

استخدامات طلاب قسم الإعلام بجامعة الملك سعود لشبكة الإنترنت والإشباع المتحققة دراسة ميدانية

فهد بن عبدالعزيز الخريجي

قسم الإعلام، كلية الآداب، جامعة الملك سعود،

الرياض، المملكة العربية السعودية

(قدم للنشر في 30/6/1430هـ، وقبل للنشر في 17/10/1430هـ)

ملخص البحث. تهدف هذه الدراسة إلى معرفة استخدامات الشباب الجامعي لشبكة الإنترنت الدولية، والمجالات المختلفة التي يستخدمون فيها الشبكة، والدوافع التي تقف وراء والإشباع المتحققة لهم من وراء هذه الاستخدامات وقد طبق الباحث استخدامات شبكة الإنترنت على طلاب قسم الإعلام بكلية الآداب، جامعة الملك سعود بالرياض في المملكة العربية السعودية. كما تسعى هذه الدراسة إلى تحقيق عدد من الأهداف العلمية كالتعرف على مدى مشاركة الطلاب. ومدى التعرض. والإشباع. بالإضافة إلى المشكلات التي يقابلها الطلاب أثناء استخداماتهم للانترنت. والتعرف على الجوانب الإيجابية والسلبية في تعاملهم مع الشبكة العنكبوتية.

واعتمدت هذه الدراسة على المبادئ والأسس العامة لنظرية الاستخدامات والإشباع في تفسير استخدامات الشباب لشبكة الإنترنت و التي تقوم على افتراض وجود عوامل نفسية واجتماعية، تولد احتياجات عند الجمهور وتجعله يبني توقعات عن قدرة وسائل الاتصال على إشباعها، مما يدفعه ذلك إلى التعرض إلى وسائل الاتصال بمضامينها المتعددة أو القيام بأنشطة أخرى لإشباع تلك. وأتضح من الدراسة أن نسبة الطلاب الذين يشاركون في الإنترنت تصل إلى 45.7%. ويحرص الطلاب على زيارة المواقع الخاصة بالدراسة والرياضة، والمواقع الموسيقية والغنائية. وكذا المواقع الثقافية والعلمية والمواقع الدينية بنسب متفاوتة. و يتركز استخدام الطلاب للإنترنت في الفترة المسائية وآخر الليل مما يؤكد عادات السهر لدى الطلاب. وقد تنوعت استخدامات الطلاب لشبكة الإنترنت ما بين: إجراء المكالمات الهاتفية وإرسال فاكسات والاستماع إلى الإذاعة، ومعرفة النتائج الدراسية، تصميم الصفحات الإلكترونية، والدراسة والبحث عن وظائف ومعرفة نتائج المباريات الرياضية والمشاركة في ساحات النقاش. ومن الإيجابيات الظاهرة اعتقاد الطلاب أن الإنترنت أسرع وسيلة للحصول على المعلومات، وأهميتها في ربط المجتمعات بعضها مع بعض، تسهيل الحياة الدراسية.

المقدمة

1- مقدمة: الإنترنت: سماته وخدماته

أ) ماهية الإنترنت

تعددت تعريفات الإنترنت وفقاً للمجالات المختلفة التي استخدمت فيها، حيث يمكن استخدامها على أنها شبكة اتصالات لإرسال البريد الإلكتروني e-mail واستقباله، أو استخدامها في نقل الملفات والبرامج وتبادلها، أو الاعتماد عليها في تبادل الآراء، أو بحث موضوع ذي اهتمام مشترك بين مجموعة من الأفراد. (زين. 1998 و ص 18).

كذلك نجد هناك عديداً من التعريفات للإنترنت اعتماداً على أنها وسيلة نشر للمعلومات بوجه أساس في الكتابات والدراسات العلمية، سواء أكانت أجنبية أم عربية. وبناء على ذلك فالإنترنت هي نظام عالمي واسع من شبكات الكمبيوتر وهي شبكة الشبكات، حيث يستطيع أي فرد في العالم الحصول على المعلومات والبيانات عن أي موضوع من الموضوعات من أي جهاز كمبيوتر آخر، ونقله إلى جهازه الشخصي في زمن قليل وبأقل تكلفة. (www.serachwebservicestechtarget).

وتعرف موسوعة Wikipedia الإنترنت على أنها شبكة عالمية تضم شبكات أجهزة الكمبيوتر المترابطة، والتي ترسل بيانات في صورة تبادل للحزم packet switching، هي كتلة مختصرة من البيانات ترسل كوحدة عبر قناة متخصصة للوصول فقط خلال فترة

البحث، وذلك باستخدام بروتوكول الإنترنت. (www.

Wikipedia.org)

كما تعرف لدى آخرين بأنها شبكة اتصالات عالمية، تربط الآلاف من شبكات الكمبيوتر بعضها ببعض عن طريق الهاتف أو الألياف البصرية أو عن طريق الأقمار الصناعية. (علم الدين & ثيمور. 2003. ص 291) ويشير أحد الباحثين إلى أن شبكة الإنترنت لا يحكمها كيان واحد بمفرده، وإنما يدير مكوناتها مؤسسات عامة وخاصة تضم ثلاثة مستويات من الشبكات، فتركز الشبكات الرئيسة الكبرى في الولايات المتحدة الأمريكية، تليها الشبكات المتوسطة بالجامعة والمؤسسات الكبرى، ثم الشبكات الصغرى كالشبكات المحلية والحاسبات المتوفرة لدى الأفراد. (الحديثي. 2002. ص 85).

ب) مراحل تطور الإنترنت

مرت شبكة الإنترنت بعدة مراحل منذ بدايتها حتى الآن، مما جعلها أكبر شبكة اتصال عالمية، ونعرض فيما يلي باختصار لهذه المراحل:

- تعود البدايات الأولى للإنترنت إلى وكالة المستودعات للأبحاث المتقدمة ARPA التابعة لوزارة الدفاع الأمريكية في عام 1969، وذلك لخدمة الأغراض والأهداف العسكرية وأطلق عليها ARPA NET، وقامت فكرتها على أساس أنها شبكة لا مركزية لتفادي تعطلها إذا حدث أي توقف أو تلف لبعض أجهزة الحاسب أو خطوط الاتصال، فيستمر

القائمة، كما ظهرت خدمة USE NET للمؤتمرات الإلكترونية التي تستخدم الشبكة كعامل للمعلومات، وكان لهذه الشبكات دور كبير في انتشار الإنترنت. (Hardy)

• شهدت فترة التسعينات نمواً واسعاً واستخداماً تجارياً كبيراً للشبكة، وكان من الصعب تحديد ما إذا كان الطابع التجاري حدث بسبب هذا النمو الهائل أو العكس، حيث كان الاتجاهان يغذيان بعضهما بعضاً، ومن ثم تحولت الشبكة من العمومية والسيطرة غير الهادفة للربح إلى السيطرة والنفوذ والربحية.

وتعد نشأة الشبكة العنكبوتية الدولية WWW التي تتميز بإمكانيات هائلة في الصوت والصورة والوسائط المتعددة أهم التطورات التي شهدتها تلك الفترة.

لقد صار اليوم الدخول إلى شبكة الإنترنت أمراً يسيراً بفضل إبرام عقود تجارية ثنائية ومتعددة الأطراف، ونشأت بروتوكولات فنية من أجل التعريف بكيفية تبادل المعلومات والبيانات من خلالها.. وصارت شبكة الإنترنت للكثيرين في الوقت الحالي بمثابة الأدوات والوسائل والطرق السريعة للمعلومات والاتصال، مما أدى إلى تزايد ونمو استخداماتها بين الأفراد والمؤسسات والمنظمات بشكل كبير وملحوظ.

الاتصال بين بقية الأجهزة اعتماداً على الخطوط السليمة. (دوفور. 1998. ص40)

• في فترة السبعينيات، شهدت الشبكة تطوراً كبيراً، فتحوّلت من مجرد مشروع ناشئ جديد إلى شبكة عالمية، حيث ساهم مكتب البريد البريطاني والاتحاد الغربي في إيجاد أول شبكة دولية لنقل المعلومات وذلك عام 1987م. (حمدي. 2001. ص92)

• وارتبطت بهذا التطور بداية ظهور تكنولوجيا التخزين Store، والاسترجاع Forward للمعلومات، وبدأت استخدامات البريد الإلكتروني e-mail، وهي الخدمة الأكثر استخداماً من خلال الإنترنت.

• تم تقسيم شبكة ARPA NET عام 1983 إلى شبكتين، هما:

• شبكة MIL NET لخدمة النواحي العسكرية، وشبكة ARPA NET لخدمة المجال البحثي، ومن ثم ضمت إلى شبكة NSF NET التابعة للمنظمة الوطنية الأمريكية للعلوم NSF. وتوالى خلال فترة الثمانينات ظهور عدة شبكات صغيرة منها: شبكة للبحوث المعلوماتية csrn، وتم ربطها بشبكة ARPANET. كما أنشئت شبكة BIT NET في جامعة نيويورك لتأمين نظام للمؤتمرات الإلكترونية، ويقدم هذا النظام حوالياً أربعة آلاف موضوع للمناقشة، وعند إرسال رسالة إلكترونية إلى إحدى قوائم المناقشة، يتم إنشاء نسخة مماثلة وإرسالها كبريد إلكتروني إلى جميع المشتركين في

• خدمات المعلومات (Wilcox,2003, p103)
تتعدد الخدمات التي تقدمها شبكة الإنترنت لمستخدميها فيما يتعلق بالمعلومات، يشير إليها الباحث فيما يلي:
أ) خدمة نقل الملفات، ب) خدمة البحث عن المعلومات، ج) الخدمات المجانية، د) الخدمات الإخبارية، هـ) النشر الآني، و) خدمات الترفيه (severin & Tankard, 2001, pp 369-371).

2- مشكلة البحث

يركز هذا البحث على معرفة استخدامات الشباب الجامعي لشبكة الإنترنت الدولية، والمجالات المختلفة التي يسخرون فيها الشبكة، والدوافع التي تقف وراءهم، والإشباع المتحققة لهم من وراء هذه الاستخدامات. ويطبق الباحث استخدامات شبكة الإنترنت على طلاب قسم الإعلام بكلية الآداب، جامعة الملك سعود بالرياض في المملكة العربية السعودية.

3- أهمية البحث

تنبع أهمية البحث الحالي من الأسباب والعوامل التالية:

1- الوجود المتزايد والفعال لشبكة الإنترنت على المستوى الدولي الإقليمي والمحلي، واستخدامات الشركات والمؤسسات والوزارات لهذه الشبكة، مما يؤكد عمق وجودها في المجتمع، سواء على المستوى

ج) خصائص الإنترنت كوسيلة اتصال:

(علم الدين وثيمور, 1997, ص196)

تتميز شبكة الإنترنت بعدد من السمات والخصائص، نشير إليها فيما يلي:
اللاتزامية، قابلية التحريك، اللاجماهيرية، قابلية التحول الكونية، الاندماج، الاهتمام الفعلي، الانتقائية، تركيز الانتباه، الشبوع والانتشار، تعدد أبعاد التدفق: يوجد أربعة أبعاد للتدفق عبر الشبكة: التحكم: التنوع، الحداثة، الوسائط المتعددة.

د) الخدمات التي تقدمها الإنترنت

تتعدد الخدمات المختلفة التي تؤديها شبكة الإنترنت لمستخدميها ما بين خدمات الاتصالات، وخدمات المعلومات، وخدمات التسلية. ويتناول الباحث هذه الخدمات بشيء من التفصيل فيما يلي:
• خدمات الاتصالات: (1999, pp 287-290 Kraut,

ويشمل هذا النوع من الخدمات الخاصة بالاتصالات ما يلي:

أ) البريد الإلكتروني: e-mail

ب) خدمة USE أو المجموعات الإخبارية NEWSGROUPS:

ج) خدمات الدردشة.

د) خدمات الرسائل الفورية.

هـ) خدمات المؤتمرات عن بعد.

4- أهداف البحث

- يهدف البحث إلى تحقيق الأهداف العلمية التالية:
- 1 معرفة مدى مشاركة طلاب قسم الإعلام بجامعة الملك سعود في الإنترنت.
 - 2 معرفة عدد الساعات التي يقضيها طلاب قسم الإعلام عينة الدراسة بجامعة الملك سعود مع الإنترنت.
 - 3 معرفة المواقع التي يزورها طلاب قسم الإعلام بجامعة الملك سعود على شبكة الإنترنت.
 - 4 معرفة الأوقات التي يفضل طلاب قسم الإعلام الدخول فيها إلى شبكة الإنترنت.
 - 5 معرفة المصادر التي عرف منها الطلاب الشبكة الدولية.
 - 6 معرفة استخدامات طلاب قسم الإعلام بجامعة الملك سعود لشبكة الإنترنت.
 - 7 معرفة الإشاعات المختلفة المتحققة لطلاب قسم الإعلام بالجامعة .
 - 8 معرفة المشكلات التي يواجهها طلاب قسم الإعلام في استخدامهم لشبكة الإنترنت.
 - 9 معرفة إيجابيات شبكة الإنترنت من وجهة نظر عينة الدراسة.
 - 10 -معرفة اتجاهات طلاب قسم الإعلام بجامعة الملك سعود نحو شبكة الإنترنت.

الرسمي أو غير الرسمي.

- 2- زيادة عدد مستخدمي شبكة الإنترنت في كل أنحاء العالم، فمثلاً احتلت مصر المركز الأول بين الدول العربية من حيث عدد مستخدمي الإنترنت فيها، يبلغ عددهم 5.300 مليون مستخدم في عام 2007، وبلغ عدد مستخدمي الإنترنت في المملكة العربية السعودية 2540 مليون عام 2007، وتستحوذ كل من مصر والمغرب والسودان والسعودية على نسبة 63.2% من مستخدمي الإنترنت في العالم العربي في إحصاءات عام 2007م. (13)
- 3- أهمية طلاب الجامعة، حيث يمثل الطلاب فئة مهمة من الشباب، سواء من حيث معارفهم أو ثقافتهم أو التخصصات المختلفة التي ينتمون إليها. كذلك يعد الشباب الجامعي قوة مقالة في المجتمع، ووسيلة مهمة من وسائل التنمية فيه، والاهتمام بدراسة الشباب الجامعي من زواياها المختلفة، لاسيما الإعلانية منها يعد مطلباً أساسياً وتوجهاً عاماً يفيد المجتمع، ويعمل على تطويره.
- 4- دراسة طلاب قسم الإعلام واستخداماتهم لشبكة الإنترنت يعمق أهمية البحث ويزيد من قيمته العلمية، حيث يعد طلاب الإعلام من الفئات الجامعية الأكثر استخداماً للإنترنت والتفاعل معه، ومن ثم معرفة الدوافع والإشاعات المرتبطة بهم. (Abdulla, 2007, pp 35-49)

5- الإطار النظري للدراسة

تعتمد هذه الدراسة على المبادئ والأسس العامة لنظرية الاستخدامات والإشاعات في تفسير استخدامات الشباب لشبكة الإنترنت، وتقوم هذه النظرية على افتراض وجود عوامل نفسية واجتماعية، تولد حاجات عند الجمهور وتجعله يبني توقعات عن قدرة وسائل الاتصال على إشباعها، مما يدفعه ذلك إلى التعرض إلى وسائل الاتصال بمضامينها المتعددة أو القيام بأنشطة أخرى لإشباع تلك الحاجات، وربما ينتج عن هذا التعرض إشباع حاجات أخرى غير متوقعة. (Palmgreen & Rosengren, 1985)

وتتمثل فروض نظرية الاستخدامات والإشاعات فيما يلي:

- 1 إن الجمهور نشط ويستطيع توظيف استخدامه لوسائل الاتصال لخدمة حاجاته.
 - 2 تتضافر مجموعة من العوامل النفسية والاجتماعية في إيجاد حاجات تدفع الجمهور إلى التعرض لوسائل الاتصال من أجل إشباعها.
 - 3 يختار الجمهور التعرض للوسائل التي يتوقع أنها أقدر على إشباع حاجاته.
 - 4 تتنافس وسائل الاتصال مع مجموعة من الوسائل لإشباع حاجات الجمهور.
 - 5 استمرار استخدام الفرد للوسيلة يتوقف على قدرتها على إشباع حاجاته. (Stanley & Dermisk, 2000, pp 216-619)
- وتتمثل نظرية الاستخدامات والإشاعات في أن

البيئة الاجتماعية تحدد الحاجات العاطفية والفكرية والشخصية والاجتماعية التي يمكن إشباعها من خلال استخدام نوع معين من وسائل الاتصال أو من محتوى هذه الوسائل، أو بمجرد التعرض لها أو من الوضع الاجتماعي المصاحب لعملية التعرض. كما يمكن إشباع هذه الحاجات من خلال استخدام مصادر غير مرتبطة لوسائل الاتصال الجماهيرية كالأصدقاء والأهل والاتصال الشخصي.

وتستطيع وسائل الاتصال أن تشبع هذه الحاجات من خلال قدرتها على تقديم معلومات وأخبار وتوفير التسلية والهروب من المشكلات، وتقديم نماذج تسهم في تدعيم الذات والتعرف إليها، فضلاً عن إمكانية تحقيق الصحة، وتدعيم التفاعل والعلاقات الاجتماعية. (Lull, 2000, pp 85-90).

