



جامعة بنغازي
كلية الإعلام
قسم إذاعة وتلفزيون

استخدامات الانترنت والإشباع المتحققة منها دراسة ميدانية على الجالية الليبية في مصر

قدمت من قبل:
باهر محمد خالد سالم العوكلي

تحت إشراف:
أ. د. الافي ادريس الرفادي

قدمت هذه الرسالة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في الإعلام

ربيع 2021



جامعة بنغازي
كلية الإعلام
قسم إذاعة وتلفزيون

استخدامات الانترنت والإشباع المتحققة منها دراسة ميدانية على الجالية الليبية في مصر

قدمت من قبل:
باهر محمد خالد سالم العوكلي

تحت إشراف:
أ. د. الافي ادريس الرفادي

قدمت هذه الرسالة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في الإعلام

ربيع 2021

حقوق الطبع

Copyright © 2021.All rights reserved, no part of this thesis may be reproduced in any form, electronic or mechanical, including photocopy, recording scanning, or any information, without the permission in writhing from the author or the Directorate of Graduate Studies and Training university of Benghazi.

حقوق الطبع 2021 محفوظة. لا يسمح أخذ أي معلومة من أي جزء من هذه الرسالة سواء على هيئة نسخة الكترونية أو ميكانيكية بطريقة التصوير أو التسجيل أو المسح من دون الحصول على إذن كتابي من المؤلف أو إدارة الدراسات العليا والتدريب جامعة بنغازي.



جامعة بنغازي
كلية الإعلام
قسم إذاعة وتلفزيون

استخدامات الانترنت والإشباع المتحققة منها دراسة ميدانية على الجالية الليبية في مصر
قدمت من قبل

باهر محمد خالد سالم العوكلي

ونوقشت بتاريخ 2021/08/18م

المشرف.....

الاسم: أ.د. اللافى إدريس الرفادي

كلية الإعلام – جامعة بنغازي

الممتحن الداخلي.....

الاسم: د. أبو بكر المبروك الغزالي

كلية الإعلام – جامعة بنغازي

الممتحن الخارجي.....

الاسم: د. عبد الله دخيل عبد الوهاب

كلية الآداب - قسم الإعلام – جامعة طبرق

الاعتماد

مدير مكتب الدراسات العليا والتدريب
د. عثمان محمد البديري

عميد الكلية
د. محمد سالم المنفي

...../...../.....

الإهداء

أمي الحبيبة الحنون

إلى الجبل الأشم والنهر المتدفق والجسر المتين الذي لم ييخل
بشيء من أجل دفعي إلى طريق السعادة وضحي بالكثير من أجلنا
وكان مثالا للفضيلة العلم .

أبي العزيز

إلى من شاركوني مر الحياة وحلوها إلى الأزهار التي تزين هذه
الحياة .

أخوتي وأخواتي

إلى مهجة قلبي وسندي ورصيدي في الحياة إلى من كتبت
معهم على جدران الزمن أجمل الذكريات إلى من ارتضاهم قلبي
إخلاء .

الباحث

شكر وتقدير

الشكر أولاً لله عز وجل الذي

القال في كتابه الحكيم: ﴿لَئِن شَكَرْتُمْ لَأَزِيدَنَّكُمْ﴾

الآية 7 من سورة إبراهيم

اتقدم بالشكر والامتنان إلى من لم يبخل علي بعلمه ولا خبرته في المجال العلمي وكان له دور كبير في إظهار هذا البحث إلى حيز الوجود.

أ.د. اللافى إدريس الرفادي

الباحث

فهرس المحتويات

فهرس الجداول

الصفحة	رقم الجدول	عنوان الجدول
68	(1)	توزيع عينة الدراسة طبقا للفئة العمرية
70	(2)	توزيع عينة الدراسة طبقا للمستوى التعليمي
72	(3)	توزيع عينة الدراسة طبقا لمهنة الباحثين
74	(4)	توزيع عينة الدراسة طبقا لطبيعة الإقامة في مصر
75	(5)	توزيع عينة الدراسة طبقا لمدة الإقامة في مصر
76	(6)	توزيع عينة الدراسة طبقا لمتوسط الدخل الشهري
78	(7)	توزيع عينة الدراسة طبقا لاستخدام الإنترنت
78	(8)	توزيع عينة الدراسة طبقا لترتيب وسائل الإعلام
80	(9)	توزيع عينة الدراسة طبقا لتاريخ استخدام الإنترنت
82	(10)	توزيع عينة الدراسة طبقا لوسيلة الدخول إلى شبكة الإنترنت
83	(11)	توزيع عينة الدراسة طبقا لمواجهة صعوبات استخدام الإنترنت من عدمها
84	(12)	توزيع عينة الدراسة طبقا لصعوبات استخدام الإنترنت
85	(13)	توزيع عينة الدراسة طبقا لمكان استخدام الإنترنت
88	(14)	توزيع عينة الدراسة طبقا لمعدل استخدام الإنترنت
90	(15)	توزيع عينة الدراسة طبقا للمدة المخصصة يوميا لاستخدام الإنترنت
93	(16)	توزيع عينة الدراسة طبقا لليوم المفضل لاستخدام الإنترنت
95	(17)	توزيع عينة الدراسة حسب الوقت المفضل لاستخدام الإنترنت
97	(18)	توزيع عينة الدراسة طبقا للأوقات التي يستخدم فيها الإنترنت بكثرة
98	(19)	توزيع عينة الدراسة طبقا لطبيعة استخدام الإنترنت مع الآخرين
100	(20)	توزيع عينة الدراسة طبقا للغة التي يستعملها الباحثين أثناء استخدام شبكة الإنترنت
101	(21)	توزيع عينة الدراسة طبقا لأشكال التفاعل التي يستعملها الباحثين أثناء دخول الإنترنت
103	(22)	توزيع عينة الدراسة طبقا لخدمات الإنترنت المفضلة لديهم
105	(23)	توزيع عينة الدراسة طبقا للمواقع المفضلة على شبكة الإنترنت
108	(24)	توزيع عينة الدراسة طبقا للمواقع المفضلة على شبكة الإنترنت
109	(25)	توزيع عينة الدراسة طبقا للمواقع التي تتابع وسائل إعلامية أخرى
110	(26)	توزيع عينة الدراسة طبقا لمحركات البحث المفضلة لديهم
115	(27)	توزيع عينة الدراسة طبقا لمدى مشاركتهم بالتعليق فيما تتصفح في الإنترنت
117	(28)	توزيع عينة الدراسة طبقا لأسباب تفضيلهم مواقع بعينها على شبكة الإنترنت
119	(29)	توزيع عينة الدراسة طبقا لدوافع استخدام شبكة الإنترنت
120	(30)	توزيع عينة الدراسة طبقا لدوافع استخدام شبكة الإنترنت

129	(31)	توزيع عينة الدراسة طبقاً لأسباب استخدام شبكة الإنترنت
137	(32)	توزيع عينة الدراسة طبقاً للمنافع التي يحققها لك تصفح الإنترنت
139	(33)	توزيع عينة الدراسة طبقاً لما تقدمه شبكة الإنترنت للمبشرين في الجانب الإعلامي
140	(34)	توزيع عينة الدراسة طبقاً لما تقدمه شبكة الإنترنت للمبشرين في الجانب الثقافي
142	(35)	توزيع عينة الدراسة طبقاً لما تقدمه شبكة الإنترنت للمبشرين في الجانب الاجتماعي
144	(36)	توزيع عينة الدراسة طبقاً لما تقدمه شبكة الإنترنت للمبشرين في الجانب الديني
145	(37)	توزيع عينة الدراسة طبقاً لما تقدمه شبكة الإنترنت للمبشرين في الجانب النفسي
147	(38)	توزيع عينة الدراسة طبقاً لشعور المبشرين أثناء استخدامهم شبكة الإنترنت
149	(39)	توزيع عينة الدراسة طبقاً لأثر استخدام شبكة الإنترنت على وسائل الإعلام الأخرى
151	(40)	توزيع عينة الدراسة طبقاً لمصادقية ما تقدمه شبكة الإنترنت
152	(41)	توزيع عينة الدراسة طبقاً لمستقبل استخدام شبكة الإنترنت
154	(42)	يوضح العلاقة بين نوع المبشرين ومعدل تعرضهم لشبكة الإنترنت
154	(43)	يوضح العلاقة بين المستوى التعليمي للمبشرين ومعدل تعرضهم لشبكة الإنترنت
155	(44)	يوضح العلاقة بين الحالة المهنية للمبشرين ومعدل تعرضهم لشبكة الإنترنت
155	(45)	يوضح العلاقة بين طبيعة الإقامة ومعدل تعرضهم لشبكة الإنترنت
156	(46)	يوضح العلاقة بين مدة الإقامة ومعدل تعرضهم لشبكة الإنترنت
157	(47)	يوضح العلاقة بين نوع المبشرين وكمية تعرضهم لشبكة الإنترنت
157	(48)	يوضح العلاقة بين الحالة الوظيفية للمبشرين وكمية تعرضهم لشبكة الإنترنت
158	(49)	يوضح العلاقة بين نوع المبشرين ونوعية المضامين المفضلة على شبكة الإنترنت
159	(50)	يوضح العلاقة بين المستوى التعليمي ونوعية المضامين المفضلة على شبكة الإنترنت
159	(51)	يوضح العلاقة بين الحالة الوظيفية ونوعية المضامين المفضلة على شبكة الإنترنت

فهرس الأشكال

الصفحة	رقم الشكل	عنوان الشكل
42	(1)	نموزج كاتز وزملائه
43	(2)	نموزج روزنجرين
44	(3)	نموزج بالمجرين وروبين
55	(4)	كيفية تحقق الإشباعات
56	(5)	عوامل التعرض

ملخص الدراسة

هدفت هذه الدراسة إلى تفسير كيفية استخدام الجالية الليبية المقيمة في مصر محل الدراسة الانترنت في إشباع احتياجاتهم بالارتكاز إلى مفهوم الجمهور النشط الذي يعد احد عناصر المدخل الذي يقوم علي أساس أن الأفراد يبحثون عن وسائل الإعلام التي تناسب مع رغباتهم وتشبع حاجتهم من هذه الوسيلة وبالتالي التعرف علي الإشباعات المختلفة التي يمكن تحقيقها من خلال التعرض للانترنت .

وشرح دوافع وأنماط التعرض للانترنت وأشكال التفاعل المختلفة التي تحدث نتيجة التعرض ومعرفة دور المتغيرات المتبادلة بين دوافع الاستخدام وأنماط التعرض للانترنت والإشباعات الناتجة عنها ، وتم الاعتماد علي مدخل الاستخدامات والإشباعات لدراسة استخدامات الانترنت والإشباعات المتحققة منها دراسة ميدانية علي الجالية الليبية في مصر حيث يعد المدخل تطبيقا لمفهوم الوظيفة الفردية الذي يتعامل مع وسائل الإعلام من وجهة نظر الفرد .

يتمثل الهدف الرئيسي للدراسة في معرفة دوافع تعرض أفراد الجالية الليبية في مصر الانترنت والإشباعات المتحققة منها. ولتحقيق هذا الهدف الرئيسي توجد مجموعة أهداف فرعية هي :

- 1- معرفة السمات والخصائص الديموغرافية لأفراد عينة الدراسة الذين يتعرضون الانترنت من الجالية الليبية في الأراضي المصرية.
- 2- معرفة نوعية المواقع التي يفضلها أفراد الجالية الليبية المقيمة في مصر.
- 3- معرفة نوعية المضامين للمواقع التي يهتم بها أفراد الجالية الليبية من بين مواقع الانترنت.
- 4- معرفة معدلات تعرض أفراد الجالية الليبية الانترنت المصرية وأوقات التعرض ووسائله.
- 5- معرفة الدوافع النفسية والطوقسية لتعرض أفراد الجالية الليبية الانترنت .
- 6- معرفة أنماط والإشباعات المتحققة لدى أفراد الجالية الليبية نتيجة تعرضهم الانترنت .

بناء علي الإجابات التي سيقدمها البحث عن أسئلة الدراسة يختبر الباحث عددا من الفروض العلمية التالية :
الفرض الأول: يختلف معدل تعرض أبناء الجالية الليبية في مصر للانترنت باختلاف المتغيرات الديموجرافية (نوع – المستوى التعليمي – الحالة الوظيفية – طبيعة الإقامة – مدة الإقامة)
الفرض الثاني : توجد فروق دالة إحصائية بين المتغيرات الديموجرافية (النوع- الحالة الوظيفية- مدة لإقامة المبحوثين) لأفراد الجالية الليبية وكمية التعرض للانترنت .

الفرض الثالث : تختلف نوعية المضامين المفضلة لدي أفراد الجالية الليبية في مصر باختلاف المتغيرات الديموجرافية (النوع – المستوى التعليمي – الحالة الوظيفية)

الفرض الرابع : توجد فروق دالة إحصائية بين المبحوثين طبقا للمتغيرات الديموجرافية (النوع والمستوى التعليمي والحالة الوظيفية وطبيعة الإقامة) ودوافع تعرض أفراد الجالية الليبية الانترنت والإشباعات المتحققة منها.

الفرض الخامس : توجد فروق دالة إحصائية بين دوافع التعرض (الطوقسية والنفسية) لأفراد الجالية الليبية في مصر والمضامين المقدمة في مواقع الانترنت المختلفة .

الفرض السادس: توجد علاقة ارتباط دالة إحصائية بين الدوافع النفسية لتعرض أفراد الجالية الليبية في مصر الانترنت وإشباعات المحتوى المتحققة.

الفرض السابع :توجد علاقة ارتباط دالة إحصائية بين الدوافع الطوقسية لتعرض الجالية الليبية في مصر للانترنت وإشباعات العملية .

تنتمي هذه الدراسة إلى مجال الدراسات الوصفية و يعد هذا البحث وصفا كونه يهدف " بشكل عام إلى تسجيل الحوادث ووصفها فضلا عن عرض خصائص الموضوع بأسلوب علمي موضوعي دقيق وتكتسب البحوث الوصفية أهمية خاصة في البحث العلمي بفضل خطواتها العلمية الدقيقة واتساع نطاقها ويبدو ذلك من خلال الاهتمام بمعرفة الخصائص التي تميز أفراد الجالية الليبية في مصر الذين يتعرضون الانترنت ، وقد اعتمدت الدراسة في إجراءاتها المنهجية على استخدام المسح بالعينة في عملية جمع البيانات ، حيث تم إعداد استمارة استبيان وتم إخضاعها للقواعد المنهجية المتعارف عليها من حيث التصميم والاختبار القبلي، والاختبار البعدي.

