلية، فالانترنت تعتبر تكنولوجية الاتصال للقرن الحادي والعشرين حيث نجدها في جميع المجالات والميادين كالسياسة والاقتصاد والتجارة والإعلان والمجال الأكاديمي والعلمي ومجال الخدمات ومجال السياحة والاتصال والدبلوماسية والإعلام والتسلية والفن الموسيقي والقائمة قد تطول وتوسع إلى كل ما يخطر ببال الإنسان.

المبحث الأول : طبيعة الانترنت

في عصر الامتزاج بين تكنولوجيا الإعلام والمعلومات مع وسائل الاتصال الحديثة طورت الأجهزة تقنيا وأضحى الاتصال الكترونيا وتبادل الأخبار ونقل المعلومات بين شبكات الحواسيب حقائق ملموسة، تمثل إحدى المقومات الأساسية للنمو الاقتصادي والاجتماعي والثقافي، مما أتاح بروز وسيلة اتصال جديدة على الساحة يمكن للمشتركين فيها متابعة أحداث العالم وتطوراته من خلال شاشة الحاسوب، بواسطة الانترنت بل ويقف المرء على حقائق العالم المترامي الأطراف وهو جالس في مترله أو مكتبه وبأسرع من لمح البصر.

و لما توفره هذه التكنولوجيا المعاصرة من خدمات ومعلومات وأفضليات وامتيازات للأفراد والمؤسسات والدول المشتركين وهذا ما يؤدي بنا إلى تساؤلات وكيف نشأت وتطورت هذه الوسيلة، نقدم التعريف التقني ونحاول أن نركز على الجانب الإعلامي الاجتماعي الذي يخدم الدراسة.

١ – نشأة الانترنت وتطورها:

بدأ التفكير في إنشاء أول شبكة للاتصال فيما بينها وتبادل الآراء والمعلومات في الولايات المتحدة الأمريكية وبالتحديد في وزارة الدفاع الأميركية بدافع المنافسة العسكرية بينها وبين ما كان يعرف بالاتحاد السوفياتي من أي خلل يصيبها أو لوقاية من جراء مفاجئة من أي خصم لأحد مراكزها العلمية " الحاسوبية " ففي عام **1969** أنشأت ذلك باسم " **ARPANET**" وبدأت الفكرة بتوصيل **04** حاسبات في **04** جامعات في الولايات المتحدة الأمريكية لتفادي أي خطر يداهمها ونجحت الفكرة في امتصاص أي أمر مفاجئ بحيث نعطل جزء عملت أجزاء أخرى وفي عام **1972** كنوع من التطور للفكرة العسكرية السابقة تم توصيل **72** جامعة ومركز أبحاث على تلك الشبكة ... ولمدة عقد من زمان تقريبا كانت " الأربانت" تنمو بمعدل حاسب جديد كل **20** يوما .. حيث وصلت الى حوالي **254** حاسبا في نهاية ذلك العقد وانقسمت الاربانت الى قسمين وظهرت شبكات بجانبيهما وبمسميات مختلفة وتطورت شبكة الاربانت حتى أصبحت شبكة اتصالات دولية تحت اسم " **Internet**" وبذلك تطورت من خدمة المنشأة العسكرية والجامعات .[1]

ومنذ تكوين تلك الشبكة في عام **1972** صارت الاتصالات التجارية بين المستخدمين والباحثين في العالم.[2] و فرضت نفسها تلك الشبكة في أرض الواقع حتى صار أكثر من ألف حاسب ينضم إليها يوميا وهكذا وأصبح لتلك الشبكة مريدون من جميع أنحاء العالم ويتزايد أعدادها بمعدل **50 %** كل ستة أشهر .[3]

[1] عبد الباسط محمد عبد الوهاب :استخدام تكنولوجيا الاتصال في الإنتاج الإذاعي والتلفزيوني (دراسة تطبيقية وميدانية)، المكتب الجامعي الحديث، 2005، ص 168-169.

[2] زين عبد الهادي: الانترنت العالم على شاشة الكمبيوتر، المكتبة الأكاديمية، القاهرة، 1996م، ص22.

[3] عبد الباسط محمد عبد الوهاب: المراجع السابق، ص 169.

و تطورت تلك الشبكة منذ إنشاءها من حيث عدد المستخدمين والخدمات التي تقدمها لهم ففي عام **1972** ظهرت خدمة البريد الالكتروني "**E.Mail** " وفي عام **1992** بدأت خدمة البحث بواسطة شبكة **www** وفي عام **1993** توفرت إمكانية نقل الصور عالية الجودة، والصوت عبر مسارات اتصالية عالية السرعة وفي عام **1994** بدأ الاستخدام الشخصي للانترنت بشكل واسع وتزايد عدد المراكز المرتبطة به إلى ثلاثة ملايين مركز[1].

وفي **1996** أصبحت " الانترنت " و" الويب" كلمات متداولة عبر العالم في الشرق الأوسط أصبحت الانترنت من المواضيع الساخنة، ابتداء من التصميم الأول للشبكة وحتى اليوم، أصبح هناك عدد من مزودي خدمة "انترنت" يقدمون خدماتهم .[2]

أما في الجزائر فقد تم ربط الانترنت بالجزائر عن طريق مركز البحث في الإعلام والعلمي والتقني في إطار التعاون مع اليونسكو، بهدف إقامة الشبكة الإفريقية للمعلومات"**Rinaf**" وتكون الجزائر النقطة المحورية للشبكة في شمال أفريقيا[3].

وفي عام **2001** انطلق تشييد شبكة علمية على المستوى الوطني، يتم الولوج إليها من خلال الشبكة الدولية للمعلومات، والتي أطلق عليها اسم الشبكة الأكاديمية للبحث **ARN**، التي كان هدفها ربط جميع الجامعات الجزائرية وتزويدها بحاسبات موزعة لاحتواء موقع الويب، والذي يضم مجموعة من البحوث العلمية والمذكرات والكتب والدوريات...الخ، وبالرغم من تحرر قطاع الاتصالات بشكل كبير إلا أن الوضع لا يزال دون المستوى المطلوب مقارنة بدول الجوار[4].

٢- استخداماتها :

يتم الاستخدام لشبكة الانترنت بواسطة أربع طرق هي:[5]

1. الاتصال الدائم المباشر " **Permanente Direction**" ويقتصر هذا النوع على الجامعات والشركات الكبرى، أو يتاح من خلال مقدمي الانترنت .

[1] عبد الباسط محمد عبد الوهاب: المراجع السابق، ص169-170.

[2] عبد الفاتح عارف التميمي: المرجع السابق، ص 12.

[3] أحمد عبدلي: مستخدمو الانترنت، مذكرة ماجستير (قسم الدعوة والإعلام والاتصال) جامعة الأمير عبد القادر، قسنطينة، 2002م/2003م، ص 88-89.

[4] إبراهيم بختي: الانترنت في الجزائر، مجلة الباحث، العدد01، ورقلة، 2001، ص 31.

[5] عبد الباسط محمد عبد الوهاب: المراجع السابق، ص170-171.

2. الاتصال المباشر عند الطلب " **on demand direct connections**" وهذا النوع يقدم خدمة ممتازة بشرط أن يكون المودم المستخدم فائق السعة.

3. الاتصال الطرفي الهاتفي " **Dial-up Terminal Connections**" وباستخدام هذا الأسلوب يتم الربط بأحد مقدمي الخدمة وبواسطته يتم استخدام كافة خدمات الانترنت وجميع أدواتها وبرامجها .

4. الاتصال البريدي فقط " **Mail Only Connections**"

و يمكن من خلاله إرسال واستقبال البريد الالكتروني فقط وهو الأرخص من كل أنواع الاتصال بالانترنت وذلك من حيث قيمة الاشتراك وأخيرا أصبحت هذه تقدم مجانيا لكل من أراد الاشتراك .

٣- المفهوم التقني:

تعد الانترنت واحدة من أبرز الخدمات التفاعلية العامة، وهي عبارة عن مجموعة هائلة من أجهزة الحاسوب المتصلة فيما بينها بحيث يتمكن مستخدميها من المشاركة في تبادل المعلومات.

والواقع أن الانترنت تمثل اكبر شبكة حواسيب في العالم على الإطلاق وهي شبكة مفتوحة لكل من يرغب بالاتصال بها كما أن الانترنت ليست مجرد مجموعة من المعلومات والحواسيب والأسلاك، وإنما تحتوي الانترنت أيضا على مجموعة كبيرة من البرامج التي تجعلها تعمل مثل المعدات والحواسيب والأسلاك والمعلومات والبرامج والمستخدمين أيضا.[1]

وباستطاعة مستخدم الانترنت الاستفادة من مجموعة كبيرة جدا من الخدمات التي توفرها الانترنت مثل نظام الويب **www** الذي هو عبارة عن نظام برمجي يعمل على شبكة الانترنت ويتكون من مجموعة من النصوص الحية **HyperText** المؤلفة من كم هائل من المستندات المتصلة والمتشعبة والبريد الالكتروني **E-mail** وهو نظام لتبادل الرسائل والملفات بين ا لأشخاص ومجموعة مـن الأخبار والمصـادر البـريدية **news groups and mailing lists**. وهي عبارة عن منتديات اليكترونية تعقد لتبادل المعلومات حول موضوع معين، حيث يستطيع المستخدم إبداء رأيه الخاص عن موضوع معين بحيث يستطيع المستخدمين الآخرون للانترنت قراءته والرد عليه وبروتوكل **FTP/File Trensefer Peotocol** نقل وتشفير المعلومات وهو نظام يستخدم لنقل المعلومات من موقع لأخر والتخاطب **Chat** حيث يمكن لمستخدمي هذا النظام التحدث والكتابة فيما بينهم مباشرة ونظام التيلنت **Telnet** الذي يمكن المستخدم من الاتصال بجهاز حاسوب موجود في مكان ما على شبكة الانترنت.

[1] بشير العلاق: التسويق في عصر الانترنت والاقتصاد الرقمي (بحوث ودراسات)، المنظمة العربية للتنمية العربية، ط1، عمان، 2005، ص05.

ويرى الباحث محمد لعقاب "أن الشبكة بالمعنى الالكتروني للكلمة هو مجموعة من وسائل الإعلام الآلي المرتبطة فيما بينها"[1]، كما يعرفها **Benot Aubet** بأنها" تجميع لشبكات متصلة فيما بينها لتشكل شبكة عالمية أكبر "[2]، إذن الانترنت هي مزيج من عدد كبير من الشبكات الفرعية التي تعمل بنظام مفتوح يسمح بالاتصال بين مجموعة هائلة من الحواسيب وفق لغة مشتركة واحدة تسمح بخلق نوع من التفاعل عن طريق تبادل المعلومات بسرعة عالية وبطريقة مرنة ولا مركزية ولقد وجد الحل لبناء شبكة عالمية من مجموعة شبكات محلية غير متجانسة، وهو ما يسمى تشبيك الشبكات **Ineternet Working** في فكرتين أساسيتين :[3]

أولاهما : ابتدال الرزم: **Pocket Servit Ching**: حيث تجزا البيانات إلى رزم يمكن إرسالها عبر مسارات مستقلة حسب الحاجة ثم تجمعها في نقطة الوصول وكان هذا الأسلوب تحولا عن الطريقة التقليدية المتبعة في شبكات الهاتف وهي تخصيصه دارة ثابتة لكل توصيلة مطلوبة أما الفكرة الثانية فكانت مبدأ التشبيك باستعمال مبدأ " طرف إلى طرف " **End To End**" حيث يحدد أداء الشبكة ما يوصل بها وليس بنيتها الداخلية وهو مفهوم يضمنه بروتوكول الانترنت ." **IP** " "**Internet Protocol**"، تم توسعت الانترنت تدريجيا فصار بإمكانها أن تتعامل مع تطبيقات مختلفة ابتداء من النفاذ إلى الحواسيب عن بعد إلى التجارة الالكترونية إلى الفيديو التأثيري كما أن الشبكة شكلت هيكلا اجتماعيا يمكن للباحثين من المساهمة في تطويرها وكذا تطوير معارفهم حيث يجد كل واحد منهم نفسه فيها، وتنطلق حرية استخدام الانترنت من مجانيتها ومجانية الوصول إلى كثير من المعلومات كما أن استخدام الشبكة يسهل فردانية المستخدمين وذلك من خلال مجانية الشبكة في حد ذاتها ومجانية بروتوكولات الاتصال واستقلاليتها مقارنة بالوسائل الاتصالية الأخرى، وهذا ما جعلها تجلب العديد من المساهمين والمهتمين والمستخدمين ومن هنا بالذات تأتي الأهمية من تقديم المفهوم السوسيو – إعلامي للانترنت.

٤ – مفهوم السوسي–إعلامي للانترنت :

هناك إجماع بين الباحثين على أن تكنولوجيا الاتصال الجديدة وعلى رأسها شبكة الإنترنت ستفتح عصرا جديدا من عصور الاتصال بين البشر، حيث يتاح لكل من يستطيع النفاذ إلى الشبكة العنكبوتية web

[1] محمد لعقاب: وسائل الإعلام والاتصال الرقمية، دار هومه، الجزائر، ط1، يناير، 2007، ص 40.

[2] Benot aubet: les technologies linformation et de l'orgonisation, Goitanmarin, orebee, canada, 1991, p 124.

[3] كير شينفيلد وآخرين: دراسة مترجمة، مجلة العلوم، العدد12، الكويت، مؤسسة الكويت للتقدم العلمي، ط1، ديسمبر 2004م، ص 12.

كما يطلق عليها بحكم تداخل الخطوط وتعقد الطرق وتحدد المسالك ،وان يتصل بغيره من البشر مهما تعددت أجناسهم وتنوعت ثقافاتهم.

وهذا ما جعل من الشبكة نافذة على العالم يستطيع كل فرد الإبحار **navigation** بين مختلف المواقع **sites** وخاصة أن تكنولوجيا الإنترنت بسيطة ولا تتطلب جهدا كبيرا خاصة عند الشباب، فالإنترنت إذا" ليست مجرد أنبوب لنقل المعطيات الالكترونية بل هي وسيلة اتصال تصاعدية أفقية عرائضية في قطيعة من النمط القديم الخصائصي والعمودي للاتصال السياسي والثقافي فالنمط الاتصالي المستحدث يتحرر جزئيا من الممر الإجباري الذي تمثله وسائل الاتصال الجماهيرية للعبور إلى الفضاء الاجتماعي، فالشبكة فتحت ثغرة في الفضاء الاجتماعي والتي تسد هذه الثغرة بل بالعكس انه شكل جديد من الاتصال وطريقة جديدة لممارسة الاتصال [1]، وأنها الشبكة المتحررة من كل العوائق والقوانين والشروط اللغوية، وأنها مجانية وتدافع في المطلق على حرية التعبير حتى الاتصال يتم بأسماء مستعارة إذ شئنا [2].

و بهذا فالانترنت تفتح مساحات اتصال واسعة كانت غير متاحة من قبل والأكثر من ذلك وضعت حدا نهائيا لتاريخ المرسل في الإعلام وحتى لا يفرض طريق ما ثقافته وإعلامه في وقت معين وهكذا ينتهي تاريخ الازدواجية بين الإنتاج والاستهلاك ويمكن كل فرد من تأسيس بنك معلومات خاص به بطريقته ووفقا لمزاجه وأوقاته ومراميه [3].

وعلى الرغم من ذلك هناك من يرى بأنها نوع من الغزو الثقافي واللغوي الذي يهدف إلى خلق مجتمعات استهلاكية تتأثر نفسيا واجتماعيا بمضامينها.

ولقد أعطت شبكة الانترنت بعدا آخر للاتصال إذ نجد أن من أكثر مزاياها قدرتها على تحطيم الحواجز الفيزيقية، وكذا القضاء على الأحكام الاجتماعية المسبقة فأصبح للاتصال من خلالها يتم عن طريق الذهن "حيث غالبا ما يعتبر مستعملو الكمبيوتر جهاز الكمبيوتر بأنه امتداد لعقولهم وشخصيتهم وفي الفضاء الالكتروني يعكسون ويعبرون عن أذواقهم واتجاهاتهم واهتماماتهم وبمفردات التحليل النفسي نقول أن أجهزة

---

[1] فؤاد بن حالة: صدمة الاتصال الشمولي "الأنظمة والمجتمعات العربية في مواجهة التحدي"، ترجمة من الفرنسية (د.أحمد عظيمي)، منشورات المؤسسة الوطنية للنشر والتوزيع، ص43-44.

[2] Odile Ambry,L'internet:Le Reseaux En 10 Question ,Culture Et Societe,Rfd1998,P165

[3] نسيم الخوري:الإعلام العربي وانهيار السلطات اللغوية،بيروت،مركز الدراسات العربية، ط2005،1،ص386

الكمبيوتر والفضاء الالكتروني في الواقع أصبحت نشاطا من الفضاء الانتقالي يمتد فيه عالم الفرد ونفسيته حيث تلتقي فيه نفس بأخرى منفصلة عنها"[1].

وهذا ما جعل البعض يتصور الانترنت الوسيلة التي تقودنا إلى "عصر ذهني" حيث "النظام الرقمي يحرر الأذهان ويتيح لها أن تنعتق من الجسد لتبلغ مستوى متفرقا من الإدراك"[2].

ولقد أصبح مفهوم الانترنت في الدراسات المعلوماتية الجديدة التي تبحث في خصوصيات الأثر الالكتروني الرقمي من خلال تقنيات الانترنت على الفرد المستخدمين تتبلور حول مفهوم الوسط الاتصالي الرقمي أي كوسيلة تفاعل اجتماعي "ولذلك فالانترنت بمفهومها التفاعلي تكون مفهوم فضاء " السايبر" وحتى نقرأ عن هذا الفضاء فان القراءة هي عن وسط الانترنت كأداة اتصال وتفاعل بشري اجتماعي سيكولوجي، سياسي، واقتصادي، وثقافي..."[3]

٥- الاتصال عن طريق الكمبيوتر والانترنت:

هو اتصال بين أطراف مجردة تفتقر إلى الوجود أو الكيان المحسوس أو الملموس وينقصه الجانب الإنساني الذي يتوافر بدرجات مختلفة الاعتماد على وسائل الاتصال الأخرى، فهو اتصال الأشخاص إلى حد كبير حتى في الحالات والتي يتم فيها تبادل الرسائل والأفكار والأداء بين أطراف مجهولين بعضهم لبعض وثمة محاولات كبيرة يبذلها المختصون في مجالات الذكاء الصناعي وعلم النفس المعرفي لإضفاء ذلك الجانب أو الطابع الشخصي على الكمبيوتر والانترنت حتى تبدو عمليات الاتصال المتبادل من خلالها كل النجاح المنشود.[4]

أما "سبيرس فيعرف" الاتصال عبر الكمبيوتر "على انه مصدر للسلطة على الصعيد المعلوماتي الاجتماعي معا ويرجع هذا الطرح إلى علاقة السلطة بالمعرفة حيث الحصول الأمثل على المعلومات يسمح بمعرفة أمثل للبيئة والاتصال بالآخرين يسمح بتوسيع دائرة تأثير الفرد .[5]

والاتصال عبر الانترنت: هو أداة الربط الفكرية والذهنية أو المعنوية بين المستخدمين على شبكة الشبكات بمختلف تقنياتها وإمكانياتها وهي الوسيلة الأكثر استعمالا لتحقيق الأهداف المتعددة في شتى الميادين

---

[1] احمد محمد صالح :سيكولوجية البريد الاليكتروني ،كتاب العربي،العدد55،الكويت،ط1، 2004، ص 137-138.

[2] Herbert, I, fchiller des prêtes branchées de l'ére numériques, le monde deplomatique, 1996, p6.

[3] علي محمد رحومة: الانترنت والمنظومة التكنو-اجتماعية (بحث تحليلي في الآلية التقنية للانترنت ونمذجة منظومتها الاجتماعية، سلسلة أطروحات الدكتوراه 53، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت-لبنان، ط1، يوليو 2005، ص 243.

[4] احمد أبو زيد: تكنولوجيا الاتصال هل تدعم الغربة والانعزال، كتاب العربي المعرفة وصناعة المستقبل، العدد 61، 2005، ط1، الكويت.