- دوافع التعرض وأصول الحاجات

ترتبط نظرية الاستخدامات والإشاعات بمفهومين متلازمين يفسران أسباب استخدام الأفراد لوسائل الاتصال، وهما: الحاجة والدافع، فالحاجة تعني الافتقار إلى شيء ما يحقق وجوده أو الحصول عليه، الإشباع أو الرضا كما أن الحاجة مهمة إما من أجل العيش والبقاء واستقرار الحياة لحاجة الكائن الحي إلى الماء والهواء، أو أنها تسهم في تحسين حياة الفرد، وتتوحد كل الحاجات من أنها تولد سلوك ما سعياً إلى إشباعها. أما الدافع فهو حالة جسمانية أو نفسية داخلية يؤدي إلى توجيه الكائن الحي نحو تبني استجابات

الجمهور النشط ACTIVE AUDIENCE في تفسير دوافع الاستخدام دون التأكيد على أن بعض الدوافع ترتبط بعوامل اجتماعية وأخرى بنوعية الوسيلة المتاحة للجمهور، فضلاً عن أن الاستخدام والتعرض يمكن أن يكون عادة اجتماعية، وعندها يصبح الجمهور غير نشط. (Blumer & Katz, 1974, pp 21-25) وبينت بعض الدراسات أن مفهوم الجمهور النشط غير دقيق، وغالباً ما يوضع المفهوم في وجه المقارنة مع نقيضه وهو الجمهور السلبي PASSIVE AUDIENCE. ويرى DIVID MORLEY أنه لا يمكن النظر إلى نشاط أو سلبية الجمهور في استخدامه لوسائل الإعلام بمعزل عن الإطار الثقافي والاجتماعي الذي يعيش فيه، كما يمكن أن تصبح عملية التعرض لأي وسيلة من الوسائل شيئاً روتينياً وعادة سارية فيما لو وجد الجمهور أن تلك الوسيلة أو محتواها تحقق له الإشباع المطلوبة في كل مرة يستخدمها أو يتعرض لها، لذا يرى بعض الباحثين أن مفهوم الجمهور النشط يقع في خمسة أمور، هي:

- 1 - القدرة على اختيار الوسيلة أو المحتوى.
- 2 - القدرة على تحديد المنفعة وتوظيف هذا الاستخدام لتحقيق المنفعة.
- 3 - وجود النية أو القصد من وراء استخدام وسائل الاتصال.
- 4 - درجة التفاعل مع الوسيلة أو المحتوى.
- 5 - محدودية تأثير الجمهور النشط بوسائل

معينة، ولكن لا يمكن إخضاع الدوافع للملاحظة المباشرة، وإنما يستدل عليها من خلال السلوك أو الاستجابات الناتجة عنها. (عبد الحميد، 1979. ص 220- 225)

إن كلا المصطلحين -الحاجة والدافع- يميلان المعنى نفسه وهو التحريك والدفع، وأنهما يرتبطان بأصول أو حاجات نفسية ذاتية وأخرى اجتماعية، وهو الأساس الذي تقدم عليه نظرية الاستخدامات والإشاعات من أجل تفسير أسباب استخدام الجمهور لوسائل الاتصال.

وقد ركزت النظرية في مراحلها الأولى على الحاجات النفسية أو الدوافع النفسية للفرد، وأغفلت دور الجوانب الثقافية والعوامل المجتمعية في إيجاد دوافع لاستخدام وسائل الاتصال مما جعلها عرضة للنقد وكان لتطبيق معظم البحوث على المجتمع الأمريكي أو تلك المشابهة له في البداية، إضافة إلى فكرة الجمهور النشط، هي التي صرفت الباحثين عن النظر في الجوانب الثقافية والاجتماعية وما ينشأ عنها من حاجات، وعلى حد قول كاتز KATZ: "إن ما يهمنا هو ليس ما يأخذه الجمهور من التلفزيون ولكن ما يفعله الجمهور في التلفزيون"، حيث إن الاستخدامات والإشاعات حولت التفكير من تأثير وسائل الاتصال إلى استخدام وسائل الاتصال، وركزت على ما يفعله الجمهور بوسائل الاتصال بدلاً مما تفعله وسائل الاتصال بالجمهور، وتبنت النظرية وفقاً لذلك فكرة

الاتصال. (Becker, 1992, pp 500-505)

وبصورة عامة ترتبط فكرة الجمهور النشط بقدرة الفرد على اختيار وتحديد الوسيلة والمحتوى الذي يتعرض له من أجل إشباع دوافع وحاجات معينة، سواء كانت هذه الدوافع مرتبطة بجوانب نفسية أو جوانب اجتماعية، وفي المقابل فإن الجمهور السلبي هو الذي لا يرتبط تعرضه لوسائل الاتصال بإشباعاته محددة سلفاً وباختيارات واضحة لوسيلة اتصال أو محتوى معين. (مكاوي و حسين، 1998 و ص 239).

وقد ساهمت التطبيقات اللاحقة لنظرية الاستخدامات والإشباع في مجتمعات مختلفة على الكشف عن دور العوامل الاجتماعية والثقافية في تشكيل الحاجات والدوافع، ومن ثم قدمت إضافات جديدة، فعلى سبيل المثال وجد بعض الباحثين الذين درسوا دوافع تبني الأطباق اللاقطة ومشاهدة القنوات الفضائية في المملكة العربية السعودية مؤشرات تؤكد اختلاف الحاجات أو الدوافع الاجتماعية باختلاف العوامل الاجتماعية والثقافية، حيث وجد هؤلاء أن مجموعة من العوامل التقنية والسياسية والاقتصادية والدينية نتج عنها دوافع قوية لشراء الأطباق اللاقطة ومشاهدة القنوات الفضائية. ووجدوا أيضاً أن قوة الدافع الديني عن البعض كان سبباً في عدم اقتناء الأطباق اللاقطة فضلاً عن مشاهدة القنوات الفضائية، ولكن رغم ذلك خرجت هذه الدراسة بأمرين مهمين، هما: قابلية تطبيق الدوافع التقليدية "النفسية" مثل

التسلية والترفيه والاسترخاء في المجتمع السعودي وارتباط الحاجات أيضاً بنوعية الرسالة التي يرغب المرء في التعرض لها.

إن إفرازات العوامل الاجتماعية تختلف نوعيتها وحدتها من مجتمع لآخر، ولذلك ينبغي الحذر عند استخدام الحاجات أو الدوافع الاجتماعية لاستخدامات نظرية الاستخدامات والإشباعات إدارياً نظرياً لها، حيث تشكل الخصوصية الاجتماعية والثقافية للمجتمعات، ونوعية الوسيلة ووفرته، وإمكانية الحصول عليها والتغير في الأنظمة والقوانين، عوامل مهمة من شأنها أن تفرز حاجات اجتماعية ودوافع جديدة لاستخدام الجمهور لوسائل الاتصال.

فمن حيث الإشباع التي تحققها كل وسيلة جاء الأصدقاء والإجازات والمحاضرات والعمل من المصادر الأساسية التي تعد في فلسطين أنها تشبع حاجات الأفراد أكثر من وسائل الاتصال الجماهيرية، وأن لكل وسيلة القدرة على إشباع حاجات أكثر من الوسائل الأخرى.

فالكتب تشبع حاجة الفرد للتعرف إلى نفسه، والتسلية والاستمتاع ترتبط بالتعرض إلى الأفلام والدراما والتلفزيون، كما تشبع الصحف رغبة الفرد في تحقيق الثقة بالنفس.

وأشارت إحدى الدراسات إلى أن وسائل الاتصال التي تتميز بحضور شخص واتصال مواجهي مثل الحوارات المباشرة والمحادثات الهاتفية تشبع

التعويض الاجتماعي Social Compensation وشملت أربعة دوافع هي: إبعاد الشعور بالوحدة، وقتل الوقت، والتعرض للتلفزيون كعادة، الهروب من المشكلات، أما القسم الثاني فيتمثل في ضبط النفس الذي شمل أربعة دوافع للتعرض هي: التسلية، والاسترخاء، والإثارة، والحصول على المعلومات والأخبار.

ووجد الباحثان أن عوامل التعزيز الاجتماعي يرتبط إيجابياً بدوافع التعرض من أجل ضبط النفس، بينما ترتبط سلبياً بدوافع التعرض للتعرض الاجتماعي، ووجد أن الشعور بالوحدة والخجل يرتبطان بدوافع التعرض من أجل التعويض الاجتماعي.

وقد قسم كل من Hass & Katz الدوافع إلى خمسة أنواع، هي:

1 - دوافع فكرية معرفية، مثل الحصول على الأخبار والمعلومات والمعارف وتعلم أشياء جديدة، ويندرج تحت هذا النوع من الدوافع كل ما من شأنه أن يساهم في فهم الفرد للبيئة التي يعيش فيها وما يجري فيها من قضايا وتغيرات وأحداث.

2 - دوافع عاطفية، على اعتبار أن الإنسان يحمل رغبات وميولاً وغرائز تحتاج إلى إشباع معينة يمكن لوسائل الاتصال أو غيرها تحقيقها.

3 - دوافع ذاتية، وتسمى دوافع الاندماج الشخصي التي تتصل بحاجة الفرد إلى تعزيز الشخصية

حاجات الجمهور أكثر من غيرها من وسائل الاتصال الجماهيرية، وتبين أن الجمهور يعتمد كثيراً على وسائل الاتصال الجماهيرية في إشباع حاجات الحصول على الأخبار والمعلومات والهروب من المشاكل، كما تبين أن الراديو والصحف والتلفزيون من أكثر الوسائل للحصول على أخبار الدولة والمجتمع. (Robert, 1987, pp 293-301)

كما وجد أحد الباحثين أن طلاب المرحلة الجامعية في أمريكا يتعرضون للتلفزيون والمجلات والصحف من أجل الحصول على المعلومات أكثر من بقية أفراد المجتمع، وأن الطلبة الذكور يستخدمون التلفزيون والصحف أكثر من الإناث، كما توجد علاقة إيجابية بين عمر المتحدث وساعات التعرض للتلفزيون والصحف أكثر من الإناث، كما توجد علاقة إيجابية بين تخصص المبحوث وساعات التعرض للتلفزيون والمضمون الصحفي.

ومن حيث الدوافع النفسية وجد ماكجوير MaGuire أن الأفراد المنعزلين اجتماعياً يستخدمون وسائل الاتصال للحصول على الصحبة وإبعاد الشعور بالوحدة أكثر من الذين لديهم علاقات اجتماعية جيدة، كما أن اعتماد الجمهور على وسائل الاتصال يزيد مع زيادة الشعور بالوحدة ووجود تفكك أسري.

وقد قام Finn & Gorr بدراسة تأثير العوامل النفسية والاجتماعية على دوافع التعرض، حيث قاما بتقسيم دوافع التعرض إلى قسمين أساسيين هما:

والشعور بالثبات وتقوية الثقة بالنفس ، ويتم ذلك من خلال التوجه لوسائل الاتصال أو محتواها الذي يشبع هذه الحاجة.

4 -دوافع ترتبط بالاندماج الاجتماعي ، مثل توفير فرص التكيف الاجتماعي في المجتمعات الجديدة والتعرف إلى ثقافة الشعوب وعاداتهم ، وتعزيز الاتصال بالأهل والأصدقاء والعالم المحيط بالفرد ، ويمكن أن تحقق وسائل الاتصال سواء من خلال الإمكانيات التقنية التي تتميز بها وتساهم في عملية التواصل ، أو من خلال المحتوى الذي تقدمه ، أن تتيح فرصة للمنافسة والتواصل مع الآخرين.

5 -دوافع التسلية والاسترخاء ، مثل الهروب من المشاكل ، التسلية ، الترفية ، وقتل وقت الفراغ.

وقد قسم Alan, M.Rubin الدوافع إلى قسمين أساسيين ، هما :

1- الدوافع النفعية : وتتضمن الحصول على الأخبار والمعلومات وتعلم مهارات جديدة ، وترتبط هذه النوعية من الدوافع بكل ما من شأنه أن يزود الفرد بالمعلومات والأحداث عن البيئة المحيطة به ، والقضايا التي تدور فيها ، كما تنمي مهاراته المختلفة.

2- دوافع طقوسية : وتتضمن هذه النوعية من الدوافع تضيئة الوقت والتسلية والهروب من المشاكل. (Mcquail, 1994, pp 160-165)

وقد ذكر ماكوين Maquail أربعة دوافع أساسية لاستخدام الأفراد لوسائل الاتصال ، وهي :

1- الحصول على المعلومات عن المجتمع والعالم من حولنا ، والحصول على النصح والتوجيه والمساعدة على اتخاذ القرار وإشباع حب الاستطلاع عن الأحداث المتعلقة بالبيئة بأبعادها ومكوناتها المختلفة.

2- دعم الهوية الشخصية : وذلك من خلال تدعيم قيم الفرد ، والذي يتم من خلاله التوحد مع الشخصيات التي يقدمها التلفزيون والحصول على أنماط للسلوك.

3- التكامل مع المجتمع والتفاعل معه.

4- التسلية والترفيه : أي استخدام التلفزيون كوسيلة للهروب من مشكلات الحياة الواقعية واليومية ، أو حتى مجرد التحول عنها للاسترخاء وملء أوقات الفراغ ، وإطلاق العواطف.

أما بالنسبة للإشباع التي تحققها وسائل الاتصال للأفراد فهي نوعان :

الأولى : إشباع المحتوى : وهي تلك الإشباع الناتجة عن استخدام المتلقي للرسائل والمضامين التي تقدمها وسائل الإعلام لهدف الحصول على المعلومات ودعم الميول والاتجاهات القائمة لديه.

الثانية : الإشباع الناتجة عن الوسيلة ، وهي التي تتحقق للفرد من خلال التعرض بشكل عام للوسيلة في حد ذاتها ، وليس من خلال تعرضه للمضمون أو لمحتوى معين ، وإذا تحقق هذا النوع من

استخدام الأفراد لوسائل الاتصال ، وهي :

1- الحصول على المعلومات عن المجتمع والعالم من حولنا ، والحصول على النصح والتوجيه والمساعدة على اتخاذ القرار وإشباع حب الاستطلاع عن الأحداث المتعلقة بالبيئة بأبعادها ومكوناتها المختلفة.

2- دعم الهوية الشخصية : وذلك من خلال تدعيم قيم الفرد ، والذي يتم من خلاله التوحد مع الشخصيات التي يقدمها التلفزيون والحصول على أنماط للسلوك.

3- التكامل مع المجتمع والتفاعل معه.

4- التسلية والترفيه : أي استخدام التلفزيون كوسيلة للهروب من مشكلات الحياة الواقعية واليومية ، أو حتى مجرد التحول عنها للاسترخاء وملء أوقات الفراغ ، وإطلاق العواطف.

أما بالنسبة للإشباع التي تحققها وسائل الاتصال للأفراد فهي نوعان :

الأولى : إشباع المحتوى : وهي تلك الإشباع الناتجة عن استخدام المتلقي للرسائل والمضامين التي تقدمها وسائل الإعلام لهدف الحصول على المعلومات ودعم الميول والاتجاهات القائمة لديه.

الثانية : الإشباع الناتجة عن الوسيلة ، وهي التي تتحقق للفرد من خلال التعرض بشكل عام للوسيلة في حد ذاتها ، وليس من خلال تعرضه للمضمون أو لمحتوى معين ، وإذا تحقق هذا النوع من

السن، التعليم، التخصص الدراسي، واعتمدت الباحثة على عينة عمرية بلغ قوامها 149 شاباً، وقد توصلت الدراسة إلى عدد من النتائج، منها:

- كلما زاد السن قل استخدام الإنترنت بدافع التسلية وإقامة صداقات مع أشخاص آخرين.

- توجد علاقة دالة إحصائياً بين التعليم واستخدام الإنترنت بدافع التسلية وإقامة صداقات مع أشخاص آخرين، فكلما زاد المستوى التعليمي وارتفع، قل استخدام الإنترنت بدافع التسلية وبدافع إقامة علاقات صداقة مع أشخاص آخرين.

(عبدالسلام، 1998، ص 85 - 113)

أجريت دراسة حول "الاستخدامات المتخصصة للإنترنت لدى أساتذة الاتصال الجماهيري" (بجيت، 2000، ص 107 - 171) هدفت الدراسة إلى كشف غموض المعارف العلمية المتعلقة بالإنترنت كوسيلة اتصال جماهيرية حديثة وكظاهرة إعلامية جديدة، ومحاولة الإجابة عن بعض التساؤلات المتصلة بسماتها الاتصالية ووظائفها ومداخلها وفوائدها كوسيلة تعليمية وطبيعتها كوسيلة اتصال جماهيرية، ومعرفة إلى أي مدى يستخدم أساتذة الاتصال الجماهيري الإنترنت، وإلى أي مدى يعتبرونها إضافة جديدة لعلم الاتصال الجماهيري، وكيفية تعاملهم معها واستفادتهم منها. وأجريت الدراسة على عينة مقدارها (56) أستاذاً في تخصصات الإعلام الجماهيري المختلفة، وتم جمع بياناتها عن طريق

الإشباع من خلال التعرض لمحتوى معين فإن ذلك ينشأ عن بحث الفرد تحقيق قيمة عرضية أو ثانوية لا ترتبط ارتباطاً مباشراً بالسمات الأساسية لهذا المحتوى كالتعرض للمحتوى الإخباري من أجل الترفيه أو تضيئة الوقت، فالإشباع هنا ناتج عن الوسيلة ذاتها وليس عن المضمون في حد ذاته. (حمدي، 1998، ص 9 - 10)

6- الدراسات والبحوث السابقة

تعددت الدراسات والبحوث التي تناولت شبكة الإنترنت سواء تلك التي تناولت استخدامات الإنترنت ودوافعه لدى مستخدمي الشبكة الدولية أو الدوافع التي تدفع الفئات المتعددة لاسيما الشباب لاستخدام الإنترنت، أو تلك الفئة من الدراسات والبحوث التي تناولت الآثار المختلفة للإنترنت على مستخدميه، ويعرض الباحث فيما يلي بعض هذه الدراسات والبحوث:

أ) الدراسات والبحوث العربية

أجريت دراسة بعنوان: "أنماط ودوافع استخدام الشباب المصري لشبكة الإنترنت"، واستهدفت الدراسة معرفة الاستخدامات المختلفة لشبكة الإنترنت من جانب الشباب المصري من سن 18 - 35 عاماً، كما هدفت الدراسة لمعرفة أنماط ودوافع وكثافة استخدام الشباب المصري لشبكة الإنترنت، وعلاقة هذا الاستخدام بعدد من المتغيرات مثل: النوع،

الإنترنت من قبل الشباب العربي والإشباع المتحققة منها، وقد أجريت الدراسة على عينة عمرية ممن يستخدمون الإنترنت في خمس دول عربية، وهي: مصر، البحرين، السعودية، الكويت، الإمارات العربية، وبلغ قوامها 363 مبحوثاً، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج منها:

1 جاءت معدلات استخدام الإنترنت بالترتيب التالي: السعودية 22.3٪، الكويت 20.1٪، الإمارات 19.8٪، البحرين 19.6٪، وأخيراً في مصر بنسبة 18.2٪ من إجمالي العينة.

2 جاءت فوائد الإنترنت وفقاً لآراء العينة بالترتيب فيما يلي: مصدر مهم للأخبار والمعلومات بنسبة 91.5، التسلية وقضاء وقت الفراغ بنسبة 88.7٪، وسيلة للاتصال الداخلي بنسبة 45.5٪، ووسيلة للاتصال الدولي بنسبة 13.8٪.