وتوصلت الدراسة إلي ضرورة العمل الجاد على إعداد برامج نشر الوعي التقني والمعلوماتي بسبل ترشيد استخدام شبكة الإنترنت لدى أبناء الجاليات الليبية المقيمون في مصر.

الحث على ضرورة تدليل المعوقات التي تواجه أبناء الجاليات الليبية أثناء استخدام شبكة الإنترنت والتي يأتي في مقدمتها بطئ الاتصال، وارتفاع ثمن الاستخدام...إلخ.

على توفير خدمات الاتصال بشبكة الإنترنت لدى المبحوثين - أبناء الجاليات الليبية - في مختلف الأماكن التي يقطنون بها داخل جمهورية مصر العربية.

والتوعية بالمخاطر والآثار السلبية الناجمة عن الاستخدام السيئ لشبكة الإنترنت والتي يأتي في مقدمتها إدمان الإنترنت، والعزلة، والاعتراب الاجتماعي، الدخول على المواقع غير الأخلاقية.....إلخ.
العمل على إنشاء مواقع متخصصة تلبي احتياجات أبناء الجاليات الليبية فيما يتعلق بأخبار الوطن بشكل موضوعي بعيدا عن تزييف الحقائق والأهواء الشخصية.
ضرورة الاستفادة من شبكة الإنترنت في تنمية الوعي الثقافي للمبحوثين وذلك من خلال اكتساب المزيد من المعارف والمعلومات العامة والمتخصصة.
تأهيل الباحثين من أبناء الجاليات الليبية بسبل استخدام مواقع البحث وقواعد البيانات التي تفي بالاستفادة منها في الحصول على المعلومات والبيانات الخاصة ببحوثهم ودراساتهم العلمية.

الفصل الأول

الإطار المنهجي

مُتَكَلِّمًا

إن الحمد لله نحمده ونستعينه ونستغفره، ونعوذ بالله من شرور أنفسنا ومن سيئات أعمالنا، من يهده الله فلا مضل له ومن يضل فلا هادي له ، وأشهد أن لا إله إلا الله وأشهد أن محمداً عبده ورسوله بسم الله الرحمن الرحيم ﴿ يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ حَقَّ تَقَاتِهِ وَلَا تَمُوتُنَّ إِلَّا وَأَنتُمْ مُسْلِمُونَ ﴾ (1)
﴿ يَا أَيُّهَا النَّاسُ اتَّقُوا رَبَّكُمُ الَّذِي خَلَقَكُمْ مِنْ نَفْسٍ وَاحِدَةٍ وَخَلَقَ مِنْهَا زَوْجَهَا وَبَثَّ مِنْهُمَا رِجَالًا كَثِيرًا وَنِسَاءً وَاتَّقُوا اللَّهَ الَّذِي تَسَاءَلُونَ بِهِ وَالْأَرْحَامَ إِنَّ اللَّهَ كَانَ عَلَيْكُمْ رَقِيبًا ﴾ (2)
﴿ يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا (70) يُصْلِحْ لَكُمْ أَعْمَالَكُمْ وَيَغْفِرْ لَكُمْ ذُنُوبَكُمْ وَمَنْ يُطِعِ اللَّهَ وَرَسُولَهُ فَقَدْ فَازَ فَوْزًا عَظِيمًا ﴾ (3) (4)

إن من معالم ثورة الاتصالات الحديثة الشبكة العالمية للمعلومات أو ما يسمى الإنترنت (Internet) التي انتشرت في جميع دول العالم ودخلت معظم البيوت والمؤسسات التجارية والترفيهية والسياسية والتعليمية وتزداد أهمية الإنترنت على المستوى الدولي مع تنوع استخداماتها وازدياد عدد المستخدمين، ولا تنحصر أهمية الإنترنت في مجال تبادل المعلومات فهي تؤدي اليوم أدواراً سياسية وإعلامية واقتصادية وثقافية اجتماعية ، وقد شهد العالم العربي معالم ربيع الثوري الحافل والذي كان الاستخدام الإنترنت دور بارز في اكمال معالمه والتي تبلورت بنجاح الثورات في كل من تونس ومصر وليبيا .

اولاً: مشكلة الدراسة:-

تتطلب معالجة المشكلات الاستناد إلى البحوث العلمية لغرض الاختبار والمتابعة النظرية والميدانية فإن السمة الرئيسية التي تتميز بها البحوث العلمية هي ان تكون ذات مشكلة محددة يتم التصدي لها بالدراسة والتحليل من جوانبها المتعددة. (5)

ولأن المشكلة العلمية هي أساس العمل العلمي الذي يؤدي الى إيجاد حلول لمشكلات تواجه الباحثين وأخرى تضغط على تفكير المتلقين الذين يسعون الى تعرضهم للرسائل الاتصالية المختلفة ضمن إطار من الوعي والإدراك الذي يساعدهم على اتخاذ القرار الأصوب بشأنها ، وبسبب هذه الأهمية الكبيرة فإن وقوع الباحث، في أي نوع من أنواع القلق والتهيب وعدم الاستقرار الذهني وضبابتيه هو أمر مطلوب لنجاحه باعتبار أن هذه الحيرة هي درجة متقدمة من التفكير العلمي المركز الذي ينبغي على الباحث، تقبله وعدم الحياء عنه الى أن يصل بتفكيره المنظم الى الانتباه الذي يقوده الى الاختيار واتخاذ القرار بيقين(6)، وبرغم أن شروط الاتيان بالإبداع تستلزم بكاراة الموضوع المختار للبحث، أي أن يكون جديداً مما لم يخض فيه

1. سورة آل عمران ، الآية 102.

2. سورة النساء ، الآية 1 .

3. سورة الأحزاب ، الأيتان 70 ، 71 .

4. هذه خطبة الحاجة كما في حديث عبد الله بن مسعود ؓ قال: (علمنا رسول الله ﷺ خطبة الحاجة: (الحمد لله ونستعينه ونستغفره ...) ، أخرجه : أبو داود في سننه ، كتاب النكاح ، باب في خطبة النكاح، ج 2، ص591، رقم 2118، ولقد أثبت الشيخ المحدث محمد ناصر الدين الألباني صحة بعض طرقها وله رسالة بعنوان (خطبة الحاجة) ص 13 -14.

5. د. سمير محمد حسين. بحوث الإعلام، القاهرة، عالم الكتب 2- 1999 ، ص 19.

6. د. عقيل حسين عقيل ، فلسفة مناهج البحث العلمي ، مكتبة مدبولي - القاهرة ، 1999 ، ص 29 .

الآخرون، غير أن الخوض في موضوع معين لمرة ثانية، أو أكثر، يمكن أن يأتي بأشياء جديدة أيضاً، خصوصاً أن المشكلات، بمعنى الموضوعات، التي سبق دراستها قد انتهت الى نتائج محددة بحدود الزمان والمكان، وكذلك خصائص مفردات البحث، ومناهج الدراسة وأدواتها، بحيث أن إعادة بحث المشكلة نفسها ضمن إطار سياق اجتماعي أو مهني أو في زمن آخر أو من خلال استخدام أدوات ومناهج مختلفة قد ينتهي الى نتائج مختلفة⁽¹⁾، أو بالأحرى جديدة، فالمشكلات البحثية العلمية هي تلك التي تجيب نتائجها على طموحات عامة أو تظهر إبداعات جديدة أو تصحح ملاحظات وغموضاً⁽²⁾، وبرغم أن النتائج العلمية غالباً ما تكون اجتهادات تبدو في زمانها منطقية وصحيحة، لكنها قد لا تثبت على حالها إزاء ظهور علماء جدد وعلوماً جديداً ونتائج جديدة، ولكن يبقى للباحث فضل سعيه واجتهاده بل ان ثبوت خطأ أجزاء من نتائج معينة قد لا يعني عدم صواب النتائج جميعها.

وفي ضوء الحقائق السابقة أختار الباحث، كمشكلة علمية بحثية وهي محاولة لمعرفة طبيعة وأنماط استخدام الجالية الليبية الانترنت والإشباع المتحققة من هذا الاستخدام .

ثانياً: أهمية الدراسة :

وقد نبغ الإحساس بهذه المشكلة البحثية من التحول الكبير والمفاجئ الذي حدث أثناء تغطية وقائع ويوميات الثورات العربية وما تبعها من أحداث جسام ثم ذلك التحول الغير مسبوق في متابعة العرب عموماً والجاليات العربية المقيمة في مصر لإخبار الثورة في ليبيا عبر الانترنت في بلدي ليبيا الذي طمست فيه معالم التطور والتقدم بفعل فاعل، ومن هنا ومن خلال تجربتي الشخصية والدور الذي لعبته الانترنت لذا أراد الباحث دراسة (استخدامات الانترنت والإشباع المتحققة منها لدي الجالية الليبية في مصر).

ومن هنا جاءت فكرة القيام بهذا البحث غير المسبوق في هذا المجال (علي حد علم الباحث).

الهدف من الدراسة.

يتمثل الهدف الرئيسي للدراسة في معرفة دوافع تعرض أفراد الجالية الليبية في مصر الانترنت والإشباع المتحققة منها. ولتحقيق هذا الهدف الرئيسي توجد مجموعة أهداف فرعية هي :

- 1- معرفة السمات والخصائص الديموغرافية لأفراد عينة الدراسة الذين يتعرضون الانترنت من الجالية الليبية في الأراضي المصرية.
- 2- معرفة نوعية المواقع التي يفضلها أفراد الجالية الليبية المقيمة في مصر.
- 3- معرفة نوعية المضامين للمواقع التي يهتم بها أفراد الجالية الليبية من بين مواقع الانترنت.
- 4- معرفة معدلات تعرض أفراد الجالية الليبية الانترنت المصرية وأوقات التعرض ووسائله.
- 5- معرفة الدوافع النفسية والطقوسية لتعرض أفراد الجالية الليبية الانترنت .
- 6- معرفة الأنماط والإشباع المتحققة لدى أفراد الجالية الليبية نتيجة تعرضهم الانترنت .

1. د. محمد عبد الحميد ، مرجع سابق، ص74 .

2. د. عقيل حسين عقيل ، مرجع سابق ، ص31.

رابعاً: مدة الدراسة.

بشكل مباشر بعد اعتماد الخطة البحثية .

خامساً: أسباب الاختيار.

1- توفر البيانات لفترة البحث، بشكل مقبول.

2- عمل الباحث، بالإعلام، مما يتيح حرية المقارنة، لسهولة وتوفر البيانات والممارسة الفعلية.

3- التجربة الذاتية للباحث حيث حرم من أية وسائل اتصال لمعرفة ما يجري في بلده ليبيا التي تكن هناك أية وسيلة سوى ما تجود به الوسائل الإعلامية المختلفة وفي مقدمتها الانترنت .

سادساً: الدراسات السابقة.

■ الدراسات الأجنبية والعربية:

هناك العديد من الدراسات السابقة التي تقترب من هذا الموضوع، فهناك دراسات أجنبية وأخرى

عربية نستعرض أهمها:

■ الدراسات المشابهة: تناولت الاستخدامات والإشباعات.

أولاً: الدراسات الأجنبية .

1- دراسة (انجلمان،2000،Sharon A.Angleman)⁽¹⁾ بعنوان: استخدامات وإشباعات الانترنت.

حددت هذه الدراسة أنماط استخدام الانترنت عن طريق تحليل البحوث المتعلقة بمدخل الاستخدامات الإشباعات والاختيار والاحتياجات الحالية للأفراد وتعديلها ومحاولة تطبيقها على الانترنت ، وطبق هذا البحث على عينه كونه من 100 مفردة في استقصاء مباشر عبر الإنترنت ، ولخصت النتائج إن 2% فقط من العينة نادرا ما يتصفحون الانترنت وهناك 7% فقط يعتبرون الانترنت مخيب للأمل .

2- دراسة : ديميك ، ستافورد ، كلين " Dimmick , Stafford , Kline ,2000⁽²⁾ بعنوان :

نطاق إشباعات البريد الإلكتروني الشخصي والهاتف.

سعت هذه الدراسة إلى التعرف على استخدامات الأفراد للبريد الإلكتروني والتليفون والمقارنة بينهما ومعرفة الإشباعات التي يمكن أن تحققها .

واعتمدت الدراسة على عينة مؤلفة من 881 مفردة مقسمة كالآتي: 51.5% من الذكور و48.5% من الإناث، وتوصلت الدراسة إلى 48% من المبحوثين يستخدمون التليفون بشكل اقل منذ تبنينهم نظام البريد الإلكتروني .

وان أكثر من يستخدم البريد الإلكتروني هم صغار السن ومن المتعلمين والحاصلين على درجة

جامعية.

1 . Sharon A.Angleman uses and gratifications and internet profile t <http://www.jrily.com/literaryIllusions/internetGratificationStudyIndex.html>

2 . john gimmick , lure Stafford , Susan L. Kline " the gratification Niches of Personal E-mail and telephone " communication research (vol 27 , no 2 , april , 2000)

يتفوق البريد الإلكتروني على الهاتف في تحقيق فرص الإشباع الخاصة بالاتصال الشخصي مع الأفراد في الخارج، فيما وجد إن الهاتف أكثر تأثيراً بالنسبة لإشباعات الاجتماعية وأكثر حميمة .

3- دراسة : دوجلاس ، بيريس " Douglas and peres , 2000 " ⁽¹⁾ عنوان: شبكة المعلومات الإلكترونية كبديل وظيفي للتلفزيون .

تمت هذه الدراسة على عينة قوامها 133 مفردة موزعين بنسبة 66% ذكور و34% إناث، وسعت هذه الدراسة إلى اكتشاف التشابه بين التلفزيون وشبكة المعلومات الدولية "الانترنت" وفق إطار الاستخدامات والإشباعات في تقييم مدى إحلال شبكة المعلومات الإلكترونية كبديل وظيفي للتلفزيون. وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها أن استخدام شبكة المعلومات الإلكترونية يعود إلى عوامل الجذب العديدة الخاصة بهذه الوسيلة.

وتوصلت الدراسة إلى إن هناك خمسة أسباب رئيسية لاستخدام الانترنت في تسليية وتمرير الوقت والاسترخاء والحصول على المعلومات الاجتماعية، والمعلومات بشكل عام، ويستخدم الانترنت في مجال الوظائف المدرسية واللعب وطلب المعلومات والبعض يستخدمه للعمل.