[5] Guegen Nicolas et tobin lournace: communication, société Internet, édition hamartion, paris, 1998, p35.

فبدون الاتصال لا يمكن للمستخدمين الاستفادة من خدمات الانترنت بمختلف أبعادها على المستويين العلمي والاجتماعي معا، فالثقافة الاتصالية الشبكية إنما تتأطر من خلال الاستخدامات الاتصالية بأنواعها فيحدث التخاطب والتحاور عبر النصوص والأصوات والرموز والصور.[1]

من يملك الانترنت:

لا احد في الوقت الراهن لا يملك الانترنت وان كان يمكن القول في البداية بان الحكومة الأمريكية ممثلة في وزارة الدفاع ثم المؤسسة القومية للعلوم هي المالك الوحيد للشبكة ولكن بعد تطور الشبكة ونموها لم يعد يملكها احد اختفى مفهوم التملك ليحل محله، أصبح يسمى بمجتمع الانترنت كما إن تمويل الشبكة تحول من القطاع الحكومي إلى القطاع الخاص ومن هنا ولدت العديد من الشبكات الإقليمية ذات الصبغة التجارية والتي يمكن الاستفادة من خدماتها مقابل الاشتراك.

[1] علي محمد رحومة: مرجع سبق ذكره، ص 170.

المبحث الثاني: خصائص الانترنت

١- وسيلة متعددة الوسائط:

تعرف الملتيميديا بأنها إنتاج أو تقديم خدمة باستعمال لغة الإعلام الآلي أو "اللغة الرقمية" في تقديم المعلومات مستعملة بصفة منفردة : نصوص، صوت، صورة متحركة وثابتة، ورسومات وغيرها "[1].

و يتميز الإنتاج في الملتيميديا بالافتراضية كما أن المستعمل متحرك ويمكن من الانتقال من موضع لأخر "وتتألف كلمة الافتراضية كلمة الملتيميديا من جزأين، الأول Multi أي متعددة، Medias وتشير إلى الوسائط المادية الحاملة للمعلومات كالورق والأشرطة والأقراص السمعية البصرية الممغنطة وغيرها ..."[2].

وهي وسيلة من وسائل إنتاج وتقديم المنتج الإعلامي أو التعليمي تمزج بين المواد المنتجة بتكنولوجيات النص والصوت والصورة الثابتة ولقطات الفيديو في المنتج الواحد، وتعد الوسائط المتعددة إحدى التكنولوجيات الحديثة التي تساهم في زيادة فعالية الاتصال الإنساني وتحقيق يسر الاتصال بين البشر خاصة وأنها قد جمعت بين خصائص وسمات وسائط الاتصال التقليدية فجمعت النصوص التي تميز الصحافة المطبوعة والأصوات التي تميز الراديو والصور الثابتة والصور المتحركة التي تميز السينما والتلفزيون، وبالتالي فإننا يجب أن ننظر إليها على أنها إحدى وسائط الاتصال وهي وسيلة لتحسين المنتج الإعلامي وزيادة فاعلية تسمح للمتلقي بالتفاعل معه وليس غاية في حد ذاتها .[3]

و تتضح أهمية الوسائط المتعددة في مجال عرض النصوص المدعمة بالمؤثرات الخاصة مما يزيد من قوة العرض ويوفر كثير من وقت المتلقي بأقل تكلفة ممكنة.

٢- النص الفائق: Hyper Texte:

" الهيبر تكست" هو التعبير الوصفي لأحدث الكتابة الالكترونية وهو يشكل نصا الكترونيا يرتبط بنصوص أخرى عن طريق روابط داخل النص والكلمة Hyper Texte يمكن ترجمتها حرفيا بالنص الفائق، وهي ترجمة معبرة عن صفات الهيبر تكست[4]، ولهذا هناك من ترجم الكلمة بالنص المتشعب "وهي عبارة عن برمجة تخيل القارئ أو المتصفح لمضمون الانترنت إلى نص أخر، فإذا أراد المتصفح مزيدا من المعلومات بخصوص

[1] Francois les lé nicolas macarez, le multimédia, Edition que sais-je lere édition paris, 1998, p3.

[2] علاء عبد الرزاق السالمي: تكنولوجيا المعلومات، دار المناهج، عمان، ط1، 2000، ص 411.

[3] حسين محمد نصر: الانترنت والإعلام الصحافة الالكترونية، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، الكويت، 2003، ص55.

[4] حنا جريس: الهيرتكست عصر الكلمة الالكترونية، مجلة العربي، الكويت، العدد 527، أكتوبر 2002، ص 145.

موضوع معين "شخصية، فكرة، مفهوم، قضية...الخ" فما عليه سوى الضغط على إشارة الرابط "Link" وهي عادة ما تكون عبارة عن صورة ليدل على كلمة أو جملة ملونة بلون مغاير وهذه السمة لا تتيحها إطلاقا وسائل الاتصال التقليدية، وتخلف هذه النصوص متعة في القراءة وهذا نتيجة إتاحته إمكانية اختيار الأخبار والمعلومات، وتوسيع الأخبار والمعلومات إن أراد "[1].

وبصفة عامة تعني النصية الفائقة ترابط النصوص والوثائق والمواقع على الشبكة بفضل ظهور الشبكة العنكبوتية Worled Wide Web والتي مكنت المتصفح الوصول إلى المواقع المتشابهة على الشبكة وهو ما لا يتوافر في وسائل الاتصال التقليدية، كما أن هذه السمة تعني سهولة تنقل المستخدم من موقع إلى أخر على الشبكة في الحال، وتتصل هذه السمة بما يعرف بروابط الويب Links Web وهي الإرجاعات التي تظهر على موقع الويب لتسهل على المستخدم الانتقال إلى مواقع أخرى داخل الويب، وتقاس كفاءة المواقع بما يتضمنه من روابط بمواقع أخرى [2].

٣- طابع الحرية :

تخضع الوسائل الإعلامية في العصر الحالي لسيطرة ونفوذ المؤسسات الكبرى التي تملك القوة والمال أو الحكومات، ولا يكاد يفلت من هذه السيطرة وهذا التحكم إلا الانترنت .

وإن هاجس الإعلام والصحافة منذ ظهورها هو حرية التعبير وناضلت ولا تزال تناضل من أجل مساحة اكبر من الحرية، حتى يكون لها المجال الواسع للتعبير عن أراء الملتقى وحتى آرائها، أما الانترنت فبالرغم من عالميتها وحضورها عبر الدول والقارات مستغلة الأثير والأقمار الصناعية فإنها لا تخضع لهيمنة أي هيئة أو مؤسسة حكومية أو غير حكومية، فلا توجد لها إدارة مركزية محددة وعليه فان مجموعة البيانات والمعلومات وسائر العمليات الأخرى تسير من خلال خطوط الشبكة جميعها...، ويكفي لما لديه حاسب ألي مزود بــ "مودم" Modem وخط تليفون من الاشتراك في ذلك.

وهنا يمكن لنا أن نتحدث عن حرية الاستخدام، أما عن حرية التعبير فان البعض يعتبرها الساحة الأخيرة للديمقراطية "حيث لها قدرة هائلة على تجاوز وتخطي الحدود الجغرافية والسياسية والاجتماعية والثقافية كما أنها أداة للتعبير عن الرأي في حرية مطلقة عن طريق البريد الالكتروني والمشاركة في الندوات الالكترونية إلى تعقد على شبكات الاتصالية الدولية، ولا تخضع للرقابة أو القيود ويتم فيها مناقشة كل المشكلات العامة بما

[1] محمد لعقاب : وسائل الإعلام والاتصال الرقمية، دار هومه، ط1، الجزائر، يناير 2007، ص 56-57.

[2] حسين محمد نصر: المرجع السابق، ص 56.

في ذلك الأوضاع والتنظيمات السياسية وأساليب وطرق الحكم وسياسات الدول المختلفة والقوانين والتشريعات"[1].

كما أن الانترنت نتيجة لحريتها المطلقة والكبيرة، أدت إلى فتح باب الحوار والاتصال الإنساني بين مختلف الثقافات .

و إذا أضفنا إلى ذلك إمكانية الإبحار عبر الانترنت المتاحة اليوم للشباب أو غيرهم، بما يعطيهم القدرة على خلق صداقات مع شباب العالم كله لمناقشة مشاكلهم وأحوالهم اليومية وتطلعاتهم المستقبلية، بالإضافة إلى مناقشة الموضوعات السياسية الحالية دون تخوف من السلطة الحاكمة كما كان يحدث في وسائل الإعلام التقليدية.

٤ – التفاعلية :

وتلقب الانترنت بتقنية الاتصال التفاعلية، "وتطلق هذه السمة على الدرجة التي يكون فيها للمشاركين في عملية الاتصال تأثير على أدوار الآخرين، وباستطاعتهم تبادلها ويطلق على ممارستهم الممارسة المتبادلة أو التفاعلية"[2]، كما أن التفاعل في مجال الاتصالات يتيح قدرا اكبر من حرية التعبير لكل فرد فلم يعد الأفراد مجرد متلقين سلبيين للرسائل ولكنهم يستطيعون التدخل فيها، وان يصبحوا أنفسهم مصادر إرسالها الأصلية، وبعد أن كانت وسائل الإعلام تنشر وسائلها بين جمهور من المتلقين السلبيين، فقد ظهر بدلا منها نظام الشبكات التي تربط بين جميع المستهلكين بشكل مباشر، بعيدا عن التسلسل العمومي ليصبح كل منهم قادرا على الإرسال والاستقبال.

والتفاعلية عبر شبكة الانترنت تنقسم إلى ثلاثة أشكال [3]:

أ- **التفاعلية الإرشادية: Navigation al inter activity**، هي التي ترشد المستخدم بالتوجه إلى الصفحة التالية أو السابقة أو العودة إلى الأعلى أو إلى صفحة الاستقبال وغيرها .

ب- التفاعلية الوظيفية :Funictional inter activity: هي التي تتم عبر البريد المباشر أو الروابط أو مجموعات الحوار **News Group**.

ت- **التفاعلية الكيفية : Adopled inter activty:** وهي التي تمكن موقع من المواقع أن يكيف نفسه مع سلوك المستخدمين أو الزائرين أو الزبائن بالنسبة للشركات أو المؤسسات التي تقوم بالإعلان عبر

[1] احمد أبو زيد: الانترنت الساحة الأخيرة للديمقراطية الرقمية، كتاب العربي، المعرفة وصناعة المستقبل، العدد 61، 2005، ص 106.
[2] حسن عماد مكاوي: محمود علم الدين، تكنولوجيا المعلومات والاتصال، القاهرة، ط1، 2000، ص 314.
[3] محمد لعقاب: المرجع السابق، ص58.

الشبكة وتمثل التفاعلية أهم المتغيرات الجديدة لوسائط الإعلام الكلاسيكية، والتي أعادت تشكيل العلاقة العمودية والأحادية واللامتكافئة التي كانت تحدد علاقات البث والتلقي وهذا نظرا لما تحققه الانترنت للمستخدم من تفاعل جدي مع الوسيلة حتى بدأ الباحثون يتحدثون عن اندماج مرتقب بين الآلة وهذا ما بدأ يظهر في الواقع الافتراضي التفاعلي.

٥- الكونية :

توصف الانترنت على أنها الوسيلة الإعلامية الكونية السادسة إذ تأتي بعد التلفزيون ويحلو للبعض استخدام مصطلح العالمية أو الدولية لان "استخداماتها لا تقتصر على المجتمعات الصناعية المتقدمة فحسب بل تخترق كافة المجتمعات في نفس الوقت بالرغم من تفاوتها"[1].

٦- التزامنية واللاتزامنية:

وتعني التزامنية بالنسبة للانترنت أن المستخدم بإمكانه التعرض للمعلومات والإخبار في الوقت الحقيقي، أي في وقت النشر أو البث .

أما اللاتزامنية فتعني امكانية إرسال الرسائل واستقبالها في وقت مناسب للفرد المستخدم ولا تتطلب من كل المشاركين أن يستخدموا النظام في الوقت نفسه"[2]، وهذا بفضل ما أتاحه الانترنت من أكثر من مستوى اتصالي للمستخدمين، فهناك الاتصال اللحظي الذي يوجد فيه المرسل أو المتلقي بشكل متزامن كما يحدث في غرف المحادثة التفاعلية ويوفر هذا النمط اتصال فرد بمجموعة أو فرد بأخر لشكل متزامن وهناك الاتصال من فرد إلى أخر بشكل غير متزامن من خلال البريد الالكتروني، واتصال فرد بجماعة أو جماعة بجماعة بشكل غير متزامن أيضا خلال جماعات الأخبار والقوائم البريدية.

[1] محمد الهاشم: الهاشمي الإعلام التكويني وتكنولوجيا المستقبل، عمان، دار المستقبل للنشر والتوزيع، ط1، 2001، ص 257.

[2] محمد لعقاب: المرجع السابق، ص 57.

المبحث الثالث: وظائف الانترنت

إن الانترنت كغيرها من وسائل الإعلام والاتصال التقليدية والحديثة، تقدم مجموعة من الوظائف لمستخدميها، والتي تحقق بدورها مجموعة من التأثيرات المتنوعة سواء على مستوى الفرد، أو الجماعة أو المجتمع وهذه الوظائف نلخصها فيما يلي :

١- الوظيفة الاتصالية :

وفيما يتعلق بوظيفتها الاتصالية فان الشبكة تقدم خدماتها الشهيرة في هذا المجال فهي تمكن مستخدميها من الاتصال ببعضهم البعض بفضل خدمات الدردشة وخدمات الفيديو، وتبادل الآراء والتجارب وتمكنهم أيضا من خلق فرص النقاش وتبادل البريد الالكتروني.[1]

وهي في هذا الشأن تعد من أفضل الوسائل الاتصالية، لان الشبكة توفر لمستخدميها مستويات اتصالية فريدة فهناك الاتصال اللحظي المتمثل في المحادثة التفاعلية والاتصال المتزامن أو غير التزامن من فرد إلى أخر من خلال البريد الالكتروني، بالإضافة إلى اتصال فرد بجماعة أو جماعة بجماعة بشكل غير متزامن مثلما يحدث في جماعات الأخبار والقوائم البريدية .

٦- الوظيفة الترفيهية :

إن وظيفة الترفيه أساسية لتحقيق بعض الاشباعات النفسية والاجتماعية، ولإزالة التوتر الإنساني على مستوى الأفراد والجماعات في أي مجتمع كان[2]، وكغيرها من وسائل الإعلام التقليدية فان الانترنت قد خصصت حيزا كبيرا من مواقعها التي تشهد ازديادا مطردا، للترفيه والتسلية بطرق وأساليب متنوعة.

ومن بين أشكال الترفيه التي توفرها الشبكة ما يعرف بـــ "الواقع الخائلي" أو "التخيلي" و"الافتراضي" Virtually Reality، وهذا يتحقق بميزة الوسائط المتعددة MultiMedia ففي الشبكة توجد متاحف ومعارض افتراضية Virtuality muséums، يمكن لمستخدم الانترنت أن يزورها[3]، بهدف التسلية والترفيه أو الاطلاع على معروضاتها واستعراض تاريخها[4] ، وهناك أيضا مجال كبير لتقدم كبير في تكنولوجيات الواقع الافتراضي الذي يحاول إعادة خلق عوالم غير موجودة بما يساعد على التدريب عن طريق المحاكاة[5]، كما

[1] محمد لعقاب: الانترنت وثورة المعلومات، دار هومه للطباعة النشر والتوزيع، الجزائر، ط1، 1999، ص 44.

[2] صالح خليل، أبو الأصبع: الاتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة، دار أدام للدراسات والنشر والتوزيع، ط1، الأردن، 1995، ص 107.

[3] محمد لعقاب: المرجع السابق، ص 45.

[4] عبد الملك ردمان الدنابي: الوظيفة لشبكة الانترنت، بيروت، دار الراتب الجامعية، ط1، 2000، ص 117.

[5] نبيل غزلان: سيناريوهات الأفق الرقمي، مجلة العربي، العدد، 524، يوليو 2002م، ص 143.

يمكن للواقع الافتراضي أن يستخدم في مجال الطب حيث يمكن المرضى من تخفيف ألامهم أو التغلب على رهابهم بالانهماك في عوالم يولدها الحاسوب، لهذا فان المعالجة عبر التعرض لبرامج الواقع الافتراضي تساعد لناس على تغيير طريقة تفكيرهم وتصرفاتهم وتغيراتهم للمعلومات"[1].

وضمن وظيفة الانترنت الترفيهية يوجد ما يعرف بالسياحة الافتراضية التي تسمح لمستخدم الانترنت بزيارة مناطق سياحية عن بعد، أو الاطلاع على أدلة السياحة "مدن، فنادق، مطاعم...الخ"، تعرضها العديد من المؤسسات، وهذا بالإضافة إلى الألعاب الالكترونية التي توافر عليها الشبكة مستفيدة من خصائص الانترنت كالتفاعلية، فيمكن لعب الشطرنج مع شخص أخر في مكان أخر في هذا العالم الفسيح عبر شبكة الانترنت "وكل هذا من شانه إعطاء مزيد من الواقع للإنتاجية وتنشيط الابتكار والإبداع وتنمية الخدمات وتطوير التشغيل علاوة على تحسين البرامج الترفيهية التي ستزداد رفعة بصور الواقع الافتراضي"[2].

لهذا يرى بعض الباحثين أن الوظائف التي ستزدهر بوجود الانترنت هي الوظائف الإبداعية والترفيهية مثل الكتابة والتمثيل نتيجة ازدياد وقت الفراغ خاصة عند جيل الشباب الذي يعاني بطالة كبيرة خاصة في الدول النامية مثل الجزائر، خاصة في الوقت الذي أصبح فيه الترفيه من الضروريات الحيوية التي تساعد على بناء شخصية وتقدم الإنسان المعاصر، وهذا لكون الإنسان بحاجة إلى الانتعاش والتسلية والترويج من خلال البرامج الترفيهية التي تقدمها الوسائل الإعلامية بصفة عامة والانترنت بصفة خاصة، وهذا لكي تجدد نشاطه وتبعث فيه المرح والاسترخاء.

٣- الوظيفة التثقيفية :

"إن وسائل الاتصال تقوم ببث الأفكار والمعلومات والقيم التي تحافظ على ثقافة المجتمع، وتساعد على تنشئة الأفراد على المبادئ القويمة التي تسود في المجتمع [3].

وتتجلى الوظيفة التثقيفية في الانترنت في تبادل المعلومات عن طريق الحواسيب أو من خلال الشبكة التي أدت إلى فتح باب الحوار والاتصال الإنساني بين البشر من مختلف الثقافات، بالإضافة إلى سيل المعلومات المتدفق، والذي سيؤدي إلى نوع من الشفافية على مستوى العالم لم يشهد من قبل، كما يمكن للتثقيف أن يتجلى في العدد الهائل من الموسوعات والكتب والمقالات القابلة للتحميل **Téléchargement** من قبل

[1] هوفمان: المعالجة بالواقع الافتراضي، مجلة العلوم، مؤسسة الكويت للتقدم العلمي، مجلد20، العددين 09/08، أغسطس/ديسمبر، ص 50.

[2] مصطفى مصمودي: المجموعة العربية والطريق السريع للمعلومات، مجلة العربي، العدد440، يوليو، 1995م، ص 32.

[3] عبد الله بوجلال: الدور الوظيفي لوسائل الإعلام "في عالم الاتصال"، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1994م، ص 13.

المستخدم الذي يستفيد منها على المستوى العلمي والتثقيفي على حد سواء، ولكن هناك من الباحثين من يرى عكس ذلك إذ يرون أن الانترنت لا تقوم بالتثقيف، وإنما تقوم بالغزو الثقافي خاصة أن 80 % من محتواها باللغة الانجليزية، والتي لا تتطابق في غالب الأحيان مع مبادئ وقيم المجتمعات الإسلامية.

وبهذا تشكل شبكات المعلومات سلاحا بالنسبة للذين يحسنون استعمال خدماتها بذكاء حيث أن الشعوب القوية تتقارب ثقافتها، على عكس المجتمعات الضعيفة التي تزداد ضعفا بفضل الثقافة الخارجية المفروضة عليها بقوة، لان التكنولوجيا الحديثة في مجتمعاتنا لازالت مستوردة بالكامل وأنها تحمل معها بالضرورة بذور وجينات الثقافات الأجنبية وبالتالي فهي حين نستوردها تؤثر حتما على الثقافات الوطنية بطريقة مباشرة أو غير مباشرة.