3 أجريت دراسة بعنوان: "دور الإنترنت والراديو والتلفزيون في إمداد الجمهور المصري بالمعلومات" (حمـد. 2001. ص 65)، دارت مشكلتها حول الدور الذي تقوم به وسائل الإعلام الحديثة والتقليدية في تزويد الجمهور المصري بالمعلومات في ضوء بعض المتغيرات، مثل: درجة الاهتمام، الدوافع، المتغيرات الديموغرافية، وبلغت عينة البحث 400 مفردة في مدينة القاهرة، وتم تقسيم العينة إلى مجموعتين: الأولى هم الذين يستخدمون الإنترنت ويعتمدون عليها في معرفة المعلومات

الاستبانة، وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج منها:

- وافق 42.9٪ من العينة عن اعتبار الإنترنت وسيلة اتصال جماهيرية بدرجة أكبر من الوسائل الأخرى، بينما عارض ذلك نسبة 44.6٪.

- قالت نسبة 78.5٪ من العينة أن شبكة الإنترنت أدت إلى تغيير عادات وأنماط استخدام الجمهور لوسائل الإعلام الأخرى.

- وافق 92.2٪ من العينة على أن شبكة الإنترنت تساعد على الحصول على أفكار وموضوعات بحثية جديدة.

- وأوضحت الدراسة أن هناك خمس فئات في تعاملها مع الإنترنت، والفئة الأولى تمثل قلة تواكب استخداماتها ودراساتها عن التطورات الحديثة في علم الاتصال والإنترنت، والفئة الثانية وهم قلة أيضاً يتابعون الإنترنت ويستخدمونها حسبما تقتضي الحاجة، والفئة الثالثة مازالت مترددة في استخدام الإنترنت أو استخدامها في بعض الأغراض بكثرة دون غيرها، والفئة الرابعة وهم كثرة تجهل الإنترنت كوسيلة اتصال وتفتقر لمهارات التعامل معها، والفئة الخامسة تقف موقفاً عدائياً من الإنترنت وتركز على سلبياتها أكثر من إيجابياتها.

أجريت دراسة بعنوان: "استخدامات الإنترنت في العالم العربي" (طابع. 2000. ص 35- 67)، هدفت إلى معرفة الاستخدامات المتعددة لشبكة

وبلغت عينة البحث 400 مفردة من طلبة الجامعات المصرية في أربع جامعات مصرية، وهي: الأزهر، القاهرة، مصر الدولية، الجامعة الأمريكية، واعتمدت على صحيفة الاستبيان في جمع بيانات البحث، ومن نتائج الدراسة:

- بلغت نسبة استخدام الإنترنت بين عينة الدراسة 34.5% في المرتبة الرابعة بعد التلفزيون، الصحف، السينما.

- تعددت استخدامات الشباب لشبكة الإنترنت ما بين: البريد الإلكتروني 30%، البحث العلمي 20%، الدردشة 18%، تصفح الشبكة بشكل عام 11%، مشاهدة الأفلام 8%، زيارة مواقع الألعاب بنسبة 5.8%.

أجريت دراسة بعنوان: "دوافع استخدام الأطفال لشبكة الإنترنت والإشباع المتحققة" (الطوخي، 2002، ص 163 - 203)، هدفت إلى معرفة استخدامات الأطفال لشبكة الإنترنت، ودوافع الاستخدام، والإشباع المتحققة من وراء ذلك وأجريت العينة على عينة عمرية قوامها 300 طفل، تتراوح أعمارهم ما بين 12 - 15 عاماً، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، منها: أن نصف العينة يستخدمون الإنترنت منذ أقل من عام، وجاءت فترة المساء في الترتيب الأول على مستوى الفترات التي يستخدم الأطفال فيها شبكة الإنترنت بنسبة 40%، وتليها فترة الصباح، ثم فترة الظهر، وجاءت المنازل

والحصول على الأخبار، والثانية هم الذين يستخدمون الراديو والتلفزيون أساساً في الحصول على المعلومات والأخبار، وقد توصلت الدراسة إلى عديد من النتائج منها: تعتبر شبكة الإنترنت أكثر الوسائل المستخدمة لأفراد المجموعة الذين يعتمدون على شبكة الإنترنت، حيث احتلت الترتيب الأول بين الوسائل بنسبة 61.9%.

أثر استخدام المبحوثين لشبكة الإنترنت على استخدامهم لكل من الراديو والتلفزيون، حيث ذكر 66.7% من العينة أنهم قللوا من الاستماع إلى الراديو ومشاهدة التلفزيون، كما كشفت الدراسة عن دوافع استخدام الإنترنت، وهي: زيادة المعرفة في بعض المجالات 75.6%، التعرض لأكثر من مصدر معلومات 59.5%، المساعدة في التخاطب مع الآخرين 50%، معرفة الأحداث العالمية 48.8%، التعلم والثقافة 46.4%، الشعور بالمتعة والترفيه 36.3%.

أجريت دراسة بعنوان: "تأثير سمات الشخصية على الأنشطة الاتصالية" (تريه، 2002)، هدفت إلى معرفة تأثير سمات الشخصية للفرد على تفضيله لأي من نمطي الاتصال الشخصي والجماهيري، وتأثير هذه السمات على اختيارات الفرد بين وسائل الاتصال الجماهيري المختلفة، وأنماط الاتصال الشخصي المتنوعة، ومدى توافق هذه الاختيارات مع طبيعة السمات التي تغلب على شخصية الفرد.

المتأخرة.

أجريت دراسة بعنوان: استخدامات الإعلاميين الفلسطينيين لشبكة الإنترنت" (فيصل، 2003)، حيث هدفت الدراسة إلى معرفة مدى مواكبة الإعلاميين الفلسطينيين لتكنولوجيا الإنترنت ومدى استيعابهم لهذه التقنية الحديثة، ومجالات استخداماتهم، وقد أجريت الدراسة على عينة عمرية من مستخدمي الإنترنت من الإعلاميين وبلغ مقدارها 72 مفردة في محافظات غزة ورفح وخان يونس، وتم تجميع بيانات البحث من خلال صحيفة الاستبيان، وتوصلت الدراسة إلى عديد من النتائج منها: أن استخدام الإنترنت بشكل دائم جاء في الترتيب الأول بنسبة 83.3% يليها أحياناً بنسبة 16.7%. بينما سجل 52.8% من أفراد العينة استخدامهم للإنترنت منذ أكثر من ثلاثة أعوام، يليه من عام لأقل من ثلاثة أعوام بنسبة 36.1%. وجاءت الأماكن التي تستخدم فيها العينة الإنترنت كما يلي بالترتيب: العمل، المنزل، مقاهي الإنترنت، لدى الأصدقاء.

أجريت دراسة بعنوان: "استخدامات الجمهور في مملكة البحرين لوسائل الإعلام والإشباع المتحققة منها" (محمد، 2004)، هدفت إلى بحث العلاقة بين وسائل الإعلام البحرينية والجمهور البحريني، والتعرف إلى أنماط تعرض الجمهور البحريني لوسائل الإعلام التقليدية والحديثة، وقد أجريت الدراسة على عينة عشوائية في أربع مناطق

في الترتيب الأول على مستوى الأماكن التي يتم استخدام الإنترنت فيها بنسبة 63.7%، ثم المدرسة، ثم المكتبات العامة، كما تعددت الدوافع لدى الأطفال المستخدمين لشبكة الإنترنت ما بين التسلية والترفيه بنسبة 41.7%، مراسلة الأصدقاء بنسبة 18.7%، الحصول على معلومات بنسبة 15%.

أجريت دراسة بعنوان "علاقة الطفل المصري بوسائل الاتصال الإلكترونية" (فوزي، 2003)، حيث هدفت الدراسة إلى التعرف على أنماط استخدام الأطفال المصريين لوسائل الإعلام الإلكترونية التقليدية والحديثة، وتشمل هذه الوسائل: الراديو، التسجيلات الصوتية، التلفزيون، الألعاب الإلكترونية، الكمبيوتر، الإنترنت. واعتمدت الباحثة على عينة عشوائية طبقية قوامها 400 مفردة من الأطفال ما بين سن 12 - 18 عاماً في إقليم القاهرة الكبرى، وخلصت الدراسة إلى مجموعة من النتائج منها: بلغت نسبة الأطفال الذين يمتلكون جهاز كمبيوتر ويتصلون بشبكة الإنترنت 51%، جاء استخدام البريد الإلكتروني في المرتبة الأولى بين الأطفال عامة، يليها مشاهدة الأفلام وإقامة صداقات، والدراسة وذلك بالنسبة للأطفال في مرحلة ما قبل المراهقة، بينما احتلت الدردشة المرتبة الثانية، ثم البحث عن معلومات، تلتها مشاهدة الأفلام بالنسبة لمرحلة المراهقة المبكرة، وجاءت الدردشة أيضاً في المرتبة الثانية، يليها تنزيل البرامج في مرحلة المراهقة

في الجماعات الإخبارية ومتابعة الدوريات للطالبات السوريات.

وجاء في مقدمة الدوافع النفعية لاستخدام المبحوثات لشبكة الإنترنت دافع البحث عن المعلومات بنسبة 2.34٪، ثم التعرض لأكثر من مصدر للمعلومات بنسبة 2٪، والإفادة في مجالات التعليم بمتوسط 1.93٪، ويأتي البريد الإلكتروني في مقدمة الخدمات التي تستفيد منها المبحوثات على الإنترنت بمتوسط 2.5٪، ثم جاءت المواقع التي تتردد عليها المبحوثات: المواقع الإخبارية 52٪، مواقع الألعاب والترفيه 33٪، المواقع الخاصة بالطفل والمرأة بنسبة 30.8٪.

أجريت دراسة بعنوان: "استخدام الإنترنت ودوافعها لدى طلبة جامعة البحرين: دراسة ميدانية" (بشير، 2004، ص 167 - 196). هدفت الدراسة إلى معرفة مدى استخدام طلاب جامعة البحرين لشبكة الإنترنت ودوافع استخدامهم لها، ثم الإشباع المتحققة لهم، وقد بلغت عينة الدراسة 330 طالباً وطالبة من كليات جامعة البحرين، وخلصت الدراسة في نتائجها إلى أن أكثر الخدمات التي يستخدم الطلاب شبكة الإنترنت فيها، هي: البريد الإلكتروني، والألعاب، والدردشة، والأخبار، والشبكة العنكبوتية. كما توزعت دوافع الاستخدام على كل من: المعلومات، المتعة والترفيه، الاندماج الاجتماعي، الهروب والاختلاء بالذات، وثبت عدم

بالبحرين، وبلغ حجمها 400 مفردة. وتوصلت الدراسة إلى عديد من النتائج، منها: بلغ نسبة مستخدمي الإنترنت من إجمالي عينة الدراسة 72.4٪ للذكور، 75٪ للإناث. وجاءت الفئة العمرية من 20 - 30 عاماً في الترتيب الأول لاستخدام الإنترنت يستخدم أفراد عينة الإنترنت دائماً بنسبة 45.5٪، ثم أحياناً بنسبة 36.8٪، يليها نادراً بنسبة 17.6٪. وجاء البيت في الترتيب الأول بنسبة 63.4٪، العمل بنسبة 24.1٪، مقاهي الإنترنت 5.5٪، لدى الأصدقاء 3.4٪.

أجريت دراسة بعنوان: "استخدامات طالبات الجامعة في مصر وسوريا لشبكة الإنترنت" (أسماعيل، 2005). هدفت الدراسة إلى معرفة أنماط استخدام الطالبات للإنترنت والاستفادة منها، وذلك بالمقارنة بين استخدام طالبات الجامعة في مصر وسوريا، وقد أجريت الدراسة على عينة عمرية قوامها 400 طالبة من مستخدمات الإنترنت في مصر وسوريا، وقد توصلت الدراسة إلى عديد من النتائج منها: ارتفاع نسبة الطالبات المصريات المستخدمات للإنترنت منذ أكثر من ثلاثة أعوام فبلغت 26.5٪ مقابل 14.5٪ للطالبات السوريات، وجاءت نسبة الطالبات المصريات اللاتي يستخدمن الإنترنت بشكل منفرد 68.5٪ مقابل 56.5٪ للطالبات السوريات. وجاءت أكثر التطبيقات استخداماً لدى الطالبات المصريات بالترتيب: تنزيل البرامج والدردشة في مقابل المشاركة

السياسية لديهم، ومدى اشتراك طلاب هذه الجامعات في جماعات الدردشة من خلال الإنترنت، واستخدمت الباحثة أداة الاستبانة تم تطبيقها على عينة قوامها 210 مبحوثات في ثلاث جامعات مصرية خاصة، وانتهت الدراسة إلى ارتفاع معدل استخدام الذكور للإنترنت مقارنة بالإناث، كما أشارت النتائج إلى أن أهم الإشباع المتحققة للشباب في عينة الدراسة في استخدامهم للإنترنت يتمثل في معرفة الأحداث العالمية والشعور بالمتعة والترفيه، وظهرت علامة معنوية ذات دلالة إحصائية بين معدل استخدام الشباب الجامعي للإنترنت ودافع التخلص من الملل، وبلغت نسبة مشاركة العينة في جماعات الدردشة التفاعلية 67.6% من المبحوثين وهي نسبة مرتفعة.

أجريت دراسة بعنوان: "اعتماد الشباب الجامعي الكويتي على وسائل الإعلام في المعرفة بالقضايا العربية والدولية" (فتح الله، 2003)، استهدفت الدراسة التعرف إلى وسائل الإعلام التي يسعى الشباب الكويتي إليها كمصادر للمعلومات المنشودة متعلقة بحدث عالمي أو حدث عربي أو حدث محلي، وتم استخدام صحيفة الاستقصاء بجمع بيانات الدراسة، وبلغت عينة الدراسة 500 مفردة، وتوصلت الدراسة إلى أن 12.4% من عينة الدراسة يستخدمون الإنترنت للحصول على الأخبار، وجاءت شبكة الإنترنت في الترتيب الخامس كمصدر للمعلومات عن موضوع كويتي محلي متقدمة على

وجود فروق دالة ذات دلالة إحصائية في علاقة استخدام الإنترنت والنوع والسكن.

أجريت دراسة بعنوان: "تأثير استخدام الإنترنت على القيم والاتجاهات الأخلاقية للشباب الجامعي" (عبدالغني، 2003) هدفت الدراسة إلى معرفة مدى تأثير استخدام الإنترنت على قيم الشباب الجامعي والكشف عن التأثيرات التي يمكن أن يحدثها استخدام الشباب الجامعي للإنترنت على قيمهم واتجاهاتهم الأخلاقية، وقد اعتمدت الدراسة على استبانة على عينة قوامها 400 مفردة في أربع جامعات مصرية، وانتهت الدراسة إلى أن إطلاق الإنترنت المجاني قد أحدث طفرة في تعرض شباب الجامعات للإنترنت، وأن الترفيه يأتي على رأس الموضوعات التي يتصفح الشباب مواقعها. وأكدت الدراسة صحة الفرض القائل بوجود فروق إيجابية ذات دلالة إحصائية بين اتجاهات الشباب الجامعي الأكثر استخداماً للإنترنت نحو القضايا الأخلاقية الدينية واتجاهات الشباب الأقل استخداماً للإنترنت.

أجريت دراسة بعنوان: "تكنولوجيا الاتصال التفاعلي (الإنترنت) وعلاقته بدرجة الوعي السياسي لدى طلاب الجامعات المصرية" (فتح الله، 2003) وهدفت الدراسة إلى معرفة العلاقة بين الإنترنت ودرجة الوعي السياسي لدى طلاب الجامعات المصرية، كما هدفت الدراسة إلى معرفة أنماط استخدام الطلاب لشبكة الإنترنت، وأهم مصادر المعرفة

الأطفال للإنترنت، ونوعية الإشباع التي يحققونها من هذا الاستخدام من وجهة نظر الآباء، وقد أجريت الدراسة على عينة عمرية ممن يستخدمون الإنترنت من الأطفال في مدارس اللغات بمحافظة القاهرة، تراوحت أعمارهم ما بين 9- 18 عاماً، وبلغ مقدارها 215 مبحوثاً بواقع 105 من الأطفال و105 من آباء هؤلاء الأطفال، وقد استخدمت صحيفتان لجمع البيانات من الأطفال عن طريق المقابلة والأخرى بالهاتف مع آباء هؤلاء الأطفال، وشملت الصحيفتان مقياساً لكثافة التعرض للإنترنت من جانب الأطفال، واستخداماتهم لها، ودوافع تشجيع الآباء لاستخدام أبنائهم للإنترنت، ومخاوف الآباء من هذه الدوافع وأساليب الاستخدام.

وانتهت الدراسة إلى أن الأماكن التي يستخدم الأطفال فيها الإنترنت بحسب الترتيب هي: المدرسة، المنزل، النوادي الرياضية، مقاهي الإنترنت. وجاءت فترة المساء في الترتيب الأول الذي يستخدم الأطفال فيه شبكة الإنترنت بنسبة 56.2٪، وجاءت أكثر التطبيقات استخداماً من قبل الأطفال في: الألعاب 95.2٪، البحث عن المعلومات 90.5٪، البريد الإلكتروني 87.6٪، الدردشة 78.1٪.

أجريت دراسة بعنوان: "علاقة استخدام شبكة الإنترنت بالعزلة الاجتماعية لدى طلاب جامعة الكويت" (الكندي، 2001، ص 1- 45). استهدفت الدراسة معرفة مدى التأثير الاجتماعي

مصدر مهم مثل إذاعة الكويت، وجاءت شبكة الإنترنت في المرتبة نفسها كمصدر للمعلومات عن موضوع عربي، وجاءت في الترتيب الثالث كمصدر للمعلومات عن موضوع عالمي بالتساوي مع الصحف الكويتية والاتصال الشخصي.

أجريت دراسة بعنوان: "استخدامات أعضاء هيئة التدريس وطلاب الجامعات الفلسطينية لشبكة المعلومات الإلكترونية" (سالم، 2002)، وقد استهدفت الدراسة التعرف إلى طبيعة استخدام هيئة التدريس والطلاب بالجامعات في محافظة غزة لشبكة الإنترنت والإشباع المتحققة منها، وعلاقة الاستخدام بالتعرض لبعض وسائل الإعلام الجماهيري، وبلغت عينة الدراسة 326 طالباً وعضو هيئة تدريس، وتم جمع بيانات البحث عن طريق الاستبانة، وانتهت الدراسة إلى عديد من النتائج منها: إن مستخدمي الإنترنت قد بلغت نسبتهم 70.8٪ من أفراد العينة، وكانت أهم أسباب عدم استخدام الإنترنت هي عدم امتلاك جهاز كمبيوتر، وعدم إجادة استخدام الكمبيوتر، كما تنوعت دوافع استخدام الإنترنت بين الدوافع النفعية والطقوسية، وزادت نسبة الدوافع النفعية لدى الطلاب منها لدى أعضاء هيئة التدريس.