4 - دراسة : بيرنت ، هاجروف ، ستمبل " Bernt , Hargrove , stempel, 2000 " ، بعنوان: العلاقة بين نمو استخدام الانترنت والتغيرات التي طرأت على استخدام وسائل الإعلام منذ عام 1995 وحتى عام 1999.

تناولت هذه الدراسة العلاقة بين تزايد الانترنت والتحديات التي يواجهها استخدام وسائل الإعلام التقليدية في المجتمع الأمريكي ما بين عامي 1995 و1999.

وقد أظهرت المقارنة بين مستخدمي الانترنت وغير المستخدمين ان المستخدمين أكثر احتمالاً لقراءة الصحف والاستماع للراديو ومشاهدة الأخبار التليفزيونية عدا ذلك فلا توجد فروق ذات دلالة ما بين المستخدمين، ومن ثم فمن الواضح أن شبكة الانترنت لا تعد سبباً في تراجع وسائل الاتصال الأخرى.⁽²⁾

1 . Douglas A.Ferguson and Elizabeth M.Perers " the wide world web as a functional alternative to television "journal of broadcasation and electronic media.(vol 44 ,No.22 ,2000)

2 . Guido Stempel , Thomas Hargove and Joseph Bernt " Relation of Growth of use the to change in media use from 1995 – 1999 " – journalism and mass communication quarterl – (vol 77 – No 12000)

5 - دراسة : روبين ، باباكاريسي " Rubin , Papacharissi , 2000 " بعنوان: التنبؤ

باستخدام الإنترنت.(1)

اعتمد الباحثون على عينة مكونة من 279 مفردة من طلاب الإعلام لمعرفة استخداماتهم للإنترنت وتألفت العينة من 58.8% من الإناث و 41.2 من الذكور، واختبرت هذه للإنترنت ووجدت أن الجماهير الذين يشعرون بالرضا عن الحياة والأمان المادي يفضلون استخدام الإنترنت كأداة نفعية كمثل البحث عن المعلومات، أما من هم اقل رضا فيشعرون أنهم اقل من اقرانهم في الاتصال الشخصي لذلك فهم يستخدمون الإنترنت كبديل وظيفي للاتصال الشخصي وقضاء الوقت وليس كأداة نفعية ضرورية للتطور، أما فيما يتعلق بنوع المعلومات فكانت المعلومات العلمية في المركز الأول من حيث الاستخدام تلا ذلك المعلومات الاجتماعية والثقافية ثم الترفيه والتسلية وأخيرا المعلومات الفنية، ولم تظهر النتائج أي اختلافات جوهريه بين الذكور والإناث وكان المبحوثين في مصر أكثر جدية من حيث البحث عن المعلومات، في حين أن المبحوثين من الخليج العربي أكثر بحثا عن التسلية والترفيه .

6- دراسة منديلسون Mendelson 1964 م : بعنوان: (الوظائف المتحققة من استخدام الراديو)(2).

أوضحت نتائج هذه الدراسة أن الاستماع إلى الراديو يسهم في تحقيق الصداقة والتخلص من الوحدة والضيق وتمضية الوقت، كما يساهم في الحصول علي الأخبار المفيدة والمعلومات والمشاركة في الأحداث المختلفة ويساعد في تحقيق التفاعل الاجتماعي.

7- دراسة جرينبيرج Greenberg 1974 م بعنوان: (إشباع مشاهد التلفزيون لدى الأطفال

البريطانيين)(3).

اتضح من هذه الدراسة أن دوافع مشاهدة الأطفال للتلفزيون تبلورت في قضاء الوقت، النسيان، التعلم، الإثارة، الاسترخاء، الصحة والعادة، واتضح من الدراسة أن من يستخدم التلفزيون لأسباب متعددة لديه الرغبة في الحديث مع أصدقائه عن التلفزيون، وتبين أيضاً عدم وجود تأثير للنوع أو الطبقة الاجتماعية على أسباب المشاهدة.

1. Zizi Papacharissi & Alan M. Rubin " predictor of Internet Use " Journal of Broadcasting and Electronic Media – (vol 44 – no 2 – 2000)

2. Harold Mendelson " Listening to Radio " Inlewis Dexter and David M. white (Editor d) Society and communication (New York : Free Press 1969 pp. 241 - 248

B.S. Greenberg " Gratification of television Viewing and their correlates for British Children 3. " J. G. Blumer and E. Katz (Editor 5) The uses of mass communication , current prespectiveson , Gratification- tions research (London : Beveriy Hills, Sage , 1974) pp71- 81.

8- دراسة روبين Rubin 1977م : بعنوان: (استخدام التلفزيون واتجاهات وسلوكيات المشاهدة بين الأطفال والمراهقين)⁽¹⁾.

توصلت هذه الدراسة إلى أن أهم أسباب مشاهدة الأطفال والمراهقين للتلفزيون تمثلت في التعلم كقضاء الوقت، الصحة، الاسترخاء، النسيان، الإثارة. واتضح أن صغار السن يشاهدون التلفزيون أكثر وهم أشد ارتباطاً بالمشاهدين من المراهقين وتزيد دوافع المشاهدة لديهم على المراهقين.

9- دراسة سوزان إيستمان Susan Eastman 1974م: بعنوان (استخدامات التلفزيون ونمط الحياة للمشاهدين)⁽²⁾.

توصلت هذه الدراسة إلى أن الإثارة والعادة والحصول على المعلومات الصادرة والتسلية وتمضية الوقت والهروب من الواقع واستخدام التلفزيون كخلفية عند ممارسة عمل آخر تمثل إشباعاً للمشاهدة لدى المشاهدين.

10- دراسة روبين وروين A. M. Rubin and R. B. Rubin 1981م بعنوان: (استخدام التلفزيون وعلاقته بالسن البيئة المحيطة)⁽³⁾.

أظهرت نتائج هذه الدراسة أن الموقف البيئي يؤثر في تغيير أنماط التعرض للتلفزيون ودوافعه، واتضح من الدراسة أن هناك تأثيرات نفسية واجتماعية تترتب على منح الشخص من المشاهدة أو تغيير مكان المشاهدة. دراسة روبين 1983م (استخدامات التلفزيون وإشباعاته)⁽⁴⁾، أجريت الدراسة على 626 مبحوثاً باستخدام أسلوب التحليل العاملي، وتوصلت الدراسة إلى أن هناك خمسة عوامل رئيسية لمشاهدة التلفزيون هي: قضاء الوقت، الحصول على المعلومات، التعليم والتسلية، الحصول على الصحة، والهروب، وكشفت الدراسة أن الذين يعتمدون على التلفزيون للحصول على المعلومات يشاهدونه أكثر من غيرهم ويركزون على البرامج الحوارية والأخبار أكثر من البرامج الأخرى عكس الذين يشاهدون التلفزيون للهروب فمشاهدتهم أقل ولا ينتقون المضامين التي يشاهدونها.

11- دراسة ميدانية عن (الاستخدام التجاري للشبكة) قامت بها جامعة ميشيغان في أكتوبر 1998م . والتي ركزت على خصائص استخدامات الشبكة العنكبوتية، التبادل التجاري الإلكتروني، مصادر المعلومات وقنوات التسويق، الاختيارات والتصورات، وبينت نتائج هذه الدراسة⁽⁵⁾ التي أجريت إلكترونياً على الإنترنت تشابه الدراسات التي تمت خارج الشبكة، مما يعني أن عينة هذه الدراسة ممثلة إلى حد كبير،

1. Adolescents Alan M. Rubin " Television Usage Attitudes and Viewing Behaviors of Children and "Journal of Broadcasting " Vol 12, Summer 1977, pp. 355 – 369
17. Susan T. Eastman, "Uses of Television Viewing and Consumer Life Styles, Amulti Variate Analysis ." Jjournal of Broadcasting Vol 23, No. 4, fall, 1974,pp. 491-499.
3. Alan M. Rubin and Rebecca B. Rubin " Age , context and Television use " , Journal of Broadcasting , No. 25, Winter , 1981 , pp. 1 - 13
4. Alan M. Rubin " Television Uses and Gratification: The Interaction of Viewing and Pattern Motivation "Journal of Broadcasting "No. 27, winter 1983, pp. 37 — 51.
Uric. Edu .Hermes @ Cochrane . Bus. 5.

وقد أوضحت الدراسة أن هناك علاقة بين استخدام الشبكة ومتغيرات السن والجنس والدخل والحالة الاجتماعية والمنطقة الجغرافية (أمريكا وأوروبا).

12- دراسة ميدانية أجراها شيكارا يوكاوا⁽¹⁾

من معهد إدارة المعلومات في جامعة برايتون في إنجلترا والتي أظهرت أن جمهور الإنترنت قفز من 6 مليون مستخدم سنة 1996م إلى أكثر من 1 مليون مستخدم عام 1998م.

ثانياً: الدراسات العربية:

1-دراسة : د/ طه عبد العاطي نجم، بعنوان: دوافع التعرض للصحف والمجلات المصرية والإشباع المتحققة- دراسة ميدانية على عينة من الجالية المصرية في سلطنة عمان.

قضية الدراسة:

يتمثل الهدف الرئيسي للدراسة في معرفة دوافع تعرض أفراد الجالية المصرية في سلطنة عمان للصحف والمجلات المصرية (الورقية والإلكترونية) والإشباع المتحققة من قراءتها.

الإطار النظري للدراسة:

تستند هذه الدراسة في إجراءاتها المنهجية على مدخل الاستخدامات والإشباع الذي يقوم أساساً على تصور استخدامات وسائل الإعلام ودوافع التعرض إليها من جانب والإشباع التي تحققها بالنسبة للجمهور من جانب آخر. ويعتمد هذا المدخل على فكرة اختلاف استخدام الأشخاص المختلفين لنفس محتوى الرسالة وفقاً لأغراضهم.

تساؤلات الدراسة وفروضها:

أهم التساؤلات:

ما عادات تعرض الجالية المصرية في سلطنة عمان للصحف والمجلات المصرية؟
ما كثافة تعرض الجالية المصرية في سلطنة عمان للصحف والمجلات المصرية؟
ما الإشباع (المحتوى والعملية) التي يحققها أفراد الجالية المصرية في سلطنة عمان للصحف والمجلات المصرية؟

أهم الفروض:

توجد فروق دالة إحصائية بين المتغيرات الديموغرافية (النوع- الحالة الوظيفية- مدة إقامة المبحوثين) لأفراد الجالية المصرية ووسيلة التعرض للصحف والمجلات المصرية.
توجد فروق دالة إحصائية بين المبحوثين طبقاً للمتغيرات الديموغرافية (النوع والمستوى التعليمي والحالة الوظيفية وطبيعة الإقامة) ودوافع تعرض أفراد الجالية المصرية للصحف والمجلات المصرية والإشباع المتحققة من قراءتها.

توجد علاقة ارتباط دالة إحصائية بين الدوافع النفعية لتعرض أفراد الجالية المصرية في سلطنة عمان للصحف والمجلات المصرية وإشباع المحتوى المتحققة.

الإطار المنهجي للدراسة:

نوع الدراسة: تنتمي هذه الدراسة إلى مجال الدراسات الوصفية ويبدو ذلك من خلال الاهتمام بمعرفة الخصائص التي تميز أفراد الجالية المصرية في سلطنة عمان الذين يتعرضون للصحف والمجلات المصرية.

عينة البحث: أجرى البحث على عينة مكونة من 200 مفردة تم سحبها من العاصمة مسقط بطريقة عمدية.

أدوات جمع البيانات: تم تصميم استمارة استبيان.

أهم النتائج:

- يحرص ما يقرب من ثلاثة أرباع مفردات عينة الدراسة على متابعة الصحف القومية.
- تصدرت صحيفة الأهرام مقدمة اهتمام أفراد الجالية المصرية.
- تصدرت الموضوعات السياسية ثم الثقافية والرياضية قائمة اهتمامات أفراد الجالية المصرية بالموضوعات الصحفية المنشورة في الصحف والمجلات المصرية، بينما جاءت الموضوعات الطبية وأخبار التسلية في ذيل قائمة الاهتمامات.
- جاء الشكل الخبري على رأس قائمة اهتمامات المبحوثين بالأشكال الصحفية في الصحف والمجلات المصرية.

- يحرص أفراد الجالية المصرية في سلطنة عمان على متابعة الصحف الورقية والإلكترونية معا.
- تصدرت قضية الحصول على معلومات حول الأحداث اليومية مجال الدوافع النفعية لقراءة أفراد الجالية المصرية للصحف والمجلات المصرية.

2- دراسة هشام مصباح: (استخدامات وإشباعات التلفزيون لدى المراهقين المصريين) (1).

دراسة الدراسة على عينة من المراهقين المصريين للتعرف على دوافع مشاهدة التلفزيون وإشباعات المتحققة من هذا التعرض وتوصلت إلى أن المراهقين يشاهدون التلفزيون لتحقيق إشباعات تعويديه ونفعية مقصودة، وتبين وجود علاقة بين النشاط أثناء المشاهدة والإشباعات المتحققة من المشاهدة واتضح أن السن غير مرتبط بالمشاهدة المخططة لبرامج التلفزيون.

3- دراسة حسن عماد مكاوي 1992م: استخدامات التلفزيون وإشباعاته في سلطنة عمان (2).

أجريت هذه الدراسة على عينة قوامها 399 مفردة من طلاب جامعة سلطنة عمان، وتوصلت الدراسة إلى أن دوافع مشاهدة التلفزيون لديهم تحددت في الاسترخاء والترفيه، الإلمام بما يحدث في العالم، شغل وقت الفراغ، التخلص من الملل، التعلم والثقافة بوجه عام، الإلمام بالمعلومات الهامة، معلومات

1. Hesham Mahmud Mesbah " Uses and Gratification of Television Viewing among Egyptian Adults" Unpublished Masters Thesis (Cairo : AUC Journalism Department, 1991), P. 13.

2. حسن عماد مكاوي. استخدامات التلفزيون وإشباعاته في سلطنة عمان، (القاهرة، كلية الإعلام، مجلة بحوث الاتصال، العدد الثامن، ديسمبر 1992 م).

تصلح للنقاش بحكم العادة، التوحد مع المجتمع، الشعور بالأمان والاستقرار، الصداقة والتميز عن الآخرين.

4- دراسة صابر عسران: (استخدامات وإشباعات التلفزيون لدى أئمة المساجد في محافظة القاهرة)⁽¹⁾.