فالانترنت بهذا الشكل تصبح بيئة ثقافية تلعب فيها اللغة دورا كبيرا ومهما، حيث أن قضية اختيار واستخدام اللغة هي قضية ثقافية رئيسية في أي سياسية للاتصال، نظرا للمكانة البارزة التي تحتلها اللغة باعتبارها التعبير والأولى والعالمي للحضارة، "فالتكنولوجيات من حيث هي بناء متكامل تبقى تعكس الإطار الاجتماعي والثقافي والحضاري التي أنشأت، في ظله وهذا ما يجب أن تأخذه المجتمعات النامية بعين الاعتبار".[1]

كما تقوم الانترنت على التقريب بقدر الإمكان بين الثقافات المختلفة وتساعد بالتالي على نشر روح الاحترام من خلل التعرف على تلك الثقافات المغايرة، وإن كان هذا لا يخلو من شبهة وخطورة احتمال اندثار بعض الثقافات الوطنية وتمهيد الساحة لهيمنة الثقافات التي تتمتع بقدرة هائلة على الانتشار والتأثير، بفضل ما يساندها من تقدم علمي وتكنولوجي ومادي تفتقر إليه غالبية دول العالم ويتجلى ذلك في حضورها القوي والمتميز على الشبكة العنكبوتية وللتكنولوجيا على أي حال يمكن أن تفرقنا وتهددنا أحيانا، غير أنها يمكن أن توحدنا أيضا وتشجعنا على فهم وقبول الخلافات بيننا وهذا يكون عن طريق حوار الثقافات التي أصبحت الشبكة ميدانه الرئيسي.

هذا بالإضافة إلى كون "الويب" يفتح أفاقا جديدة كانت إلى فترة قريبة محدودة جدا تتمثل في تمكين الأفراد من الالتقاء حول قضايا مشتركة فقد يتعلق الأمر بتقاسم اهتمامات ثقافية أو موسيقية أو رياضية أو سياسية حيث أن "الويب" بهذا الشكل يعمل على توسيع قضايا المرجعات الثقافية المتقاسمة، وربط أفراد

[1] شيبون ماكبرايد وآخرون: أصوات متعددة وعالم واحد، الاتصال والمجتمع اليوم وغدا، الشركة الوطنية للنشر والتوزيع، الجزائر، 1981م ص154.

وجماعات ما كان لهم أن يلتقوا ويتحاوروا ويتفاعلوا لولا وجوده، وهو بذلك يساعد على إعادة صياغة الثقافية وتحديد مدلولاتها بما يتلاءم مع طبيعة الفضاء الافتراضي .

٤ – الوظيفة الإخبارية الإعلامية :

فعموما يمكننا وصف الانترنت بأنها فضاء اتصالي تتعايش فيه وسائل إعلامية مختلفة إذ بإمكان المستمع الاطلاع على صحيفة أو مجلة عن طريق الشبكة "المواقع في تزايد مستمر" أو الاستماع إلى الراديو أو مشاهدة التلفزيون بدون الالتجاء إلى وسائل الالتقاط التقليدية أو الفضائية باعتبارها وسيط تقني لها خصوصيا تتشكل داخلها المضامين بطريقة معينة.

و الانترنت وسيط إعلامي كسر الحواجز بين المرسل والمستقبل، "وتتيح الانترنت الفرضية لمناقشة ونقد ما تقدمه المصادر العديدة والرد عليها، وتبادل الآراء والأفكار حلوها مما يعني أن الإعلام الجديد لم يعد أحادي التوجه وإنما أصبح مفتوحا للمناقشة والتوجه من كل الأطراف المعنية حتى وان لم تنتسب إلى الصناعة الإعلامية"[1]، وهذا بفضل الخاصية التفاعلية التي جعلت الانترنت الجمهور يبعد عن نفسه صفة الملتقي السلبي التي عرف بها في وسائل الإعلام التقليدية ليصبح اليوم في موقع المستخدم الايجابي الذي يناقش كل القضايا المطروحة في مواقع الانترنت.

٥ – الوظيفة الإعلانية:

كان من ابرز نتائج الثورة المعلوماتية الهائلة دخول الانترنت إلى عالمنا من أوسع أبوابه حيث "تنامى دورها وتعاظمت أهميتها كوسيلة اتصال تفاعلية مبتكرة ليست فقط بالنسبة للأفراد وإنما أيضا للشركات والمؤسسات على اختلاف أنواعها والحكومات وغيرها من الجهات المعنية بالاتصال والتواصل المعلوماتي والمعرفي عبر هذه التقنية الراقية."[2]

والإعلان يعتبر من الوظائف الأساسية للاتصال في المجتمعات الحديثة، وهو الوسيلة الحديثة لترويج السلعة التي عرفت أشكال مختلفة منذ كانت التجارة والمقايضة، ولقد أصبحت الانترنت اليوم فضاء جديدا للإعلانات، في خطوة أخرى لخطف الأضواء من وسائل الإعلام التقليدية وإذا كان الإعلان كوسيلة لنقل

[1] احمد أبو زيد : التكنولوجيا الرقمية والإعلام الجديد، مجلة العربي، العدد 577، الكويت، ديسمبر 2006م، ص 142.

[2] بشير العلاق: التسويق في عصر الانترنت الاقتصاد الرقمي، ط1، المنظمة العربية للتنمية الإدارية (بحوث ودراسات)، القاهرة، 2004، ص 182.

الأفكار والمعلومات إلى الناس بهدف تغيير آرائهم وتعزيزاتها قديما قدم الوجود الإنساني فانه ليس من المستغرب إطلاقا أن نجد شبكة الويب WWW تعج بإعلانات اختلاف أنواعها.

فالإمكانيات التي يوفرها هذا الجهاز للمعلنين بشكل خاص تجعله من أكثر وسائل الترويج جاذبية وحضورا خاصة إذا ما أحسن استخدامه وعرفت أسراره والياته.

٦- الوظيفة تكوين الآراء والاتجاهات :

من الوظائف العامة والرئيسة التي تؤديها وسائل الاتصال الجماهيرية وظيفة تكوين الراء والاتجاهات لدى الأفراد والجماعات والشعوب، إذ لما دورها العام في تكوين الرأي العام، وإذ كانت هذه الطريقة لا يمكن عزلها عن بعض الوظائف الأخرى مثل وظيفة الأخبار والإعلام، إلا أنها تمتاز بخصوصية تكمن في الهدف من هذه الوظيفة والتي تعني بتشكيل الآراء والاتجاهات لدى الجمهور، ومن ثمة تدخل الدعاية والعلاقات العامة ضمن هذه الوظيفة، فالدعاية والمغلطات أمور حاضرة بقوة في مجموعات النقاش وفي صفحات الويب Web هذه الأخيرة التي تمكن الأفراد في وقت وجهد بسيط من إشباع فضولهم في مختلف المجالات الفكرية والعلمية والأدبية والفلسفية والاطلاع على أخر التقارير السياسية والصحفية وهنا فكثرة المعلومات والسهولة التي تستطيع بها أي شخص أن يضع معلومات في متناول الجميع تطرح بعض التجاوزات فيمكن أن يكون بث معلومات مبشورة وخاطئة أو تم إنتاجها بطريقة قانونية، ووصولا إلى الدعاية أو تشويه الحقائق وهذا ما يجعل كثير من المستخدمين لا يثقون في محتويات الانترنت .

ولكن عكس ذلك هناك من يرى أن الانترنت فقد "تساهم في تقوية الوعي بالقضايا الاجتماعية فقد ترفع من الإحساس بالانتهاء والإحساس بقضايا الداخل والمشاركة الفعالة وهو ما برز في مسميات كثيرة مثل الديمقراطية الالكترونية "[1].

وفي الحقيقة كل الوظائف السابقة الذكر تؤدي إلى وظيفة أساسية في حياة الشباب هي :

٧- إشباع للحاجات :

إن حاجات الأفراد تحتاج إلى إشباع ذلك عن طريق استعمال وسائل الإعلام أو غيرها وهذه الحاجات هي:[2]

[1] بوحنية قوي: وسائل الإعلام والاتصال وحتمية التغير السوسيو ثقافي، مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة باتنة، العدد14، جوان 2006م، ص 234.

[2] صالح خليل أبو الإصبع: المرجع السابق، ص111.

أ- الحاجات المعرفية :

وهي الحاجات المرتبطة بتقوية المعلومات والمعرفة وفهم بيئتنا وهي تستند إلى الرغبة في فهم البيئة والسيطرة عليها هي تشبع لدينا حين الاستطلاع والاكتشاف.

ب- الحاجات العاطفية: وهي الحاجات المرتبطة بتقوية الخبرات الجمالية، والبهجة والعاطفة لدى الأفراد، ويعتبر السعي للحصول على البهجة والترفيه من الدوافع العامة التي يتم إشباعها عن طريق وسائل الإعلام.

ج- حاجات الاندماج الشخصي :

وهي الحاجات المرتبطة بتقوية شخصية الأفراد من حيث المصداقية، والثقة والاستقرار، ومركز الفرد الاجتماعي، وتنبع هذه الحاجات من رغبة الفرد في تحقيق الذات.

د- حاجات الاندماج الاجتماعي :

وهي الحاجات المرتبطة بتقوية الاتصال بالعائلة والأصدقاء والعالم، وهي حاجات تنبع من رغبة الفرد في الانتماء.

ه- الحاجات الهروبية :

وهي الحاجات المرتبطة برغبة الفرد في الهروب، وإزالة التوتر والرغبة في تغيير المسار وتعتبر الانترنت وسيلة للهروب من الواقع، والبحث عن طريقة لتحقيقي حاجات نفسية وعاطفية غير مشبعة، وذلك عن طريق مقابلة الناس وتكوين علاقات اجتماعية وتبادل الآراء مع أناس جدد، "كما أن مستخدم الانترنت يستطيع إخفاء بياناته الشخصية وردود فعله أثناء استخدامه للشبكة وبالتالي يستغل بعض مستخدمي الانترنت، خاصة الذين يحسون منهم بالوحدة وعدم الأمان في حياتهم الواقعية، تلك الميزة في التعبير عن أدق أسرارهم الشخصية ورغباتهم المدفونة ومشاعرهم المكبوتة مما يؤدي إلى توهم الحميمية والألفة "[1].

كما أن مستخدمي الانترنت يأخذون "الحرية" التي تتيحها الانترنت في التعبير عن مشاعرهم التي يكبتونها في حياتهم العملية، وأسرارهم التي يكبتونها ورغباتهم العميقة التي قد تكون في معظم الأحيان مخلة بالحياء ولكن عندما تتضح أوجه القصور التي لا تتيحها "العلاقات الانترنتية" من الاعتماد على "كيانات" بدون وجود مجتمعات مثل فقاعات الصابون قد تختفي في أي لحظة، وتبدأ الحاجة في تواجد الحب والاهتمام الذي يأتي من أناس وأشخاص حقيقيين هنا فقط تبدأ المشكلة في الظهور ويبدأ الإحساس بالأسى والإحباط والألم.

[1] www.startimes2.com/F.aspxf=7015773

ولهذا بلذات يمكن أن نقول أن "هذه الأداة الاتصالية الجديدة تحمل في تركيبتها التكنولوجية كما أنها أفضل أداة للممارسة الديمقراطية وأكثرها إمكانية للانحراف والتطوير السلبي يكفي فقط أن نفهم توظيفها واستغلالها"[1]

[1] جمال رزق: تساؤلات عن الإعلام الجديد والانترنت، "في العرب وثورة المعلومات"، المرجع السابق، ص 117-118.

المبحث الرابع: خدمات الانترنت

تقدم شبكة الانترنت لمستخدميها معلومات هائلة، وصور وبيانات وبرامج في مختلف الميادين العلمية والصناعية والتجارية والخدمات والطب والسياحة والرياضة، وكل هذه التخصصات وغيرها يحصل المستخدم على ما يرغب في الشبكة من خلال الكم الهائل والتدفق السريع للمعلومات، من خلال عدة خدمات متوفرة على شبكة الانترنت أهمها:

١ – البريد الالكتروني "E.mail":

"البريد الالكتروني هو أكبر خدمات الانترنت انتشارا واستخداما و لم ينافسه بعد ذلك سوى استخدام شبكة ويب ببرامج استعراضها التي احتوى أيضا على البريد الالكتروني"، حيث يستطيع مستخدم الانترنت إرسال واستقبال الخطابات الكترونيا من وإلى شخص أخر متصل بالانترنت، وليس الخطابات الشخصية فقط لكن أي شيء يتم تخزينه في ملف نص ويشمل ذلك برامج الحاسب، الإعلانات، المجلات الالكترونية وهكذا ويمثل نظام البريد الالكتروني وفي العمود الفقري والدافع الأساسي لإنشاء الانترنت، ويمكن البريد الالكتروني الفرد من إرسال واستقبال الرسائل الالكترونية من وإلى جميع المشتركين عبر العالم وهذه أهم مزاياه[1]:

- انه سريع مقارنة بالبريد المكتوب واقل تكلفة مقارنة بالهاتف أو الفاكس .
- تبقى رسائلك مخزنة في الآلة إلى غاية حضورك لقراءتها.
- لا احد بإمكانه الاطلاع على بريدك أو قائمة بريدك لأنك الوحيد الذي يعرف كلمة العبور Passa Word لحسابك.
- يمكن الاشتراك في المؤتمرات التي تنظم البريد الالكتروني والتي تمنحك فرصة مناقشة مختلفة المواضيع عالميا مع المشتركين في المؤتمر .

٢ – خدمة المحادثة : TALK

و تتيح فتح خط اتصال بين حاسبك وحاسب مستخدم أخر للانترنت وبالتالي يمكن كتابة رسائل واستقبال رسائل منه، فهناك حديث يتم بين الاثنين من خلال الحاسب ويتم في الوقت نفسه دون تداخل بين تلك الرسائل.[2]

[1] محمد سيد فهمي: تكنولوجيا الاتصال في الخدمة الاجتماعية، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية (مصر)، 2006، ص326.

[2] نفس المرجع: ص 327.

٣- خدمة مجموعة الأخبار :

وتعد من أهم خدمات الانترنت، وهي عبارة عن نظام حاسوبي لإيداع الرسائل العامة والخاصة ويعمل بنفس طريقة عمل المنتديات الالكترونية العامة العادية، "ومجموعات الأخبار News Group" هي مناقشات جماعية تغطي مثنى الموضوعات وهي تشبه القوائم البريدية ولكنها أكثر شعبية من الناحية الفنية .

و أصبحت من الخدمات الشهيرة جدا لدرجة أن معظم مزودي خدمة الانترنت ISPS يوفرون لمشتركيهم إمكانية الوصول إليها ويمكن لأي شخص في العالم لديه إمكانية الوصول إلى مجموعات الأخبار أن يشارك فيها في أي وقت "بعض المجموعات تكون خاصة وليست متاحة للعامة" ومن الممكن أن تقرأ رسالة واحدة أو رسالتين من مجموعات الأخبار "الرسالة تسمى مقالة" Article، ومن الممكن أن تقرأ جميع الرسائل المتاحة فيها، بحسب وقتك وما يثير اهتمامك من موضوعات.[1]

٤ – التعليم :

يوجد لشبكة المعلومات استخدامات في غاية الأهمية للجامعات والمدارس ومراكز الأبحاث، حيث يمكن من خلالها نقل وتبادل المعلومات بينها، ونشر الأبحاث العلمية كما يستطيع الباحث الحصول على المعلومات المطلوبة من المكتبات العامة أو من مراكز المعلومات بسرعة كبيرة جدا بالمقارنة مع الطرق التقليدية ويمكن الاستفادة من الشبكة في عملية التعليم عن بعد بصورة كبيرة جدا .[2]

"يتوالى دخول مؤسسات ومراكز البحوث التعليمية إلى شبكة الانترنت تباعا وقد ازداد عدد المشتركين في كل يوم ينظم للشبكة الجدد لكن رغم كثرة معلومات الانترنت إلا أن أهم مشكلاتها هي تحديد الهدف منها وتدقيق البحث فيها ولا تقف أهمية الانترنت بالنسبة للتعليم والدراسة عند حد"[3].

٥- البحث في المكتبات:

يتزايد عدد المكتبات التي تضع فهرسة للكتب الموجودة فيها على شبكة الانترنت يوما بعد أخر، وهو ما يجعل حصر المكتبات التي تحتوي على كتب معينة أمرا ممكنا، دونما حاجة للذهاب إلى هذه المكتبات والسؤال عن هذه الكتب وبعض المكتبات تسمح بالاستعارة عن طريق الانترنت ليمكن اختيار كتاب من فهرس المكتبة ثم تقوم المكتبة بإرسال ذلك الكتاب إلى مستعبرة عن طريق البريد نظير رسوم معينة يتم الاتفاق عليها

[1] محمد سيد فهمي: المرجع السابق، ص322.

[2] فيصل أبو عيشة: الإعلام الالكتروني، دار أسامة للنشر والتوزيع، ط1، عمان الأردن، 2010، ص 95.

[3] محمد سيد فهمي: المرجع السابق، ص 323.

وتتضمن الانترنت مجموعة هائلة ومتنوعة من المجلات والكتب والموسوعات الالكترونية والتي تقدم معلومات قيمة للمستخدمين في شتى المجالات والتخصصات وحتى الخدمات العامة [1].

٦- الإعلام :

أصبح الآن ليس صعبا نقل الأخبار من دولة إلى أخرى أو مكان إلى أخر بعد استخدام شبكة "الانترنت"[2] "لقد أدت الثورة المعلوماتية والتكنولوجية إلى وضع الصحافة المعاصرة إمام تحديات جديدة أتاحت لها فرصا لم يسبق لها مثيل سواء كان ذلك في غزارة مصادر المعلومات أو في سرعة نقلها أو في استخدامها وانعكست هذه التطورات على أساليب جمع وإنتاج وتوزيع المعلومات في أجهزة الإعلام الرئيسية الثلاث المطبوعة والمسموعة والمرئية، وكذلك خلفت هذه التطورات جمهورا جديدا متميزا يعتمد على الانترنت وشبكات نقل المعلومات الالكترونية في تلقي المعلومات، وسارعت بالتالي أجهزة الصحافة العصرية إلى استقطاب هذا الجمهور الجديد عن طريق إضافة شبكة الانترنت إلى وسائلها التقليدية في نقل وتسويق الإنتاج الإعلامي "إن وفرة المعلومات وتدفق الاتصال سوف يسهم في إتاحتها بشكل لا يمكن لأي متخصص أن يتابع معه ما يستجد في حقل تخصصه، وإذ كانت الوسيلة هي الوسيط الذي ينقل الرسالة من المرسل إلى المستقبل فإن الانترنت بهذا المقياس تعد وسيلة إعلامية جديدة لها سماتها المختلفة عن الوسائل الأخرى، غير أنها تتعدى هذا المفهوم لتكون مصدرا ثريا للمعلومات والأخبار والصور للعاملين في مجال الإعلام [3].

٧- الدردشة الجماعية والألعاب:

وهي صورة أكثر مرونة حيث تتيح التحدث بطريقة مباشرة مع مجموعة أشخاص في الوقت نفسه وبالتالي تنتج محادثة عامة تشمل عددا كبيرا من الأشخاص، والعاب الكمبيوتر موجودة ومتوفرة بالنسبة لأي حاسوب شخص دون الحاجة إلى الانترنت لكن الألعاب من خلال الانترنت تمتاز بالتنوع الشديد الذي يتيح ممارسة أي لعبة مهما كانت الميولات، وتحولت الانترنت إلى منتدى الألعاب الكمبيوتر كما استغلت شركات البرامج إمكانيات الوسائط المتعددة لتضفي الإثارة على البرامج والألعاب كما أن الكثير من شركات العرض السينمائي ومؤسسات التاريخ الفني تضع على الانترنت مقتطفات من الأفلام القديمة والحديثة مع التأريخ لها ومما لا شك

[1] محمد حسين رفاعي العطار: المرجع السابق، ص 37.