وأجريت دراسة بعنوان: "استخدام الأطفال للإنترنت العلاقة التفاعلية بين الآباء والأبناء" (السمري، 2003). استهدفت الدراسة التعرف إلى استخدامات

التعامل معها بين الشباب والكشف عن الآثار الاجتماعية للإنترنت على الشباب، ومدى تأثيرها على الهوية الثقافية للمجتمع، وإلقاء الضوء على أهم الآثار الاجتماعية الإيجابية والسلبية للإنترنت من وجهة نظر الشباب. اعتمدت الدراسة على عينة عمرية مكونة من 400 مفردة من الشباب المترددين على مقاهي الإنترنت في مدينة طنطا بدلتا مصر، والذين تتراوح أعمارهم بين 18 - 35 عاماً، وتم جمع البيانات عن طريق الاستبانة التي طبعها الباحث عن طريق المقابلة الشخصية. كما تم إجراء استمارة ملاحظة بالمشاركة من الباحث وذلك بقضاء عشر ساعات أسبوعياً في المقاهي المختلفة لمدة ثلاثة أشهر لملاحظة أعمار ونوع وسلوكيات المترددين على المقاهي. وتوصلت الدراسة إلى نتائج، منها: يقضي 39.8% من أفراد العينة من خمس إلى عشر ساعات أسبوعياً في مقاهي الإنترنت، في حين يقضي 25.7% من أفراد العينة ما بين ثلاث إلى خمس ساعات أسبوعياً، بينما يقضي 14.5% من أفراد العينة عشر ساعات فأكثر أسبوعياً. أكد 29.5% من أفراد العينة أنهم يدخلون الشبكة من أجل التسلية فقط، وأشار 22.4% على مراسلة الآخرين، 17.8% بهدف قضاء أوقات الفراغ، 16.4% بهدف التعرف إلى ثقافات الآخرين، 8.9% لمعرفة أصدقاء جدد، وأخيراً 5% بهدف البحث العلمي. رأى 52.5% من أفراد العينة أن الإنترنت تؤثر سلباً على الوقت الذي يتم قضاؤه مع

لاستخدام شبكة الإنترنت على الشباب في المجتمع الكويتي خاصة بعد التزايد المطرد في استخدام الكمبيوتر واستخداماته المتعددة والمتمثلة في الإنترنت، الذي ظهر جلياً في الكويت وبالتحديد على فئة الشباب. أجريت الدراسة على عينة من كلية جامعة الكويت الذين تتراوح أعمارهم ما بين 18 - 25 عاماً، وبلغت العينة 597 مفردة من الطلبة والطالبات ممن يستخدمون الإنترنت بصفة منتظمة، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج، منها: ارتفاع متوسط عدد ساعات استخدام الإنترنت بصفة عامة، وزيادة عدد ساعات استخدام الإنترنت في الأيام العادية، وارتفاع عدد ساعات استخدام الإنترنت في عطلة نهاية الأسبوع لدى عينة مستخدمي الإنترنت الذين يستخدمون بمفردهم ودون مشاركة أحد معهم على الجهاز نفسه. وأشار الباحث في مناقشة النتائج إلى الفرق الأساسي بين العلاقات الاجتماعية خارج نطاق الكمبيوتر وفي الحياة العامة، والعلاقات الاجتماعية الحاسوبية فالأول يعتبر علاقات تفاعل مباشرة، وعلاقات اجتماعية حقيقية حيث تعد معرفة مباشرة بسلوك بعينه قائم على الاتصال المباشر، بينما جهاز الحاسب وعلاقاته تعتبر غامضة وغير حقيقية وتقوم في كثير من الأحيان على سلوكيات بعيدة عن الحقيقة.

أجريت دراسة بعنوان: "الآثار الاجتماعية للإنترنت على الشباب" (سعيد، 2003). استهدفت الدراسة معرفة مدى الانتشار لشبكة الإنترنت ومدى

هذه الفئة إلى المعرفة والثقافة الدينية. تؤثر مصداقية الإنترنت وما تقدمه من مواقع دينية في تبني زوار هذه المواقع لما تقدمه هذه الشبكة من مضايمين دينية، حيث تعتبر شبكة الإنترنت وسيلة اتصال ممتعة بدرجة كبيرة من المصداقية مقارنة بالوسائل الاتصالية التقليدية الأخرى.

أجريت دراسة بعنوان: "استخدامات الشباب الكويتي لشبكة الإنترنت والإشباعات التي تحققها" (بركات، 2004، ص 95- 159)، حيث استهدفت الدراسة معرفة الاستخدامات المختلفة لقطاع الشباب الكويتي لشبكة الإنترنت، إذ أصبح استخدام الشباب للشبكة وظيفياً يحققون من خلاله فوائد وأشباعات متعددة قد يكون من بينها الترفيه والتسلية، ولكن يتعداها إلى جوانب أخرى كالبحث عن المعلومات الأكاديمية لأغراض الدراسة، والبحث عن الوظائف بعد الحصول على الشهادة الدراسية، أو تبادل الرسائل الإلكترونية، علاوة على الاستخدامات التي تفرضها طبيعة عمل الشباب مثل تبادل المعلومات في إطار المؤسسات الحكومية (الحكومة الإلكترونية) أو في إطار العمل التجاري أو الاستثماري (التجارة الإلكترونية) أو غيرها. وقد اعتمد الباحث على منهج البحث المسح التحليلي الذي يحاول أن يشرح ويفسر حالة أو ظاهرة، ويستخدم عادة لاختبار العلاقة بين متغيرين، واعتمد الباحث في جمع بيانات البحث على صحيفة الاستقصاء بالمقابلة الشخصية، وبلغت عينة

أسرهم، ورأى 60.8% أن لها تأثيراً سلبياً على العلاقات الاجتماعية مع الأقارب، حيث تقل معدلات الزيارة الأسرية، وكان التأثير السلبي الأكبر على العلاقات مع الجيران.

أجريت دراسة بعنوان: "العوامل المؤثرة في تعرض الشباب المصري للمواقع الإلكترونية على الإنترنت" (الطراييشي، 1999، ص 481- 542). استهدفت الدراسة وصف وتحليل وتقويم العوامل المؤثرة في تعرض الشباب المصري للمواقع الإلكترونية على الإنترنت، وذلك في ضوء الإمكانيات الهائلة التي تتيحها شبكة الإنترنت من حرية الوصول إلى كافة المعلومات المراد الحصول عليها، واعتمدت الباحثة على منهج المسح الإعلامي ومنهج العلاقات المتبادلة، وذلك من خلال عينة من الشباب المصري الذي لديه اشتراك في خدمة الإنترنت، وانتهت الدراسة إلى عديد من النتائج، منها: تأتي المواقع الدولية في المقام الأول بالنسبة للمواقع التي تتعرض لها عينة الدراسة تليها المواقع المصرية، ثم المواقع العربية ويرجع ذلك إلى قدم المواقع الدولية على الشبكة وحادثة المواقع المصرية والعربية.

جاءت المواقع الدينية الإلكترونية في الترتيب الثامن بنسبة 2.7% لدى المؤهلات المتوسطة، فالأعلى مقابل الترتيب التاسع لدى المؤهلات الجامعية الأمر الذي يشير إلى كثافة التعرض للمواقع الدينية تزداد كلما قل المستوى التعليمي بين الشباب المصري لحاجة

يحقونها من وراء استخدام الإنترنت، علاوة على أنواع المعلومات والمواقع المفضلة على الإنترنت لتلك الفئة من الشباب البحريني، وما إذا كان ثمة عيوب أو مشاكل تصادفهم في أثناء تعرضهم واستخدامهم للإنترنت في المجالات المختلفة، كذلك معرفة الإشباع المتعددة التي يحققها الشباب البحريني عينة الدراسة من وراء استخدامهم لشبكة الإنترنت.

واعتمد الباحث على منهج المسح بمستوييه الوصفي والتحليلي في الإجابة على تساؤلات الدراسة والتحقق من الفروض التي طرحها الباحث في إطار مدخل الاستخدامات والإشباع، وقد قام الباحث باختيار عينة عشوائية بسيطة قوامها 300 مفردة من طلاب جامعة البحرين، توزعت العينة على الكليات النظرية والعملية واستخدم الباحث أداة الاستقصاء لجمع البيانات المرتبطة بالدراسة، وقد انتهت الدراسة إلى عديد من النتائج، منها: ارتفاع معدل تعرض الشباب للإنترنت بالسنوات؛ إذ اتضح أن غالبية الشباب يستخدمون الإنترنت منذ خمس سنوات فأكثر بنسبة اقتربت من ثلثي العينة، ارتفاع معدل تعرض الشباب للإنترنت بالأيام حيث زادت نسبة من يستخدمون الإنترنت بصفة يومية من نصف العينة، أن النسبة الأكبر من الشباب الجامعي البحريني يستخدمون الإنترنت بمعدل ما بين ساعة أو ساعتين في المرة الواحدة التي يدخلون فيها على شبكة الإنترنت، أن غالبية الشباب يستخدمون الإنترنت في المنزل ثم

البحث 400 مفردة من الذكور والإناث من طلاب وطالبات الكليات التابعة للهيئة العامة للتعليم التطبيقي والتدريب بالكويت، وقد خلصت الدراسة إلى عديد من النتائج منها: أن 75% من أفراد العينة يستخدمون الإنترنت بشكل دائم ومنتظم، بينما لا يستخدمها 25% مطلقاً، ويأتي المنزل في الترتيب الأول المفضل للتعامل مع شبكة الإنترنت، يليه مقاهي الإنترنت، وإن فترة المساء هي الفترة المفضلة لدى عينة الدراسة. وعن دوافع استخدام الإنترنت من قبل الشباب جاءت التسلية في الترتيب الأول، فالتحاور مع الآخرين، فالبريد الإلكتروني. أما عن عدم استخدام الكمبيوتر والإنترنت فقد كان سبب عدم التعامل مع الكمبيوتر ضعف مستوى اللغة الإنجليزية. وجاءت الإشباعات: المعلومات الأكاديمية، التواصل مع الآخرين، الترفيه والتسلية في الترتيب الأول لأفراد العينة التي تستخدم شبكة الإنترنت بشكل منتظم ودائم.

أجريت دراسة بعنوان: "دوافع تعرض الشباب الجامعي البحريني للإنترنت والإشباع المتحققة" (الغريب، 2004، ص 543 - 641)، واستهدفت الدراسة الرصد الوصفي الكمي لتعرض فئة الشباب الجامعي من الجمهور البحريني للإنترنت، بما يشتمل ذلك على الجوانب المختلفة للتعرض بحيث يشتمل على معدل وكيفية تعرض الشباب الجامعي البحريني للإنترنت، والتعرف إلى الدوافع التي تدفعهم إلى التعرض للإنترنت، والإشباع التي

الأسري" (حنفي، 2003). استهدفت الدراسة معرفة آثار استخدام الإنترنت على طبيعة التفاعل الاجتماعي، وأنماط الاتصال بين أفراد الأسرة المصرية، وما إذا كان هذا الاستخدام يؤدي إلى زيادة عزلة الأفراد وانتمائهم إلى عالم خيالي وذلك بمقارنة أنماط الاتصال السائدة لدى عينة من الأسر المصرية التي تمتلك وتستخدم الإنترنت بمثلاتها من الأسر التي لا تمتلك ولا تستخدم الإنترنت.

وقد أجريت الدراسة على عينة عمرية ممن يمتلكون جهاز كمبيوتر ويستخدمون شبكة الإنترنت وبلغ عددهم 250 أسرة، وعينة عشوائية ممن لا يمتلكون جهاز كمبيوتر ولا يستخدمون الإنترنت وبلغ عددهم 150 أسرة، وتم استخدام صحيفة الاستبيان لجمع البيانات، ومن نتائج البحث أن معظم عينة مستخدمي الإنترنت تركزت في فئة الاستخدام المتوسط 45.6%، أما الأماكن التي يتردد عليها الأبناء في استخدامهم للإنترنت فقد كانت مقاهي الإنترنت 30.8%، الاستخدام لدى الأقارب والأصدقاء 28%، المدرسة أو الجامعة 12.8% وذلك في مقابل 91.6% يستخدمونها داخل المنزل. أما بالنسبة للمواقع المفضلة فقد كانت مواقع الدردشة، المواقع الدينية، المواقع الرياضية، المواقع الثقافية، المواقع الإخبارية، مواقع المسابقات، المواقع التعليمية.

ب) الدراسات والبحوث الأجنبية

الجامعة ثم في مواقع العمل، ثم عند الأقارب والأصدقاء وأخيراً في مقاهي الإنترنت. تمثلت دوافع استخدام الإنترنت لدى عينة الدراسة في الحصول على المعلومات المختلفة، ودافع استخدام البريد الإلكتروني في الاتصال والمراسلات، ثم قراءة الصحف المختلفة على شبكة الإنترنت، ثم دافع التسلية والترفيه، كما ضمنت هناك مجموعة أخرى من الدوافع: شغل وقت الفراغ بالحصول على الصور بأشكالها المختلفة، الفضول وحب الإطلاع على المستجدات العالمية، الدردشة والمحادثة مع الآخرين، إقامة صداقات والتعرف على الآخرين، التسوق عبر الإنترنت، إجراء الاتصالات الدولية والمحلية والاستماع إلى الإذاعات الدولية.

جاءت الإشباعات التوجيهية في مقدمة الإشباعات المتحققة من التعرض للإنترنت لدى الشباب الجامعي البحريني، تلتها الإشباعات شبه التوجيهية ثم الإشباعات الاجتماعية، وجاءت بالترتيب الإشباعات التالية: زيادة المعارف والمدارك العامة، متابعة الأحداث والقضايا الجارية، التسلية والترفيه، قضاء أوقات الفراغ، التواصل مع الأهل والأقارب والأصدقاء، تنمية المهارات الشخصية، إقامة صداقات ومعارف جديدة، توطيد العلاقات مع الآخرين.

أجريت دراسة بعنوان: "أثر استخدام تكنولوجيا الاتصال على أنماط الاتصال

استخدام الإنترنت" (Papacharissi & Rulim, 2005, pp175-196)، استهدفت معرفة استخدامات الأفراد الأمريكيين للإنترنت والإشباع التي يسعون إلى تحقيقها، واعتمدت الدراسة على عينة عمرية قوامها 27.9% مفردة من طلبة الجامعات، وتم جمع البيانات من خلال صحيفة الاستقصاء، وتمثلت دوافع استخدام الشبكة ما بين الدوافع الشخصية متمثلة في العواطف وتكوين صداقات ودوافع استخدام وسائل الإعلام في: التسلية، الحصول على معلومات، الهروب، الاسترخاء. كما توصلت الدراسة إلى أن ترتيب دوافع استخدام الطلاب للإنترنت تتمثل في: تحقيق الدوافع الشخصية أولاً، ثم دوافع استخدام وسائل الإعلام ثانياً والمتمثلة في قضاء الوقت، البحث عن معلومات، الاسترخاء ثم التسلية.

أجريت دراسة بعنوان: "الآثار الناتجة عن استخدام الإنترنت لدى طلاب الجامعة" (www.conferenceloisRomanian-students.pjf 2008). استهدفت معرفة الآثار المترتبة عن استخدام الإنترنت لدى طلاب الجامعة في رومانيا، وقد أجريت الدراسة على عينة عمرية من مستخدمي شبكة الإنترنت من طلاب الجامعة برومانيا، بلغ مقدارها 75 طالباً وطالبة ممن تتراوح أعمارهم بين 12 - 16 عاماً، واستخدمت صحيفة الاستقصاء لجمع بيانات الدراسة، وقد خلصت الدراسة إلى عديد من النتائج منها: 25% من العينة يستخدم الإنترنت يومياً مقابل

تعددت الدراسات والبحوث الأجنبية التي تناولت شبكة الإنترنت، سواء من حيث الاستخدامات المختلفة لها، أو دوافع استخدام الشبكة، وكذلك الإشباع المتحققة، ويعرض الباحث فيما يلي بعض هذه الدراسات والبحوث فيما يلي:

أجريت دراسة بعنوان: "الإنترنت كبديل وظيفي للتلفزيون" (Ferguson & Eligabelh, 2000, pp 155-174)، استهدفت معرفة أوجه الشبه بين التلفزيون وشبكة الإنترنت من خلال مدخل الاستخدامات والإشباع، وأجريت الدراسة على عينة عمرية قوامها 250 مفردة من الشباب الجامعي الذين يستخدمون الإنترنت، وقد جمعت بيانات الدراسة من خلال استبانة عن طريق شبكة الإنترنت. وتوصلت الدراسة إلى عديد من النتائج منها: جاء ترتيب دوافع الاستخدام بين أفراد العينة في: التعليم، الترفيه، اكتساب المعلومات، تنزيل البرامج، بينما جاءت دوافع استخدام التلفزيون في: التسلية، قضاء وقت الفراغ، الاسترخاء، الحصول على المعلومات حول المجتمع، ومن النتائج أنه من المحتمل أن تكون شبكة الإنترنت بديلاً عن التلفزيون لإشباع احتياجاتهم، خاصة فيما يرتبط بالتسلية، وإن كانت الشبكة لا تحقق الاسترخاء الذي يحققه التلفزيون في الوقت الحالي.

أجريت دراسة بعنوان: "توقعات حول

أنماط تعامل الأفراد مع شبكة الإنترنت في أثناء ساعات العمل. وقد أجريت الدراسة على عينة عشوائية من أصحاب الشركات، وبلغ مقدارها 224 رئيس شركة، وتم استخدام صحيفة الاستقصاء لجمع البيانات، وقد توصلت الدراسة إلى نتائج منها: 70% من الشركات التي شملتها الدراسة يستخدم نصف عدد موظفيها الإنترنت في أثناء العمل، وضعت 60% من هذه الشركات قواعد وضوابط لتنظيم استخدام الإنترنت لدى الموظفين بسبب سوء استخدامهم لها في أثناء العمل. كانت أكثر المواقع تعرضاً من قبل العاملين في هذه الشركات في الإنترنت في أثناء العمل هي المواقع التي تحتوي على مضامين وموضوعات غير أخلاقية.