أجريت الدراسة على عينة من أئمة المساجد التابعين لوزارة الأوقاف بمحافظة القاهرة دراسة قوامها 20 مفردة للتعرف على آرائهم فيما يقدمه التلفزيون من برامج للوصول إلى معرفة الإشباعات التي يحققونها من وراء ذلك، وتوصلت الدراسة إلى أن 90% من الأئمة يشاهدون التلفزيون مع أسرهم بنسبة 31% ثم بمفردهم بنسبة 21,6% ومع أقاربهم بنسبة 17,6%، وجاءت البرامج الدينية في الترتيب الأول من إجمالي البرامج التي يفضل الأئمة مشاهدتها بنسبة 35,99% تلاها البرامج الإخبارية بنسبة 15,89% فالدراما العربية بنسبة 13,48%، وكشفت الدراسة عن أهم إشباعات مشاهدة التلفزيون لدى الأئمة تمثلت في معرفة القضايا الداخلية والخارجية، معرفة الغريب في الكون، معرفة الجديد في العلم، معرفة أماكن جديدة، نقد المضمون، التسلية والترفيه، معرفة أنماط حياتية مختلفة، معرفة حلول للمشكلات، معرفة ثقافات أخرى.

5- دراسة محمد معوض 1979م: (دور التلفزيون في التنمية الاجتماعية في الريف المصري)⁽²⁾.

أجريت هذه الدراسة على عينة من قرى الريف المصري للتعرف على إشباعات وآثار لتلفزيون لديهم، وتوصلت الدراسة إلى أن أهم فوائد تعرض الجمهور المصري للتلفزيون تمثلت في التسلية والترفيه، الحصول على المعلومات وتعلم أشياء ومهارات جديدة.

6- دراسة شاهيناز طلعت: (تأثير وسائل الإعلام على الاستخدامات وإشباعات الحاجات)⁽³⁾.

أجريت هذه الدراسة على أربع وسائل اتصالية هي الصحف والمجلات، الراديو، التلفزيون، الأفلام الروائية الطويلة وطبقت الدراسة على عينة من الشباب المصري والأمريكي. وتوصلت الدراسة إلى أن الطلاب المصريين والأمريكيين يفضلون السينما كوسيلة ترفيهية، واتضح أن الشباب المصري يعطي أهمية للمشاركة العائلية في حضور الحفلات السينمائية بعكس الشباب الأمريكي، واتضح أن دوافع مشاهدة التلفزيون لدى الأمريكيين تتمثل في الاسترخاء، التسلية، تمضية وقت الفراغ، بعكس الشباب المصري الذي حدد أنها بحكم العادة، وتمضية وقت الفراغ.

1. صابر سليمان عسران . استخدامات وإشباعات التلفزيون لدى أئمة المساجد في محافظة القاهرة، دراسة ميدانية، القاهرة، جامعة الأزهر، مجلة البحوث الإعلامية 1994م.
2. محمد معوض، دور التلفزيون العربي في التنمية الاجتماعية في الريف المصري، دراسة تطبيقية على بعض قرى الريف المصري، ماجستير، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 1979.
3. شاهيناز طلعت. تأثير بيئة وسائل الإعلام على الاستخدامات وإشباع الحاجات، دراسة مقارنة على الشباب المصري والأمريكي، (القاهرة، مجلة الدراسات الإعلامية، العدد رقم 47، أبريل 1987.

7- دراسة د. عدلي رضا: (استخدام جمهور المتعلمين لقناة المعلومات المرئية بالتلفزيون

المصري)⁽¹⁾.

وتوصلت هذه الدراسة إلى وجود علاقة ارتباطيه بين كل من متغير السن والمستوى التعليمي والنوع وقراءة الصحف مع مشاهدة قناة المعلومات، بالإضافة إلى أنه كلما ارتفع المستوى التعليمي والسن زاد التعرض، كما يزداد التعرض مع قراء

8- دراسة نجوى رجب شعبان : (استخدامات الشباب الجامعي لإذاعي نجوم أف أم ورايو مصر

والإشباع المتحققة)⁽²⁾ دراسة تحليله ميدانية 2012 .

وهي دراسة استخدمت فيها وسيلتين للبحث هما استمارة تحليل مضمون لبرامج الإذاعتين وكذلك استمارة استبيان لمعرفة استخدامات الطلاب الجامعيين للإذاعتين وشرح دوافع الاستخدام وأنماط التعرض لإذاعة نجوم أف أم وإذاعة راديو مصر بالإضافة إلى توضيح أنماط التعرض المختلفة وأشكال التفاعل الذي يحدث نتيجة التعرض ومعرفة كيفية استخدام جمهور الشباب الجامعي للإذاعتين محل الدراسة بالارتكاز إلى مفهوم الجمهور النشط الذي يعد احد عناصر المدخل الذي يقوم علي أساس ان الأفراد يبحثون عن وسائل الإعلام التي تتناسب معي رغباتهم وتشبع حاجاتهم من الإعلام والأخبار أو التسلية أو الترفيه أو شغل وقت الفراغ وغيره من الإشباع التي تتنافس وسائل الإعلام المختلفة في علي تحقيقها لدي الشريحة الأكبر من جمهورها المستهدف وبالتالي التعرف علي الإشباع التي تمكن الشباب من تحقيقها من خلال التعرض لإذاعتين وكذلك معرفة دور المتغيرات المتبادلة بين دوافع الاستخدام وأنماط التعرض المختلفة وأشكال التفاعل الذي يحدث نتيجة التعرض .

الدراسات المشابهة:

أولاً : دراسات حول استخدامات الانترنت:

1- دراسة " عبد الكريم العجمي الزياتي" 2010 بعنوان: استخدامات وتمثلان الشباب الليبي لشبكات

التواصل الاجتماعي والإشباع المتحققة منها.⁽³⁾

دراسة ميدانية لعينه من طلاب قسمي الإعلام بجامعة طرابلس والزيتونية في ليبيا وأجريت هذه الدراسة على 229 طلب وطالبه من طلاب قسمي الإعلام بالجامعتين طرابلس والزيتونية حيث توصلت الدراسة إلى إن مناسبته 15,2% من المبحوثين يمكن اعتبارهم مدمنين على موقع فيس بوك ويصف الشباب الليبي خدمات الموقع بأنها ممتازة بنسبه 71,4% واكد7,44% من عينة الدراسة على استخدام الموقع لتكوين صدقات ويرى 26,1% إن الموقع يحقق إشباعا لنسبه مهمه من الشباب الليبي غير تكوين الصدقات والتسلية ويؤكد ما نسبته 36,2% إن الإشباع الذي يتحقق لهم من الانضمام إلى المجموعات

1. عدلي سيد رضا : استخدام جمهور المتعلمين لقناة المعلومات المرئية بالتلفزيون المصري، مجلة كلية التربية النوعية بدمياط، عدد 21، (جامعة المنصورة، 1994م)

2. نجوى رجب شعبان : (استخدامات الشباب الجامعي لإذاعي نجوم أف أم ورايو مصر والإشباع المتحققة) دراسة تحليله ميدانية، جامعة حلوان كلية الآداب، قسم الإعلام، دراسة ماجستير غير منشورة، 2012 .

3. عبد الكريم العجمي الزياتي ، استخدامات وتمثالات الشباب الليبي لشبكات التواصل الاجتماعي والإشباع المتحققة منها دراسة ميدانية لعينه من طلاب جامعتي طرابلس الزيتونة ، 2010.

والصفحات المنوعة هو التنفيس عن آراءهم وإقناع المستخدمين الآخرين لها وأشارت أهم النتائج الدراسة إلى أن الهدف الأساسي لاستخدام موقع فيس بوك بالنسبة للشباب الليبي هو تكوين صداقات والبقاء على تواصل مع الأصدقاء إضافة إلى التسلية والترفيه .

2 دراسة: د. فريد أبو ظهير 2012. (1)

بعنوان "استخدام طلبة الصحافة في جامعة النجاح الوطنية لشبكة الانترنت والإشباع المتحققة منها في تعزيز قدراتهم الصحفية"

قد تكون مجتمع الدراسة من جميع الطلبة والطالبات الملتحقين بقسم الصحافة في جامعة النجاح الوطنية، والمسجلين في الفصل الدراسي الأول 2009 / 2010 والبالغ عددهم (158) طالبا وطالبة، وقد تم إعداد استبانة لذلك الغرض، ثم توزيعها على جميع أفراد مجتمع البحث (الحصر الشامل) لصغر المجتمع، وبلغ الصحيح منها والصالح للتحليل الإحصائي (133) استبانة، وقد تضمنت الاستبانة، بالإضافة إلى الأسئلة الخاصة بمواصفات العينة، أسئلة شاملة لاستخدامات طلبة الصحافة للإنترنت، وبخاصة فيما يتعلق بمجال دراستهم ، ثم قام الباحث بالتأكد من صدق وثبات الأداة .

وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن غالبية المبحوثين يستخدمون الانترنت بدرجة أعلى من وسائل الطلبة يرون أنه بالإمكان الاستفادة من الانترنت في تطوير قدراتهم الصحفية، وأشارت النتائج كذلك إلى أن الطلبة يرون أنه بالإمكان الاستفادة من الانترنت في تطوير قدراتهم الصحفية، سواء أكانت حيث تصفح المواقع المختلفة، أم من خلال الحصول على فرص للتدريب، أو من خلال نشر موادهم الصحفية، أم أن قسم الصحافة يمكن أن يساهم في تحقي ذلك .

3 - دراسة " مريم ناريمان نوماز " 2012. (2)، بعنوان : استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية

وتأثيره في العلاقات الاجتماعية دراسة عينة من مستخدمي موقع الفيس بوك في الجزائر

هدفت هذه الدراسة إلى الكشف عن أثر استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية في العلاقات الاجتماعية من خلال دراسة عينة من مستخدمي موقع "الفيس بوك" في الجزائر ولقد تم الاعتماد على أداة الاستبيان لجمع البيانات من المبحوثين ، حيث تم تقسيم الاستبانة إلى ثلاثة محاور: المحور الأول عادات وأنماط استخدام موقع "الفيس بوك" لدى الجزائريين، والثاني الدوافع والحاجات التي تكمن وراء استخدام "الفيس بوك" ، أما المحور الثالث فتم الاعتماد فيه على مقياس "ليكرت" في محاولة منا لاستكشاف أثر استخدام "الفيس بوك" في العلاقات الاجتماعية ، وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها :

تقضي النسبة الأكبر من المبحوثين أكثر من ثلاث ساعات في استخدام "الفيس بوك" ويفضل أغلبهم خدمة التعليقات والردود بالدرجة الأولى، يستخدم أغلب أفراد العينة موقع "الفيس بوك" بدافع

1. دراسة : د، فريد أبو ظهير، بعنوان : استخدام طلبة الصحافة في جامعة النجاح الوطنية لشبكة الانترنت والإشباع المتحققة منها في تعزيز قدراتهم الصحفية ، مجلة الجامعة الإسلامية للبحوث الإنسانية المجلد العشرين العدد الأول ، يناير 2012 .

2. دراسة : مريم ناريمان نوماز " استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيره في العلاقات الاجتماعية ، دراسة عينة من مستخدمي موقع الفيس بوك في الجزائر (رسالة ماجستير غير منشورة) ، جامعة الأخضر باتنة ، الجزائر . 2012 .

التواصل مع الأهل والأصدقاء إلى جانب التثقيف، وقد بينت النتائج ان هنالك فروق ذات دلالة إحصائية بين استخدام الذكور والإناث وتبين أيضا المبحوثين الأكبر سنا يتعاملون بنوع من الوعي عند استخدامهم لموقع "الفييس بوك" ، كما أسفرت الدراسة ان استخدام هذا الموقع يؤثر في الاتصال الشخصي وجها لوجه، وفي تفاعل المستخدمين مع أسرهم وأقاربهم وأصدقائهم كما يؤدي الى الانسحاب الملحوظ للفرد من التفاعل الاجتماعي.

الكلمات الدالة: مواقع الشبكات الاجتماعية، "الفييس بوك"، المجتمع الافتراضي، العلاقات الاجتماعية.
4- دراسة " بارعة حمزة شقير" 2009 بعنوان: استخدام أساتذة جامعة دمشق للإنترنت والإشباع المحققة منها.

وعليه تتحدد هذه الدراسة بمعرفة مدى استخدام أساتذة جامعة دمشق للإنترنت ودوافع استخدامهم له، والإشباع المحققة نتيجة هذا الاستخدام .

وتنطلق أهمية الدراسة من كون الأستاذ الجامعي مطالبا بمواكبة التطور السريع لثورة المعلومات وفهمها واستيعابها وتطوير استخداماته لها، ومن ثم ضرورة فهم استخداماته للإنترنت وتصورات لهذه الوسيلة بوصفها مصدرا رئيسيا لمعلومات ووسيلة تعليمية.

وقد أظهرت نتائج الدراسة إن معظم أساتذة جامعة دمشق يستخدمون الإنترنت منذ أكثر من أربع سنوات، وان النسبة الكبرى منهم يستخدمونه مدة ساعتين يوميا وذلك بدافع الحصول على البحوث الحديثة والدراسات اللازمة لعمل ابحتي وتطوير المنهج الدراسي.⁽¹⁾

5 - دراسة " عثمان فكري عبد الباقي" 2006⁽²⁾، بعنوان: استخدامات النخبة العلمية المصرية لوسائل الاتصال.

كشفت الدراسة إلي أن الكتاب مازال يحظى بمتابعة كبيرة من جانب مفردات النخبة العلمية المصرية جعلته يسبق كل من الإذاعة والتلفزيون والإنترنت وهو ما يشير إلي خصوصية النخبة العلمية في التعامل مع وسائل الاتصال .

وقد بينت النتائج أن شبكة الإنترنت تقع ضمن مرتبة متأخرة بين عادات النخبة العلمية الاتصالية وذلك الأسباب تتعلق إما بنظر النخبة العلمية حول توافر الوسائل البديلة لشبكة الإنترنت، والتي تؤدي نفس وظائفها بنفس الكفاءة، أو لعدم إجادة التعامل مع شبكة الإنترنت الذي يتطلب ضرورة إجادة التعامل مع الحاسب الآلي أولا، وهو ربما يمثل العقبة الرئيسية أمام تعامل النخبة العلمية مع هذه الوسيلة الجديدة، أو لأنها لا تفيدهم في شيء، أو ليس الوقت الكافي لمتابعتها.

لذلك كان استخدامهم انترنت يقع في المرتبة الثانية على أولويات استخدامهم لوسائل الاتصال .