[2] فيصل أبو عيشة : المرجع السابق، ص 59.

[3] http://www.brooonzyah.net/vb/t62581.html

فيه أن الاتصال مع شبكة الانترنت لن يكون على الدوام بحثا عن معلومات لكن الاتصالات قد يحدث بالشبكة بهدف المتعة والإثارة ونقلها.[1]

٨- التسويق:

أصبحت الانترنت سوقا واسعة للشركات بعض الشركات الكبيرة ضخمت من أعمالها بأن أخذت مميزات قلة تكلفة الإعلان والاتجار عبر الانترنت والذي يعرف بالتجارة الالكترونية وهي تعتبر أسرع طريقة لنشر المعلومات إلى عدد كبير من الأفراد ونتيجة لذلك قامت الانترنت بعمل ثورة في العلم التسوق[2] "بدا التسوق على الانترنت ينتشر انتشارا كبيرا فالعدد الأكبر من مستخدمي الانترنت يستخدمها في عملية التسوق فعلى الويب يمكنك أن تتصفح فهرسا بالبضائع في متجر ما وتختار ما يروق لك شراؤه، وما عليك إلا أن تملأ خانة بطاقة الانتماء برقم بطاقتك الائتمانية فيصلك ما اشتريته على العنوان الذي تحدده في بضعة أيام.[3]

٩- الاستثمار المالي :

أصبحت شبكة انترنت في الفترة الأخيرة أكثر المناطق نموا في الأنشطة التعليمية وقد أصبح ممكنا البحث عن مراكز التخصص عن طريق الشبكة في جهات خدمات توفر خدمة البحث في أنشطة مختلفة كما يمكنك إذ كنت متخصصا أن تقوم باستثمار إمكانياتك على الشبكة إذ يقوم المتخصصون بوضع أسمائهم في هذه الخدمة ليمكن للناس البحث عن الخدمة المتوفرة[4].

بالنسبة للطالب الجامعي أهم خدمة توفرها شبكة الانترنت والتي تخدم طموحه وتطلعاته هي خدمة التعليم بحيث يرى الخبراء أن الانترنت أضحت من أنظمة التعليم الجديدة لأنها توفر معلومات متنوعة وجادة مع كل ما يستلزمه من أدوات وبرامج وفرصة القيام باتصالات جديدة والدخول إلى قواعد البيانات الرئيسية.

وحاليا بالإمكان نقل بعض الدروس من الجامعات إلى المنازل، ولكي يكون التعليم بالانترنت أكثر شمولية يجب إيجاد بيانات الكترونية غنية وباعثة على الاهتمام، وتشمل تطوير الوسائط السمعية البصرية على أن تكون الانترنت إلى ما أصبح يعرف بالنشر الالكتروني والقدرة على الحصول على الكتب التي صدرت في مجال التخصص المرتبط بهم والدخول إلى المكتبات الكبرى عبر الشبكة ومن ناحية أخرى أتاحت الشبكة أمام

1 http://www.brooonzyah.net/vb/t62581.html

[2] فيصل أبو عيشة: المرجع السابق، ص 23.

[3] محمد حسن رفاعي العطار: المرجع السابق، ص 36.

[4] محمد سيد فهمي: المرجع السابق، ص 324.

الباحث الجامعي في مجال معين الحصول على عناوين الكتب والرسائل العلمية ذات العلاقة بموضوع دراستهم وكذا أتاحت إمكانية توجيه أسئلة للخبراء في مجال التخصص في جميع أنحاء العالم عبر البريد الالكتروني، فأزاحت عن الطالب الجامعي الكثير من العراقيل التي قد تواجهه في مسيرته العلمية .

المبحث الخامس: مزايا وعيوب الانترنت

كما أن لكل خدمة فإنها أيضا لا تخلوا من عيوب وهذا ما سوف نتعرف عليه:[1]

أولا: المزايا

1. تمكين المستخدم السيطرة على المسافات والوقت.
2. تتيح لأي شخص أو مؤسسة حكومية أو خاصة بواسطتها بث واستقبال ما يشاء من معلومات سواء مكتوبة أو مصورة أو مسموعة من غير رقيب أو مسألة، فهي غير تابعة ما تتحكم فيها.
3. قلة تكاليف إرسال أو استقبال المعلومات عبرها، فقد لا تكلف من سعر مكالمة هاتفية محلية مقابل كم هائل من المعلومات المصورة أو المسموعة أو المكتوبة.
4. توسيع دائرة المستخدمين لها من ثم انعكس ذلك على رخص أجهزة الحواسيب نظرا للمنافسة الهائلة بين المستخدمين لتلك الأجهزة في عديد من الدول .
5. بخدماتها المتنوعة أصبحت بديلا متاحا عن أنظمة الفاكس والتلكس والفيديو تكس والتيلكس وغيرها من وحدات الاتصال الأخرى التي تستخدم في إرسال واستقبال المعلومات وتخزينها .
6. يرتبط بها معظم الصحف والمحطات الإذاعية والتلفزيونية العربية للاستفادة منها وبث إرسالها عبرها إلى جمهورها في العالم كله.
7. تقديم خدمات متنوعة لكل المستخدمين لها متخصصين وغير متخصصين ومن ذلك تقديم خدمات التسويق وأخبار الطقس ومعرفة أسعار البورصات وحجم تذاكر السفر والمسرح ودور السينما وحجز أماكن في بعض القاعات أو الفنادق أو المؤتمرات .
8. وسيلة اتصال خارجية بالمندوبين والمراسلين وتلقي رسائلهم عن طريق بريدها الالكتروني .
9. يستخدمها المرشحون في الانتخابات للترويج والدعاية عن برامجهم وموافقتهم.
10. تعتبر وسيلة إعلامية هامة وناجحة للأحزاب المعارضة في جميع الدول وخاصة في الدول التي ليس فيها حيز كبير من الحرية الديمقراطية، وذلك لإبداء رأيها في بعض المواقف من حكومتها التي تملك كل الوسائل الإعلامية مسموعة ومرئية ومكتوبة وللتواصل أيضا بأفرادها من غير رقيب أو حسيب.

[1] عبد الباسط محمد عبد الوهاب: المرجع السابق، ص 176/173.

11.بواسطتها سيتحول الجمهور من الاستهلاك السلبي للراديو أو التلفزيون إلى استخدام قوة التسجيلات الصوتية والمرئية وذكاء الكمبيوتر والمعلومات الضخمة المعروضة في شبكة الانترنت التي تحيط بكل زوايا المجتمع وتشمل جميع النشاطات الإنسانية .

12.ستمكن جميع المنتجين والفنانين من بث أعمالهم بأنفسهم، ولن يحتاجوا إلى الجهود التي يبذلونها الآن لإقناع مؤسسات التلفزيون بأفكارهم .

ثانيا: العيوب

فمن ابرز عيوبها ما يلي:[1]

1. انتهاك بعض حقوق الإنسان مثل الحق في الخصوصية، والحق في الاختيار، ولجوء جماعات الإرهاب والمافيا وتجار المخدرات إلى استخدامها في تيسير الأنشطة غير المشروعة باستخدام الإثارة والجنس والعنف للترويج لبعض سلعهم أو أفكارهم فضلا عن إشكالات الهيمنة والتلاعب والتحايل .
2. عدم توافر الحماية على التطبيقات والمعلومات التي تتاح على الشبكة فهو مشاع للجميع، مما يجعلها وسط حالة من الخلط والفوضى.

[1] عبد الباسط محمد عبد الوهاب: المرجع السابق، ص 176.

الخلاصة:

من خلال ما سبق يمكن استخلاص أن الانترنت تمثل فضاء معلوماتي لا متناهي كان لها الأثر الكبير في حياة الإنسان إذ غيرت من سبل المعرفة والتواصل والتفاعل، وهي بذلك يمكن اعتبارها نموذج متغير، وكذا وسط معلوماتي متنوع يمكن الوصول إليه، وإلى مختلف المعلومات، وكذا مكان للخبرات المتنوعة في كافة المجالات، ويمكن التعرف على أهمية الانترنت في حياة الأفراد عموما والطلبة الجامعيين خصوصا وذلك أن الإشباع الذي تقدمه الانترنت ومحتوياتها، من معلومات توجيهية للطلبة، أو أخبار عالمية ووطنية تعزز مكانة الطالب بين أقرانه عند الحوارات والنقاشات الحيوية والجانبية، إضافة إلى الإشباع الذي تقدمه الانترنت ذاتها بغض النظر عن محتوياتها، ورغم أن الدراسات الأولى التي تطرقت إلى استخدام الانترنت عند الشباب أظهرت إن الشباب يرتبط بالشبكة من أجل الحصول على المعلومات، لكن يمكن إن نقوله اليوم إن الانترنت أصبحت ذات أهمية بالغة في حياة الشباب وإن الشبكة تقدم لهم إشباع المحتوى إضافة إلى إشباع الوسيلة وذلك لما تقدمه من معلومات قد لا تتوافر في وسائل الإعلام الأخرى إضافة إلى إن مستخدم الانترنت يتحكم في ظروف الاستخدام ومكانه يعكس وسائل الإعلام الأخرى وقد اهتمت هذه النظرية بالعلاقة بين الجمهور المستخدم لوسائل الإعلام وبين مضامين تلك الوسائل وهو ما يسمى "علاقات الاستخدام"، وهذه العلاقات الموجودة أثناء استخدام المضمون وهي مهمة للغاية هنا لان الطالب يتعرض لمحتويات متعددة ومتنوعة لم تصمم له أصلا وقد لا تتناسب مع ثقافته وعاداته وتقاليده وكذلك يمكن التأثير على عقله وجسمه ونفسيته وخاصة مع وجود ما يعرض بالواقع الافتراضي.

الإطار التطبيقي

الفصل التطبيقي
تحليل مادة البحث

المبحث الأول: مجتمع البحث والعينة

المبحث الثاني:التحليل الكمي والكيفي لمحور الإقبال على استخدام الانترنت

المبحث الثالث: التحليل الكمي والكيفي لمحور عادات الاستخدام

المبحث الرابع: التحليل الكمي والكيفي لمحور أنماط الاستخدام

المبحث الخامس: التحليل الكمي والكيفي لمحور الاشباعات

المبحث السادس: نتائج الدراسة

المبحث الأول: مجتمع البحث وخصائصه

حجم العينة المحددة بـــ **100** مفردة، والتي تم تشكيلها بصفة قصدية وقد بدأنا في توزيع الاستمارات في شهر ماي **2013** والاسترجاع يكون فوري أي الانتظار فقط ملئ الاستمارة من طرف المبحوث .

و بعد عملية ترقيم الاستمارات من **01** إلى **100** وترميزها وتحقيقا لتحليل محتوى الدراسة وبياناتها كان لزاما علينا تفريغ البيانات للحصول على نتائج واضحة تخدم موضوع البحث.

الجدول رقم "01": يبين توزيع العينة حسب متغير الجنس:

التكرار والنسبة / الجنس	التكرار	النسبة المئوية
ذكر	**48**	**%48**
أنثى	**52**	**%52**
المجموع	**100**	**%100**

يتضح من خلال هذا الجدول أن توزيع أفراد العينة حسب النوع يتكون من **48** ذكور و**52** إناث، والزيادة هنا في عدد الإناث تبررها النسبة العالية مقارنة بالذكور في الجامعة الجزائرية، وتوجه الإناث للدراسة ومتابعتها أكثر من الذكور في الجزائر وذلك راجع لعدة عوامل وأهمها الظروف الاجتماعية التي تحتم على الذكور عدم متابعة دراستهم والتوجه للحياة العملية .

الجدول رقم "02": يبين توزيع العينة حسب فئات العمر:

التكرار والنسبة / الفئات العمرية	التكرار	النسبة المئوية
23-18	**58**	**%58**
29-24	**42**	**%42**
المجموع	**100**	**%100**

يتضح من خلال الجدول إن الفئة **18-23** تمثل أكثر نسبة من الفئة **24-29** لان الفئة الغالبة هي في الأغلب مازالت في طور الدراسة وأما فئة الطلبة الجامعيين يتخرجون من الجامعة في سن **23-24**، فمن الطبيعي أن نجد ما فوق سن **24** يمثلون نسبة أقل مقارنة تحت سن **24**.

الجدول رقم "03": يبين توزيع العينة حسب التخصص:

التكرار والنسبة / التخصص	التكرار	النسبة المئوية
علمي	**49**	**%59**
إنساني	**51**	**%41**
المجموع	**100**	**%100**

يظهر لنا الجدول أن نسبة الطلبة المتخصصين علميا تقد بـــ **49%** والمتخصصين في العلوم الإنسانية تقد بـــ **51 %** وهنا اختيار تقارب النسب كان مستقصدا لطرح الموضوعية أكثر في بحثنا العلمي فالهدف هو الوصول إلى نتائج موحدة تظهر بصفة عامة اهتمامات الطالب الجامعي بوسيلة الانترنت وكيفية استخدامها .

المبحث الثاني: التحليل الكمي والكيفي لمحور الإقبال على استخدام الانترنت :

هذا المحور تضمن سؤالين يحددان مدى إقبال الطالب الجامعي على الانترنت إن كان بشكل كثيف أو بصورة قليلة.

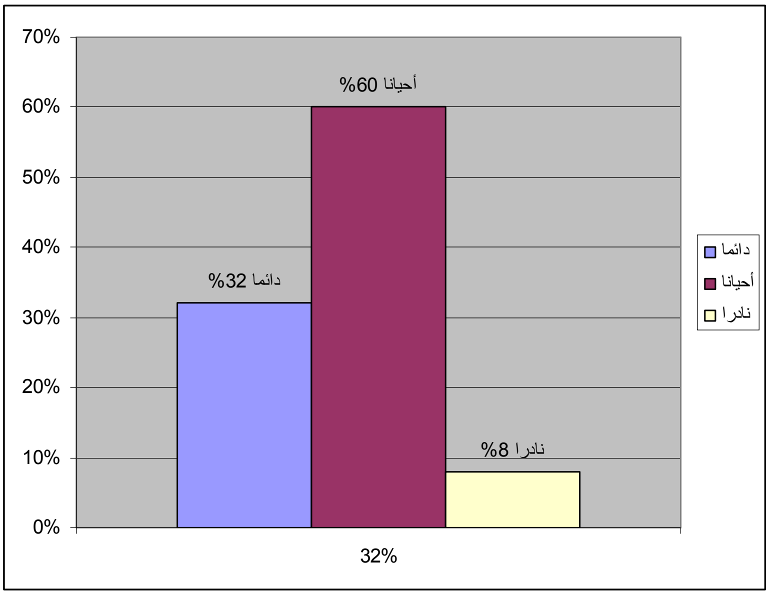
الجدول رقم "04":

السؤال رقم "01" يبين استخدام الانترنت

التكرار والنسبة / استخدام الانترنت	التكرار	النسبة المئوية
دائما	32	%32
أحيانا	60	%60
نادرا	08	%08
المجموع	100	%100

نلاحظ من خلال الجدول أن اغلب المبحوثين يستخدمون الانترنت بصورة معتدلة ومتوازنة وأكثر من نصف العينة بنسبة **60 %** فأحيانا ما يستخدمون الانترنت على حسب الحاجة من هذه الوسيلة، وتلي نسبة **32%** يستخدمونها بشكل مكثف لان البعض يجد في الانترنت كل متطلباته التعليمية والترفيهية وتغنيه عن العالم الخارجي والوسائل الإعلامية الأخرى لما تقدمه من خدمات متنوعة والطلبة الذين يستخدمون الانترنت بصورة نادرة وتقدم نسبتهم **08%** وهي النسبة الأقل، فهنا يستخدمها لحاجاته التعليمية والمعرفية وبصورة قليلة كذلك.

والسبب أن الطلبة أحيانا ما يستخدمون الانترنت هي النسبة الأكبر لان الطلبة الجامعيين على حسب مستواهم الدراسي يحددون بالضبط ما يحتاجونه من هذه الوسيلة وتتوفر لديهم عنصر النقد والرفض فهم ليسو متلقيين سلبيين يتأثرون بكل ما يقدم لهم وباستطاعتهم صد كل ما يمكنه التأثير على عقولهم ونفسيتهم .



شكل رقم"04": يبين مدى إقبال الطلبة الجامعيين على استخدام الانترنت

الجدول "05":

السؤال رقم "02": منذ متى وأنت تستخدم الانترنت؟

التكرار والنسبة / زمن الاستخدام	التكرار	النسبة المئوية
منذ أقل من سنة	**23**	**%23**
من سنة إلى ثلاث سنوات	**26**	**%26**
أكثر من ثلاث سنوات	**51**	**%52**
المجموع	**100**	**%100**

يتضح لنا من خلال الجدول أن المدة الزمنية التي بدأ فيها المبحوث باستخدام الانترنت وإقباله على الشبكة كانت النسبة الأكبر " أكثر من ثلاث سنوات " وذلك بـــ **51%** يليهم الاستخدام من سنة إلى ثلاث سنوات بـــ **26%** في حين يستخدم **23 %** من الطلبة منذ اقل من سنة الانترنت.

و تبرز هذه النتائج انه في السنوات الأخيرة أصبحت الانترنت تأخذ حيزا معتبرا في حياتهم استخدامها باستمرار إن كان مرة في اليوم أو مرة في الأسبوع وتنتشر في الأوساط الطلابية والاستغناء عنها أصبح نادرا إلا لبعض منهم، وأصبح من الضروري استخدام الطالب الجامعي للانترنت عند دخوله الجامعة والوفاء لهذه الوسيلة

أصبح أمرا لا بد منه لما تتمتع به من مميزات تستمل بها العقول، والخدمات التي تقدمها سواء من الجانب التعليمي أو الترفيهي أو الإعلامي تلبي كل الحاجات، ونستطيع ربط زمن الاستخدام بالدخول الجامعي للطالب أو أغلبية الطلبة يستخدمون الانترنت منذ دخولهم للجامعة .

المبحث الثالث: التحليل الكمي والكيفي لمحور عادات الاستخدام :

هذا المحور تضمن مجموعة من الأسئلة المتعلقة بأماكن الاستخدام وأوقاتها وحتى المدة التي يقضيها المستخدم في شبكة الانترنت والعادات المختلفة التي تلاحق الطالب الجامعي في استخدامه للانترنت.

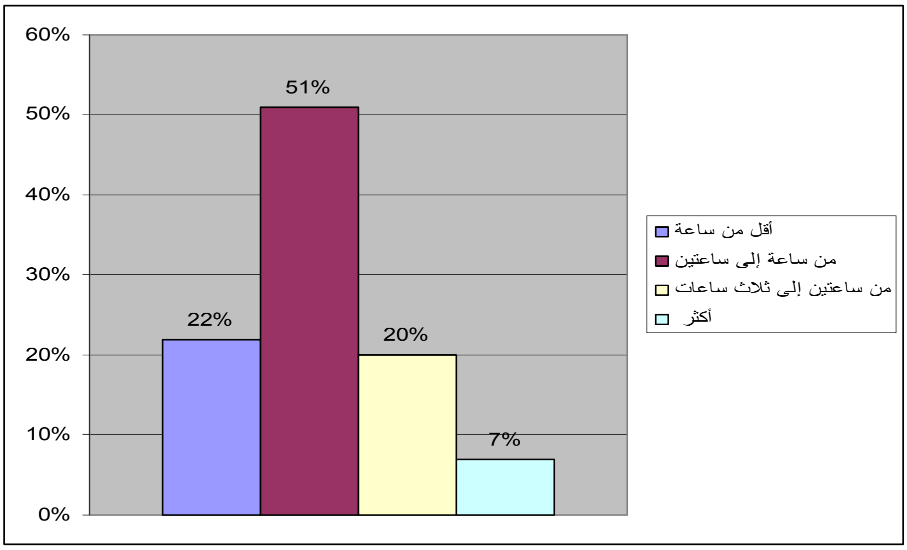
الجدول رقم"06":

السؤال رقم "03": **يبين عدد الساعات التي يقضيها المستخدم إمام شبكة الانترنت.**

التكرار والنسبة / المدة	التكرار	النسبة المئوية
أقل من ساعة	**22**	**%22**
من ساعة إلى ساعتين	**51**	**%51**
من ساعتين إلى ثلاث ساعات	**20**	**%20**
أكثر	**07**	**%07**
المجموع	**100**	**%100**

يلاحظ من خلال الجدول أن اغلبهم يقضون أمام شبكة "من ساعة إلى ساعتين" وذلك بنسبة **51%** في حين يقضي اقل ساعة بنسبة **22%** ويليهم **20 %** من ساعتين إلى ثلاث ساعات و**07%** يستغرقون أمام الشبكة أكثر من ثلاث ساعات.