أجريت دراسة بعنوان: "الاستخدام الكثيف للإنترنت لدى طلاب الجامعة بتايوان" (Chou, 2001, pp 5573-5585). استهدفت الدراسة بحث أسباب الاستخدام الكثيف للإنترنت والآثار المترتبة عليه، وقد أجريت الدراسة على عينة تطوعية ممن يستخدمون الإنترنت، وبلغ مقدارها 83 مبحوثاً، وتم استخدام أسلوب المقابلات المتعمقة لجمع البيانات ومن أهم نتائج الدراسة: يقضي أغلبية أفراد العينة من 4- 5 ساعات أسبوعياً أمام الإنترنت خلال فترة الدراسة، جاءت أهم سمات استخدام الإنترنت التي تجذبهم لاستخدامها على الترتيب: التفاعلية بسهولة الاستخدام، وتوافرها وثرء المعلومات المتاحة من خلالها. رأي 30% من العينة أنهم حلوا الإنترنت محل

31% يستخدمون الشبكة عدة مرات أسبوعياً، في حين يستخدم 34% منهم الشبكة مرة واحدة أسبوعياً، جاءت أكثر التطبيقات المستخدمة بالترتيب هي: البريد الإلكتروني، تصفح الشبكة العنكبوتية.

أجريت دراسة حول: "استخدامات الرجال والنساء للإنترنت" (Fallows, 2005, pp 1-46). استهدفت الدراسة التعرف إلى الفروق بين الذكور والإناث في استخدامات شبكة الإنترنت لهم، وآرائهم على القضايا المثارة على الإنترنت، وقد أجريت الدراسة على عينة عشوائية مكونة من 6403 رجلاً وامرأة في الولايات المتحدة الأمريكية، وتوصلت الدراسة إلى عديد من النتائج، منها: تزداد معدلات استخدام الإنترنت لدى الذكور والإناث على حد سواء، كلما ازداد دخل الأسرة ولدى المتزوجين أكثر من غير المتزوجين. كما تزداد معدلات استخدام الإنترنت لدى الرجال والنساء الذين لديهم أطفال أقل من 18 عاماً مقارنةً بهؤلاء الذين ليس لديهم أطفال. يتساوى الذكور والإناث في ممارسة التطبيقات عبر الإنترنت بالترتيب فيما يلي: الرسائل الفورية، سماع الموسيقى، مشاهدة الأفلام، تبادل الملفات. سجل 30% من الإناث مقابل 29% من الذكور آراءهم من حيث استخدام البريد الإلكتروني بغرض الاتصال بأفراد أسرهم وأصدقائهم.

أجريت دراسة بعنوان: "سوء استخدام الإنترنت" (Greenfield, 2008). استهدفت الدراسة رصد

بحث التأثير الذي يحدثه الإنترنت من الناحية الاجتماعية وانعكاس هذا التأثير على العلاقات الاجتماعية الأولية، وقد أجريت الدراسة على عينة عشوائية من النساء بلغ عددهن 1690 مبحوثة جاء من نتائجها أن المبحوثات بنسبة 96٪ يؤكدون أهمية البريد الإلكتروني في تفعيل اتصالاتهم بأصدقائهم مقابل 50٪ من إجمالي العينة الذين أيدوا أهمية تفعيل اتصالاتهم مع أسرهم. وجاء تفعيل البريد الإلكتروني لأنه لا يتطلب وقتاً طويلاً للاتصال بالآخرين 62٪، يمكنهم التحدث بصراحة من خلاله أكثر من الاتصال وجها لوجه بنسبة 31٪.

أجريت دراسة بعنوان: "تكوين علاقات عاطفية عبر الإنترنت في مصر" (Enjy, 2002). استهدفت الدراسة التعرف إلى مدى استخدام الشباب الجامعي للإنترنت بهدف تكوين علاقات عاطفية من خلالها مع الآخرين، والتعرف إلى الآثار الناتجة عن ذلك. وقد أجريت الدراسة على عينة عمرية ممن يستخدمون الإنترنت والبالغ عدد مفرداتها 131 طالباً وطالبة من الجامعة الأمريكية بالقاهرة ممن تتراوح أعمارهم من 16 - 23 عاماً، وقد تم جمع بيانات الدراسة من خلال استبانة أعدت خصيصاً لذلك، وتوصلت الدراسة إلى عديد من النتائج منها: بلغ نسبة الأفراد الذين يستخدمون الإنترنت بغرض تكوين علاقات عاطفية 50.3٪، وبلغ متوسط استخدام الإنترنت من ساعة إلى ساعتين يومياً، وجاءت أهم الآثار الناتجة

التلفزيون، ويهتم 95٪ من هؤلاء بقراءة الصحف على النت.

أجريت دراسة بعنوان: "إدمان الإنترنت والإشباع المتحققة منها" (Song, 2004, pp 384-394)، حيث هدفت هذه الدراسة إلى معرفة نوعية الإشباع التي يحققها الأفراد من استخدامهم للإنترنت وقد أجريت الدراسة على عينة عمرية من طلاب الجامعة بولاية ميتشجان الأمريكية، وقد بلغ حجم العينة 498 مبحوثاً، وتم جمع البيانات من خلال صحيفة الاستقصاء، وقد تم تقسيم الإشباع إلى قسمين، هما: إشباع مرتبطة بعملية الاتصال عبر الإنترنت (المشاركة في الجماعات الافتراضية، اكتساب خبرات جمالية، التسلية، الترويح عن النفس، خدمة بعض الأغراض الشخصية، الحفاظ على العلاقات الاجتماعية)، وإشباع مرتبطة بالمضمون الذي يتعرض له الفرد (الحصول على منافع مالية، البحث عن معلومات)، ومن نتائج هذه الدراسة جاء ترتيب الإشباع المتحققة من استخدام الإنترنت كالتالي: الرغبة في المشاركة بالمجموعات الافتراضية على الإنترنت، اكتساب خبرات جمالية، الحصول على معلومات، التسلية، الحصول على منافع مالية، خدمة بعض الأغراض الشخصية، الحفاظ على العلاقات الاجتماعية.

أجريت دراسة بعنوان: "استخدامات المرأة للإنترنت" (Rainie, 2008)، حيث هدفت الدراسة إلى

باختلاف مجموعات المتغيرات الديموغرافية مثل: النوع، السن، التعليم. أجريت دراسة بعنوان: "استخدامات الإنترنت والعلاقات الشخصية والحياة الاجتماعية" (Norman, 2001, pp 366-380). حيث استهدفت الدراسة الأمريكية معرفة الآثار المختلفة للإنترنت على الاتصال الشخصي والعلاقات الاجتماعية الأولية، وكانت العينة ستة آلاف مبحوثاً ما بين 18 - 64 عاماً، وتوصلت الدراسة إلى عديد من النتائج، منها: بلغ استخدام الإنترنت لدى الأفراد من ثلاثين دقيقة إلى ساعة يومياً. يعتبر البريد الإلكتروني أكثر الخدمات المستخدمة في الإنترنت بنسبة 88%، يليها البحث عن معلومات عن هوايات الأفراد بنسبة 35%، يليها البحث عن معلومات تسويقية بنسبة 34.6%، ثم بعد ذلك تحميل برامج موسيقية بنسبة 31.1%.

7- نوع البحث ومنهجه وأداته

أ) نوع البحث: (حسين، 1982)

ب) ينتمي البحث إلى البحوث الوصفية التي تستهدف تصوير سمات وخصائص مجموعة من الطلاب في قسم الإعلام بكلية الآداب بجامعة الملك سعود في استخدامات الإنترنت المختلفة، ومعرفة دوافعهم والإشباع المتحققة لهم من وراء ذلك.

ج) منهج البحث: (عبد الحميد، 2000).

د) استخدم الباحث منهج المسح بالعينة، حيث

عن تكوين علاقات عاطفية: تحسين الحالة المزاجية لدى الأفراد، تقليل الشعور بالوحدة، الشعور بالقبول الذاتي، الشعور بالثقة في النفس، أما الأسباب فقد تمثلت فيما يلي: القدرة على التعبير عن الذات بشكل أفضل من خلال الإنترنت، الشعور بالراحة والاستحواذ والإثارة، إمكانية قطع العلاقة بسهولة، شعور الفرد بالحنج في الواقع، الترفيه.

أجريت دراسة بعنوان: "أنماط استخدام الإنترنت والقدرة على خلق حياة اجتماعية" (Shah, 2001, pp 141-156). استهدفت معرفة أو عدم وجود علاقة بين استخدام الإنترنت عامة، والأنماط المختلفة لاستخدامها وبين قدرة الأفراد على خلق حياة اجتماعية، وذلك من خلال: مشاركة الأفراد في الأنشطة المختلفة في المجتمع، الشعور بالثقة مع الآخرين، شعور الأفراد بالرضا عن حياتهم. وأجريت الدراسة على عينة عمرية قوامها 3338 مبحوثاً ومبحوثة، وخلصت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، منها: اختلف تأثير الإنترنت على الأفراد اجتماعياً باختلاف الخدمات التي يسعى الأفراد إليها من شبكة الإنترنت، حيث يزيد تأثير الإنترنت اجتماعياً بشكل سلبي على الأفراد من حيث مشاركتهم في الأنشطة في المجتمع، وعلى شعورهم بالثقة تجاه الآخرين، وعلى شعورهم بالقناعة في حالة استخدام شاشات الدردشة والألعاب، بينما يقل تأثير الإنترنت السلبي على الأفراد اجتماعياً في حالة استخدام البريد الإلكتروني. اختلف تأثير الإنترنت على الأفراد اجتماعياً

بعض الأسئلة التي أظهر التحليل الإحصائي الخاص بعمليات الاتساق الداخلي ضعفها ليتم الحصول في النهاية على معدل (0.94) لمقياس الاتساق الداخلي لكامل الاستبانة.

يفيد هذا المنهج في معرفة سمات العينة وخصائصها، وكذلك يمكن الباحث من معرفة المعلومات والبيانات المطلوبة، ويساعد في تحقيق أهداف البحث، والإجابة عن تساؤلاته المطروحة.

(هـ) أداة البحث: (العبد. 1989)

(و) استخدم الباحث أداة الاستبانة، حيث قام بملء الاستبانة بعد توزيعها على الطلاب، وشرح لهم أهداف البحث، وقد راعى الباحث تنوع الأسئلة بحيث تعطي أهداف البحث وعناصره ومكوناته الأساسية التي تدور وتتركز أصلاً في معرفة دوافع الاستخدامات، والاستخدامات الفعلية ثم معرفة الإشباع المتحققة، والآثار الإيجابية والسلبية لشبكة الإنترنت، وقد بلغت عينة البحث 276 طالباً من المقيدون في قسم الإعلام بكلية الآداب جامعة الملك سعود.

(ز) حرص الباحث على الاهتمام بمشكلكتي الثبات والصدق عند وضع المقاييس الخاصة بمتغيرات الدراسة وعند تحليل النتائج الإحصائية. وبناء على ذلك فقد تم تحكيم الإستبانة من قبل ستة من أعضاء هيئة التدريس المتخصصين في مجال الإعلام من أجل الحصول على الصدق الظاهر وصدق المحتوى. وقد تم الأخذ بملاحظات المحكمين.

(ح) كما تم اختبار الإستبانة على عينة من ثلاثين طالباً. واستناداً إلى ذلك فقد تم إجراء التعديلات الضرورية على شكل ومحتوى الإستبانة. كما تم حذف

8- تساؤلات الدراسة

تحاول الدراسة الإجابة عن التساؤلات التالية:

- 1- ما مدى مشاركة الطلاب -عينة الدراسة- في الإنترنت؟
- 2- ما عدد الساعات التي يستخدمون فيها الإنترنت؟
- 3- ما المواقع التي يزورها الطلاب على شبكة الإنترنت؟
- 4- ما الأوقات التي يفضل الطلاب استخدام الشبكة فيها؟
- 5- ما مصادر معرفة الطلاب بشبكة الإنترنت؟
- 6- الاستخدامات المختلفة لشبكة الإنترنت لدى الطلاب؟
- 7- ما الإشباع المتحققة للطلاب من استخدام الإنترنت؟
- 8- ما المشكلات التي يواجهها الطلاب في أثناء استخدامهم للإنترنت؟
- 9- ما إيجابيات شبكة الإنترنت للطلاب عينة الدراسة؟
- 10- ما اتجاهات طلاب قسم الإعلام نحو

بنسبة 4.3%، وأخيراً جاءت الفئة العمرية من 31 سنة فأكثر بعدد قدره 4 طلاب بنسبة 1.4%، وبذلك يبلغ حجم العينة في البحث 276 طالباً، ويوضح الجدول رقم (1) توزيع العينة بحسب السن.

الجدول رقم (1). وصف عينة البحث حسب العمر.

العمر	التكرار	النسبة
20 سنة وأقل	56	20.3
من 21 إلى 25 سنة	204	73.9
من 26 إلى 30 سنة	12	4.3
من 31 سنة فأكثر	4	1.4
الإجمالي	276	100.0

2- العينة من حيث الحالة الاجتماعية

تنقسم عينة الدراسة إلى فئتين اثنتين من حيث الحالة الاجتماعية، فهم إما عزاب أو متزوجون، وتوضح بيانات الجدول رقم (2) أن غالبية العينة تقع في فئة (أعزب) حيث بلغ الطلاب في هذه الفئة 259 طالباً بنسبة 94.5%، في حين بلغ الطلاب في فئة متزوج 15 طالباً فقط بنسبة 5.5%.

الجدول رقم (2) وصف عينة البحث بحسب الحالة الاجتماعية

الحالة الاجتماعية	التكرار	النسبة
متزوج	15	5.5
أعزب	259	94.5
الإجمالي	274	100.0

3 - العينة من حيث الدخل الشهري

شبكة الإنترنت؟

9- نتائج البحث

أولاً: توصيف العينة

تنتمي عينة البحث إلى العينات الاحتمالية وهي العينة العشوائية الطبقية، حيث قام الباحث بتقسيم طلاب قسم الإعلام إلى طبقات بحسب السنوات الدراسية والفصول الدراسية التي ينتمون إليها، وقد اختار الباحث من كل فصل عدد في العينة تتساوى معه، وقد بلغت عينة البحث 276 موزعة على السنوات الأربع الدراسية في قسم الإعلام ومن الفصول الثمانية الدراسية التي يمر بها الطلاب داخل قسم الإعلام (سرحان، 1980)، ويعرض الباحث فيما يلي لخصائص وسمات عينة الدراسة:

1- العينة من حيث السن

توزعت العينة من حيث العمر إلى أربع فئات أساسية، وهي: من 20 سنة فأقل وبلغ حجمها 56 طالباً بنسبة 20.3% من إجمالي نسبة العينة، ومن 21 سنة إلى أقل من 25 عاماً 204 طلاب بنسبة 73.9% وربما تعكس هذه الفئة الوجود الفعلي للطلاب في قسم الإعلام، حيث يلتحق الطلاب بالجامعة في سن 18 عاماً أو أكثر قليلاً، ومن هنا زادت نسبة هذه الفئة لتعكس الوجود الفعلي للطلاب، وبلغ عدد الطلاب في الفئة العمرية من 26 إلى أقل من 30 سنة 12 طالباً

طلاباً منتظمين، ربما لا تسمح لهم الدراسة بمزاولة أي عمل مهني أو وظيفي آخر، وقد بلغ عدد الطلاب الذي لا يعملون في العينة 179 بنسبة 67.5٪، وجاء عدد الطلاب الذين يعملون في وظيفة أو مهنة في الترتيب الثاني بعدد قدره 86 طالباً وبنسبة 32.5٪، ويوضح الجدول رقم (4) توزيع عينة البحث بحسب الوظيفة أو المهنة.

الجدول رقم (4). وصف عينة البحث بحسب الوظيفة.

الوظيفة	التكرار	النسبة
طالب متفرغ	179	67.5
طالب وموظف	86	32.5
الإجمالي	265	100.0

5 - العينة من حيث مكان الميلاد

يشير مكان الميلاد أو أصل المنشأ إلى المكان الذي ولد فيه الشخص، وفي عينة البحث توزع مكان المنشأ إلى ثلاث فئات، هي مدينة كبيرة وبلغ عدد مفردات هذه الفئة 149 طالباً بنسبة 54.6٪، وجاءت مدينة صغيرة في الترتيب الثاني من حيث عدد الطلاب في العينة بعدد 72 طالباً وبنسبة 26.4٪، وجاء "قرية" من حيث المنشأ 52 طالباً بنسبة 19٪. ومن هنا يعكس الجدول رقم (5) وجوداً كبيراً لطلاب المدن (كبيرة وصغيرة) في العينة.

توزعت العينة من حيث الدخل الشهري إلى أربع فئات أساسية، هي:

(أ) أكثر من 15001 ريال، حيث بلغ مفردات هذه الفئة 72 طالباً بنسبة 30.3٪.

(ب) جاءت الفئة من 10001 إلى 15000 ريال بعدد وقدره 47 طالباً وبنسبة 19.7٪.

(ج) جاءت الفئة 5001 إلى 10000 ريال بعدد قدره 80 طالباً بنسبة 23.6٪.

(د) جاءت الفئة أقل من 5000 ريال بعدد وقدره 39 طالباً بنسبة 16.4٪.

ويوضح الجدول رقم (3) توزيع العينة من حيث الدخل الشهري.

الجدول رقم (3). وصف عينة البحث بحسب الدخل الشهري.

الدخل الشهري	التكرار	النسبة
أكثر من 15001 ريال	72	30.3
من 10001 إلى 15000 ريال	47	19.7
5001 إلى 10000 ريال	80	33.6
أقل 5000 ريال	39	16.4
الإجمالي	238	100.0

4- العينة من حيث المهنة

ينتمي معظم أفراد عينة البحث إلى هؤلاء الذين لا يعملون نظراً لانشغالهم بالدراسة، حيث يعتبرون

7- توزيع العينة من حيث نوع المهنة

تم توزيع مفردات العينة الذين يعملون في وظيفة أو يمارسون مهنة إلى فئتين أساسيتين، هما:
أ) القطاع الخاص بلغ عدد الطلاب 31 طالباً بنسبة 11.7%.

ب) الحكومة وبلغ عدد الطلاب 55 طالباً بنسبة 20.8%، ويوضح الجدول رقم (7) توزيع العينة من حيث نوع الوظيفة.

الجدول رقم (7). وصف عينة البحث بحسب نوع الوظيفة.

نوع الوظيفة	التكرار	النسبة
لا يوجد وظيفة	179	67.5
قطاع خاص	31	11.7
حكومية	55	20.8
الإجمالي	265	100.0

8- العينة من حيث السفر للخارج

توزع الطلاب عينة البحث من حيث سفرهم للخارج إلى فئتين، هما:
أ) من سافر للخارج حيث بلغ عدد الطلاب الذين سافروا إلى الخارج 172 طالباً بنسبة 62.8%.

ب) من لم يسافر للخارج حيث بلغ عدد الطلاب الذين لم يسافروا إلى الخارج 102 طالب بنسبة 37.2%.