1. الدكتور بارعة حمزة شقير ، استخدام أساتذة جامعة دمشق للإنترنت والإشباع المحققة منها 'مجلة جامعة دمشق المجلد 25 العدد الأول والثاني 2009 .
2. عثمان فكري عبد الباقي " استخدامات النخبة العلمية المصرية لوسائل الاتصال " رسالة ماجستير غير منشورة ، كلية الإعلام جامعة القاهرة، 2006.

6- دراسة " احمد سمير محمد عبد الغني حماد "2003. (1)، بعنوان : استخدامات الجمهور المصري لشبكة الانترنت : دراسة ميدانية مقارنة على عينه من الجمهور العام والقائمين بالاتصال في وسائل الإعلام الإلكترونية

تم إجراء هذه الدراسة على عينتين مستقلتين من الجمهور العام والقائمين بالاتصال في اتحاد الإذاعة والتلفزيون المصري وبلغ عدد عينة الدراسة 500 مفردة .

ولخصت الدراسة إلى مجموعه من النتائج أهمها إن جمهور مستخدمي الانترنت يشكلون نخبة اجتماعية، وثقافية، واقتصادية .

وجود حالة من الفعالية الذاتية إزاء تبني الانترنت كوسيط اتصالي، ووجود احتمالات كبيره لارتفاع معدلات الاستخدام في المجتمع المصري، في ظل اقتناع المستخدمين بتميز الوسيلة .

توفر اغلب أنواع الدوافع التي يسعى الفرد لإشباعها عبر الشبكة، وتوافر مدى واسع من الإشباعات المتحققة جرا التعرض، في إطار من المرونة والديناميكية في عملية الاستخدام، الأمر الذي يتيح التغلب الدائم على عوائق الاستخدام .

إن اتجاهات نشاط مستخدمي شبكة الانترنت تتجه نحو السلبية أكثر من الايجابية وهو ما يتعارض مع كونهم نخبة متميزة قادرة على التغيير للأفضل، وهذه الاتجاهات السلبية للاستخدام لا تتوقف حدودها عند هؤلاء بل أنها تتعداهم للتأثير في سلوكيات المحيط الاجتماعي .

7- دراسة " نعيم فيصل المصري "2003. (2)، بعنوان: استخدامات الإعلاميين الفلسطينيين لشبكة الانترنت.

قامت هذه الدراسة على عينه من محافظات قطاع غزة، قوامها 72 مفردة من الإعلاميين العاملين في وسائل الإعلام المختلفة ومنها الانترنت، وتهدف هذه الدراسة إلى التعرف على مواكبة الإعلاميين الفلسطينيين للتطورات الحديثة ومجالات استخدامهم وتوظيفهم لها وتصوراتهم للخدمات التي يمكن الاستفادة منها في مجال الإعلام .

وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها إن الانترنت جاء في المرتبة الأولى كوسيلة اتصال يعتمد عليها الباحثون في عملهم، يليه التلفزيون في المرتبة الثانية وتلاها الصحافة وأخيرا الراديو.

وان استفادة الإعلاميين الفلسطينيين – بما لهم من ظروف خاصة – من خدمات شبكة الانترنت في مجال عملهم تتم من خلال ما تحتويه من أخبار ومعلومات لاسيما في ظل الأزمات ، وذلك بالتعرف على ما يدور في العام من أحداث وأخبار مما يجعل المواطن على اتصال دائم مع العالم الخارجي .

1. احمد سمير محمد عبد الغني حما " استخدامات الجمهور المصري لشبكة الانترنت : دراسة ميدانية مقارنة على عينه الجمهور العام والقائمين بالاتصال في وسائل الإعلام غير منشوره ، كلية اللغة العربية ، جامعة الأزهر ، 2003 .

2. نعيم فيصل المصري " استخدامات الإعلاميين الفلسطينيين لشبكة الانترنت " رسالة ماجستير غير منشوره (كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2003)

8- دراسة " هبه الله بهجت السمري "2003. (1)، بعنوان: استخدام الأطفال للإنترنت: العلاقة

التفاعلية بين الآباء والأبناء.

سعت هذه الدراسة إلى معرفة الكيفية التي اثر بها الإنترنت على العلاقة بين الأبناء والآباء وهل يمكن تسمية هذه العلاقة بالتفاعلية أم إن الخطاب داخل الأسرة المصرية أصبح جميع الأطفال -عينة الدراسة- يعرفون الإنترنت واستخدموه أكثر من مرة على الأقل، وان معرفة الأبناء بالإنترنت تفوق معرفة آبائهم حيث إن 31.4% من عينة الدراسة يجيدون استخدامه بدرجات متفاوتة على عينة مكونة من 210 مفردة موزعة على الآباء والأبناء .

وجاءت توقعات الآباء اكبر بشكل ملحوظ من توقعات الأبناء، حيث يتوقعون لأبنائهم مستقبلا مشرقا بفضل استخدامهم للكمبيوتر على كافة المستويات، ويعتبر الآباء الإنترنت وسيلة معرفية نفعية من الدرجة الأولى.

وأثبتت الدراسة إن هناك فروقا ذات دلالة إحصائية بين الإشباعات التي يحققها الإنترنت للأطفال ومعرفة آبائهم بتلك الإشباعات ، ويستخدم الآباء أساليب حماية متعددة يتبين من خلال الدراسة عدم فعاليتها، حيث يتعرض 56.9% من الأطفال للمواقع المحظورة في الوقت الذي يعتقد فيه الكثير من نصف الآباء 55% منهم إن أبنائهم لا يتعرضون لتلك المواقع .

9- دراسة " ماجد سالم تريان "2002. (2)، بعنوان: استخدام أعضاء هيئة التدريس وطلاب

الجامعات الفلسطينية لشبكة المعلومات الإلكترونية.

سعت هذه الدراسة إلى التعرف على الإنترنت من خلال التعرف على مدى انتشاره واستخدامه في الجامعات الفلسطينية، ودوافع أعضاء هيئة التدريس والطلاب لاستخدامه وإشباعه لاحتياجاتهم، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي لمسح عينة من أعضاء التدريس من محافظات غزة .

وتوصلت الدراسة إلى إن انتشار هذه التقنية في المجتمع أدى إلى زيادة دوافع استخدامه، ومن أهم دوافع الإنترنت هو زيادة المعرفة في بعض المجالات المتخصصة، وبلغت نسبة المستخدمين للإنترنت 70.8% وتركزت نسبة المستخدمون من الذكور بنسبة 54.5% .

10- دراسة " عربي عبد العزيز الطوخي "2002. (3)، بعنوان : دوافع استخدام الأطفال لشبكة

الإنترنت والإشباعات المتحققة منها .

أجريت هذه الدراسة على عينة عمدية بأسلوب التوزيع المتساوي من الذكور والإناث قوامها 300 مفردة من مستخدمي الإنترنت بالقاهرة، تتراوح أعمارهم ما بين 12 و 15 سنة ، وأوضحت الدراسة

1. هبه الله بهجت السمري " استخدام الأطفال للإنترنت : العلاقة التفاعلية بين الإباء والأبناء " المجلة المصرية لبحوث الإعلام (عدد12 ، يناير - مارس 2003)

2. ماجد سالم تريان " استخدام أعضاء هيئة التدريس وطلاب الجامعات الفلسطينية لشبكة المعلومات الإلكترونية " رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة الدول العربية للتربية والثقافة والعلوم، معهد البحوث والدراسات العربية، 2002)

3. عربي عبد العزيز الطوخي " دوافع استخدام الأطفال لشبكة الإنترنت الإشباعات المتحققة منها " المجلة المصرية لبحوث الرأي العام (كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، العدد الرابع، 2002)

ارتفاع نسبة الاستخدام والمواقع المفضلة عند الأطفال عينة الدراسة ، حيث جاءت أبرزها مواقع الرسم والتلوين والمواقع الرياضية وأفلام الكرتون والمواقع الدينية ومواقع الأفلام وغيرها .

كما تناولت الدراسة دوافع استخدام الأطفال النفعية والطوقسية لشبكة الانترنت والإشباع المتحققة منها، حيث جاءت الإشباعات شبه التوجيهية في المقدمة تلتها الإشباعات التوجيهية .

11- دراسة " السيد بخيت " 2000⁽¹⁾، بعنوان : الاستخدامات المتخصصة للإنترنت لدى أساتذة الاتصال الجماهيري ، دراسة مقارنة بين الأساتذة العرب والأمريكيين.

تعرضت هذه الدراسة إلى علاقة الانترنت بالاتصال الجماهيري سواء كونه بحيث أو معلوماتية أو تعليمية من واقع مقارنة تجربتين الأولى في الجامعات العربية والثانية في الجامعات الأمريكية. وكان من أهم نتائج الدراسة إن معظم أساتذة الاتصال الجماهيري من عينة الدراسة يستخدمون الانترنت منذ أكثر من ثلاث سنوات حيث بلغت نسبتهم 61.6% مقسمة على الأساتذة العرب 25% والأساتذة الأمريكيين 41.1%.

12- دراسة د. سيد بخيت: 1997، (أنماط وعادات استخدام شبكة الإنترنت لدى أساتذة الجامعات وتأثيراتها)⁽²⁾.

دراسة ميدانية على مستخدمي شبكة الجامعات المصرية، والتي تعرض فيها لاستخدامات النخبة الأكاديمية للشبكة، حيث أظهرت النتائج وجود ارتباط قوي بين مجال التخصص والرغبة في الحصول على الجديد في مجالات المعرفة المتعلقة بنوعية التخصص، وعاداتهم الاتصالية، وتوصيف التأثير الذي تحدثه نتيجة استخدامهم لها، ونوعية الإشباعات التي تحققها لهم، حيث توصلت الدراسة الى ان المستخدمين الفعليين للشبكة هم من المتخصصين في العلوم بنسبة 40,7% والطب 16,7% ، والهندسة بنسبة 13,3% ، وان معظم مستخدمي شبكة المعلومات المصرية يستخدمونها منذ فترة قصيرة، حيث بدأ ما نسبته 26,7% في استخدامها في عام 1996م، أي ان مستخدميها حديث العهد ولم يتعرض الباحث للاستخدامات على مستوى الجمهور العام.

13- دراسة د. نجوى عبد السلام: 1998، (أنماط ودوافع استخدام الشباب المصري لشبكة الإنترنت)⁽³⁾

دراسة استطلاعية تعرضت فيها الباحثة لاستخدام الشباب المصري وذلك على عينة قوامها 149 مفردة ما بين سن 18- 35 سنة، مستخدمة في ذلك مدخل الاستخدامات والإشباعات وتمثلت أهم نتائجها في تعرض العينة إلى الإنترنت بكثافة وأظهرت إن عملية الاستخدام تخلق دافعاً متصلاً للمزيد من الاستخدام، كما أن دافع الحصول على المعلومات مثل أهم الدوافع التي يستهدف الشباب إشباعها على مستوى

1. السيد بخيت "الاستخدامات المتخصصة للإنترنت لدى أساتذة الاتصال الجماهيري " المجلة المصرية لبحوث الإعلام (عدد 9 ، أكتوبر – ديسمبر ، 2000)

2. سيد بخيت: أنماط وعادات استخدام شبكة الانترنت لدى أساتذة الجامعات وتأثيراتها، بحث مقدم إلى المؤتمر العلمي الثالث لكلية الإعلام - الإعلام بين المحلية والعالمية-، (جامعة القاهرة، كلية الإعلام، مايو 1997م)، ص 11.

3. نجوى عبد السلام: أنماط ودوافع استخدام الشباب المصري لشبكة الانترنت، بحث مقدم إلى المؤتمر العلمي الرابع لكلية الإعلام - الإعلام وقضايا الشباب-، (جامعة القاهرة، كلية الإعلام مايو 1998م)، ص 13.

التخصص أو المستوى العام، وأثبتت الباحثة أن السن ومستوى التعليم ونوع التخصص والحصول على دورات في استخدام الإنترنت من المتغيرات ذات العلاقة بدوافع ومشكلات استخدام الإنترنت.

14- دراسة ليلي السيد 1993م ، (استخدامات الأسرة المصرية لوسائل الاتصال الإلكترونية ومدى الإشباع الذي تحققه)⁽¹⁾.

أجريت هذه الدراسة على عينة قوامها 42. مفردة بمدينة القاهرة يمتلكون راديو ومسجلات صوتية وتلفزيون وفيديو، واتضح من الدراسة أن التلفزيون يحتل المركز الأول في المشاهدة بنسبة 99,8% بينما يتعرض 89% من عينة الدراسة للفيديو، واحتلت مشاهدة الأفلام العربية بالتلفزيون الترتيب الثالث بنسبة 9,6% ثم الأجنبية في الترتيب الرابع بنسبة 43,7% وتبين من الدراسة أن هنالك تخطيط مسبق لمشاهدة برامج التلفزيون بنسبة 57,8% وتوصلت الدراسة أيضاً إلى أن سماع الراديو ومشاهدة التلفزيون يحقق إشباعاً توجيهية تتمثل في زيادة المعلومات والمعرفة والاستفادة من تجارب الآخرين وإشباعاً اجتماعية تشمل إدارة النقاش مع الآخرين وفهم الواقع ومشاكله وإشباعاً شبيه اجتماعية تتضمن المتعة والسعادة وزيادة النشاط والاسترخاء، وإشباعاً شبيه اجتماعية تشمل التخلص من العزلة واستثارة العواطف والتوحد والتخلص من الملل.

15- دراسة خالد بن فيصل بن عبد المحسن الفرم 1422هـ-2001، (شبكة الإنترنت وجمهورها في مدينة الرياض - دراسة تطبيقية في ضوء نظرية الاستخدامات والإشباع)⁽²⁾.