و يمكن تفسير ذلك أن النسبة الغالبة تعبر عن الاستخدام المتزن للطلبة الجامعيين ويعرفون كيف يتحكمون بهذه الوسيلة وليس العكس والنسبة القليلة هي التي تستخدم الانترنت لأكثر من ثلاث ساعات أي تعاني نوعا ما من الإدمان ونلاحظ كذلك نسبة معتبرة من العينة لا يعيرون اهتماما للانترنت أو الاستخدام يكون محدود ربما للأغراض البحثية الخاصة بدراستهم الجامعية.



الشكل رقم "05": يبين عدد الساعات التي يقضيها الطلبة أمام شبكة الانترنت

الجدول رقم "07": يبين عدد الساعات التي يقضيها الطلبة أمام شاشة الانترنت حسب متغير الجنس

الجنس / عدد الساعات	ذكور		إناث		المجموع الكلي	
	ت	%	ت	%		
أقل من ساعة	07	14.58	15	28.84	22	21.71
من ساعة إلى ساعتين	22	45.83	29	55.76	51	50.79
من ساعتين إلى ثلاث ساعات	15	31.25	05	09.61	20	20.43
أكثر	04	08.33	03	05.76	07	07.04
المجموع	48	100	52	100	100	100

نلاحظ من خلال الجدول أن أغلبة الذكور يقضون من ساعة إلى ساعتين أمام شبكة الانترنت بنسبة **45.83%** ثم من ساعتين إلى ثلاث ساعات بنسبة **31.25%** وثالثا أقل من ساعة بنسبة **14.58%** والنسبة القليلة هي التي تقضي أكثر من ثلاث ساعات بنسبة **8.33%.**

وكذلك أغلب الإناث تقضي من ساعة إلى ساعتين أمام الشبكة بنسبة **55.76%** يليها أقل من ساعة بنسبة **28.84%** ثم من ساعتين إلى ثلاث ساعات بنسبة **09.61%** واقل نسبة من الإناث هي التي تقضي أكثر من ثلاث ساعات أمام الشبكة بنسبة **05.76%** .

ونلاحظ أن الذكور والإناث يفضلون قضاء الوقت أمام الشبكة يقدر بـــ من ساعة إلى ساعتين، لأنه يعتبر حجم ساعي كافي بالنسبة إلى الطالب الجامعي الذي لديه اهتمامات أخرى وخاصة التزامات دراسية والملاحظ أن الإناث باستطاعتهم قضاء أقل من ساعة أمام الشبكة أكثر من الذكور، وهنا يتضح أن الذكور تستهويهم الشبكة أكثر من الإناث بدليل أن النسبة الكبيرة التي تقضي من ساعتين إلى ثلاث ساعات أمام الشبكة كانت للذكور ونفس الشيء بالنسبة لأكثر من ثلاث ساعات.

الجدول رقم "08":

السؤال رقم " 04: يبين مكان استخدام الانترنت:

التكرار والنسبة / مكان الاستخدام	التكرار	النسبة المئوية
مترل	39	%39
مقهى الانترنت	40	%40
الجامعة	21	%21
المجموع	100	%100

نلاحظ من خلال الجدول أن أغلبية المبحوثين من الطلبة يستخدمون الانترنت في المقاهي بنسبة **40%** وتوازنها تقريبا الاستخدام في المترل بنسبة **39%** والأقل نسبة في الجامعة بـــ **21%**

ويمكن تفسير هذه النتائج بالتطور الكبير الذي عرفته الانترنت في الجزائر في السنوات الأخيرة وشهدت اشتراكات الانترنت في المنازل ارتفاعا كبيرا في السنوات الأخيرة فميول المستخدمين لاستخدام الموقع ليلا في المقاهي لعدم توفر الخدمة في المترل والحاجات التعليمية وهروبا من الرقابة الأسرية وتعود قلة نسبة الدخول للانترنت من الجامعة نظرا إلى العديد من الأقسام في الجامعة لا توفر خدمة " الوي في " التي تمكن الطلبة من الاتصال ورغم ذلك نشير إلى أن الانترنت في الجزائر اليوم أصبحت متوفرة بشكل كبير وفي مختلف المؤسسات وهذا ما يتيح استخدامها في أي مكان و لم يحدد المبحوثين أي مكان أخر للاستخدام .

الجدول رقم "09":

السؤال رقم "05": يبين الجهاز المستخدم في التقاط الانترنت

التكرار والنسبة / الجهاز المستخدم	التكرار	النسبة المئوية
الهاتف النقال	**9**	**%9**
الحاسوب الشخصي	**66**	**%66**
الحاسوب المحمول	**20**	**%20**
اللوحة الالكترونية	**05**	**%5**
المجموع	**100**	**100**

اظهر الجدول أن اغلب الطلبة يفضلون الحاسوب الشخصي في استخدامهم للانترنت بنسبة **66%** أي أكثر من نصف العينة ثم يلي الحاسوب المحمول نسبة **20%** ثم الهاتف النقال بنسبة **09%** وأخيرا اللوحات الالكترونية بنسبة **05%** .

و يرجع ذلك إلى أن الحاسوب الشخصي متوفر في المترل ومقاهي الانترنت ويشعرهم بالراحة عند استخدامهم للانترنت .

الجدول رقم "10":

السؤال رقم " 06": يبين حين يستخدم الطالب الانترنت هل يكون لوحده مع أصدقائه مع احد أفراد عائلته.

التكرار والنسبة / استخدام الانترنت	التكرار	النسبة المئوية
لوحدك	**70**	**%70**
مع أصدقائك	**23**	**%23**
مع أحد أفراد عائلتك	**07**	**%07**
المجموع	**100**	**%100**

يظهر من خلال الجدول أن أغلبية أفراد العينة يستخدمون الانترنت لوحدهم وذلك بنسبة **70%** تليها نسبة **23 %** مع الأصدقاء و**07 %** مع أحد أفراد العائلة، ويمكن تغيير ذلك إلى طبيعة الاستخدام الفردي لجهاز الكمبيوتر حيث يتطلب مستخدما واحدا ومن ناحية أخرى يؤثر الدخول للانترنت من مقهى الانترنت على الاستخدام فيساهم في كونه فرديا، والخدمات التي تقدم الانترنت في اغلبها تتطلب الاستخدام الفردي كالحسابات الشخصية في المواقع الالكترونية وإقامة العلاقات خاصة مع الجنس الأخر ويمكن إيعاز استخدام الطلبة للانترنت رفقة أصدقائهم إلى تشاركهم التسلية أو البحث عن المعلومات والأصدقاء وغيرها .

الجدول رقم "11":

السؤال "07": **يبين الفترات المفضلة لاستخدام الانترنت:**

التكرار والنسبة / الفترات	التكرار	النسبة المئوية
الصباح	**21**	**%21**
المساء	**37**	**%37**
ليلا	**42**	**%42**
المجموع	**100**	**%100**

يتبين أن أغلبية أفراد العينة يفضلون استخدام الانترنت ليلا بنسبة **42%** ويلي في المساء **37 %** و**21 %** صباحا ونرجع سبب ذلك إلى أن الفترة المسائية و الفترة الليلية هي الأوقات التي يتفرغ فيها أغلبية الأشخاص للانترنت والفترة الصباحية تكون في الغالب للدراسة والعمل ضف إلى ذلك أن الانترنت تتيح فرصة اختيار الوقت المناسب للاستخدام عكس بقية الوسائل الإعلامية .

و قد تكون الفترة الصباحية هي الأنسب للبعض لمن يدخلون الانترنت من أماكن العمل مثلا أو باعتبار الفترة الصباحية هي وقت فراغ بالنسبة للبعض.

المبحث الرابع: التحليل الكمي والكيفي لمحور أنماط استخدام:

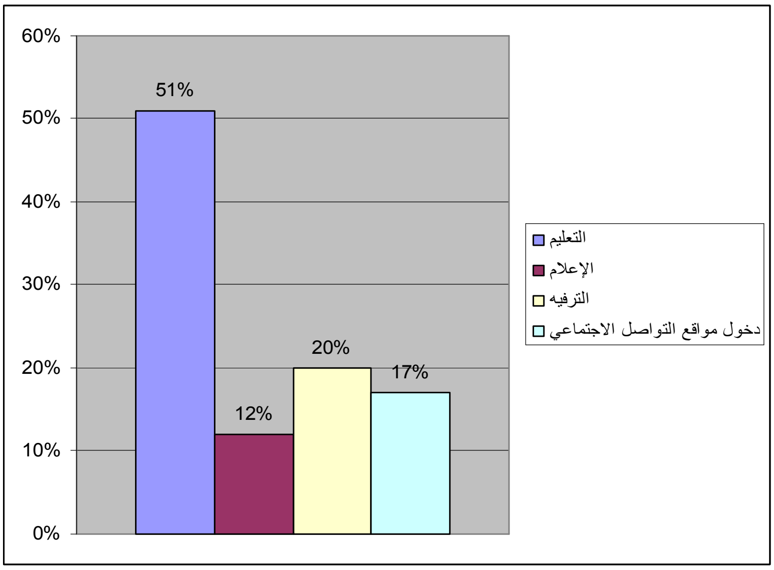
و تضمن هذا المحور مجموعة من الأسئلة توضح نمط الطالب في استخدام الانترنت .

الجدول رقم "12":

السؤال رقم "08": يبين أسباب استخدام الانترنت:

التكرار والنسبة / أسباب	التكرار	النسبة المئوية
التعليم	51	%51
الإعلام	12	%12
الترفيه	20	%20
دخول مواقع التواصل الاجتماعي	17	%17
المجموع	100	%100

يتضح من خلال الجدول أن معظم الطلبة يستخدمون الانترنت للتعليم وذلك بنسبة **51%** ثم يلي الترفيه بنسبة **20 %** ثم دخول مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة **17%** ثم الإعلام بنسبة **12 %** ومن الطبيعي أن نجد بين الأوساط الطلابية هذه النسبة العالية لاستخدام الانترنت يفي التعليم وذلك لانجاز البحوث والمذكرات وجانب الترفيه يفسر أن الطلبة يلجئون إلى الألعاب والتسلية من اجل الترويح عن نفسهم من مشقات الدراسة، وفيما يخص دخول مواقع التواصل الاجتماعي فالطلبة يودون إقامة علاقات افتراضية من اجل التعرف واكتشاف الآخر، ولكن هذا لا يعني أن أفراد العينة يعانون من الحرمان في العلاقات الاجتماعية الحقيقية ولكنه مجال رحب للتعبير عن مكبوتاتهم ويجرهم الفضول لزيادة معارفهم سواء داخل البلاد أو خارج البلاد وجانب الإعلام هي النسبة الأقل لاستخدام الطلبة وذلك لتوفر الوسائل الإعلامية الأخرى المباشرة التي لا تتطلب منهم البحث عكس الشبكة، ولكن هناك طلبة يفضلون الانترنت كوسيلة إعلامية شاملة للعلم بالمستجدات والأخبار اليومية والأحداث الجارية، وهذا يجرنا إلى القول أن مستوى التعليم يحدد مستوى الوعي النوعي بأهمية تقنين الاستخدامات اليومية لانترنت ولكنه يفرز احتياجات جديدة عن المستخدم الأقل تعليما ولهذا نرى أن مستوى التعليم محددا رئيسيا في توجيهه طبيعة الاستخدامات نحو البحث العلمي والمعرفي وانجاز الواجبات الجامعية .



الشكل رقم "06" : يبين أسباب استخدام الطلبة الجامعيين للانترنت

الجدول رقم"13": يبين أسباب استخدام الانترنت حسب متغير الجنس

الجنس / أسباب	ذكور		إناث		المجموع الكلي	
	ت	%	ت	%	ت	%
التعليم	21	43.75	30	57.69	51	50.72
الإعلام	10	20.83	02	03.84	12	12.33
الترفيه	07	14.58	13	25	20	19.79
دخول مواقع التواصل	10	20.83	07	13.46	17	17.14
المجموع	48	100	52	100	100	100

تبين النتائج أن أغلبية الذكور يستخدمون الانترنت لسبب التعليم بنسبة **43.75%** وفي المرتبة الثانية الإعلام ودخول مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة **20.83%** وأخيرا الترفيه بنسبة **14.85%**.

وتبين نتائج الجدول أنه ليس هناك اختلاف بين الإناث والذكور حيث كذلك التعليم يتصدر أسباب استخدام الإناث للانترنت بنسبة **57.69%** ويلي الترفيه بنسبة **25%** ثم دخول مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة **13.46%** وأخيرا الإعلام بنسبة **03.84%**.

والملاحظ من الجدول أن الإناث والذكور يتفقون في سبب التعليم بحيث يتصدر أولوياتهم عند استخدام الانترنت، والذكور تتوزع اهتماماتهم الأخرى تقريبا بالتساوي، على غير الإناث هناك اختلاف كبير بين النسب والإناث يعتبرون الانترنت وسيلة للترفيه أكثر من الذكور.

الجدول رقم "14":

السؤال رقم "09": يبين أن كان للطلبة يستخدمون الانترنت في البحوث الأكاديمية:

التكرار والنسبة / الاستخدام في البحث العلمي	التكرار	النسبة المئوية
دائما	**41**	**%41**
نادرا	**26**	**%26**
أحيانا	**33**	**%33**
المجموع	**100**	**%100**

ويظهر الجدول أن النسبة الغالبة تظهر بأن الطلبة دائمي الاستخدام الانترنت في البحوث وذلك نسبة **41%** من عينة البحث و**33%** بصفة دائمة والنسبة الأقل من الطلبة والتي نادرا ما تتجه للانترنت لانجاز البحوث الأكاديمية تقدر بـــ **26%**.

وهذا يوضح لنا أن استخدام الانترنت في البحوث أصبح مطلبا للطالب الجامعي الذي لا يمكنه في اغلب الأحوال الاستغناء عنها وهذا ما يعادل أسباب الاستخدام للانترنت، فكانت النسبة المرتفعة للتعليم .

والذين نادرا ما لا يستخدمون الانترنت في انجاز بحوثهم وقد نرجع اسباب ذلك لتفضيلهم المعلومات المطبوعة عن الالكترونية أو ربما لا يثقون في لمعلومات الالكترونية أو يجدون متعة في قراءة الكتاب المطبوع أو الوثائق والملفات ...الخ ولا يفضلون القراءة والبحث عبر شاشة الكمبيوتر ويرغبون بطرح مصداقية اكبر لبحوثهم الأكاديمية وتأكيدهم من المعلومات التي يجمعونها كمادة علمية من مصادر ومراجع موثوقة .

الجدول رقم "15":

السؤال رقم "10": يبين اللغة المستخدمة في إجراء البحوث العلمية :

التكرار والنسبة / اللغة	التكرار	النسبة المئوية
اللغة العربية	**79**	**%79**
اللغة الفرنسية	**20**	**%20**
اللغة الإنجليزية	**01**	**%01**
المجموع	**100**	**%100**

وتظهر النتائج أن أغلبية الطلبة يستخدمون اللغة العربية بنسبة **79 %** في إجراء البحوث العلمية ثم تلي اللغة الفرنسية بـــ **20%** وكانت اللغة الانجليزية الأقل نسبة ومن **100** طالب وجدنا طالبا واحدا يستخدمها في البحث العلمي فكانت النسبة **01 %** وهذا يؤكد على ضعف الطلبة في اللغات الأجنبية .

و أهم سبب هم أن الجامعة الجزائرية معظم المقاييس المقدمة باللغة العربية فبالتالي تكون البحوث كذلك بالعربية فعند إجراء الباحث أو الطالب البحث عبر الانترنت فكذاك سيخدم اللغة العربية ويأتي اهتمام الجامعة الجزائرية بالفرنسية في المرتبة الثانية بعد العربية فمن الطبيعي أن نجد الطالب يبحث بهذه اللغة في الانترنت.

الجدول رقم "16":

السؤال رقم "11": يبين مصادر المعلومات التي تستخدم في البحوث عبر شبكة الانترنت:

التكرار والنسبة / مصادر المعلومات	التكرار	النسبة المئوية
الدوريات والمجلات الالكترونية	**20**	**%20**
المكتبات الالكترونية	**33**	**%33**
الكتب الالكترونية	**33**	**%33**
قواعد المعطيات	**07**	**%07**
المدونات	**07**	**%07**
المجموع	**100**	**%100**

يتضح لنا من خلال الجدول أن النتائج متقاربة إلى حد ما فاغلب الطلبة يستخدمون بالمكتبات الالكترونية والكتب الالكترونية لإجراء البحوث وذلك بنسبة **33%** ثم يلي الدوريات والمجلات الالكترونية بنسبة **20%** ثم قواعد المعطيات والمدونات بنسبة **07%** وهذا يفسر لنا أن الطلبة يلجئون إلى الكتب الالكترونية والمكتبات بالدرجة الأولى لأنه مازالت العلاقة الحميمة مع الكتاب حتى وان كان الكتروني أو يقرأ عبر شاشة الكمبيوتر لأنه أهم منبع للمعلومات وخاصة في المجال العلمي أما الدوريات والمجلات الالكترونية فيستخدمها الطالب لإثراء بحوثه وزيادة معارفه وقواعد المعطيات والمدونات هي غير منتشرة كبقية المصادر الأخرى .

الجدول رقم "17":

السؤال رقم "12": يبين محركات البحث التي يداوم الطلبة على استخدامها اثناء عملية البحث :

التكرار والنسبة / محرك البحث	التكرار	النسبة المئوية
Google	**92**	**%92**
yahoo	**05**	**%05**
Alta vista	**03**	**%03**
infossk	**00**	**%00**
hotbot	**00**	**%00**
lycos	**00**	**%00**
المجموع	**100**	**%100**

تظهر النتائج أن اغلب الطلبة يستخدمون محرك البحث **Google** وذلك بنسبة **92%** ويلي **Yahoo** بنسبة **05%** ثم **Alta Vista** بـــ **03%** أما بقية المحركات الأخرى فلم يطرأ عليها أي اختيار ويرجع سبب اختيار أكثر من نصف الطلبة لـــ **Google** لأنه محرك بحث واسع الانتشار ويتميز بخصائص تميزه عن بقية محركات البحث الأخرى ولاحتوائه على كم هائل من الملفات والوثائق، ويعتبر أكبر محرك بحث في العالم بلا منازع ويوفر نتائج البحث لمستخدمين من كل أنحاء العالم بمختلف اللغات مما يجعله مفضلا لدى غالبية الباحثين، بتقديمه خدمة توفير تعريفات للكلمات والجمل لأنه مصمم بحيث يفرض النظام على فوضى المعلومات فالبحث في Google يمثل طريقة سهلة وموضوعية ونزيهة للعثور على مواقع عالية الجودة ذات معلومات تطابق ما تبحثه عنه، ويجعل عالم المعلومات المتوفر على الشبكة في متناول الباحث ولفائدته، وبقية

الحركات تحاول أن تتنافس في تنظيم طرق الدخول والتجول في قاعدة البيانات وتيسير وصول المستخدم إلى المعلومات بالسهولة والدقة والتغطية المناسبة للمعلومات المستخدمة في أقل وقت ممكن.

الجدول رقم "18":

السؤال رقم "13": يبين مواقع التواصل الاجتماعي المفضلة لإفراد العينة:

التكرار والنسبة / موقع التواصل	التكرار	النسبة المئوية
face book	**79**	**%79**
twitter	**07**	**%07**
yahoo	**09**	**%09**
you tube	**05**	**%05**
Google +	**00**	**%00**
My space	**00**	**%00**
blogger	**00**	**%00**
flickr	**00**	**%00**
المجموع	**100**	**%100**

وكانت النتائج كالتالي: فاغلب أفراد العينة يفضلون **Face book** بنسبة **79%** ثم يلي **Yahoo** بنسبة **09%** ثم **Twiter** بنسبة **07%** وأخر المراتب **You tube** بنسبة **05%**.