ويوضح الجدول التالي رقم (8) توزيع العينة

الجدول رقم (5). وصف عينة البحث بحسب أصل المنشأ.

أصل المنشأ	التكرار	النسبة
مدينة كبيرة	149	54.6
مدينة صغيرة	72	26.4
قرية	52	19.0
الإجمالي	273	100.0

6- العينة من حيث عدد أفراد الأسرة

يقصد بهذا المتغير تحديد حجم الأسرة التي ينتمي إليها الطلاب عينة الدراسة، وقد تم تقسيم حجم الأسرة إلى ثلاث فئات، هي:

أ) بلغ عدد الطلاب ذوي الأسر الكبيرة عدد (11) فرداً فأكثر 64 طالباً بنسبة 24.3%.

ب) بلغ عدد الطلاب ذوي الأسر المتوسطة العدد (6- 10) 158 طالباً بنسبة 60.1%.

ج) بلغ عدد الطلاب ذوي الأسر القليلة العدد (5 فأقل) 41 طالباً بنسبة 15.6%.

ويتضح من ذلك أن معظم مفردات العينة يأتون من الأسر ذات العدد المتوسط، ويوضح الجدول رقم (6) توزيع العينة بحسب عدد أفراد الأسرة (حجم الأسرة العددي).

الجدول رقم (6) وصف عينة البحث حسب عدد أفراد الأسرة

عدد أفراد الأسرة	التكرار	النسبة
11 فرد فأكثر	64	24.3
سته أفراد وأقل من 10 أفراد	158	60.1
خمسة فأقل	41	15.6
الإجمالي	263	100.0

من حيث السفر للخارج.

الجدول رقم (9). وصف عينة البحث بحسب كم سافرت خارج المملكة.

النسبة	التكرار	مرات السفر خارج المملكة
78.2	137	أكثر من مرتين
14.9	26	مرتين
6.9	12	واحدة
100.0	175	الإجمالي

الجدول رقم (8). وصف عينة البحث بحسب هل سافرت خارج المملكة.

النسبة	التكرار	السفر خارج المملكة
37.2	102	لا
62.8	172	نعم
100.0	274	الإجمالي

10- توزيع العينة بحسب حصولها على دورات في الكمبيوتر

تشير بيانات الجدول رقم (10) إلى أن عدداً كبيراً من عينة البحث لم تتلق دورات في الحاسب بشكل عام، وهذا يؤدي إلى القول بأن الحاسب قد أصبح لغة العصر، ومن ثم يجب تشجيع كل أفراد المجتمع على التعامل مع الحاسب، وذلك نظراً لما به من معلومات وفوائد كثيرة للفرد. فقد بلغ من لم يحصل على دورات في الحاسب 204 طالباً بنسبة 72.9%، وبلغ عدد الطلاب الذين حصلوا على دورات في الحاسب 76 طالباً بنسبة 27.1% الأمر الذي يجب بناء عليه تشجيع الطلاب خاصة طلاب قسم الإعلام على الحصول على دورات في الحاسب لأهميتها لهم ولتخصصهم الذي يتطلب ذلك، ويوضح الجدول رقم (10) مدى حصول طلاب عينة الدراسة على دورات في الكمبيوتر.

9- العينة من حيث عدد مرات السفر للخارج

يتيح السفر للخارج احتكاكاً كبيراً بين الأفراد في المجتمعات المختلفة، ويوفر خبرة كبيرة إيجابية للشخص الذي يسافر، ويكتسب مهارات التفاعل ويضيف إلى ثقافته ثقافة جديدة ففي السفر سبع فوائد، ومن بيانات الجدول التالي رقم (9) يتضح لنا ما يلي:

أ) بلغ عدد من سافر خارج المملكة أكثر من مرتين 137 طالباً بنسبة 78.2%، ويدل هذا على التفاعل والخبرة التي يكتسبها هؤلاء الطلاب.

ب) بلغ عدد من سافر مرتين 26 طالباً بنسبة 14.9%.

ج) بلغ عدد من سافر مرة واحدة فقط 12 طالباً بنسبة 6.9% كما هو موضح من بيانات الجدول رقم (9).

الجدول رقم (11). وصف عينة البحث بحسب هل حصلت على دورات متخصصة في الإنترنت.

النسبة	التكرار	دورات متخصصة في الإنترنت
90.6	250	لا
9.4	26	نعم
100.0	276	الإجمالي

الجدول رقم (10). وصف عينة البحث بحسب هل حصلت على دورات في الحاسب.

النسبة	التكرار	دورات في الحاسب
72.9	204	لا
27.1	76	نعم
100.0	280	الإجمالي

ثانياً: الإجابة عن تساؤلات الدراسة

يعرض الباحث للإجابة عن تساؤلات

الدراسة، وذلك على النحو التالي:

1- ما مدى المشاركة في الإنترنت؟

يحاول هذا السؤال الإجابة عن مدى مشاركة الطلاب عينة الدراسة في الإنترنت كمهارة أساسية يجب عليهم إتقانها، وذلك مقارنة بالمهارات الأخرى التي من الممكن أن تتوافر لهم حول وسائل الإعلام المختلفة على أساس أنهم طلاب يدرسون الإعلام، ومن ثم يجب عليهم صقل مهاراتهم المختلفة التي تمكنهم من العمل الإعلامي بوجه عام والإنترنت باعتبارها وسيلة إعلام جديدة من ناحية ثانية.

ومن مطالعة بيانات الجدول رقم (12) يتضح

لنا ما يلي:

1. بلغ عدد الطلاب الذين يشاركون في الإنترنت 129 طالباً بنسبة 45.7%، وبلغ عدد الطلاب الذين لا يشاركون 153 طالباً بنسبة 54.3%.

2. معظم مفردات العينة لديها جهاز

تلفزيون (98.2%).

11- توزيع العينة بحسب الدورات المتخصصة في الإنترنت

جاء الطلاب الذين لم يحصلوا على دورات متخصصة في الإنترنت حيث بلغ عددهم 250 طالباً بنسبة 90.6%، ويعكس هذا قصوراً واضحاً لدى الطلاب في الإعلام؛ لأن ذلك يعني عدم اهتمامهم بوسيلة العصر الحديث الذي يجد فيه كل قاص ودان حاجته الأساسية، ولا يخفى على أحد ما لأهمية الإنترنت في حياتنا المعاصرة الآن. ومن ثم يفترض تشجيع هؤلاء الطلاب في قسم الإعلام على حضور هذه الدورات المتخصصة في الإنترنت لأهميتها الشديدة لهم.

وفي مقابل ذلك كان هناك عدد قليل من

الطلاب في العينة هم الذين حصلوا على دورات متخصصة في الإنترنت، حيث بلغ عددهم 26 طالباً بنسبة 9.4% ويوضح الجدول رقم (11) ذلك.

للإنترنت، وقد حاول الباحث سؤال طلاب قسم الإعلام عن الوقت الذي يقضونه مع الإنترنت أسبوعياً وقسم الباحث هذه الفئة إلى ثلاثة أقسام هي: أ) بلغ عدد الطلاب الذين يقضون أقل من عشر ساعات 222 طالباً بنسبة 78.7٪، وهي نسبة كبيرة تشير إلى الاستخدام المتزايد لشبكة الإنترنت أسبوعياً.

ب) بلغ عدد الطلاب الذي يقضون من 11-20 ساعة أسبوعياً مع شبكة الإنترنت 37 طالباً بنسبة 13.1٪.

ج) بلغ عدد الطلاب الذين يقضون أكثر من 20 ساعة 23 طالباً بنسبة 8.2٪.

ويوضح الجدول رقم (13) توزيع الطلاب بحسب الساعات التي يقضونها مع شبكة الإنترنت أسبوعياً.

3- ما المواقع التي يزورها الطلاب عينة الدراسة على شبكة الإنترنت؟

تعدد المواقع التي توجد على شبكة الإنترنت، حيث نجد منها المواقع الإخبارية، والمواقع الخاصة بالصحف والإذاعات، وكذلك مواقع القنوات التلفزيونية، وهناك المواقع الثقافية المختلفة، وكذلك مواقع الأفراد. والغرض الأساس من هذا السؤال معرفة مدى توظيف شبكة الإنترنت بمواقعها المختلفة في خدمة طلاب قسم الإعلام، ومدى إثراتهم من

3 بلغ عدد الطلاب عينة الدراسة من يملكون جهاز كمبيوتر 154 طالباً بنسبة 54.6٪، ومن لا يملكون جهاز كمبيوتر 128 طالباً بنسبة 45.4٪.

الجدول رقم (12). توزيع عينة البحث بحسب مهاراتهم الإعلامية.

رقم العبارة	العبارة	نعم	لا
1	هل لديك جهاز تلفزيون	277	5
		98.2٪	1.8٪
2	هل لديك جهاز كمبيوتر	154	128
		54.6٪	45.4٪
3	هل لديك جهاز ريسيفر	216	66
		76.6٪	23.4٪
4	هل أنت مشترك في الإنترنت	129	153
		45.7٪	54.3٪
5	هل أنت قارئ منتظم للصحف المطبوعة	264	18
		93.6٪	6.4٪
6	هل أنت قارئ منتظم للمجلات المطبوعة	188	94
		66.7٪	33.3٪
7	هل تقوم بزيارة مواقع الصحف على الإنترنت	105	177
		37.2٪	62.8٪

2- ما عدد ساعات استخدام الإنترنت يومياً؟

يجيب هذا السؤال عن عدد الساعات التي يقضيها الطلاب عينة الدراسة في استخدامهم

خلالها والاستفادة منها. ويبين الجدول رقم (14) تلك المواقع ومن خلاله يتضح لنا ما يلي:
جدول رقم (13). يوزع الطلاب بحسب الساعات التي يقضونها مع شبكة الإنترنت ويستخدم الحاسوب أسبوعياً.

رقم العبارة	العبارة	أقل من عشر ساعات	من 11 - 20 ساعة	أكثر من 20 ساعة
1	عدد الساعات التي تقضيها مع شبكة الإنترنت في الأسبوع الواحد تقريباً	222	37	23
2	عدد الساعات التي تستخدم فيها الحاسب الآلي في الأسبوع الواحد تقريباً	78.7	13.1	8.2

حيث تشير إلى عزوف طلاب قسم الإعلام عن هذه المواقع الإخبارية، فما بال بقية طلاب الجامعة والكليات الأخرى! ويوضح الجدول رقم (14) المواقع التي يزورها الطلاب على شبكة الإنترنت.

الجدول رقم (14). يوضح المواقع التي يزورها الطلاب عينة الدراسة على شبكة الإنترنت

رقم العبارة	العبارة	نعم	لا
1	هل تقوم بزيارة مواقع المجلات على شبكة الإنترنت	32	250
2	هل تحرص على زيارة المواقع الإخبارية على شبكة الإنترنت	88	194
3	هل تفضل المواقع الإخبارية	60	222

أ) بلغ عدد من يزور مواقع المجلات من الطلاب 32 طالباً بنسبة 11.3% في مقابل 250 طالباً بنسبة 88.7% لا يزورون هذه المواقع، وهي نتيجة تشير إلى ضعف من قبل الطلاب وعدم إقبال منهم على معرفة هذه المواقع المرتبطة بالمجلات، وربما يعود ذلك أيضاً إلى عدم معرفتهم لهذه المواقع والمجلات وجهلهم بها.

ب) بلغ عدد من يزور المواقع الإخبارية على شبكة الإنترنت 88 طالباً بنسبة 31.2% مقابل 194 طالباً بنسبة 68.8% لا يزورون هذه المواقع.

ج) بلغ عدد من يفضل المواقع الإخبارية على شبكة الإنترنت 60 طالباً بنسبة 21.3، في مقابل 222 طالباً بنسبة 78.7% لا يفضلون هذه المواقع الإخبارية، وتعد هذه النتيجة خطيرة

عينة الدراسة تصفح المواقع الرياضية دائماً، حيث بلغ عددهم 47 طالباً بنسبة 18.6٪، ويحرص الطلاب أحياناً على متابعة المواقع الدينية حيث بلغ عددهم 67 طالباً بنسبة 26.3٪.

ومن الملاحظ أن هناك عدداً كبيراً من الطلاب لا يحرصون على متابعة المواقع المختلفة، ويقل عدد الطلاب الذين يفضلون متابعة المواقع المختلفة في فئة دائماً لكل المواقع، ويوضح الجدول التالي مدى حرص الطلاب عينة الدراسة على متابعة المواقع على شبكة الإنترنت. وتتفق هذه النتيجة مع نتائج بحث نجوى عبد السلام (1998)

رقم العبارة	العبارة	نعم	لا
	على شبكة الإنترنت على غيرها من الوسائل الإعلامية الأخرى	21.3	78.7

وعند سؤال الطلاب عينة الدراسة عن المواقع التي يحرصون على متابعتها والدخول إليها أوضح هؤلاء أن مواقع الدردشة مهمة حيث بلغ عدد من يفضل هذه المواقع غالباً 57 طالباً بنسبة 22.2٪، وجاءت عبارة أحرص على تصفح المواقع الإخبارية على شبكة الإنترنت بعدد قدره 66 طالباً يتابعون هذه المواقع بشكل دائم وبنسبة 24.4٪، ويفضل الطلاب

الجدول رقم (15). توزيع مدى تفضيل الطلاب للمواقع على شبكة الإنترنت.

رقم العبارة	العبارة	لا أفعال	نادراً	أحياناً	غالباً	دائماً
1	أحرص على مواقع الدردشة في الإنترنت	72	27	36	57	66
		28.0	10.5	14.0	22.2	25.5
2	أحرص على تصفح المواقع الإخبارية على شبكة الإنترنت	64	47	45	63	39
		24.8	18.2	17.4	24.4	15.1
3	أحرص على تصفح المواقع الرياضية على شبكة الإنترنت	72	53	31	47	55
		28.5	20.9	12.3	18.6	21.3
4	أحرص على تصفح المواقع الموسيقية والغنائية على شبكة الإنترنت	86	37	40	45	50
		33.6	14.5	15.6	17.6	19.3
5	أحرص على تصفح المواقع الثقافية والعلمية على شبكة الإنترنت	80	52	53	51	22
		31.6	20.6	20.9	20.2	8.5
6	أحرص على تصفح المواقع الدينية على شبكة الإنترنت	82	56	67	32	21
		32.2	22.0	26.3	12.5	8.1

رقم العبارة	العبارة	لا أفعل	نادراً	أحياناً	غالباً	دائماً
7	أحرص على تصفح المواقع التي تهتم بالأفلام والدراما على شبكة الإنترنت	119	47	47	22	23
		46.7	18.4	18.4	8.6	8.9

الفترة 96 طالباً بنسبة 34% في حين يستخدم 54 طالباً فقط برامج الحاسب الآلي في الفترة نفسها بنسبة 19.1%، وتبين بيانات الجدول نفسه أن هناك تزايداً من قبل الطلاب في أول المساء بالنسبة لاستخدام برامج الحاسب الآلي، حيث بلغ عددهم مائة طالب بنسبة 35.5% في مقابل 88 طالباً بنسبة 31.2% يستخدمون الإنترنت في أول المساء، وتكاد تتفق هذه النتائج مع نتائج بحث سامي طابع (2001)

4- ما الأوقات التي يستخدم فيها الطلاب شبكة الإنترنت؟

يجيب هذا التساؤل عن الأوقات التي يفضل طلاب قسم الإعلام عينة الدراسة قضاءها مع شبكة الإنترنت، حيث تبين لنا بيانات الجدول رقم (16) أن الفترات الزمنية للتعامل مع شبكة الإنترنت من ناحية واستخدام الحاسب من ناحية أخرى مختلفة، فالملاحظ أن هناك كثافة استخدام للإنترنت في آخر الليل، حيث بلغ عدد الطلاب الذين يستخدمون الإنترنت في هذه

الجدول رقم (16). توزيع أوقات استخدام الطلاب للإنترنت.

رقم العبارة	العبارة	لا أفعل	نادراً	أحياناً	غالباً	دائماً
1	وقت مشاهدة القنوات الفضائية	2	14	90	149	27
		0.7	5	31.9	52.8	9.6
2	وقت استخدام برامج الحاسب الآلي	7	36	100	54	85
		2.5	12.8	35.5	19.1	30.1
3	وقت استخدامك للإنترنت	9	17	88	96	72
		3.2	6	31.2	34	25.5

وإرسال فاكس عبر الإنترنت بنسبة 11.7%، والاستماع إلى الإذاعة بنسبة 23.8%، وحضور المؤتمرات من خلال الإنترنت بنسبة 17%، والمشاركة في ساحات الحوار والنقاش بنسبة 56%، ومعرفة نتائج المباريات الرياضية بنسبة 46.8%، ولمعرفة النتائج

5- ما الاستخدامات المختلفة للإنترنت من جانب الطلاب؟

تعددت الاستخدامات المختلفة لشبكة الإنترنت من قبل طلاب قسم الإعلام بجامعة الملك سعود عينة الدراسة ما بين المكالمات الهاتفية بنسبة 27.6%،

الدراسية بنسبة 79.1٪، وللبحث عن وظيفة بنسبة 23.8٪. إن الطلاب يستخدمون الإنترنت في قراءة الخرائط بنسبة 14.9٪، وللحصول على معلومات عند السفر بنسبة 14.9٪، ويستخدمون الإنترنت لتصميم صفحات إلكترونية أو للنشر عبر الإنترنت بنسبة 17٪، ولشراء الكتب بنسبة 7.4٪، وشراء السلع بنسبة 9.6٪، وللحصول على معلومات بنسبة 65.2٪، والملاحظ أن هناك نسبة عالية من عدم استخدام الإنترنت في كثير من الاستخدامات في مقابل استخدامات الطلاب للشبكة الدولية، ونظرة أولية إلى بيانات الجدول رقم (17) يتضح ذلك، فمثلاً لا يستخدم الطلاب الإنترنت للبحث عن وظيفة، حيث بلغ عددهم 174 طالباً بنسبة 61.7 في مقابل 67 طالباً يستخدمون الإنترنت لشراء السلع، وجاء من لا يستخدمون الشبكة في هذا الغرض 213 طالباً بنسبة 75.5٪ في مقابل 27 طالباً فقط بنسبة 9.6٪ يشترون سلعاً عن طريق الإنترنت، وتتفق هذه النتائج مع نتائج كل من: ريم إسماعيل (2005)، ومحمود سعيد (2003)، ويوضح الجدول التالي استخدامات الطلاب لشبكة الإنترنت.

جدول رقم (17). توزيع عينة الدراسة بحسب استخداماتهم للإنترنت.