وهذه الدراسة تركز على جمهور الإنترنت في مدينة الرياض حيث أوضح الباحث أن جمهور هذه الشبكة يعتبر مجهولاً إلى حد كبير وتثار حوله العديد من التساؤلات حول استخدامات وإشباعات هذا الجمهور وسلوكياته الاتصالية وخصائصه الديموغرافية ومن هنا تتبع أهمية هذه الدراسة، حيث لا تزال الشبكة حديثة وتفتقر إلى الدراسات العلمية الميدانية من قبل المختصين في الحقل الإعلامي، ولم يحظ جمهور هذه الوسيلة في المملكة بدراسة عن تفاعله مع هذه الوسيلة من حيث مدى استخدامها وعادات التعرض إلى محتوياتها وتأثيراتها على مختلف جوانب الحياة وكذلك تأثيرها على الوسائل الأخرى، كما أن إحصاءات ذلك الجمهور (عمرياً وثقافياً واقتصادياً وتعليمياً) ما زالت غير معروفة، وقد تم إجراء الدراسة على (340) مستخدماً تم اختيارهم عشوائياً من مجتمع البحث في عدد من المؤسسات الحكومية والخاصة والأكاديمية، إضافة إلى عدد من المقاهي في مدينة الرياض، وقد خرجت الدراسة بعدد من النتائج من أهمها:

1- كشفت نتائج الدراسة أن 53,8% من عدد أفراد العينة يستخدمون الشبكة لإرسال البريد الإلكتروني، و33,5% يستخدمون الشبكة من أجل الحديث إلكترونياً مع الآخرين (Chat) كما كشفت

1. ليلي حسين محمد السيد، استخدامات الأسرة المصرية لوسائل الاتصال الإلكترونية ومدى الإشباع الذي تحققه، دراسة مسحية لعينة من أرباب وربات الأسرة المصرية، رسالة دكتوراه غير منشورة، (القاهرة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 1993م)، ص 55-60.

2. قدمت هذه الدراسة استكمالاً لمتطلبات درجة الماجستير في قسم الإعلام - كلية الآداب - جامعة الملك سعود 1422هـ، ص 19.

الدراسة أن ما نسبته 15,6% يستخدمون الشبكة للبحث عن علاقات رومانسية، و13,2% يستخدمون الشبكة للاطلاع على المواد الجنسية، و25% يستخدمون الشبكة للبحث عن أخبار ومعلومات سياسية لا تتوفر محلياً.

2- أكدت الدراسة " أن الإشباع التي تحققها الشبكة لدى الجمهور المستخدم في مدينة الرياض هي بالترتيب التالي: معرفية فعاطفية فاجتماعية فترفيهية فتجارية."

3- كشفت الدراسة أن شبكة الإنترنت أثرت على حجم الزمن الذي يخصصه المستخدم لقراءة الصحف التقليدية.

4- أوضحت نتائج الدراسة أن أغلب أفراد العينة (65,9%) يرون أن تكلفة استخدام الشبكة تعد مرتفعة (4%) من العاملين السعوديين في مدينة الرياض تتراوح دخولهم من 48... - 84... ريال) لاسيما وأن الشباب يشكلون العمود الفقري في جمهور الإنترنت وتظل موارده المالية محدودة نسبياً.

5- كشفت نتائج الدراسة " أن الشباب (من فئة 21-24) أكثر ارتباطاً بالشبكة من الفئات الأخرى بمدينة الرياض " وهذا الرقم هو نفس سن المستخدم الأمريكي تقريباً (21- 25 عام).

6- كشفت نتائج الدراسة " أن القاطنين في شمال مدينة الرياض أكثر ارتباطاً بالشبكة من القاطنين في المناطق الأخرى " وهذا يعود إلى أن الدخل السنوية المرتفعة في مدينة الرياض تتركز بصفة واضحة في هذا الجزء كما يأتي هذا انسجاماً مع توسع المدينة نحو الشمال وتمركز كثير من المؤسسات الخاصة والشركات والجامعات والأسواق ومقاهي الإنترنت في شمال المدينة.

كذلك فإن شبكة الإنترنت أربكت كثيراً من النظريات والمفاهيم الإعلامية السائدة مثل حارس البوابة Gate Keeper ونموذج المرسل والمستقبل، حيث أصبح الكل مرسل ومستقبل في الوقت ذاته وجعلتنا أمام شكل جديد في العلاقات الإنسانية وساهمت الشبكة في تصدع كثير من الأبنية الإعلامية التقليدية وامتدت آثارها إلى ميادين عدة بدءاً من الميدان السياسي حيث باتت شبكة الإنترنت طرفاً موصولاً وفعالاً لمختلف الأفراد والجماعات والتيارات السياسية.

16- دراسة نايف بن ثنيان آل سعود أستاذ مساعد، قسم الإعلام، كلية الآداب، جامعة الملك سعود، الرياض، المملكة العربية السعودية 2004، بعنوان (تأثير استخدام الإنترنت على استخدامات طلاب الجامعات السعودية لوسائل الاتصال الجماهيري (دراسة على عينة من طلاب الجامعات السعودية)، (قدم للنشر في 1424/4/3هـ، وقبل للنشر في 1425/3/21هـ).

ملخص البحث: الإنترنت لها أهميتها الاتصالية المتزايدة في عصرنا الحاضر، لما تحمله من كم هائل من معلومات موجهة إلى جمهور واسع الانتشار..، مما يدعو إلى دراسة هذه الوسيلة ومدى تأثيرها على الجمهور وما تحققه من إشباع لهذا الجمهور، وتتبع أهمية هذه الدراسة من قلة الدراسات التي تمت بشأن الإنترنت، كما أن استخدام هذه الوسيلة وشيوعها في المملكة العربية السعودية أدى إلى ضرورة بحثية مفادها التعرف على استخدامات شبكة المعلومات وذلك لتقييم الوضع الاتصالي في إطار هذه الظاهرة سعياً إلى إيجاد صورة مكتملة تستهدف التقييم ووضع الخطط والاستراتيجيات.

تم إجراء هذه الدراسة الميدانية على عينة قوامها (32) طالباً من الجامعات السعودية - ثمان جامعات - بواقع (4) مفردة من كل جامعة، وتتلخص مشكلة البحث في هل استخدام طلاب الجامعات السعودية للإنترنت يؤثر على مدى استخدامهم لوسائل الاتصال الأخرى؟ وما المسببات الدافعة لذلك؟ وما مدى هذا التأثير؟

وخرجت هذه الدراسة بعدد من النتائج من أهمها :

- إن شبكة المعلومات لها دور في تحقيق إشباع رغبات الشباب في المراسلة، والمحادثة، وتوفير المعلومات المتنوعة، والترفيه ... وغيرها.
- الإنترنت تساعد الشباب في تحصيل دراساتهم العلمية، وفرصة الاشتراك في المسابقات وحرية اختيار المعلومات.
- ما نسبته 48,4% من عدد أفراد العينة أثار استخدامهم للإنترنت على تعرضهم لوسائل الاتصال الجماهيرية الأخرى.
- بقدر ما للإنترنت من فوائد جمة تعود بالإيجاب على مستخدميها إلا أن لها سلبيات وأضرار صحية واجتماعية ... وغيرها.

17 - د. محمود أحمد محمود مزيد 2005⁽¹⁾، اتجاهات شباب الجامعات الليبية نحو شبكة الإنترنت أستاذ الإعلام وثقافة الطفل المساعد جامعة حلوان.

في ظل تزايد إقبال الشباب على استخدام الإنترنت رأى الباحث أهمية دراسة هذه الظاهرة الاتصالية الحديثة في المجتمع الليبي ، وتحدد مشكلة الدراسة في التساؤل الرئيسي التالي:
ما اتجاهات الشباب بالجامعات الليبية نحو شبكة الإنترنت؟
وتكمن أهمية مشكلة الدراسة في الجوانب التالية:-

ندرة الدراسات التي تتناول دراسة اتجاهات جمهور الشباب نحو شبكة الإنترنت في الدولة الليبية إن لم تكن غير موجودة بالمرّة، وأهمية الفئة العمرية التي تتناولها الدراسة هذا في المجتمع.
وتعد هذه الدراسة محاولة للتعرف على أهمية أنماط ومجالات استخدام الشباب بالجامعات الليبية لشبكة الإنترنت واتجاهاتهم نحو استخدامها ومستقبلها وأساليب الحماية من مخاطرها وتعتبر هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي تعتمد على المنهج المسحي.
وتستخدم صحيفة استقصاء تحتوي على مجموعة من الأسئلة لقياس حجم استخدام شباب الجامعات الليبية لشبكة الإنترنت بوجه عام، ومتوسط زمن الاستخدام اليومي، ونوع المواقع التي يستخدمونها على شبكة الإنترنت، وأسباب استخدامهم لها، ومدى مشاركتهم في جماعات الدردشة، وأساليب المشاركة فيها، ومدى معارضة الأسرة لهم عند استخدامهم لها والمعوقات التي يواجهونها، واتجاهاتهم نحو فوائد، ومضار، ومستقبل شبكة الإنترنت، وأساليب الحماية من مخاطرها وكذا مقياس مكون من 32 عبارة تقيس

1. محمود احمد مزيد" اتجاهات شباب الجامعات الليبية نحو شبكة الانترنت، مجلة الرأي العام، العدد 1 يناير - يونيو، 2005

هذه الاتجاهات، وذلك باستخدام مقياس ليكرت المكون من خمس نقاط لتحديد شدة الاتجاه نحو كل عبارة منها.

أظهرت الدراسة مجموعة من النتائج المهمة ومنها أن 48.3% من شباب الجامعات الليبية عينة الدراسة يستخدمون شبكة الإنترنت أحياناً و(39.4%) يستخدمونها نادراً و(12.3%) يستخدمونها بشكل دائم ويستخدم الإناث شبكة الإنترنت أحياناً مقابل (46%) للذكور، بينما (46%) من الذكور يستخدمونها دائماً مقابل (32.7%) للإناث، وأن (16.6%) من الإناث يستخدمنها نادراً مقابل (8%) للذكور ومن جهة أخرى نجد (29.7%) من شباب الجامعات الليبية يستخدمون شبكة الإنترنت منذ أقل من سنة وأن (25.7%) يستخدمونها منذ سنتين إلى أقل من ثلاث سنوات، وأن (22.3%) من سنة إلى أقل من سنتين، و(22.3%) يستخدمونها من ثلاث سنوات .

ثانياً: دراسات التعرض والتأثير الخاصة بالإنترنت

18- نهى سمير محجوب، "تأثير مضمون الرسالة الإعلامية على اكتساب المعرفة في الوسائل الإلكترونية". (1)

اهتمت الدراسة بدراسة تأثير نوع الوسيلة الإلكترونية (التلفزيون والانترنت) ومضمون الرسالة (متسق أو متنافر مع الخبرة السابقة للفرد) على اكتساب المعرفة، وذلك في ضوء الخلفية المعرفية للفرد. وتعتبر هذه الدراسة من الدراسات الهامة في مجالها، حيث كانت دراسات الانترنت تهتم بمقارنتها بالصحف باعتبارها وسيلة مقروءة، أما هذه الدراسة فاهتمت بمقارنة الانترنت بالتلفاز حيث تطرقت إلى خدمات التفاعلية والملتيميديا التي يتيحها الانترنت.

واهتمت الدراسة بتوفير قاعدة بيانات أساسية عن التأثير المعرفي للإنترنت في المجتمع المصري، خاصة فيما يتعلق باقترابه من تأثير التلفاز في ظل اعتبارات جديدة تشير إلى الانترنت كوسيلة إعلام جماهيري، واهتمت بدراسة عدة فروض كان من أهمها: "يرتفع معدل اكتساب المعرفة من المعلومات المقروءة من الانترنت عن تلك المشاهدة في التلفاز"، وقد أثبتت صحة هذا الفرض بسبب خدمات التفاعلية التي يوفرها الانترنت، حيث تشترك كل الحواس في التعرض للمعلومات (نصوص، صوت، صورة، فيديو).

19- مها عبد المجيد صلاح، "استخدامات الجمهور المصري للصحف اليومية الإلكترونية على شبكة الانترنت". (2)

وتركزت على تناول وشرح الأبعاد المختلفة لعلاقة الجمهور بالنسخ الإلكترونية من الصحف الورقية، وتشمل:-

● التعرف على خصائص الجمهور الديموغرافية والسمات العامة لهم.

1. نهى سمير محجوب، " تأثير مضمون الرسالة الإعلامية على اكتساب المعرفة في الوسائل الإلكترونية، دليل رسائل كلية الاعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون، ص 136، 2005.
2. مها عبد المجيد صلاح، " استخدامات الجمهور المصري للصحف الإلكترونية على شبكة الانترنت، اطروحة ماجستير غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الاعلام، قسم الصحافة، 2004.

• التعرف على نماذج استخدامات الجمهور للوسيلة الجديدة وتبنيها ومدى ثقتهم واعتمادهم عليها وتفضيلاتهم في استخدامها، والعوامل المؤثرة على ذلك.

كما اهتمت بتوصيف سمات بناء وعرض المواد المنشورة في الصحف الإلكترونية. وأضحت نتائج الدراسة، أن النسخ الإلكترونية من الصحف الورقية تلبي لدى مستخدميها حاجات جديدة ترتبط بخصائصها التي تميزها كوسيلة اتصال فورية تفاعلية. كما أوضحت أن الجمهور يستخدمها كوسيلة مكملة لمصادر معلوماتهم التقليدية لا بديلا عنها، يصاحب ذلك توقعاتهم ومطالبهم بضرورة وجود مزايا وإمكانيات خاصة تنفرد بها عن الصحف الورقية. وأشارت إلى أن الاتصال عبر النسخ الإلكترونية العربية ما يزال شبه تفاعلي ولم يتجاوز إلى التفاعلية الكاملة.

20- ماجد سالم تريان، "استخدامات أعضاء هيئة التدريس وطلاب الجامعات الفلسطينية لشبكة المعلومات الإلكترونية". (1)

وأوضحت أن الجمهور يطالب بتحديث محتوى مواقع تلك الصحف بشكل متكرر على مدار اليوم. هدفت الدراسة إلى التعرف على طبيعة استخدام أعضاء هيئة التدريس والطلاب بالجامعات الفلسطينية لشبكة الانترنت والإشباع المتحققة منها، وربط تلك المعرفة بمجموعة من العوامل المؤثرة، مثل العوامل الديموغرافية، ونوع المحتوى الذي يتم التعرض إليه وطبيعة الإشباع المتحققة من هذا التعرض، ومدى تأثيرها على البيئة المحيطة بالمستخدم.

وأظهرت نتائج الدراسة تفضيل الباحثين لاستخدام الانترنت باللغة الإنجليزية، وهو يتفق مع أن المستخدم الذي لا يجيد الإنجليزية لا يستطيع الاستفادة من الانترنت بشكل كبير.

وكانت الدوافع النفعية من أهم دوافع الاستخدام خاصة فيما يتعلق بالحصول على المعلومات.

وطالب الباحث خلال التوصيات بتدريس الانترنت كمادة أساسية لكافة الطلاب بالجامعات والمدارس.