أما المواقع الأخرى فلم تحضى بأي اختيار من طرف الطلبة وتفضل الأغلبية الساحقة " الفايسبوك" لأنه الأكثر انتشارا ويعتبر واحدا من أهم مواقع التشبيك الاجتماعي وهو لا يمثل منتدى اجتماعيا فقط وإنما قاعدة تكنولوجية سهلة بإمكان أي شخص أن يفعل انه وضع في البداية لخدمة طلاب الجامعة وهيئة التدريس لكنه اتسع ليمثل كل الأشخاص فهو من البداية كان فيشكل شبكة تعارف بغية تعزيز التواصل بين الطلبة والإبقاء على الروابط بينهم بعد التخرج ونفس الفكرة هي مجسدة اليوم بعد اتساعه ليصبح اليوم من أهم مواقع الشبكات الاجتماعية وأكثرها استخداما على الإطلاق.

ويهتم كذلك الطلبة بموقع "تويتر" الذي يعتبر شبكة معلومات أنية مدعومة من الناس في جميع أنحاء العالم تسمح بمشاركة واكتشاف "ماذا يحدث الآن" وهو موقع تدوين مصغر برز في نشر وتنظيم المعلومات حول الأحداث الكبرى وبالنسبة لأصحاب الدرجات العليا في التعليم وخاصة الذين يدرسون الصحافة والإعلام

يهمهم هذا الموقع فهو منبر للتواصل والنشر وكل موقع اجتماعي للتواصل يتميز بمميزات يحاول جذب أكبر قدر ممكن من الجماهير المشاركة.

و" الياهو" هو كذلك منبر للتواصل والتعارف واستقبال الرسائل عبر البريد الالكتروني والرد عليه و" ويتيوب" وهو الموقع الذي يعتبر أهم مكان في شبكة الانترنت للمشاركة في الفيديو المجاني الشعبي، إذ تحمل عليه يوميا أفلام من صنع الهواة حول العالم، وأفراد العينة يجيدونه مجالا لنشر الفيديوهات واستقبال التعليقات عليها ونشرها بشكل واسع، أو مشاهدة ما يحتويه هذا الموقع، وكل مواقع التواصل الاجتماعي لديها جماهير عبر العالم ولكن بنسب متفاوتة على حسب ما تتيحه هذه المواقع للمستخدمين.

الجدول رقم "19":

السؤال رقم "14": **يبين الخدمات المفضلة لدى الطالب عند المشاركة في مواقع التواصل الاجتماعي .**

التكرار والنسبة / الخدمات المفضلة	التكرار	النسبة المئوية
مشاركة الصور	**34**	**%34**
مشاركة الروابط	**10**	**%10**
مشاركة الفيديو	**07**	**%07**
الألعاب	**08**	**%08**
الدردشة	**25**	**%25**
التطبيقات	**06**	**%06**
التعليقات	**09**	**%09**
أخرى	**01**	**%01**
المجموع	**100**	**%100**

بالنظر إلى نتائج الجدول يتبين لنا أن أكثر خدمة يفضلها أفراد العينة هي مشاركة الصور وذلك بنسبة **34%** تليها خدمة الدردشة بنسبة **25%** .

أما في المرتبة الثالثة تأتي مشاركة الروابط بنسبة **10%** ثم التعليقات بنسبة **09%** ثم الألعاب بنسبة **08%** ثم مشاركة الفيديو بنسبة **07 %** ثم التطبيقات **06 %** ويمكن تفسير الطلبة لمشاركة الصور لأنها الأكثر تعبيرا

من الكلمة والصور تشد كل الحواس ولها تأثير خاصة في عالم الانترنت وكذلك تفضيل خدمة الدردشة لأنها أكثر الخدمات التي تسهل لهم بناء العلاقات الافتراضية التي تساعدهم على توسيع علاقاتهم الاجتماعية والاندماج أكثر في المجتمع الافتراضي الذي تتيحه الشبكة .

وكذلك خدمة التعليقات لميلهم للتعبير عن أفكارهم وآرائهم تجاه مختلف الحركات التي يضعها الأصدقاء أو يجدونها في مختلف الصفحات والمجموعات التي ينتمون إليها .

الجدول رقم "20":

السؤال رقم " 15": يبين إن كان يستخدم الطالب الانترنت للتعرض للوسائل الإعلامية الأخرى:

التكرار والنسبة / التعرض للوسائل الإعلامية	التكرار	النسبة المئوية
نعم	40	%40
لا	60	%60
المجموع	**100**	**%100**

وكانت النتائج أن اغلب الطلبة لا يتعرضون للوسائل الإعلامية عبر الانترنت وذلك بنسبة **60%** أما النسبة التي تتعرض للوسائل الإعلامية فكانت **40%** وهذا يفسر أن الانترنت رغم تعدد وسائطها والإمكانيات التي تفتحها أمام وسائل الإعلام الأخرى لبث أو نشر مختلف المواد الإعلامية إلا أن أغلب الطلبة يفضلون ذلك من الوسيلة الإعلامية بحد ذاتها وليست شبكة الانترنت .

والنسبة المعتبرة التي تتعرض للوسائل الإعلامية من الطلبة لديهم ثقافة أن الانترنت هي وسيلة جامعة وبإمكانهم التمتع بخدماتها في وقت واحد وذلك بخاصية الاسترجاع والتخزين والمميزات الأخرى التي تتمتع بها شبكة الانترنت.

الجدول رقم "21":

السؤال رقم "16": يبين ما هي الوسيلة الإعلامية التي يتعرض لها الطالب عبر شبكة الانترنت:

التكرار والنسبة / الوسيلة الإعلامية	التكرار	النسبة المئوية
الصحفية	**26**	**%65**
التلفزيون	**10**	**%25**
الإذاعة	**04**	**%10**
المجموع	**100**	**%100**

وهنا نتكلم على نسبة **40%** التي تتعرض فكانت النتائج أن من هذه النسبة من يفضلون الصحيفة والعدد **26** مفردة يليها التلفزيون والعدد **10** مفردات والإذاعة **04** مفردات، فكانت النسب على التوالي : **65%**، **25%**، **10%** بالنسبة لـــ **40** مفردة، واغلب أفراد العينة يفضلون الصحيفة، وذلك راجع للمواقع الالكترونية في السنوات الأخيرة والتي تتميز بتنوع مواضيعها وجرأتها وكذلك فتحت مواقع للتلفزيونـــ لكن مشاهدته عبر شبكة الانترنت منخفضة نوعا ما، واقل نسبة كانت للإذاعة التي لا يجد فيها الطالب الجامعي تطلعاته الإعلامية مقارنة بالوسائل الإعلامية الأخرى وخاصة التلفزيون الذي يتوفر على الصورة والصوت وتحقق له الإشباع على جميع الأصعدة، سواء في متابعة الأخبار والأحداث أو الترفيه أو البرامج الحوارية .

الجدول رقم :"22":

السؤال رقم "17": يبين نوعية المواقع التي يزورها الطالب الجامعي بشكل مستمر:

التكرار والنسبة / نوعية المواقع	التكرار	النسبة المئوية
ثقافية	**59**	**%59**
ترفيهية	**20**	**%20**
إعلامية	**10**	**%10**
علمية	**11**	**%11**
المجموع	**100**	**%100**

يظهر الجدول أن اغلب أفراد العينة يزورون بشكل مستمر المواقع الثقافية وذلك بنسبة 59% ويأتي في المرتبة الثانية المواقع الترفيهية وذلك بنسبة 20 % يليها العلمية بنسبة 11% ثم الإعلامية بنسبة 1 % وتفسر هذه النتائج على أن إقبال أكثر من نصف العينة على المواقع الثقافية لتنوعها المعلوماتي إضافة إلى أن أصحاب المستوى الدراسي العالي المواقع يتميزون بثقافاتهم العالية فمن الطبيعي يحاولون البحث عن المعلومات والمواقع التي تزيد من ثقافاتهم أما الترفيهية فهي تعتبر متنفس للطلبة وتنسيهم أعباء ومشاكل الحياة اليومية وتدمجهم مع العالم الافتراضي الذي تعرضه الشبكة كالألعاب والتسلية ومشاهدة الأفلام والفيديوهات والموسيقى ...الخ.

و إن لاحظنا أن المواقع العلمية لا تحظى بزيادة مستمرة لان أغلب أفراد العينة يزورونها إلا عند وقت الحاجة أما البقية الدائمة الزيادة نرجع ذلك لميولهم واهتماماتهم بالمجال العلمي وهي فئة قليلة من الطلبة وهنا نرجع أنواع الزيارات على حسب الميول والرغبات لدى كل فرد.

أما الإباحية فلم يقع عليها أي اختيار ربما لان فعلا الطلبة الجامعيين لا يرون هذه النوعية من المواقع أو الحياء والخجل من فهم متى التصريح بذلك رغم أن أسمائهم لم تتناول في استمارة البحث فهم يعتبرون هذا الأمر يبقى سريا ولا يجوز الإفصاح عليه بسبب القيود الدينية والاجتماعية الرافضة لهذه الأفعال ومشاهدة مثل هذه المواقع.

المبحث الخامس: التحليل الكمي والكيفي لمحور الاشباعات:

وتضمن هذا المحور مجموعة من الاسئلة الخاصة بدوافع الاستخدام والحاجات والاشباعات المحققة من الانترنت.

الجدول رقم "23":

السؤال رقم "18": يبين الدوافع إلى استخدام الانترنت:

التكرار والنسبة / دوافع الاستخدام	التكرار	النسبة المئوية
الترفيه والتسلية	**26**	**%26**
التعليم	**44**	**%44**
التثقيف	**16**	**%16**
أخرى	**14**	**%14**
المجموع	**100**	**%100**

يتضح من الجدول أن اغلب الطلبة دافعهم الرئيسي من استخدام الانترنت هو التعليم وذلك بنسبة 44% والنسبة الثانية هي الترفيه بنسبة 26% والتسلية ثم التثقيف بنسبة 16% أما الاختيارات الأخرى فتمثل جامعة نسبة 14% ويمكننا تفسير هذه النتائج على أن للطالب الجامعي بالدرجة الأولى يدفعه التعليم لاستخدام الانترنت لأنها تساعده في مجاله إضافة إلى التثقيف للتطوير من معارفه الشخصية التسلية للترويح عن نفسه والخروج من الجدية الخاصة بحياته الخاصة، وهذا يعني الاستخدام المفرط للانترنت في مجال الترفيه فالطلبة معظمهم يتحكمون في استخداماتهم.

الجدول رقم "24":

السؤال رقم "19": يبين إلى ما يعود استخدام الطلبة للانترنت في البحث العلمي :

التكرار والنسبة / سبب الاستخدام	التكرار	النسبة المئوية
حداثة معلومات الانترنت	37	%37
خاصية التراكمية والتنوع المعلوماتي	10	%10
الفورية في الحصول على المعلومات	41	%41
خاصية الملتيميديا المعلومات	05	%05
التشعبية والتفاعل مع الملفات	07	%07
المجموع	100	%100

يتضح من الجدول أن اغلب أفراد العينة يسترجعون بسبب استخدام الانترنت في البحث العلمي إلى الفورية في الحصول على المعلومات وذلك بنسبة 41% ويليها "حداثة معلومات الانترنت" بنسبة 37% ثم خاصية التراكمية والتنوع المعلوماتي "بنسبة 10 %" والتشعبية والتفاعل مع الملفات بنسبة 07% وأخيرا خاصية ملتيميديا المعلومات بنسبة 05%.

ويفسر ذلك على أن مميزات الانترنت التقنية كالفورية والاسترجاع والتخزين هي التي تشير المستخدم وحاليا الطالب الجامعي وفي عصر السرعة يبحث الطالب عن طرق سريعة للحصول على المعلومات لانجاز البحوث وما يجد أمامه إلا الانترنت لذلك يزيح عناء الذهاب إلى المكتبة الجامعية أو خارج الجامعة ثم القيام بعملية البحث ثم الاستعارة والإرجاع، فان وجد كتابا في الانترنت يقوم بتحميله أفضل بكثير وحداثة المعلومات هي كذلك تجذب الطلبة وتجعلهم يبحثون عن كل ما هو جديد في الدراسات والأبحاث ويجدونه منشورا عبر الشبكة إضافة إلى التنوع المعلوماتي والكم الهائل من المعلومات.

الجدول رقم "25":

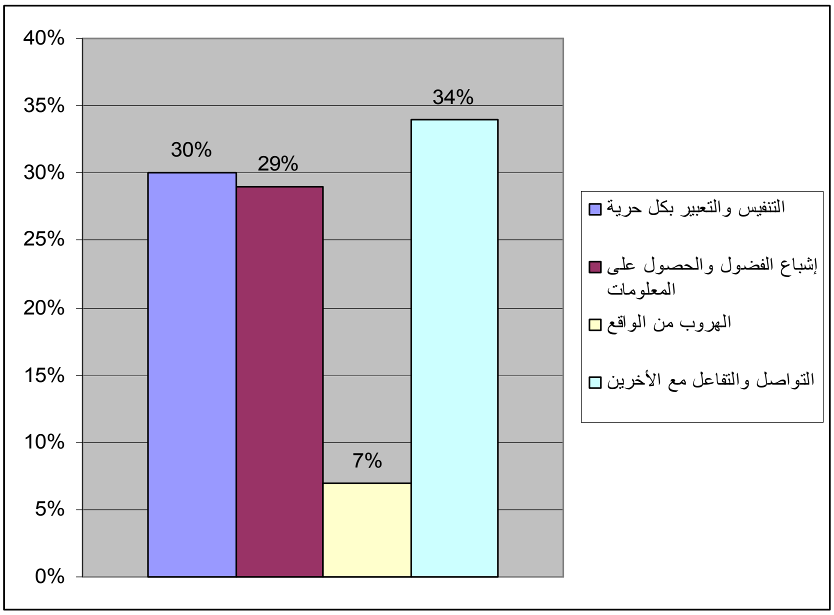
السؤال ؤقم " 20" يبين الحاجات التي يلبيها المحقق المشاركة في مواقع التواصل الاجتماعي .

التكرار والنسبة / الحاجات	التكرار	النسبة المئوية
التفيس والتعبير بكل الحرية	30	%30
إشباع الفضول والحصول على معلومات	29	%29
الهروب من المواقع	07	%07
التواصل والتفاعل مع الآخرين	34	%34
المجموع	100	%100

يتبين من الجدول إن الأغلبية كانت لحاجة الواصل والتفاعل مع الآخرين بنسبة 34% تليها حاجة التنفيس والتعبير بكل حرية بنسبة 30% ثم إشباع الفضول والحصول على المعلومات بنسبة 29 % ثم في المرتبة الأخيرة الهروب من الواقع بنسبة 7%.

وتؤكد النتائج إن دافع التواصل الاجتماعي نجحت في تلبية حاجة التواصل مع الأهل والأصدقاء من خلال شبكة العلاقات التي يقوم المستخدم ببنائها، واهم قصد للمستخدمين عند توجيههم إلى مواقع التواصل الاجتماعي هي إقامة العلاقات مع الآخرين وبناء علاقات افتراضية، وبالتالي خلق مجتمع كثيرون فيه غير قادرين على إيجاد حاجاتهم خارج بيئة الانترنت .

و كذلك نسبة كبيرة م أفراد العينة يعتقدون بان المواقع تساعدهم على التنفيس والتعبير بكل حرية، فهي تعد الأكثر تحررا والأكثر حرية والأقل رقابة ولهم للتعبير عن إحباطهم والمواقف المحرجة التي تؤثر سلبا على ثقتهم بأنفسهم حتى تتيح المواقع للمستخدمين التعبير بكل حرية من آرائهم وعن انشغالاتهم خاصة إذا كانوا يستخدمون أسماء مستعارة .



الشكل رقم "07": يبين الحاجات التي تلبيها المشاركة في مواقع التواصل الاجتماعي

الجدول رقم "26":

السؤال رقم " 21": يبين الاشباعات الاجتماعية التي تحققها المشاركة في مواقع التواصل الاجتماعي.

التكرار والنسبة / الإشباعات	التكرار	النسبة المئوية
ربط علاقات صداقة	**69**	**%69**
ربط علاقات مع الجنس الآخرين	**04**	**%04**
إيجاد حلول لمشاكل الاجتماعية	**27**	**%27**
المجموع	**100**	**%100**

يتصدر قائمة الاشباعات التي تحققها المواقع الاجتماعي لإفراد العينة "ربط علاقات صداقة" وذلك بنسبة 69% يليها "إيجاد حلول" للمشاكل الاجتماعية " بنسبة 27%، ثم "ربط علاقات الجنس الأخر" بنسبة 4%.

و يفسر ذلك أن ربط علاقات الصداقة يعتبر من أهم الاشباعات التي تحققها المواقع وهذا راجع إلى طبيعة المواقع الاجتماعية للتواصل في حد ذاتها وهي "خلق صداقات، التسلية، التعريف بالذات، الحصول على المعلومات وغيرها" أما إيجاد الحلول للمشاكل الاجتماعية فهم يتكلمون عن مشاكلهم بكل بساطة وينتظرون

الحل لأنهم يستعملون أسماء مستعارة لا تسبب لهم الحرج، قد لا يستطيعون طرح مشكلاتهم غفي الحياة الواقعية فيطرحونها في العلم الافتراضي.

و كذلك المواقع تستخدم للدخول في مغامرات عاطفية افتراضية مع الجنس الأخر وإزاحة الكبت العاطفي.

الجدول رقم "27": يبين الاشباعات الاجتماعية التي تحققها المشاركة في مواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير الجنس

الجنس / الاشباعات	ذكور		إناث		المجموع الكلي	
	ت	%	ت	%	ت	%
ربط علاقات صداقة	**41**	**85.41**	**28**	**53.84**	**69**	**69.62**
ربط علاقات مع الجنس الأخر	**03**	**06.25**	**01**	**01.92**	**04**	**04.08**
إيجاد حلول للمشاكل الاجتماعية	**04**	**8.33**	**23**	**44.23**	**27**	**26.28**
المجموع	**48**	**100**	**52**	**100**	**100**	**100**

يتبين أن أغلب الذكور إشباعهم الاجتماعي المحقق وربط علاقة صداقة وذلك بنسبة 85.41% ثم إيجاد حلول للمشاكل الاجتماعية بنسبة 08.33% ويلي ربط علاقات مع الجنس الأخر بنسبة 06.25%.

وكذلك أغلب الإناث إشباعهم الاجتماعي المحقق هو ربط علاقة صداقة بنسبة 53.84% ثم إيجاد حلول للمشاكل الاجتماعية بنسبة 44.23% وأخير ربط علاقات مع الجنس الأخر بنسبة 01.92% .

وتبين النتائج أن اتفاق الجنسين على تحقيق الإشباع الاجتماعي "**ربط علاقات صداقة**" في العالم الافتراضي لأنه في العالم الواقعي قلت علاقات الصداقة إضافة إلى أن الانترنت تتيح لهم التعريف بالأصدقاء من مختلف أنحاء العالم وبكل اللغات والأجناس وهذا يزيدهم شعورا بالسعادة والثقة.

ونجد بأن الإناث يعتقدون بأن استخدامهن لمواقع التواصل الاجتماعي ساعداهن في إيجاد حلول لمشاكلهن الاجتماعية بالدرجة الأولى أكثر من كونها وسيلة لتحقيق الإشباع المتعلق بربط علاقات مع الجنس الأخر عكس الذكور فهم بإمكانهم حل مشاكلهم لوحدهم دون اللجوء إلى مواقع التواصل الاجتماعي لطرحها.

الجدول رقم "28":

السؤال رقم "22": يبين الحاجات التي تلبيها الانترنت اكثر بالنسبة للطالب الجامعي .