رقم العبارة	العبارة	نعم	لا	لا ينطبق
1	سبق أن استخدمت الإنترنت لإجراء مكالمات هاتفية	78	166	38
		27.6	58.9	13.5
2	سبق أن أرسلت فاكس عن طريق الإنترنت	33	210	39
		11.7	74.5	13.8
3	سبق أن قمت بالاستماع للإذاعة عن طريق الإنترنت	67	174	41
		23.8	61.7	14.5
4	سبق أن شاركت في اجتماعات الفيديو Video Conferences, net Meeting عن طريق الإنترنت	48	192	42
		17	68.1	14.9
5	سبق أن شاركت في ساحات الحوار أو النقاش أو الرأي	158	86	38
		56	30.5	13.5
6	استخدمت الإنترنت للتعرف إلى نتائج المباريات الرياضية	132	132	18
		46.8	46.8	6.3

رقم العبارة	العبارــــــــة	نعم	لا	لا ينطبق
7	استخدمت الإنترنت لمعرفة النتائج الدراسية	223	24	35
		79.1	8.5	12.4
8	استخدمت الإنترنت للبحث عن وظيفة	67	174	41
		23.8	61.7	14.5
9	استخدمت الإنترنت لقراءة الخرائط	42	199	41
		14.9	70.6	14.5
10	استخدمت الإنترنت عند السفر ولطلب معلومات سياحية أو للحجز	42	199	41
		14.9	70.6	14.5
11	استخدمت الإنترنت للحصول على معلومات عن البيئات ثلاثية الأبعاد	24	216	42
		8.5	76.6	14.9
12	استخدمت الإنترنت لتصميم صفحات إلكترونية أو للنشر عبر الإنترنت	48	193	41
		17	68.4	14.5
13	استخدمت الإنترنت للشات والمحادثة Chat عبر المواقع	138	102	42
		48.9	36.2	14.9
14	استخدمت الإنترنت للمشاركة في ندوة أو أخذ درساً عبر الإنترنت	54	186	42
		19.1	66	14.9
15	اشتريت كتاباً عبر الإنترنت	21	219	42
		7.4	77.7	14.9
16	اشتريت سلعاً عبر الإنترنت	27	213	42
		9.6	75.5	14.9
17	بحثت عن معلومات عبر الإنترنت	184	57	41
		65.2	20.2	14.5
18	استخدمت محركات البحث العربية عبر الإنترنت	162	78	42
		57.4	27.7	14.9
19	استخدمت محركات البحث الإنجليزية عبر الإنترنت	68	172	42
		24.1	61	14.9

رقم العبارة	العبارة	نعم	لا	لا ينطبق
20	استخدمت محركات البحث الفرنسية عبر الإنترنت	6 ك	232 لا	44 لا ينطبق
		2.1 %	82.3	15.6

الإلكتروني بعدد قدره 44 طالباً بنسبة 15.6%، وجاء مصدر معرفة الطلاب بشبكة الإنترنت عن طريق الكتب 51 طالباً بنسبة 18.1%، وعن طريق دليل الإنترنت 68 طالباً بنسبة 24.1%، وعن طريق الجرائد والمجلات حيث بلغ عدد الطلاب 137 طالباً بنسبة 48.6%، وعن طريق إعلانات التلفزيون حيث بلغ عدد الطلاب 80 طالباً بنسبة 28.4%. ويوضح الجدول التالي توزيع الطلاب بحسب مصادر المعرفة لشبكة الإنترنت.

6- ما مصادر معرفة الطلاب لشبكة الإنترنت؟
يقيس هذا السؤال مصادر معرفة طلاب قسم الإعلام عينة الدراسة التي من خلالها تعرفوا إلى الصفحات المختلفة للإنترنت، وقد تعددت هذه المصادر ما بين الأصدقاء؛ حيث بلغ عدد الطلاب الذين تعرفوا إلى صفحات الإنترنت 213 طالباً بنسبة 75.5%، وعن طريق محركات البحث بلغ عدد الطلاب 76 طالباً بنسبة 27%، وعن طريق مجموعات النقاش وساحات الحوار 83 طالباً بنسبة 29.4%، وكذلك جاء مصدر معرفة الطلاب عبر البريد

الجدول رقم (18). توزيع عينة الدراسة بحسب مصادر معرفتهم بشبكة الإنترنت.

رقم العبارة	العبارة	نعم	لا	لا ينطبق
1	التعرف إلى صفحات الإنترنت عن طريق الأصدقاء	213 ك	3 لا	66 لا ينطبق
		75.5 %	1.1	23.4
2	التعرف إلى صفحات الإنترنت عن طريق محركات البحث	76 ك	0 لا	206 لا ينطبق
		27 %	0	73
3	التعرف إلى صفحات الإنترنت عن طريق مجموعات النقاش وساحات الحوار	83 ك	0 لا	199 لا ينطبق
		29.4 %	0	70.6

رقم العبارة	العبارة	نعم	لا	لا ينطبق
4	التعرف إلى صفحات الإنترنت عبر البريد الإلكتروني والتوقعات في تهنتتها	44 ك	0	238
		15.6 %	0	84.4
5	التعرف إلى صفحات الإنترنت عن طريق مصادر أخرى	45 ك	0	237
		16 %	0	84
6	التعرف إلى صفحات الإنترنت عن طريق الكتب	51 ك	0	231
		18.1 %	0	81.9
7	التعرف إلى صفحات الإنترنت باتباع وصلات في صفحات الإنترنت	45 ك	0	237
		16 %	0	84
8	التعرف إلى صفحات الإنترنت من خلال دليل الإنترنت	68 ك	0	214
		24.1 %	0	75.9
9	التعرف إلى صفحات الإنترنت من خلال الجرائد والمجلات	137 ك	2	143
		48.6 %	0.7	50.7
10	التعرف إلى صفحات الإنترنت من خلال إعلانات التلفزيون	80 ك	1	201
		28.4 %	0.4	71.3

آخر تشبع شبكة الإنترنت حاجات الطلاب عينة الدراسة في المجالات الدراسية والعلمية والمهنية، وكذلك تسد حاجاتهم في معرفة والاتصال بأشخاص يشاركونهم ثقافتهم واهتماماتهم وأنشطتهم المختلفة، وكذلك الاتصال بأفراد العائلة. وتتفق هذه النتيجة مع بحث كل من : وليد فتح الله بركات (2004)، وسعيد محمد الغريب (2004) (Fallows, D, 2005)، ويوضح الجدول التالي رقم (19) الإشباع المتحققة لدى عينة الدراسة .

7- ما الإشباع التي تحققها عينة الدراسة من استخدام شبكة الإنترنت؟
تعدد الإشباع التي يحققها الطلاب عينة الدراسة من وراء استخدامهم لشبكة الإنترنت، وبحسب إجاباتهم تتراوح هذه الإشباع ما بين الاتصال بأشخاص آخرين للمشاركة في الاهتمامات الثقافية، وكذلك للمشاركة في الأعباء الدراسية المختلفة، وكذلك رصدت شبكة الإنترنت حاجة عينة الدراسة في الاتصال بأشخاص للمشاركة في الهوايات والنشاطات، وكذلك في التخصص الأكاديمي. بمعنى

رقم العبارة	العبارة	نعم	لا
	أفراد عائلتي		
8	ساعدتني الإنترنت على الاتصال بأشخاص يعانون من نفس الظروف التي أمر بها	73	162
9	ساعدتني الإنترنت على الاتصال بأشخاص من أجل التعرف	60.3	24.8

8- ما المشكلات التي يواجهها الطلاب عينة الدراسة في أثناء استخدامهم لشبكة الإنترنت؟

يحاول هذا التساؤل معرفة الصعوبات التي تواجه طلاب قسم الإعلام عينة الدراسة في تعاملهم مع شبكة الإنترنت، فقد ذكر 79 طالباً بنسبة 28% أن الاتصال بالإنترنت بطيء بشكل دائم وغالباً، كما اشتكى الطلاب من أن كلفة الإنترنت عالية حيث بلغ عددهم 92 طالباً في فئة دائماً بنسبة 32.6%، وعددهم بلغ في فئة غالباً 62 طالباً بنسبة 22%، كذلك رأى بعض مفردات العينة أن تنزيل الصفحات ومشاهدتها يحتاج إلى كثير من الوقت والجهد، حيث بلغ عدد الطلاب الذين قالوا بهذه المشكلة في فئة دائماً 70 طالباً بنسبة 24.8%، وفي فئة غالباً 89 طالباً بنسبة 31.6%.

كما أن عدداً غير قليل من مفردات العينة واجهت صعوبة متمثلة في أن الحصول على المعلومات

الجدول رقم (19). توزيع الطلاب بحسب الإشباع المتحققة لهم من استخدامهم لشبكة الإنترنت

رقم العبارة	العبارة	نعم	لا
1	ساعدتني الإنترنت على الاتصال بأشخاص يشاركونني اهتماماتي الثقافية	47.2	37.6
2	ساعدتني الإنترنت على الاتصال بأشخاص يشاركونني اهتماماتي الدراسية	24.1	59.6
3	ساعدتني الإنترنت على الاتصال بأشخاص يشاركونني نفس الهوايات والنشاطات	48.2	35.5
4	ساعدتني الإنترنت على الاتصال بأشخاص يشاركونني اهتماماتي البدنية	37.9	45.4
5	ساعدتني الإنترنت على الاتصال بأشخاص في مجال تخصصي الأكاديمي	24.1	59.2
6	ساعدتني الإنترنت على الاتصال بأشخاص في مجال عملي المهني	11.3	71.6
7	ساعدتني الإنترنت على الاتصال بأشخاص من	39.4	46.1

100 مفردة بنسبة 35.5٪، وفي فئة غالباً كان عدد الطلاب 71 طالباً بنسبة 25.2٪، وفي فئة دائماً بلغ عدد الطلاب 25 طالباً بنسبة 8.9٪.

ويوضح الجدول التالي رقم (20) الصعوبات التي تواجه طلاب قسم الإعلام عينة الدراسة نحو استخدام شبكة الإنترنت.

ليس سهلاً، حيث بلغ عددهم في فئة دائماً 21 طالباً بنسبة 7.4٪، وفي فئة غالباً 106 طلاب بنسبة 37.6٪، ويعاني بعض الطلاب من عدم توافر شبكة الإنترنت في الجامعة، حيث أشار إلى هذه المشكلة 44 طالباً بنسبة 15.6٪ في فئة دائماً و52 طالباً بنسبة 18.4٪ في فئة غالباً.

وقد أشار عدد كبير من عينة الدراسة إلى أن بعض الوصلات لا تعم، حيث بلغ هؤلاء في فئة أحياناً

الجدول رقم (20). يوضح مشاكل وصعوبات الإنترنت.

رقم العبارة	العبارة	دائماً	غالباً	أحياناً	نادراً	محايد
1	الاتصال بالإنترنت بطيء	79	79	61	20	43
		28	28	21.6	7.1	15.2
2	تكلفة الإنترنت عالية	92	62	45	41	42
		32.6	22	16	14.5	14.9
3	يحتاج تنزيل الصفحات ومشاهدتها إلى كثير من الوقت والجهد	70	89	56	25	42
		24.8	31.6	19.9	8.9	14.9
4	المواقع المفيدة تتطلب التسجيل	58	89	60	25	50
		20.6	31.6	21.3	8.9	17.7
5	لا يستطيع الحصول على معلومات بسهولة	21	106	92	23	40
		7.4	37.6	32.6	8.2	14.2
6	الكثير من المواقع عديمة الفائدة	41	69	102	25	45
		14.5	24.5	36.2	8.9	16
7	بعض الوصلات لا تعمل	25	71	100	34	52
		8.9	25.2	35.5	12.1	18.4
8	من المشاكل عدم توافر الإنترنت في الجامعة للطلاب	44	52	54	79	53
		15.6	18.4	19.1	28	18.8

رقم العبارة	العبارة	دائماً	غالباً	أحياناً	نادراً	محايد
9	المواقع المفيدة تتطلب دفع مبالغ مالية مقابل الخدمة	41	38	79	75	49
		14.5	13.5	28	28.6	17.4
10	من المشاكل عدم توافر الإنترنت في الجامعة	24.1	11	9.2	31.6	24.1
11	يصعب ترتيب المعلومات الواردة من الإنترنت	12	53	124	43	50
		4.3	18.8	44	15.2	17.7
12	هناك مشاكل مع متصفح الإنترنت الذي استخدمه	18	31	127	55	51
		6.4	11	45	19.5	18.1
13	من المشاكل عدم توافر الإنترنت في مكان العمل	37	39	41	99	66
		13.1	13.8	14.5	35.1	23.4

9- ما الإيجابيات لدى طلاب قسم الإعلام عينة الدراسة نحو شبكة الإنترنت؟

يحاول هذا التساؤل معرفة الأمور الإيجابية من وجهة نظر عينة الدراسة المرتبطة بالإنترنت، وتعددت الإيجابيات التي ذكرها الطلاب عينة البحث، وتفاوتت ما بين أن الإنترنت توفر طريقة أسرع للوصول إلى المعلومات، حيث بلغ عدد الطلاب الموافقين بشدة على ذلك 165 طالباً بنسبة 58.5٪، وفي فئة موافق بلغ عدد الطلاب 104 طالب بنسبة 36.9٪، وقد وافق بشدة 81 طالباً على أن الإنترنت تمكن من الاتصال بالآخرين بنسبة 28.7٪، في حين بلغ عدد الطلاب في فئة موافق 116 طالباً بنسبة 41.1٪، ووافق بشدة 120 طالباً بنسبة 42.6٪ على أن

الإنترنت تربط المجتمعات بعضها مع بعض، وجاءت فئة موافق 107 طلاب بنسبة 37.9٪.

أما فائدة الإنترنت في كونها وسيلة لإنجاز المهام بشكل أسرع، فقد قال بذلك 81 طالباً في فئة موافق بشدة بنسبة 28.7٪، وفي فئة موافق بلغ عدد الطلاب 116 طالباً بنسبة 41.1٪.

كما أن الإنترنت لا يتعارض مع قيمنا الاجتماعية والدينية، حيث بلغ عدد الطلاب الذين قالوا بذلك في فئة موافق بشدة 19 طالباً بنسبة 6.7٪ بينما قال 72 طالباً بنسبة 25.5٪ أن شبكة الإنترنت تتعارض مع قيمنا الاجتماعية والدينية في فئة "غير موافق".

وقد قال 65 طالباً بأن شبكة الإنترنت لا تمثل

ثقافتنا الإسلامية والعربية بشكل جيد وذلك في فئة غير موافق بنسبة 23٪.

ويوضح الجدول رقم (21) إيجابيات شبكة

الإنترنت لدى طلاب قسم الإعلام عينة الدراسة.

الجدول رقم (21). يوضح الإيجابيات المختلفة لشبكة الإنترنت كما أشارت إليها عينة الدراسة من الطلاب.

رقم العبارة	العبارة	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
1	الإنترنت توفر طريقة أسرع للوصول للمعلومات	165	104	7	1	4
2	استخدم الإنترنت يمكنني من الاتصال بالآخرين	81	116	58	16	9
3	الإنترنت تربط المجتمعات بعضها مع بعض	120	107	39	7	7
4	أنا اجتماعي ولي عدد من الأصدقاء	38.3	44.0	7.4	7.4	1.8
5	سهلت الإنترنت لي الحصول على المعلومات	75	143	36	18	7
6	استخدام الإنترنت يمكنني من إنجاز بعض المهام بشكل أسرع	81	116	58	16	9
7	تساهم الإنترنت في تسهيل حياتي الدراسية	20.9	35.5	24.5	13.5	2.5
8	أنا أعرف سلبيات وإيجابيات استخدام الإنترنت	40	143	64	22	5
9	نتائج استخدام الإنترنت الإيجابية والسلبية واضحة بالنسبة لي	45	121	76	29	7
10	استخدام الإنترنت خارج الجامعة لعدم توافرها في الجامعة	59	114	38	47	7
		20.9	40.4	13.5	16.7	6.0

رقم العبارة	العبارة	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة	غير محدد
11	تعلم استخدام الإنترنت وتطبيقاتها عملية سهلة بالنسبة لي	51	119	42	52	11	7
	%	18.1	42.2	14.9	18.4	3.9	2.5
12	لا تتعارض الإنترنت مع قيمنا الدينية والاجتماعية	19	58	103	72	24	6
	%	6.7	20.6	36.5	25.5	8.5	2.1
13	ثقافتنا الإسلامية والعربية ممثلة بشكل جيد في الإنترنت	13	61	104	65	34	5
	%	4.6	21.6	36.9	23.0	12.1	1.8
14	الاتصال بالإنترنت متوافر وميسر لي في الجامعة	23	53	92	72	37	5
	%	8.2	18.8	32.6	25.5	13.1	1.8

10- ما اتجاهات طلاب قسم الإعلام عينة الدراسة نحو الإنترنت؟

يجيب هذا التساؤل عن الاتجاهات المختلفة لدى طلاب قسم الإعلام عينة الدراسة حول الإنترنت، فقد ذكر عدد قدره 157 طالباً أن لديه ميولاً نحو الإنترنت في فئة موافق بنسبة 55.7%، وكذلك جاءت عبارة أحب التعرف إلى الجديد في عالم الإنترنت حيث بلغ عدد الطلاب في فئة موافق 145 طالباً بنسبة 51.4%. وكذلك كان اتجاه نحو الاستزادة من تعلم الإنترنت وطرق الاستفادة منها، حيث بلغ عددهم في فئة موافق 139 طالباً بنسبة 49.3%. ونلاحظ من بيانات الجدول رقم (22) تدني عدد الطلاب في فئة غير موافق وغير موافق بشدة في اتجاهاتهم المختلفة نحو

شبكة الإنترنت، فمثلاً أشار 9 طلاب فقط من أنه قلق من تأثير الإنترنت على الأسرة والمجتمع في فئة غير موافق بشدة بنسبة 2.2%. كما أن عدداً من الطلاب أشار بأن دراسته لن تتأثر نتيجة قضاء بعض الوقت مع الإنترنت، حيث بلغ عدد هؤلاء الطلاب في فئة غير موافق بشدة 14 طالباً بنسبة 5% فقط. ومن ثمّ فمعظم الطلاب لديهم اتجاهات إيجابية نحو استخدام شبكة الإنترنت بمواقعها المختلفة، وما يمكن أن تحدثه من تأثيرات على الأفراد والمجتمع. ويوضح الجدول التالي اتجاهات طلاب قسم الإعلام عينة الدراسة نحو شبكة الإنترنت.