21- نوال عبد العزيز الصفتي، "أثر التعرض للصحف الإلكترونية على إدراك الشباب الجامعي للقضايا السياسية العربية". (2)

هدفت الدراسة إلى التعرف على مدى يؤثر التعرض للصحف الإلكترونية على إدراك الشباب الجامعي للقضايا السياسية العربية، من خلال التعرف على المتغيرات التي تتحكم في عمليات التعرض للصحف الإلكترونية ودوافعه كمتغيرات مستقلة، وربطها بالعديد من المتغيرات التابعة التي تشمل الصحف الإلكترونية المفضلة، وكذلك نوعية القضايا السياسية التي يتم متابعتها ومستوى المعرفة بها، ودرجة إدراكها، للكشف عن العوامل المؤثرة في درجة أدراك القضايا السياسية العربية، من خلال دراسة

1. ماجد سالم تريان، " استخدامات اعضاء هيئة التدريس وطلاب الجامعات الفلسطينية لشبكة المعلومات الالكترونية، اطروحة ماجستير غير منشورة، جامعة الدول العربية، معهد الدراسات والبحوث وقسم الدراسات الاعلامية، 2002.

2. نوال عبد العزيز الصفتي، " أثر التعرض للصحف الالكترونية على إدراك الشباب الجامعي للقضايا السياسية العربية، دراسة ماجستير غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الاعلام، قسم الصحافة، 2000.

ميدانية على عينة من الشباب الجامعي، للوصول في النهاية لاستخلاص الدلالات والاستنتاجات عن مدى نجاح الصحف الكترونية في تقليص أو زيادة فجوة المعرفة السياسية لدى الشباب الجامعي. وأظهرت النتائج أن 34% من الشباب الجامعي يتعرضون بانتظام للصحف الإلكترونية، فيما يتعرض 22% بصورة غير منتظمة. كما بلغت نسبة الاعتماد على الصحف الإلكترونية في الحصول على معلومات القضايا السياسية العربية 13,8%، وأشارت إلى وجود تزايد الفجوة المعرفية والإدراكية بين الذين يتعرضون للصحف الإلكترونية وبين مستوى المعرفة بالقضايا السياسية العربية، وهو ما يقل فحالة التعرض للصحف الورقية.

22- عبير محمد حمدي، "دور الانترنت والراديو والتلفزيون في إمداد الجمهور المصري بالمعلومات".⁽¹⁾

حاولت الدراسة التعرف على الدور الذي تقوم به الانترنت باعتبارها قناة اتصالية حديثة تسجل معدلات انتشار متزايدة كما تتمتع بميزات تفوق الوسائل التقليدية، ومدى قدرة تلك الوسائل على إمداد الأفراد بالمعلومات في ضوء بعض المتغيرات التي تؤثر على اكتساب الأفراد لتلك المعلومات. ودراسة الانترنت كوسيلة اتصالية مقابل الراديو والتلفاز، وتأثير الانترنت عليها، كما اهتمت بالتعرف على الدور الذي يقوم به الانترنت في المجتمع المصري ومدى إمكانية الاستفادة منه. أثبتت الدراسة أنه كلما زاد استخدام الأفراد للإنترنت انخفضت درجة الاعتماد أو الاستخدام للراديو والتلفاز، وأوضحت تزايد الاعتماد على الانترنت ومصادر المعلومات الحديثة كمصدر معلومات أولي لاكتساب المعلومات بنسبة مرتفعة إذا ما قورنت بعمر الانترنت في مصر.

وكان من أهم أسباب ذلك: السرعة – التنوع – استرجاع المعلومات – الملتيميديا ومن أهم أسباب عدم الاعتماد: التكلفة – عدم امتلاك كمبيوتر – عم الثقة – عدم القدرة على استخدامه.

وقدمت الدراسة عدة توصيات، كان من أهمها:

دراسة الانترنت في السنوات القادمة لمعرفة دورها كوسيلة اتصال حديثة منافسة للوسائل التقليدية بعد مرور سنوات على تواجدها في مصر ومقارنتها بتلك الوسائل بالتطبيق على مجالات مختلفة، والتركيز على الإيجابيات والسلبيات معًا. كما أوصت بدراسة الأغراض التي تحققها الانترنت لمستخدميها من خلال نموذج الاستخدامات والإشباعات ومدخل نشر الأفكار المستحدثة.

1. عبير محمد حمدي، " دور الانترنت والراديو والتلفزيون في إمداد الجمهور المصري بالمعلومات، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الاعلام، قسم الاذاعة والتلفزيون، 2001.

23- سامي عبد الرؤوف طابع، "استخدام الانترنت في العالم العربي.. دراسة ميدانية على عينة من

الشباب العربي. (1)

حاولت الدراسة استكشاف استخدامات الشباب العربي لشبكة الانترنت، مستخدمة مدخل الاستخدامات والإشباع، وقسمت النتائج إلى ما يتعلق بمصادر المعلومات على الإنترنت واستخدامات الإنترنت والفوائد التي يحصل عليها الأفراد من استخدام الإنترنت.

وأشارت النتائج إلى أن مواقع الجرائد والمجلات هي المصدر الأول للمعلومات على شبكة الانترنت، كما أوضحت أن المعلومات هي أهم فائدة يحصل عليها الأفراد من الانترنت ثم التسلية والترفيه في المرتبة الثانية.

وأكدت الدراسة أن الأفراد ينظرون إلى شبكة الانترنت الآن على أساس أنها أسرع مصر للمعلومات، وهذا يؤدي إلى تزايد مستمر في الوقت الذي يقضيه الفرد في استخدام الانترنت، وهذا يؤدي بدوره إلى تناقص الاعتماد على مصادر المعلومات الأخرى بما فيها الاتصال الشخصي.

وأشارت الدراسة في النهاية إلى أن الانترنت تثير العديد من التساؤلات المستقبلية، كان من أهمها:

هل سيؤثر الانترنت على وسائل الإعلام التقليدية أم سيكون هناك نوع من التعاون والتكامل بينهم.

كما طرحت تساؤلات حول التأثيرات الاجتماعية لتزايد استخدام الانترنت، وأوصت بإجراء

دراسات مستقبلية للإجابة على هذه الأسئلة الهامة.

24- ميرفت محمد كامل الطرابيشي، "العوامل المؤثرة في تعرض الشباب المصري للمواقع

الإلكترونية على الانترنت. (2)

استهدفت الدراسة التعرف إلى أي مدى يتأثر التعرض للمواقع الإلكترونية على الانترنت بأسباب ومعدل وخصائص تعرض الشباب المصري لهذه المواقع، من خلا التعرف على المتغيرات التي تتحكم في عمليات التعرض والتعرف على نوعياته وخصائصه والأسباب التي تتحكم فيه، للكشف في النهاية عن العوامل المؤثرة في تعرض الشباب المصري للمواقع الإلكترونية، ومدى اعتماد الشباب عليها مقابل معلومات وسائل الاتصال الأخرى، ودرجة مصداقية معلومات هذه المواقع وسط معلومات وسائل الاتصال الأخرى.

وأوضحت نتائج الدراسة أن الترفيه أحد الأسباب الرئيسة للتعرض، وأن المميزات التكنولوجية من أهم الأسباب مثل السرعة والتنوع والتجديد والملتيميديا، كما أثبتت النتائج صحة الفرض حول تزايد درجة مصداقية الانترنت مقابل الوسائل الأخرى، وتزايد درجة الاعتماد على معلومات الانترنت مقابل الوسائل الأخرى.

1. سامي عبد الرؤوف طابع، " استخدام الانترنت في العالم العربي .. دراسة ميدانية على عينة من الشباب العربي، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، عدد4 ، 2000.

2. ميرفت محمد كامل الطرابيشي، " العوامل المؤثرة في تعرض الشباب المصري للمواقع الإلكترونية على الانترنت، مجلة كلية الآداب جامعة حلوان، عدد 6، يوليو 1999.

25- دراسة علي محمد رحومه : 2004 (1)، " الانترنت والمنظومة التكنو – اجتماعية " وهي

دراسة نظرية تحليلية في الآلية التقنية للإنترنت ونموذج منظومتها الاجتماعية .

وتهدف الدراسة إلى التعرف على أهم التطورات المعلوماتية وكشف ابرز خطوات مسارها المعلوماتي الاجتماعي الذي نعيشه في عالم اليوم ، ومعرفة العلاقة الجدلية بين المنظومة الاجتماعية للإنترنت وبين منظومتها التقنية، وما تقدمه تقنية الانترنت من تغيرات وتطورات ومشكلات اجتماعية ومعرفة التفاعلات التي تحدث بين الأفراد والجماعات المستخدمين للإنترنت ومستقبل هذه التفاعلات .

واهم نتائج الدراسة هي :-

أ. الانترنت عامل قوي للتغير الاجتماعي العولمي .

ب. إن منظومة الانترنت بصورتها تكنو- اجتماعية تمثل الوجه الحضاري للإنسان المعاصر.

ج. تعزز الانترنت تقاليدھا الاجتماعية بين مستخدميها وتؤثر تأثيراً بالغاً في إكسابهم نظاماً وآليات محددة للتعامل ، ضمن أطر التخاطب والتراسل وتبادل المعلومات .

د. إن الحتمية المعلوماتية كنظام تكنو- اجتماعي يركز على فعالية عنصر المعلومات في شتى النظريات والتطبيقات .

هـ. العامل التكنولوجي في جوهره هو عامل اجتماعي وبالعكس وهذا يعزز آليات التآلف والاعتماد.

و. إن التأثير القوي للإنترنت سيصل إلى مختلف المجتمعات من خلال تنوع تقنيات الاتصال والحاسوب وتناقص أسعارها مما يزيد من انتشارها .

26- حسين أبو شنب ، ماجد سالم تربان، بعنوان (استخدامات ذوي الاحتياجات الخاصة لوسائل

الاتصال في فلسطين والإشباع المتحققة). (2)

● **موضوع الدراسة:** تهتم هذه الدراسة بالتعرف علي مدي استخدام ذوي الاحتياجات الخاصة لوسائل الاتصال (الراديو- التلفزيون- الصحف- المجالات- الانترنت) ودوافع هذا الاستخدام والإشباع التي يسعون إلي تحقيقها من خلال التعرض لهذه الوسائل في ظل متغيري النوع والسن ونوع الإعاقة وتأثيره علي الاستخدام ودوافعه، حيث أن ذوي الاحتياجات الخاصة فئة لا تحظى بالاهتمام المطلوب والكافي في الدراسات الإعلامية وخصوصا في المجتمع الفلسطيني الذي يتميز بتعرضه المكثف لوسائل الإعلام بحكم الواقع السياسي العام ومن ذلك ذو الاحتياجات الخاصة.

● **النظريات العلمية:** واستخدم الباحثان مدخل الاستخدامات والإشباع؛ كونه يرتبط بشكل كبير بغايات ذوي الاحتياجات الخاصة، وأهدافهم من استخدام وسائل الاتصال والعوامل التي تؤثر علي هذا الاستخدام، ويمثل وجهة نظر مختلفة في بحوث الاتصال تسعى لمعرفة تأثير هذه الوسائل على الجمهور الايجابي الذي يتفاعل معها ويسعى لطلب المعلومات منها باعتبار أن السياسة العامة تحدد أن ذوي

1. علي محمد رحومه ، " الانترنت والمنظومة التكنو- اجتماعية " ، ليبيا ، أطروحة دكتوراه مقدمة لجامعة طرابلس – علم الاجتماع، 2005.

2. حسين أبو شنب ، ماجد سالم تربان، استخدامات ذوي الاحتياجات الخاصة لوسائل الاتصال في فلسطين والإشباع المتحققة، المؤتمر العلمي الدولي السادس عشر، جامعة القاهرة، كلية الاعلام، يناير 2010.

الاحتياجات الخاصة هم الموهوبون والمتفوقون بوجه عام، سواء من الأسوياء أو من العاديين أو من المعاقين بصرياً وسمعياً وحركياً.

• **منهج الدراسة وأدوات جمع البيانات:** تعد هذه الدراسة من البحوث الوصفية التي تستهدف دراسة وتتبع ظاهرة معينة، وفي إطاره تم استخدام منهج المسح بشقيه الوصفي والتحليلي للإجابة عن تساؤلات الدراسة، وتتكون عينة الدراسة من (150) مبحوث من ذوي الاحتياجات الخاصة الفلسطينيين الموجودين بقطاع غزة، مع مراعاة التنوع (تنوع الإعاقة)، وتم استخدام أسلوب العينة المتاحة في إطار نوع العينات غير الاحتمالية، وقد تم استخدام صحيفة الاستقصاء التي تم توزيعها علي ذوي الاحتياجات الخاصة لمعرفة طبيعة استخدامهم لوسائل الاتصال، وقد تم تصميم الصحيفة في ضوء تساؤلات الدراسة والأهداف المتوقعة لها وفي ضوء الإطار النظري للدراسة المتمثل في نظرية الاستخدامات والإشباعات.

• أهم تساؤلات الدراسة:

(1) ما وسائل الاتصال التي يستخدمها ذوو الاحتياجات الخاصة؟ وحجم تعرضهم لها؟ وكيف يستخدمونها؟

(2) ما الدور الذي تمارسه الأسرة أو المشرفون علي ذوي الاحتياجات الخاصة في اختيار المضمون الذي يتعرضون له؟

(3) ما المواد والموضوعات التي يفضل ذوو الاحتياجات الخاصة التعرض لها في كل وسيلة؟

(4) ما دوافع تعرض ذوي الاحتياجات الخاصة لكل وسيلة؟

(5) ما الإشباعات التي يحققها ذوو الاحتياجات الخاصة من جراء تعرضهم لكل وسيلة؟

(6) ما المشكلات والقضايا التي يرغب ذوو الاحتياجات الخاصة أن تعرضها وسائل الاتصال؟

(7) ما اقتراحات ذوي الاحتياجات الخاصة لمعالجة قضاياهم؟

• أهم النتائج:

(1) جاءت الإعاقة الحركية هي الأكثر عدداً بنسبة 60% وهذا يدل على الواقع القائل بأن معظم الإعاقات نتيجة العدوان الإسرائيلي الوحشي المتكرر ودون أي مبررات منطقية سوي العدوان بغرض الترهيب والتخويف.

(2) أكثر وسائل الاتصال استخداما لدي المبحوثين من ذوي الاحتياجات الخاصة (الانترنت) وأكثرها تفضيلاً وأكثرها مساهمة في تنمية المواهب والحصول على المعلومات وتحقيق الإشباعات.

(3) أهم دوافع المبحوثين لاستخدام وسائل الاتصال هي التي تساعد علي اكتساب المعلومات الجديدة وتنمية المهارات والاستفادة من خبرات وتجارب الآخرين.