التكرار والنسبة / الحاجات	التكرار	النسبة المئوية
التعليمية	53	%53
الترفيهية	20	%20
ربط علاقات اجتماعية	09	%09
مصدر للأخبار والأحداث	18	%%18
المجموع	100	%100

ويظهر من الجدول أن اغلب أفراد العينة أكثر حاجة تلبيها الانترنت هي الحاجة التعليمية بنسبة 53% ثم الترفيهية بنسبة 20 % ثم مصدرا للأخبار والأحداث بنسبة 18 % وأخر مرتبة حاجة ربط علاقات اجتماعية 09% وهذه النتائج تتوافق مع نتائج الأسئلة السابقة في هذا الاستبيان التي كانت عن أسباب استخدام الانترنت ودوافع الاستخدام، فمن المنطقي أن أهم حاجة للطلبة هي التعليم فيبحث عن تلبيتها في الانترنت ثم تأتي الحاجات الأخرى على حسب اهتمامات الطالب، وهذا يوضح لنا أن الطلبة الجامعيين رغم إغراءات وخدمات الانترنت فهم يعرضون جيدا كيف يستغلون هذه الوسيلة وخاصة فيما ينفعهم وكما اشرنا سابقا ليسوا بمتلقين سلبيين حاجاتهم بطريقة خاطئة .

الجدول رقم "29":

السؤال رقم "23": يبين بماذا يشعر الطلبة إن غابوا عن استخدام الانترنت :

التكرار والنسبة / شعور الطلبة	التكرار	النسبة المئوية
القلق والاضطراب	14	%14
لا يشعر بشيء	57	%57
الفراغ	29	%29
المجموع	100	%100

أجاب اغلب أفراد العينة أنهم لا يشعرون بشيء في حال غيابهم عن الانترنت بنسبة 57% ويشعر 29% منهم بالفراغ، في حين 14 % يشعرون بالقلق والاضطراب.

ونفسر هذه النتائج: فالذين لا يشعرون بشيء متحكمون برغباتهم ومشاعرهم وهم الذين يؤثرون وليسوا بالمتأثرين ويعرفون إن أغلب ما تقدمه الانترنت هو بعيد كل البعد عن الحياة الواقعية.

والذين يشعرون بالفراغ يعتبر مؤشر على الوقوع في الإدمان على الانترنت الذي يجعل المستخدم يحس بأنه يفتقد شيئا ما في حال عدم استخدامه للانترنت، والذين يشعرون بالقلق والاضطراب يعتبر هذا من أعراض الإدمان من شأن لأنه أن يؤثر على حالة الفرد النفسية وكذا على علاقاته مع أهله وأصدقائه فينغمس المستخدم في ممارسات انترناتية افتراضية إلى درجة الانطوائية والشعور أن الحياة خارج الانترنت هي حياة ثانوية.

وبالتالي غيابهم عن استخدامها يؤدي بهم إلى الإحساس بالفراغ وكذا بالقلق والاضطراب والتي تنجر بتأثيرات سلبية على حياة الفرد.

الجدول رقم "30":

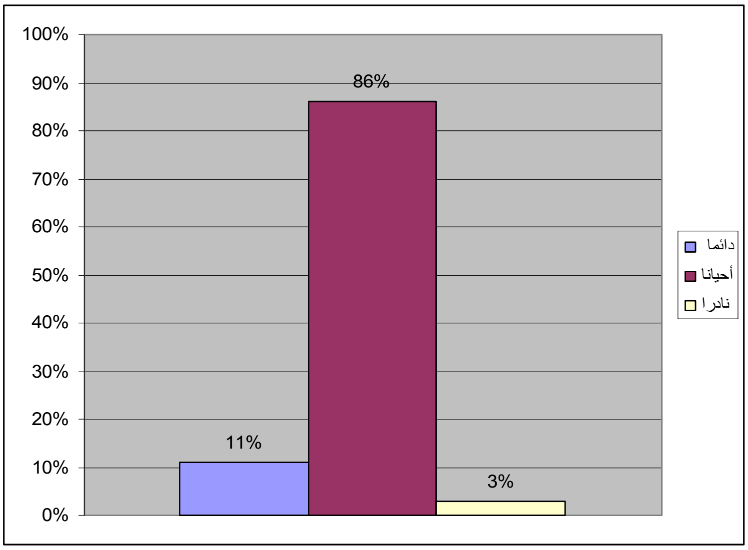
السؤال رقم "24": يبين إن كان يثق أفراد العينة بما تقدمه الانترنت من خدمات .

درجة الثقة / التكرار والنسبة	التكرار	النسبة المئوية
دائما	**11**	**%11**
أحيانا	**86**	**%86**
نادرا	**03**	**%03**
المجموع	**100**	**%100**

ويظهر الجدول إن أكثر من نصف العينة أحيانا ما تثق مما تقدمه الانترنت وذلك بنسبة 86 % يليها نسبة 11% لدائمي الوثوق، ثم نسبة 03 % هم نادرا ما يثقون بخدمات الانترنت.

وكذلك تفسر هذه النتائج أن الطالب الجامعي ليس بمتلقي سلبي يتقبل كل ما تتيحه وسائل الإعلام فباستطاعته الرفض والقبول والنقد والتصديق والتكذيب والتأكد من صدق المعلومات ونرجع ذلك إلى مستواه التعليمي وثقافته العالية والنسبة التي تثق بصفة دائمة بالانترنت هي تعاني ربما من الإدمان أو الانبهار بهذه الوسيلة يجعل

من خدمات نسبة من المستخدمين لا يدركون مساوئهم هم في الأغلب يعانون من عدم الثقة بأنفسهم وأرائهم وغير راضين عن حياتهم وسط مجتمعهم فيلجئون إلى الانترنت وينغمسون وسط هذا العالم الافتراضي .



الشكل رقم "08": يبين مدى وثوق الطلبة بما تقدمه الانترنت من خدمات

المبحث السادس: نتائج الدراسة:

توصلت الدراسة النظرية إلى أن الانترنت تمثل فضاء معلوماتي لا متناهي، كان لها الأثر الكبير في حياة الإنسان، إذ غيرت من سبل المعرفة والتواصل والتفاعل، وهي بذلك يمكن اعتبارها نموذجا متغيرا، وكذا وسطا معلوماتي متنوع يمكن الوصول إليه، وإلى مختلف المعلومات وكذا مكان للخبرات المتنوعة في كافة المجالات فالإنترنت فضاء لتبادل المعلومات وآخر الأنباء والتطورات، فبتعدد استخداماتها تلبى مختلف الحاجات الخاصة بالأفراد على حسب استخداماتهم والإشباعات التي يرغبون بتحقيقها من هذه الوسيلة، ولقد أسفرت نتائج الدراسة الميدانية عما يلي:

بالنسبة لإقبال الطالب على استخدام الانترنت:

فقد تبين أن أغلب أفراد العينة أحيانا ما يستخدمون الانترنت وذلك بنسبة **60%** و**32%** بصفة دائمة و**08%** يستخدمون الانترنت بصفة نادرة.

وتبين أن أغلب أفراد العينة يستخدمون الانترنت "أكثر من ثلاث سنوات" بنسبة **51%** ويقضي **51%** منهم من ساعة إلى ساعتين أمام الشاشة.

بالنسبة لعادات استخدام الانترنت:

يدخل أغلب أفراد العينة الانترنت من مقهى الانترنت بنسبة **40%** ويميل **70%** منهم إلى الاستخدام الفردي ويفضل **42%** منهم الفترة الليلية لاستخدام الانترنت.

وأغلب المبحوثين يفضلون استخدام الحاسوب الشّخصي لالتقاط الانترنت وذلك بنسبة **66%**.

بالنسبة لأنماط استخدام الانترنت:

يتبين أن أغلب أفراد العينة يستخدمون الانترنت لسبب التعليم بنسبة **51%** ويستخدم **41%** منهم الانترنت بصورة دائمة في البحوث الأكاديمية، وأغلبهم يستخدمون اللّغة العربية بنسبة **79%** لإنجاز بحوثهم عبر الانترنت.

- وتشير النتائج إلى أن أغلب أفراد العينة في استخدامه لمصادر المعلومات عبر الشبكة يفضلون المكتبات الالكترونية **(33%)** والكتب الالكترونية **(33%).**
- وتبين أن أغلبهم يداومون على استخدام محرك البحث **Google** بنسبة **92%**.
- ويفضل **79%** منهم موقع التواصل الاجتماعي "الفايسبوك".
- ويفضل **34%** منهم خدمة "مشاركة الصور" عند المشاركة في موقع التواصل الاجتماعي ثمّ الدردشة بنسبة **25%** ثمّ مشاركة الروابط بنسبة **10%.**

- أغلبهم لا يتعرض للوسائل الإعلامية الأخرى عبر الانترنت وذلك بنسبة **60%** والــذين يتعرضــون يفضلون الصحيفة بنسبة **26%** ثمّ التلفزيون بنسبة **10%** ثمّ الإذاعة بنسبة **04%** يكــون مجمــوع النسب **40%** التي تتعرض.
- وتكشف الدراسة أن معظمهم يزورون المواقع الثقافية بشكل مستمر بنسبة **59%** ثمّ الترفيهية بنــسبة **20%**.

بالنسبة لمحور الإشباعات:

فقد تبين من إجابات أفراد العينة أن أغلبهم يستخدمون الانترنت بدافع التعليم بنسبة **44%** ثمّ الترفيه والتسلية بنسبة **26%** ثمّ التثقيف بنسبة **16%**، وأغلبهم يرجعون أسباب استخدامهم للانترنــت في البحــث العلمي الضرورية في الحصول على المعلومات بنسبة **41%** ثمّ حداثة معلومات الانترنت بنسبة **37%.**

- وأغلب أفراد العينة يلبون حاجة التواصل والتفاعل مع الآخرين بنسبة **34%** عند المشاركة في مواقع التواصل الاجتماعي ثمّ التنفيس والتعبير بكل حرية بنسبة **30%**.
- وأغلبهم يرون أن الإشباعات الاجتماعية التي تحققها المشاركة في مواقع التواصل الاجتماعي هي ربط علاقات صداقة بنسبة **69%** ثمّ إيجاد حلول للمشاكل الاجتماعية بنسبة **27%**.
- والنسبة الكبيرة من المبحوثين ترى أن أكثر حاجة تلبيها الانترنت هي التعليمية بنسبة **53%** ثمّ تــأتي الترفيهية بنسبة **20%**.
- وعن الشعور حول الغياب عن استخدام الانترنت فأغلبهم لا يشعرون بشيء بنسبة **57%**.
- وعن ثقتهم حول ما تقدمه الانترنت من خدمات فالنسبة الكبيرة أحيانا ما تثق بخــدمات الانترنــت بنسبة **86%** وهي نسبة كبيرة، وهي نسبة منطقية فمن غير المعقول الوثوق دائما بما تقدمه الانترنت.

الخاتمة

إن سرعة انتشار تكنولوجية الانترنت كما وكيفا وجغرافيا وكذلك طبعيتها التفاعلية جعلت من الباحثين والمهتمين والفضوليين ينظرون إلى دراسة هذه التكنولوجية وتفاعل مختلف شرائح المجتمع معها من خلال نظرية الاستخدام والاشباعات التي تنطلق من مسلمة أساسية وجوهرية وهي تفاعل الجمهور وايجابيته مع وسائل الإعلام التي يستهلكها، فالانترنت تتطلب من مستخدميها تفاعلية أكثر مما تتطلبه وسائل الإعلام التقليدية، فمستخدمو الانترنت يستعملون الشبكة للبحث عن المعلومات أو تبادل الرسائل والدردشة والتواصل مع الآخرين، فالانترنت تعتبر وسيلة محددة الأهداف وأن المستخدمون يعرفون مسبقا الحاجات الذين يريدون اشباعها من خلال استخدام الشبكة، فالمبدأ هنا إذا يقوم أساسا على أن المبحرين في الشبكة يستهدفون عن قصد المحتوى الذين يريدونه ويحتاجونه لاشباع حاجات معينة عندهم على عكس مستهلكي وسائل الإعلام الذين في الكثير من الأحيان يستخدمونها من باب التعود والروتين بدون دوافع محددة.

لقد سعينا من خلال هذه الدراسة إلى تناول موضوع استخدام الطلبة الجامعيين للانترنت، محاولين الكشف كيف يستخدمون الانترنت ويتفاعلون مع هذه الوسيلة ولتوضيح أن الحاجات التي تدفع الطالب لاستخدام الانترنت تختلف لحد ما عن بقية أفراد المجتمع بحكم المستوى التعليمي العالي لأنهم واعون بالمخاطر التي يمكن أن تنجر نتيجة الاستخدام السيئ لهذه الوسيلة.

وفي دراستنا أردنا معرفة كيف يتعامل الطالب الجامعي مع شبكة الانترنت عند جلوسه أمام شاشة الكمبيوتر، فلذا بحثنا في العادات و الأنماط التي تتبعه عند استخدامه، وتوضح لنا أنه في اغلب الأحوال إقباله على الانترنت يزداد مع بداية دراسته الجامعية وزيادة حاجاته التعليمية لأنه أصبح يدرك أن الانترنت مصدر من مصادر المعلومات وتتيح من خلال شبكتها مكتبات الكترونية بأكملها وكتبا ومعلومات وبحوثا قد لا يجدها إلا عبر شبكة الانترنت.

ومن خلال ما كشفناه حول عادات وأنماط استخدام الطلبة للانترنت أدركنا أنها متعلقة بدراستهم الجامعية فهم يهيئون عاداتهم وأنماطهم مع ما يساعدهم على التأقلم مع متطلبات الدراسة الجامعية من حيث الوقت والمكان وطرق الاستخدام بدليل أن أكثر سبب ودافع لاستخدام الانترنت هي التعليم وانجاز البحوث الجامعية وهذا ما وضحته النتائج السابقة، أم بقية الأسباب والدوافع الأخرى إن كان للترفيه أو اللعب أو سماع الموسيقى أو الدردشة أو التواصل الاجتماعي والتفاعل مع الأفراد في العالم الافتراضي فهي متواجدة في قاموس استخدام الطلبة للانترنت، فكل على حسب أوقات فراغه ورغباته وميوله وحالاته النفسية واحتياجاته النفسية، فلا يمكننا القول أن الطلبة يهربون من واقعهم المعيشي ولكن هناك نسبة تندمج مع العالم الافتراضي وتجد فيه ملاذها، وحياتها الخاصة السرية محققة بذلك اشباعاتها المختلفة جراء هذا الاستعمال.

وهنا مسألة تحقيق الاشباعات نرجعها إلى الشخص بحد ذاته، هناك حاجات متوافق عليها لدى الطالب الجامعي ولكن هناك حاجات خفية يفضل أن لا يفصح عنها، فهم بالتأكيد يرغبون بتلبية حاجة التعليم وحاجة التواصل والتفاعل مع الآخرين لصداقة أو غير ذلك، وفي أغلب الأحوال نربط تحقيق الاشباعات في

العالم الافتراضي بالعالم الواقعي فنفسر ذلك أن ما لا يمكن للفرد أن يحققه في الواقع ويؤدي به إلى الإشباع يستطيع تحقيقه عبر الشبكة فيعيش حالة إشباع ورضا عن نفسه، وهنا نتساءل كيف تحقق الشبكة حالة الاشباع لدى الفرد وكيف تستطيع استلهامه وشده من خلال ما تعرضه من خدمات مغرية ومثيرة، وندرك أن عالم الشبكة هو العالم المثالي الذي يحلم به كل أفراد، فتحاول أن تلم بكل ما يمكنه أن يشد المستخدم ويجعله ينسى عالمه الواقعي.

في النهاية لا يمكننا القول أن أغلبية الطلبة الذين لا يشعرون بشيء عند غيابهم عن استخدام الانترنت أنهم لا يجدون في الانترنت ما لا يلبي حاجاتهم وبالتالي لا تحقق لهم اشباعاتهم، ولكن هذه النسبة كما قلنا سابقا واعية بأن الانترنت ماهي إلى وسيلة وليست غاية، لا يجعلها الغياب عن الانترنت يؤدي إلى الشعور بالفراغ والقلق والاضطراب وهذا الأمر يعتبر خطيرا عن المستخدم، فهنا ينتقل من حالة الاستخدام لحاجة ما سواء التعليم أو الترفيه... إلخ، إلى حالة الاندماج والتأقلم مع هذا العالم الافتراضي ورفض العالم المعيشي، حتى وإن كان لا يثق تمام الثقة بما تقدمه الانترنت المهم هو أنها تحقق له حالات الاشباع المرتبطة بالحاجات التي لم يستطع تلبيتها في عالمه الواقعي.

تبقى هذه الدراسة في الختام حلقة من حلقات البحث المتواصلة لاستكشاف الاستخدامات المختلفة لشبكة الانترنت والإشباعات المحققة من ذلك، ولا ندعي بأننا بلغنا نتائج تعبر عن كل ما يتعلق بمستخدمي الانترنت، ولكننا كشفنا إلى حد ما عن استخدامات لفئة من فئات المجتمع الواسع، وتأكدنا بأن الطلبة الجامعيين أهم سبب لاستخدامهم الانترنت هو التعلم وإنجاز بحوثهم الأكاديمية.

قائمة المراجع

قائمة المراجع :

أولا: الكتب

1. إبراهيم مذكور: معجم العلوم الاجتماعية، الهيئة العامة للكتاب، مصر، **1975**.

2. احمد أبو زيد: الانترنت "الساحة الأخيرة للديمقراطية الرقمية "كتاب العربي المعرفة وصناعة المستقبل، العدد **61** .**2005**.

3. احمد بدر:مناهج البحث في علم المعلومات والمكتبات، دار المريخ، الرياض ، **1988**.

4. احمد بن مرسلي: مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الطبعة الثالثة، بن عكنون والجزائر، **2007**.

5. احمد خاطر وآخرون: التحليل الإحصائي للبحوث في الخدمة الاجتماعية، المكتبة الجامعي الحديث، الإسكندرية، مصر، **1998**.

6. احمد محمد صالح: بسيكولوجية البريد الالكتروني والعدد **55**، ط**1**و كتاب العربي الكويت، **2004**.

بشير الخوري: الإعلام العربي وانهيار السلطات اللغوية، مركز الدراسات العربية وط**1**، بيروت **2005**.

7. بشير العلاق: التسويق في عصر الانترنت والاقتصاد الرقمي، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، "بحوث ودراسات" وط**1**، القاهرة ، **2004**.

8. بشير العلاق: في عصر الانترنت والاقتصاد الرقمي الحديث ودراسات، المنظمة العربية للتنمية العربية ط**1** عمان **2005**.

9. جمال رزق: تساؤلات عن الإعلام الجديد والانترنت في "العرب وثورة المعلومات "

10.جودة أحمد سعادة: عادل فايز السرطاوي: استخدام الحاسوب والانترنت في ميدان التربية والتعليم، دار الشروق، عمان، **2003**.

11.حسين عماد مكاوي، محمود على الدين: تكنولوجيات المعلومات والاتصال ط**1** القاهرة، **2000**.

12.حسن عماد مكاوي، ليلى حسن السيد: الاتصال ونظرياته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، **2001**

13.حسين محمد نصر: الانترنت وللإعلام الصحافة الالكترونية مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى والكويت **2003**.

14.زيدان عبد الباقي: قواعد البحث العلمي، ط**1**، **1972**.

15.زين عبد الهادي: الانترنت العالم على شاشة الكمبيوتر، المكتبة الأكاديمية القاهرة، **1996**.

قائمة المراجع :

16.سحر محمد وهبي: دور وسائل الإعلام في تقديم القدوة للشباب الجامعي، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، ط**1**، **1996**.

17.شبون ماكيرايد وآخرون:أصوات متعددة وعالم واحد، الاتصال والمجتمع اليوم وغدا، الشركة الوطنية للنشر والتوزيع، الجزائر، **1981**.

18.شحاتة سليمان:مناهج البحث "بين النظرية والتطبيق "، مركز الإسكندرية للكتاب ' الإسكندرية، القاهرة، **2006**.

19.صالح خليل أبو الإصبع: الاتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة و، دار أرام للدراسات والنشر والتوزيع، ط1، الأردن، **1995**.

20.صالح محمد القوال: مناهج البحث في العلوم الاجتماعية، مكتبة غريب، القاهرة، **1982**.

21.عبد الباسط محمد عبد الوهاب: استخدام تكنولوجيات الاتصال في الإنتاج الإذاعي والتلفزيوني "دراسة تطبيقية وميدانية "المكتب الجامعي الحديث **2005** .