جدول رقم (22). توزيع اتجاهات الطلاب نحو شبكة الإنترنت.

رقم العبرة	العبرة	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة	غير محدد
1	لدي ميول نحو الإنترنت	ك	75	157	21	20	6
		%	26.6	55.7	7.4	7.1	2.1
2	أحب أن أطور مهاراتي في استخدام الإنترنت	ك	113	111	23	22	7
		%	40.1	39.4	8.2	7.8	2.5
3	أحب التعرف إلى الجديد في عالم الإنترنت	ك	84	145	31	9	3
		%	29.8	51.4	11.0	3.2	1.1
4	أحب التعاون مع الآخرين للحصول على أكبر فائدة ممكنة من الإنترنت	ك	86	133	35	16	1
		%	30.5	47.2	12.4	5.7	4.0
5	أحب الاستزادة في تعلم الإنترنت وطرق الاستفادة منها	ك	70	139	43	16	4
		%	24.8	49.3	15.2	5.7	1.4
6	أحتاج إلى مساعدة في كيفية استخدام الإنترنت	ك	76	122	22	47	12
		%	27.0	43.3	7.8	16.7	4.3
7	أود أن أكون علاقات تعليمية مع أساتذتي أعضاء هيئة التدريس من خلال شبكة الإنترنت	ك	73	105	49	35	14
		%	25.9	37.2	17.4	12.4	5.0
8	أرغب في تعليم الآخرين كيفية الاستفادة من الإنترنت	ك	49	126	78	14	5
		%	17.4	44.7	27.7	5.0	1.8
9	أتمنى أن يتوسع أعضاء هيئة التدريس في الاعتماد على الإنترنت في التدريس	ك	60	116	60	23	10
		%	21.3	41.1	21.3	8.2	3.5
10	أنا متضايق من عدم قدرتي على استخدام الإنترنت بشكل جيد	ك	68	106	29	58	15
		%	24.1	37.6	10.3	20.6	5.3
11	أعتقد أنه لن تتأثر دراستي (عملي) نتيجة قضاء	ك	60	111	43	45	14

رقم العبارة	العبارة	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق بشدة	غير موافق	غير محدد
	بعض الوقت مع الإنترنت	21.3	39.4	15.2	16.0	5.0	3.2
12	لدي معلومات محدودة عن الإنترنت	36	140	34	53	13	6
		12.8	49.6	12.1	18.8	4.6	2.1
13	أنا قلق من تأثير الإنترنت على أسرتي والمجتمع	60	96	55	39	9	23
		21.3	34.0	19.5	13.8	2.2	8.2
14	ليس لدي وقت للاستفادة من الإنترنت	37	128	34	66	13	4

10- خاتمة

يعرض الباحث باختصار فيما يلي لأهم نتائج البحث:

- 1 بلغ عدد الطلاب الذين يشاركون في الإنترنت 129 طالباً بنسبة 45.7٪.
- 2 يحرص الطلاب على زيارة المواقع الخاصة بالدراسة، والمواقع الرياضية، والمواقع الموسيقية والغنائية، وكذلك المواقع الثقافية والعلمية والمواقع الدينية.
- 3 يتركز استخدام طلاب قسم الإعلام في الفترة المسائية وآخر الليل، وربما يكون ذلك مرتبطاً بوجود الطلاب نهائياً في الجامعة بالإضافة إلى عادات السهر لدى الطلاب.
- 4 تنوعت استخدامات طلاب قسم الإعلام بجامعة الملك سعود لشبكة الإنترنت ما بين: إجراء المكالمات الهاتفية، وإرسال فاكسات، والاستماع إلى الإذاعة، والمشاركة في اجتماعات

الفيديو كواتونس، ومعرفة النتائج الدراسية، وتصميم الصفحات الإلكترونية، والدراسة والبحث عن وظائف، ومعرفة نتائج المباريات الرياضية، والمشاركة في ساحات النقاش.

5 وفيما يتعلق بمصادر معرفة الطلاب لصفحات الإنترنت جاء الأصدقاء في الترتيب الأول، ثم دليل الإنترنت والمجلات، وكذلك من خلال الجرائد والمجلات، وعن طريق محركات البحث.

6 وتمثلت الإشباع المتحققة لطلاب قسم الإعلام بجامعة الملك سعود من وراء استخدامهم لشبكة الإنترنت في: الاتصال بأشخاص آخرين، الاتصال بالأهل، الاتصال بالأصدقاء ومعرفة أشخاص جدد، معرفة وظائف جديدة.

7 وقد تمثلت معظم العقبات في استخدام طلاب قسم الإعلام عينة الدراسة لشبكة الإنترنت في بقاء الإنترنت، يحتاج الإنترنت إلى مزيد من الجهد

والوقت، معظم المواقع عديمة الفائدة.

8 أهما من حيث الإيجابيات فقد ذكر طلاب
قسم الإعلام عينة الدراسة أهمها فيما يلي: أسرع
وسيلة للحصول على المعلومات، ربط المجتمعات
بعضها مع بعض، تسهيل الحياة الدراسية، تعمق كثيراً
من ثقافة الطالب وتزيد من حصيلة المعلومات.

المراجع والمصادر

حسين, سمير بحوث الإعلام: الأسس والمبادئ.

(1982) القاهرة، عالم الكتب.

حسين, سمير، بحوث الإعلام (1995) القاهرة، عالم الكتب.

حمد, عبير محمد (2001) مرجع سابق ص 65.

حمدي, عبير محمد (2001) دور الإنترنت والراديو والتلفزيون في إمداد الجمهور المصري بالمعلومات، رسالة ماجستير غير منشورة (القاهرة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، ص 92).

حنفي, نرمن سيد، أثر استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة على أنماط الاتصال الأسري، رسالة ماجستير غير منشورة، (القاهرة، جامعة القاهرة كلية الإعلام 2003).

الحديشي، مؤيد (2002) العولمة الإعلامية والأمن القومي العربي. (عمان الأهلية للنشر والتوزيع، ص 85).

دوفور, أرنود (1998) إنترنت، ترجمة: من مليحس. (القاهرة، الدار العربية للعلوم ص 40).

زين, عبد الهادي (1998) الإنترنت: العالم على شاشات الكمبيوتر (القاهرة، المكتبة الأكاديمية، ص 18).

سالم، ماجد استخدامات أعضاء هيئة التدريس وطلاب الجامعات الفلسطينية لشبكة المعلومات

إسماعيل، ريم استخدامات طالبات الجامعة في مصر وسوريا لشبكة الإنترنت والإشباع المتحققة منها، رسالة ماجستير غير منشورة (القاهرة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، 2005).

بجيت, السيد "الاستخدامات المتخصصة للإنترنت لدى أساتذة الاتصال الجماهيري"، في: المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد 9 أكتوبر، ديسمبر، 2000 ص 107 - 171).

بركات, وليد فتح الله، استخدامات الشباب الكويتي بشبكة الإنترنت والإشباع التي تحقّقها في: المجلة المصرية لبحوث الإعلام العدد 23 يوليو /ديسمبر 2004 ص 95 - 159.

بشير، تحسين استخدام الإنترنت ودوافعها لدى طلبة جامعة البحرين: دراسة ميدانية، في المجلة العربية للعلوم الإنسانية الكويت جامعة الكويت العدد 86، ربيع 2004 ص 167 - 196.

بهاء شاهين. الإنترنت والعولمة. 1999 (القاهرة، عالم الكتب ص 57).

تريه، بدلت سمات الشخصية وتأثيرها على الأنشطة الاتصالية دراسة تطبيقية على عينة من الشباب، رسالة ماجستير غير منشورة (القاهرة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام 2002).

حسن, حمدي (1998) الوظيفة الإخبارية لوسائل الإعلام. القاهرة دار الفكر العربي ص 9 - 10.

جامعة حلون القاهرة، العدد السادس يوليو
1999 ص 481 - 542.

عبد الباقي، عثمان فكري (2006) استخدامات
النخبة العلمية المصرية لوسائل الاتصال : دراسة
ميدانية، رسالة ماجستير غير منشورة. (القاهرة
جامعة القاهرة، كلية الإعلام، ص 111).
عبد الحميد، محمد "نظريات الإعلام واتجاهات التأثير"،
(1997) القاهرة، عالم الكتب، ص
220 - 225).

عبد الحميد، محمد، البحث العلمي في الدراسات
الإعلامية، (2000) ط / القاهرة عالم الكتب.
عبد السلام، نجوى "أنماط ودوافع استخدام الشباب
المصري لشبكة الإنترنت : دراسة استطلاعية"،
بحث مقدم إلى المؤتمر العلمي الرابع : الإعلام
وقضايا الشباب (القاهرة كلية الإعلام جامعة
القاهرة 1998 ص 85 - 113).

عبد الغني، أمين سعيد، تأثير استخدام الإنترنت على
القيم والاتجاهات الأخلاقية للشباب الجامعي،
بحث مقدم إلى المؤتمر العلمي السنوي التاسع
لكلية الإعلام بجامعة القاهرة، مايو 2003.
علم الدين، محمود (2003) محمود ثيمور، أساسيات
تكنولوجيا الاتصال والمعلومات والتوثيق
الإعلامي، (القاهرة، دن ص 291).

علم الدين، محمود و ينمور، محمود (1997)
الحاسبات الإلكترونية وتكنولوجيا الاتصال.

الإلكترونية، رسالة ماجستير غير منشورة
(القاهرة، معهد الدراسات والبحوث العربية،
جامعة الدول العربية، 2002).

سرحان، أحمد عبادة (1980) العينات، القاهرة. د. ن.
سعيد، محمود، الآثار الاجتماعية للإنترنت على
الشباب، دراسة ميدانية على عينة من مقاهي
الإنترنت (القاهرة دار المصطفى للنشر والتوزيع
2003).

السمري، هبة الله بهجت، استخدام الأطفال
للإنترنت : العلاقة التفاعلية بين الآباء والأبناء
في المجلة المصرية لبحوث الإعلام، ع 8 2003.
صالح، سليمان (2002) مستقبل الصحافة في ضوء
ثورة الاتصال. (القاهرة، مركز الغندور
العلمي، ص 35).

طابع، سامي "استخدامات الإنترنت في العالم العربي :
دراسة على عينة من الشباب العربي في المجلة
المصرية لبحوث الرأي العام". العدد الرابع،
200 ص 35 - 67.

الطوخي، عربي دوافع استخدام الأطفال لشبكة
الإنترنت والإشباع المتحققة في : المجلة
المصرية لبحوث الرأي العام العدد الرابع المجلد
الثالث 2002 ص 163 - 203.

الطرايشي، مرفت كامل، العوامل المؤثرة في تعرض
الشباب المصر للمواقع الإلكترونية على
الإنترنت : دراسة ميدانية في مجلة كلية الآداب،

في: مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية. ج 17
العدد الأول إبريل 2001 ص 1 - 45.
محمد، عبد العزيز استخدامات الجمهور في مملكة
البحرين لوسائل الإعلام والإشباع المتحققة
منها، رسالة ماجستير غير منشورة، (القاهرة
جامعة القاهرة، كلية الإعلام 2004).
مكاوي، حسن عماد (2005) تكنولوجيا الاتصال
الحديثة في عصر المعلومات (القاهرة، الدار
المصرية اللبنانية، ص 231 - 232).
مكاوي، حسن عماد و حسين، ليلي (1998)
الاتصال ونظرياته المعاصرة. القاهرة الدار
المصرية اللبنانية ص 239.

الوفائي، محمد، مناهج البحث في الدراسات الاجتماعية
والإعلامية (1989) القاهرة، مكتبة الإنجلو
المصرية.

المراجع الأجنبية

www.searchwebservices tech target

www.wikipedia.org.

Hardy, H. The history of the net.

www.umec.umich.edu.

Joseph B. Walther. (February, 1996) Computer mediated Communication Interpersonal and hypersonic Interaction. In: communication Research- Vol 23, No I. P 19

Kraut, R. Et Ai. (1999) Information and communication: Alternatives Uses of the Internet in Households. In: information systems Research. Vol 16 No. 4, pp.287-290

Mc Cown. J. el Al. (2001) Internet Relationship: people who meet People. Im cyber psychology8 Behavior. Vol 4, No, 5 p 593-960.

(القاهرة دار الشروق. ص196).
علم الدين، محمود و ينمور، محمود ، 2003 مرجع
سابق، ص 300.
العبد، عاطف، الأسلوب العلمي في البحوث الإعلامية
(1989) القاهرة، مطبعة الهاني.
الغريب، سعيد محمد، دوافع تعرض الشباب الجامعي
البحريني للإنترنت والإشباع المتحققة، في:
المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد 23
يوليو/ ديسمبر 2004 ص 543 - 641.
فتح الله، وليد اعتماد الشباب الجامعي الكويتي على
وسائل الإعلام في المعرفة بالقضايا العربية
والدولية. في المجلة المصرية لبحوث الإعلام
العدد 18 يناير/ مارس 2003.
فوزي، صفا علاقة الطفل المصري بوسائل الاتصال
الإلكترونية: دراسة على عينة من أطفال الريف
والحضر بين 12 - 18 سنة، رسالة ماجستير
غير منشورة، (القاهرة، جامعة القاهرة، كلية
الإعلام، 2003).

فيصل، نعيم استخدامات الإعلاميين الفلسطينيين
لشبكة الإنترنت: دراسة على الإعلاميين
الفلسطينيين بمحافظة غزة، رسالة ماجستير غير
منشورة، (القاهرة، معهد الدراسات العربية،
2003).

الكندري، يعقوب علاقة استخدام شبكة الإنترنت
بالعزلة الاجتماعية لدى طلاب جامعة الكويت

- Fallows, D.** How women and men use The Internet (U. S. A. Pew internet & American life project, 2005 pp 1-46)
- Greenfield, D.** Internet Abuse in the worviolace. In: www.Almexperts.Com.Html.Accessed. 15/12/2008.
- Chou. C.** Internet Heavy use and Add Iction among Taiwanese. In: Cyber Psychology & Behavior. 2001. Vol, 4, No, 5, pp 573-585)
- Song J.** Internet Gratifications and Internet Addiction: on The uses and Abuses of new media. In: Cyber Psychology & Behavior. 2004. Vol 7 No: 4 pp384-394)
- Rainie, L.** Tracking on line life: Internet cultivates Relationship with Family and Friends. www.pewinternet.org.
- G, Enjy,** on Line Dating In Egypt. Cairo. A. U. C. 2002)
- Shah, haven.** connecting and dies netting with civic life: patterns of Internet use and the production of social capital. In Political communication, Vol. 18 no. 2, 2001 pp141-156).
- Norman. Nie 8 Al.** Internet use: Interpersonal Relations and Soacileis Findings From A Detailed Time Diary Study. In: Jo urnal of communication Vol. 5, No. 2, June 2001 pp 366-380).
- Glem G. Sparks.** (2002) Media Effects Research: A bosic Revview. Cconda. Words worth,
- Green, M. Et Ai.** (2005) Communication Via internet, Journal of Applied Social Psychology. Vol. 35, No 3 pp, 445-452.
- Wilcox, J.** (2003) video conferencing 8 Interactive Multimedia the whole Picture. (U. S. A. Telecombooks, p103).
- Severin, w & Tankard, J.** (2001) Communication Theories: Origins, Methods & uses in the Mass media. (New York. Wesley Longman, pp 369-371)
- Internet Usage statistics For the Middle East (2008)
In: <http://www.internetworldstats.com/stats.htm>.
- Abdulla, Rasha.** (2007) The Internet on The Arab World. (new York. Peterlong publishing, pp 35-39)
- Palmgreen, P & Wenner, L.A., & Rosengren, K.E.** (1985). Uses and gratifications research: the past ten years. Beverly Hills, CA: Sage.
- Stanley J. Baran & Dermisk, davis** (2000) Mass Communication Theory Foundations; Australia, Belmont, C-A. Wardsworth. pp216-619
- James lull;** (2000) Media, Communication, Culture: A Global Approach; Polity Press, Cambridge, UK; pp 85-90
- Jay G. Blumer & Elihu Katz.** (1974) The Uses Mass Communication: current perspectives on Gratification, pp21-25
- Samuel L. Becker. (1992) Discovering Mass communication Scott, Foresman, etc., Glenview, IL, USA, pp 500-505
- Robert, Abelman.** (1987) Religious Television Uses and Gratifications. in: Journal of Broadcastings & Electronic Media. Vol 31 Summer. PP 293-301.
- Denis McQuail.** (1994) Mass Communications Theory: An Introduction, London, sage Publications Ltd, p 160-165)
- Ferguson, Douglas & Perse, Eligabelh,** (2000) The world wide web As a national Alternative to T. V. In: Journal of Broadcasting & Electronic media. Vol. 44. No. 2, pp 155-174.
- Papacharissi, Zizi, & Rulim, Alan.** Predictors of internet. In: Journal of Broadcasting & Electronic Media. Vol 44 No, pp 175-196.
- America, A. Internet impact on Romanian Students. In: www.conferenceloisRamianian-Students.PJF. Accessed on: 12/11/2008

Using Internet and its realized satisfaction by Mass Communication Students of King Saud University Practical Study

Fahad A. Al-kheriji

*College of Arts – Mass Communication Department
King Saud University*

(Received 30/6/1430H accepted for publication 17/10/1430H)

Abstract. This study aims to find the uses of the young university students to the world wide web, diverse fields of using the network, the motives behind using the net and the gratification generated from such use. This study has been applied to the students of Mass Communication Department, Faculty of Arts, King Saud University in Riyadh in Saudi Arabia.

The present study seeks to achieve a number of scientific objectives such as the involvement of students, and the extent of exposure and satisfaction, in addition to the problems which are offset by students during their use of the Internet, and to identify the positive and negative aspects in their dealings with the Web site.

We adopted, in the study, the principles and fundamentals of the theory of uses and gratification in the interpretation of young people uses of the Internet, which is based on the assumption that psychological factors and social needs were behind the students use of the net, building expectations about the capacity and means of the net to satisfy their needs, due to the exposure to the world wide web. And evident from the study that the percentage of students who participate in the Internet was up to 45.7%. We found that students are keen to visit the sites, to chat and watch sports, music sites, as well as sites of cultural, scientific and religious contents.

The study found that students are using the Internet in the evening which confirms the students habits sleeping late. Students have varied uses of the Internet such as: make calls, sending faxes, listening to the radio, watching TV, using the net for their study, design web pages, chat and search for jobs, know the results of sports competitions and participate in discussion forums. On a positive phenomenon, students believe that the Internet is the fastest way to get the information, and its importance in connecting communities with each other and to facilitate school life.