22.عبد الحميد بلعباس: إتاحة واستخدام مصادر المعلومات الالكترونية .

23.عبد الفتاح عارف التميمي: شبكات الحاسوب والاتصالات، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع الأردن عمان **2010**.

24.عبد الله إسماعيل الصوفي: التكنولوجيا الحديثة والتربية والتعليم، مؤسسة الوراق، ط**1**، الأردن، **2002**.

25.عبد الملك ردمان الدناني: الوظيفة الإعلامية لشبكة الانترنت دار الراتب الجامعية، بيروت، **2000**.

26.علاء عبد الرزاق السالمي : تكنولوجيات المعلومات، دار المناهج، ط**1**، عمان، **2000**.

27.على عويس خير الدين : دليل البحث العلمي، دار الفكر العربي، القاهرة، **1988**.

28.على محمد رحومة: الانترنت وو المنظومة التكنولوجية اجتماعية "بحث تحليلي في الالية النفسية لانترنت ونمذجة منظومتها الاجتماعية "سلسلة اطروحات الدكتورا **53** مركز دراسات الوحدة العربية ط**1** بيروت لبنان، يوليو **2005**.

29.فؤاد بن حالة صدمة: الاتصال الشمولي "الأنظمة والمجتمعات العربية في مراجعة التحدي "ترجمة من الفرنسة "د/ احمد عظمي "منشورات المؤسسة الظنية للنشر والتوزيع، الجزائر .

30.فيصل أبو عتيبة: الإعلام الالكتروني دار أسامة للنشر والتوزيع ط1 عمان الأردن **2010**.

31.محمد الهاشمي: الإعلام الكوني وتكنولوجيات المستقبل دار المستقبل للنشر والتوزيع، ط**1**و عمان **2001**.

32.محمد حسن إسماعيل: مبادئ علم الاتصال ونظريات التاثير والدار العالمية لنشر والتوزيع، ط1، الكويت **2003**.

33.محمد حسن رفاعي العطار: البيع عبر شبكة الانترنت دار الجامعة الجديدة ط**1**، الاسكندرية، مصر، **2007**، .

34.محمد سيد فهمي: تكنولوجيات الاتصال في الخدمة الاجتماعية المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، مصر، **2006**.

35.محمد عبد الحميد: نظريات الاعلام واتجاهات التاثير، نشر وتوزيع عالم الكتب وجامعة حلوان، ط3، القاهرة ، **2004**.

36.محمد عبيدات واخرون: البحث العلمي، **1998**.

37.محمد لعقاب:وسائل الاعلام والاتصال الرقمية، دار هومة ط1 الجزائر يناير **2007**.

38.محمد لعقاب: الانترنت وثورة المعلومات، دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع، ط1و الجزائر، **1998**.

39.محمد منير حجاب: المعجم الاعلامي، دار الفجر للنشر والتوزيع القاهرة، **2004**.

40.محمد منير حجاب: الموسوعة الاعلامية والمجلد الرابع، دار الفجر للنشر والتوزيع ، **2003**.

41.مصطفى مصمودي: المجموعة العربية والطريق السريع للمعلومات مجلة العربي، **العدد440**، يوليو ، **1995**.

42.وليد سلامة، عبد الفتاح التميمي: الشبكات المحلية والانترنت ، الشركة العربية المتحدة للتسويق والتوردات القاهرة مصر **2008** .

ثانيا: الكتب الأجنبية

1. Benot aubet: les technologies linformation et de l'orgonisation, Goitanmarin, orebee, canada, 1991.
2. Francois les lé nicolas macarez, le multimédia, Edition que sais-je lere édition paris, 1998
3. Guegen Nicolas et tobin lournace: communication, société Internet, édition hamartion, paris, 1998
4. Herbert, I, fchiller des prêtes branchées de l'ére numériques, le monde deplomatique, 1996
5. Odile Ambry,l'internet:le réseaux en 10 question ,culture et société,RFD1998.

ثالثا: المجلات

1. إبراهيم بختي: انترنت الجزائر، مجلة الباحث، العدد**01**، ورقلة، **2001**.

2. احمد أبو زيد: التكنولوجيا الرقمية والإعلام الجديد ومجلة العربي، العدد **577**، الكويت، ديسمبر، **2006**

3. احمد أبو زيد: تكنولوجيات الاتصال هل تدعم الغربة والانعزال كتاب بالعربي المعرفة وصناعة المستقبل، العدد 61، 2005، الكويت .

4. بوحنية قوي، وسائل الإعلام والاتصال وحتمية التغيير السوسيوثقافي مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة باتنة، العدد **14**، جوان **206**.

5. حنا جريس الهيرتكس عصر الكلمة الالكترونية "مجلة العربي" العدد **527**، الكويت أكتوبر **2002**.

6. كير شيتفلد وآخرون: انترنت الأشياء "دراسة مرجعية" مجلة العلوم، العدد **12**، ط**1**ومؤسسة الكويت للتقدم العلمي، ط**1**، الكويت، ديسمبر، **2004**.

7. مصطفى مصمودي: المجموعة العربية والطريق السريع للمعلومات مجلة العربي، العدد **440**، يوليو، **1995**.

8. نبيل غزلان: سيناريوهات الأفق الرقمي، مجلة العربي، العدد**24**، يوليو **2002**.

9. نور الدين بومهرة، ماجدة حجار: الانترنت مفهومها وتجلياتها والآثار المترتبة عن استخدامها، مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية، العدد **12**، باتنة، **2005**.

10.هوفمان: المعالجة بالواقع الافتراضي، مجلة للعلوم، مؤسسة الكويت، للتقدم العلمي المجلد **02**، العددان **9/8**، أغسطس/ديسمبر **2004**

رابعا: المذكرات

1. أحمد عبدلي: مستخدمو الانترنت، مذكرة ماجستير، جامعة الأمير عبد القادر، قسنطينة، 2003/2002.

2. باديس لونيس: "**2007-2008**" جمهور الطلبة الجامعيين والانترنت دراسة في استخدامات وإشباعات طلبة جامعة منتوري قسنطينة مذكرة ماجستير غير منشورة جامعة الأمير عبد القادر.

3. براهيمي صباح: منظومة الانترنت في المؤسسة الجامعية وعلاقته بالأهداف التنظيمية، مذكرة ماجستير في علم الاجتماع، جامعة لخضر، باتنة، **2005/2004**.

4. بورحلة سليمان: اثر استخدام الانترنت على اتجاهات الطلبة الجامعية وسلوكياتهم مذكرة ماجستير، **2007.2008**

5. عبد الكريم باباوري: "**2005**" عادات وأنماط مشاهدة طلبة سكيكدة للفضائيات العربية، رسالة ماجستير غير منشورة جامعة الأمير عبد القادر الإسلامية قسنطينة الجزائر .

6. مريم ناريمان نومار: "**2011-2012**" استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأخيره في العلاقات الاجتماعية "دراسة عينة من مستخدمي موقع الفايسبوك في الجزائر "جامعة الحاج لخضر باتنة مذكرة ماجستير .

خامسا: المواقع الالكترونية

http://www.setartimes2.com/f.aspxf=7015773
http://www.brooonzyah.net/vb/t62581.html

الملاحق

جامعة المسيلة

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم علوم الإعلام والاتصال

استمارة حول :

استخدام الطالب الجامعي للانترنت

دراسة مسحية بجامعة المسيلة

في إطار إعداد رسالة الماستر في علوم الإعلام والاتصال تخصص اتصال تحت عنوان " استخدام الطالب الجامعي للانترنت دراسة لعينة من الطلبة الجامعين بولاية المسيلة 2012 / 2013 نطلب من سيادتكم ملئ هذه الاستمارة بعناية ونحيطكم علما بأن كل المعلومات التي ستدلون بها ستستغل فقط في إطار هذه الدراسة شكرا مسبقا على مساعدتكم لنا .

ملاحظة : ضع علامة (x) في إطار الإجابة المناسبة

إعداد الطالبة : **إشراف الأستاذ :**

جدي نور الهدى بوقرة

السنة الجامعية 2012 – 2013

I-البيانات الشخصية :

الجنس : ذكر ☐ أنثى ☐

السن : 18 – 23 ☐ 24-29 ☐

التخصص : علمي ☐ إنسانية ☐

II- أسئلة الموضوع :

المحور الأول : إقبال الطالب على استخدام الانترنت

1- هل تستخدم الانترنت ؟

دائما ☐ أحيانا ☐ نادرا ☐

2- منذ متى وأنت تستخدم الانترنت ؟

- منذ أقل من سنة ☐
- من سنة إلى ثلاث سنوات ☐
- أكثر من ثلاث سنوات ☐

المحور الثاني : عادات استخدام الطلبة للانترنت

3- ما هو عدد الساعات التي تقضيها أمام شبكة الانترنت ؟

- أقل من ساعة ☐
- من ساعة إلى ساعتين ☐
- من ساعتين إلى ثلاث ساعات ☐
- أكثر حددها .....

4- من أين تستخدم الانترنت ؟

منزل ☐ مقهي الانترنت ☐ الجامعة ☐

مكان آخر حدد .....

5- ما هو الجهاز الذي تستخدمه في التقاط الانترنت ؟

الهاتف النقال (متعدد الوسائط) ☐ الحاسوب الشخصي (P.C) ☐

الحاسوب المحمول (M.P) ☐ اللوحات الالكترونية ☐

6- حين تستخدم الانترنت هل تكون ؟

- لوحدك ☐
- مع أصدقائك ☐
- مع أحد أفراد عائلتك ☐

أشخاص آخرين أذكرهم .....

7- ما هي الفترات المفضلة لديك لاستخدام الانترنت ؟

- الصباح ☐
- المساء ☐
- ليلا ☐

المحور الثالث : أنماط استخدام الطلبة للانترنت :

8- ما هي أسباب استخدامك للانترنت ؟

- التعليم ☐
- الإعلام ☐
- الترفيه ☐
- دخول مواقع التواصل الاجتماعي ☐

9- هل تستخدم الانترنت في بحوثك الأكاديمية ؟

دائما ☐ أحيانا ☐ نادرا ☐

10- ما هي اللغة التي تستخدمونها عادة لإجراء بحوثكم العلمية عبر الانترنت ؟

- اللغة العربية ☐
- للغة الفرنسية ☐
- اللغة الانجليزية ☐

11- ما هي مصادر المعلومات في الانترنت التي تستخدمونها عادة في بحوثكم ؟

- الدوريات والمجلات الالكترونية ☐
- المكتبات الالكترونية ☐
- الكتب الالكترونية ☐
- قواعد المعطيات ☐
- المدونات ☐

12- ما هي محركات البحث التي تداومون على استخدامها أثناء عملية البحث ؟

☐ Google ☐ Yahoo

☐ AltaVista ☐ Hotbot

☐ ☐

Lycos Infossek

أخرى أذكرها .....

13- ما هو موقع التواصل الاجتماعي المفضل لديك ؟

- facebook ☐
- twitter ☐
- Yahoo ☐
- Youtube ☐
- Google + ☐
- My space ☐
- Blogger ☐
- Flickr ☐
- أخرى أذكرها .....

14- ما هي الخدمات المفضلة لديك عند مشاركتك في مواقع التواصل الاجتماعي ؟

مشاركة الصور ☐ مشاركة الروابط ☐

مشاركة الفيديو ☐ الألعاب ☐

الدردشة ☐ التطبيقات ☐

التعليقات ☐ أخرى .....

15- هل تستخدم الانترنت للتعرض للوسائل الإعلامية الأخرى ؟

نعم ☐ لا ☐

16- إذا كان نعم ، ما هي هذه الوسيلة ؟

- الصحيفة ☐
- التلفزيون ☐
- الإذاعة ☐

17- ما هي نوعية المواقع التي تزورها بشكل مستمر ؟

ثقافية ☐ ترفيهية ☐

إعلامية ☐ علمية ☐

إباحية ☐

المحور الرابع : الاشباعات

18- ما الذي يدفعك إلى استخدام الانترنت ؟

الترفيه والتسلية ☐ التعليم ☐ التثقيف ☐ زيادة المعلومات والمعارف ☐

التواصل مع الأصدقاء والآخرين ☐ للتعرف على أشخاص جدد ☐

للتعرف على الأخبار ومواكبة الأحداث الجارية ☐ للهروب من الواقع ☐

للتخلص من الفراغ العاطفي والاجتماعي ☐ للتخلص من القلق والملل ☐

19- هل استخدامكم للأنترنت في البحث العلمي يعود إلى :

- حداثة معلومات الأنترنت ☐
- خاصية التراكمية والتنوع المعلوماتي ☐
- الفورية في الحصول على المعلومات ☐
- خاصية ملتيميديا المعلومات ☐
- التشعبية والتفاعل مع الملفات ☐

20- ما هي الحاجات التي تلبيها المشاركة في مواقع التواصل الاجتماعي ؟

- التنفيس والتعبير بكل حرية ☐
- إشباع الفضول والحصول على معلومات ☐
- الهروب من الواقع ☐
- التواصل والتفاعل مع الآخرين ☐

21- ما هي الاشباعات الاجتماعية التي تحققها المشاركة في مواقع التواصل الاجتماعي ؟

ربط علاقات صداقة ☐

ربط علاقات مع الجنس الآخر ☐

إيجاد حلول لمشاكلك الاجتماعية ☐

22- ما هي الحاجات التي تلبيها الأنترنت أكثر بالنسبة إليك ؟

التعليمية ☐

الترفيهية ☐

☐

☐

ربط علاقات اجتماعية

مصدرا للأخبار والأحداث

23- غيابك عن استخدام الأنترنت لفترة يشعرك :

القلق والاضطراب ☐

لا يشعرك بشيء ☐

الفراغ ☐

24- هل تثق بما تقدمه الأنترنت من خدمات ؟

دائما ☐ أحيانا ☐ نادرا ☐

الفهارس

فهرس الأشكال

الرقم	الشكل	الصفحة
01	الشكل رقم (01) يوضح نموذج كاتزوز وزملائه للاستخدامات والاشباعات	36
02	الشكل رقم (02) يبين نموذج روزنجرين: للاستخدامات والاشباعات	37
03	الشكل رقم (03) يوضح نموذج سفن ونداهل للاستخدامات والتأثيرات	39
04	الشكل رقم (04) يبين مدى إقبال الطلبة الجامعيين على استخدام الانترنت	77
05	الشكل رقم (05) يبين عدد الساعات التي يقضيها الطلبة أمام شبكة الانترنت	80
06	الشكل رقم (06) يبين أسباب استخدام الطلبة الجامعيين للانترنت	85
07	الشكل رقم (07) يبين الحاجات التي تلبيها المشاركة في مواقع التواصل الاجتماعي	97
08	الشكل رقم (08) يبين مدى وثوق الطلبة بما تقدمه الانترنت من خدمات	101

فهرس الجداول

الرقم	الجدول	الصفحة
01	الجدول رقم "01": يبين توزيع العينة حسب متغير الجنس :	74
02	الجدول رقم "02": يبين توزيع العينة حسب فئات العمر:	74
03	الجدول رقم "03": يبين توزيع العينة حسب التخصص:	75
04	الجدول رقم "04": يبين استخدام الانترنت	76
05	الجدول رقم "05": يبين منذ متى يستخدم الطالب الجامعي الانترنت	77
06	الجدول رقم "06": يبين عدد الساعات التي يقضيها المستخدم إمام شبكة الانترنت.	79
07	الجدول رقم"07": يبين عدد الساعات التي يقضيها الطلبة أمام شاشة الانترنت حسب متغير الجنس	80
08	الجدول رقم "08": يبين مكان استخدام الانترنت:	81
09	الجدول رقم "09": يبين الجهاز المستخدم في التقاط الانترنت	82
10	الجدول رقم "10":يبين حين يستخدم الطالب الانترنت هل يكون لوحده مع أصدقائه مع احد أفراد عائلته.	82
11	الجدول رقم "11": يبين الفترات المفضلة لاستخدام الانترنت:	83
12	الجدول رقم "12": يبين أسباب استخدام الانترنت:	84
13	الجدول رقم"13": يبين أسباب استخدام الانترنت حسب متغير الجنس	85
14	الجدول رقم "14": يبين أن كان للطلبة يستخدمون الانترنت في البحوث الأكاديمية	86
15	الجدول رقم "15": يبين اللغة المستخدمة في إجراء البحوث العلمية	87
16	الجدول رقم "16": يبين مصادر المعلومات التي تستخدم في البحوث عبر شبكة الانترنت	87
17	الجدول رقم "17": يبين محركات البحث التي يداوم الطلبة على استخدامها أثناء عملية البحث	88
18	الجدول رقم "18": يبين مواقع التواصل الاجتماعي المفضلة لإفراد العينة:	89
19	الجدول رقم "19": يبين الخدمات المفضلة لدى الطالب عند المشاركة في مواقع التواصل الاجتماعي	90
20	الجدول رقم "20": يبين إن كان يستخدم الطالب الانترنت للتعرض للوسائل الإعلامية الأخرى:	91
21	الجدول رقم "21": يبين ما هي الوسيلة الإعلامية التي يتعرض لها الطالب عبر شبكة الانترنت.	92
22	الجدول رقم "22": يبين نوعية المواقع التي يزورها الطالب الجامعي بشكل مستمر:	92
23	الجدول رقم "23": يبين الدوافع إلى استخدام الانترنت :	94
24	الجدول رقم "24": يبين إلى ما يعود استخدام الطلبة للانترنت في البحث العلمي	95
25	الجدول رقم " 25" يبين الحاجات التي يلبيها المحقق المشاركة في مواقع التواصل الاجتماعي	96
26	الجدول رقم "26": يبين الاشباعات الاجتماعية التي تحققها المشاركة في مواقع التواصل الاجتماعي.	97
27	الجدول رقم "27": يبين الاشباعات الاجتماعية التي تحققها المشاركة في مواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير الجنس	98
28	الجدول رقم "28": يبين الحاجات التي تلبيها الانترنت أكثر بالنسبة للطالب الجامعي .	99

29	الجدول رقم "**29**": يبين بماذا يشعر الطلبة إن غابوا عن استخدام الانترنت.	**99**
30	الجدول رقم "**30**": يبين إن كان يثق أفراد العينة بما تقدمه الانترنت من خدمات .	**100**

فهرس المحتويات

مقدمة

الإطار المنهجي

إشكالية الدراسة: 10

أسباب اختيار الموضوع 11

أهداف الدراسة 11

أهمية الدراسة..... 12

نوع الدراسة..... 13

منهج الدراسة..... 14

أداة الدراسة 15

عينة الدراسة واختيارها 17

تحديد مفاهيم الدراسة..... 18

الإطار النظري

الفصل الأول: الاستخدام في علوم الإعلام والاتصال "نظرية الاستخدامات والاشباعات"

تمهيد 26

المبحث الأول: مفهوم نظرية الاستخدامات والاشباعات 27

المبحث الثاني: تطور نظرية الاستخدامات والاشباعات 33

المبحث الثالث: نماذج نظرية الاستخدامات والاشباعات 35

المبحث الرابع: الانتقادات الموجهة لنظرية الاستخدامات والاشباعات 42

خلاصة: 43

الفصل الثاني: الانترنت

تمهيد 45

المبحث الأول: طبيعة الانترنت 46

المبحث الثاني: خصائص الانترنت 53

المبحث الثالث: وظائف الانترنت 57

المبحث الرابع: خدمات الانترنت 64

المبحث الخامس: مزايا وعيوب الانترنت 69

خلاصة: 71

الإطار التطبيقي

الفصل التطبيقي: تحليل مادة البحث

المبحث الأول: مجتمع البحث والعينة 74

المبحث الثاني:التحليل الكمي والكيفي لمحور الإقبال على استخدام الانترنت 76

المبحث الثالث: التحليل الكمي والكيفي لمحور عادات الاستخدام 79

المبحث الرابع: التحليل الكمي والكيفي لمحور أنماط الاستخدام 84

المبحث الخامس: التحليل الكمي والكيفي لمحور الاشباعات 94

المبحث السادس: نتائج الدراسة 102

الخاتمة 105

قائمة المراجع

الملاحق

فهرس الأشكال

فهرس الجداول

فهرس الموضوعات