(4) يقترح المبحوثين من ذوي الاحتياجات الخاصة عددا من المقترحات مثل، تخصيص برامج خاصة بالمعاقين ويكون لهم دور في إعدادها وتنفيذها بعد التدريب والتعليم.

27- / نيرمين زكريا إسماعيل خضر، عنوان البحث / "استخدام الانترنت وعلاقته بالتفاعل الاجتماعي

والسياسي لذوى الاحتياجات الخاصة في مصر" "دراسة ميدانية".⁽¹⁾

• **موضوع الدراسة:** "تسعى هذه الدراسة إلى التعرف على تأثير الانترنت على التفاعل الاجتماعي والسياسي لذوى الاحتياجات الخاصة المعاقين جسدياً من مستخدمي الانترنت، وذلك في ضوء حركة 7 مليون معاق التي تكونت في بدايتها عن طريق شبكة الانترنت وتكونت من أشخاص لم تكن لهم علاقة مسبقة ببعضهم البعض، من محافظات مختلفة، وبدأت الحركة يوم 15 سبتمبر 2009 والتي تتطلع إلى نهضة مجتمعية وحقوقية في مجال ذوى الإعاقة، لنشر وعى مجتمعي، وتشريع قوانين جديدة لذوى الإعاقة، وذلك في ضوء دراسة مجموعة من المتغيرات من حيث (معدل استخدامهم للإنترنت، والمدى الزمني لاستخدامهم، وكثافة تعرضهم للإنترنت ودوافع استخدام ذوى الاحتياجات الخاصة للإنترنت وكذلك نوعية الإشباع المتحققة لهم).

• **النظريات العلمية :** أولاً: نظرية المجال العام، قدم جورج هابر ماس توصيفاً للمجال العام على أنه مجتمع افتراضي أو تخيلي ليس من الضروري التواجد في مكان معروف أو مميز (في أي فضاء) فهو مكون من مجموعة من الأفراد لهم سمات مشتركة مجتمعين معاً بحيث يكونوا جمهوراً. ثانياً: مدخل الاستخدامات والإشباع، يحظى مدخل الاستخدامات والإشباع باهتمام خاص في الدراسات الإعلامية وذلك لتركيزه على الجمهور الذي يستخدم الوسيلة الإعلامية بشكل نشط لتحقيق حاجات معينة.

• **منهج الدراسة وأدوات جمع البيانات:** تنتمي هذه الدراسة إلى نوع "الدراسات الوصفية"، ويتم في هذه الدراسة الاستعانة بمنهج المسح بهدف وصف ودراسة ظاهرة مدى تأثير الانترنت على التفاعل الاجتماعي والسياسي لذوى الاحتياجات الخاصة في المجتمع المصري، قامت الباحثة باستبعاد الفئات الأخرى لشباب ذوى الاحتياجات الخاصة مثل (المكفوفين) لصعوبة تعاملهم مع الانترنت، و(الاصم والبكم)، لصعوبة التواصل معهم عند جمع البيانات، تعتبر عينة الشباب المعاقين جسدياً الذين تتراوح أعمارهم من 18 سنة إلى أقل من 40 سنوات أكثر ملائمة لموضوع الدراسة باعتبار هذه الفئة الأكثر استخداماً للإنترنت وفقاً لنتائج الكثير من الدراسات السابقة، وقد بلغ إجمالي أعداد أفراد مجتمع الدراسة من الشباب المصري المعاق جسدياً (عينة الدراسة) 80 مفردة، وقامت الباحثة بإجراء مقابلات متعمقة مع 40 مفردة من ذوى الاحتياجات الخاصة المعاقين جسدياً وذلك للخروج بنتائج كيفية تفيد في تفسير الظاهرة البحثية وأسباب حدوثها والوقوف على المتغيرات والعوامل المؤثرة فيها، وقد تم سحب عينة الدراسة (الكمية والكيفية) من عدة أماكن بمحافظة القاهرة والجيزة لتيسير الوصول للعينة، ولقد تم جمع البيانات الخاصة بالدراسة الميدانية باستخدام صحيفة الاستقصاء بالمقابلة مع عينة من شباب ذوى الاحتياجات الخاصة المعاقين جسدياً، بالإضافة إلى استخدام أسلوب المقابلات المتعمقة حيث تسهم هذه الأداة في

1. نيرمين زكريا إسماعيل خضر، استخدام الانترنت وعلاقته بالتفاعل الاجتماعي والتفاعل الاجتماعي والسياسي لذوى الاحتياجات الخاصة في مصر، "دراسة ميدانية"، ورقة بحثية مقدمة الى مؤتمر الاعلام والاصلاح والواقع وتحديات العصر، جامعة القاهرة، كلية الاعلام، يوليو 2009.

التوصل إلى معلومات أكثر دقة وحساسية تتعلق بآراء واتجاهات ودوافع عينة الدراسة نحو الظاهرة محل الدراسة .

• أهم تساؤلات الدراسة :

(1) ما معدل تعرض ذوى الاحتياجات الخاصة المعاقين جسدياً للإنترنت ومدى الزمني لاستخدامهم لها؟

(2) ما كثافة استخدام المبحوثين للإنترنت؟

(3) ما أفضل أوقات وأماكن تعامل واستخدام المبحوثين للإنترنت؟

(4) ما عادات وأنماط استخدام المبحوثين للإنترنت؟

(5) ما أسباب و دوافع استخدام ذوى الاحتياجات الخاصة المعاقين جسدياً للإنترنت؟ وما الإشباع التي تحققها الانترنت للمبحوثين؟

(6) ما أكثر وسائل الإعلام التي يحرص ذوى الاحتياجات الخاصة المعاقين جسدياً على متابعة الأخبار

والأحداث السياسية بها؟

• أهم فروض الدراسة :

(1) توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين كل من المدى الزمني وكثافة استخدام ذوى الاحتياجات الخاصة المعاقين جسدياً للإنترنت وكل من مستويات تفاعلهم الاجتماعي والسياسي.

(2) توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين كل من الدوافع النفسية والطقوسية لاستخدام الانترنت والإشباع المتحققة منها لذوي الاحتياجات الخاصة المعاقين جسدياً وكل من مستويات التفاعل الاجتماعي والسياسي لهم.

(3) توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين ذوى الاحتياجات الخاصة المعاقين جسدياً على اختلاف تأييدهم لمدى تأثير الانترنت على وعيهم وتفاعلهم السياسي في مستويات تفاعلهم الاجتماعي والسياسي.

• أهم النتائج :

(1) غلبت معدلات التعرض المرتفعة للإنترنت على عينة ذوى الاحتياجات الخاصة في الدراسة الكيفية، إذ اتفقوا جميعاً على تصنيفهم بأنهم من مستخدمي الانترنت بكثافة مرتفعة، حيث لا تقل فترة استخدامهم عن ثلاث ساعات بحد أدنى يومياً لتصل إلى 5 ساعات فأكثر وفقاً لمتطلبات ودوافع استخدامهم للإنترنت، كما أنهم يستخدموا الانترنت أكثر من مرة في اليوم، وبالأخص في فترة الصباح والمساء والسهرة.

(2) أوضحت النتائج أن دوافع استخدام ذوى الاحتياجات الخاصة المعاقين جسدياً التي حظيت بأهمية كبرى وبأعلى أوزان نسبية هي: "تنمية المهارات الاجتماعية مثل (التفاعل الاجتماعي، وإقامة علاقات وتدعيمها مع الآخرين، وتقلل من إحساسي بالوحدة والانطوائية).

(3) أثبتت النتائج أنه توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين كثافة استخدام المعاقين جسدياً للإنترنت ومستويات تفاعلهم السياسي ولكنها علاقة ارتباطية طردية ضعيفة ويعنى ذلك أن كثافة استخدام المعاقين للإنترنت تؤثر على تفاعلهم السياسي نتيجة للفترات الزمنية الطويلة التي يقضونها على شبكة الويب .

28- / زكريا إبراهيم الدسوقي، عنوان البحث: استخدامات أطفال العشوائيات لوسائل الإعلام

والإشباع التي تحققها لهم . (1)

• **موضوع الدراسة:** توجد في مصر عديد من المناطق العشوائية، وهي في تزايد مستمر، وتعد المناطق العشوائية من المناطق المهملة نسبياً حيث ينقصها بعض المرافق ويتدنى فيها متوسط دخل الفرد وترتفع فيها نسبة الأمية، كما تسود هذه المناطق روح الاتكالية وضعف الثقة في تحسين الأحوال وغيرها من الأمور التي تثبط همم الكبار والصغار وتقلل من فاعليتهم عن المشاركة في التنمية، فهؤلاء الأطفال الذين يقيمون مع أسرهم في هذه المجتمعات يتعرضون لظروف وأوضاع تؤثر علي نموهم ومستقبلهم، ولقد كانت وسائل الإعلام محدودة الانتشار ولا يمتلكها إلا طبقة معينة من الأشخاص، ورغم انتشارها الواسع في الوقت الحالي فإن العلاقة بين هذه الوسائل وساكني العشوائيات علاقة ضعيفة، نظراً للظروف المجتمعية المتردية التي يعيشها المقيمون -وأغلبهم الأطفال- في هذه المناطق، ولذا فمن المتوقع أن تتباين دوافع استخدام هؤلاء الأطفال لوسائل الإعلام عن دوافع استخدام الأطفال العاديين، وكذلك الإشباع التي تتحقق لهم من هذا الاستخدام .

• **النظريات العلمية:** تعتمد هذه الدراسة على نظرية الاستخدامات والإشباع، حيث تقوم نظرية الاستخدامات والإشباع علي دراسة جمهور وسائل الاتصال الذين يتعرضون بدافع معين لإشباع حاجات فردية معينة، وتحاول النظرية معرفة وتفسير لماذا يستخدم أفراد الجمهور وسائل الاتصال من بين المصادر المختلفة في محيطهم، وماهي احتياجاتهم والأهداف التي يسعون لتحقيقها من خلال التعرض لهذه الوسائل .

• **منهج الدراسة وأدوات جمع البيانات:** ينتمي هذا البحث إلي الدراسات الوصفية التي تستهدف تناول الظاهرة موضوع البحث من المنظور الكمي والكيفي، واعتمد البحث علي منهج المسح بالعينة، ويتمثل مجتمع البحث في جمهور أطفال المناطق العشوائية بمحافظة القاهرة (منشأة ناصر، والحويتية، ومساكن زينهم) في المرحلة العمرية 12-15 سنة، واقتصرت عينة الدراسة علي 400 طفل 200 ذكور، 200 إناث من أطفال المناطق الثلاث، تم سحبها بالطريقة العشوائية المنتظمة، وروعي في اختيار العينة الخصائص المختلفة لهؤلاء الأطفال من حيث العمل ومجالاته، والالتحاق بالمدرسة أو عدمه، وقد اعتمد البحث علي صحيفة الاستبيان لجمع المعلومات من عينة البحث الميدانية، للتعرف علي استخدامات أطفال العشوائيات لوسائل الإعلام ودوافع التعرض والإشباع المتحققة.

• **أهم تساؤلات الدراسة:**

- (1) ما دوافع استخدام أطفال العشوائيات لوسائل الإعلام ؟ وما الإشباع التي تحققها لهم ؟
- (2) ما معدلات تعرض أطفال العشوائيات لوسائل الإعلام ؟
- (3) ما أنماط استخدام أطفال العشوائيات لوسائل الإعلام ؟

1. زكريا إبراهيم الدسوقي، استخدامات أطفال العشوائيات لوسائل الاعلام والإشباع التي تحققها لهم، رسالة دكتوراه غير منشورة، معهد الدراسات العليا للطفولة، 2008.

4) ما دوافع استخدام أطفال العشوائيات لوسائل الإعلام؟

5) ما العلاقة بين معدلات تعرض أطفال العشوائيات لوسائل الإعلام والإشباع المتحققة لهم من هذا التعرض؟

6) ما العلاقة بين دوافع استخدام أطفال العشوائيات لوسائل الإعلام والإشباع التي تحققها لهم؟

• أهم فروض الدراسة :

1) توجد علاقة دالة إحصائية بين نوع أطفال العشوائيات (ذكور وإناث) ومعدل تعرضهم لوسائل الإعلام.

2) توجد علاقة دالة إحصائية بين نوع أطفال العشوائيات (ذكور وإناث) ودوافع استخدامهم لوسائل الإعلام

3) توجد علاقة دالة إحصائية بين نوع أطفال العشوائيات (ذكور وإناث) والإشباع التي تحققها وسائل الإعلام لهم .

4) توجد علاقة دالة إحصائية بين معدل تعرض أطفال العشوائيات لوسائل الإعلام وكل من دوافع التعرض لهذه الوسائل والإشباع التي تحققها لهم .

5) توجد علاقة دالة إحصائية بين دوافع تعرض أطفال العشوائيات لوسائل الإعلام والإشباع التي تحققها لهم .

• أهم النتائج:

1) ارتفاع نسبة تعرض أطفال العشوائيات لوسائل الإعلام، حيث يتعرض 44.5% منهم لوسائل الإعلام بصفة دائمة، ويتعرض 55.5% منهم لوسائل الإعلام أحياناً، مما يعني ارتباط هؤلاء الأطفال بوسائل الإعلام المختلفة، كما أن معدل تعرض هؤلاء الأطفال لوسائل الإعلام لا يختلف كثيراً عن معدل تعرض الأطفال العاديين، ولعل ذلك يرجع لأهمية وسائل الإعلام المختلفة في حياة البشر عموماً.

2) 9% من أطفال العشوائيات يفضلون مشاهدة القنوات التلفزيونية الأرضية ربما لعدم امتلاك كثير من أسرهم لأجهزة استقبال القنوات الفضائية، ويفضل 57.4% منهم مشاهدة القنوات الفضائية العربية، ويفضل 33.5% منهم مشاهدة القنوات الأجنبية للأطفال، تتضمن بعض أفلام الخيال التي يفضلها جمهور الأطفال، وأخيراً جاءت مشاهدتهم للقنوات المتخصصة .

أوضحت النتائج وجود علاقة دالة إحصائية بين معدل تعرض أطفال العشوائيات لوسائل الإعلام وكل من دوافع تعرضهم لها والإشباع التي تحققها لهم"، فكلما زادت معدلات ودوافع تعرضهم لوسائل الإعلام زادت الإشباع المتحققة من تلك الوسائل.

سابعا: التعليق علي الدراسات السابقة:- Commehing On Previous Studies

تشير الدراسات السابقة إلى الدراسات التي بحثت في نفس المجال الخاص بمشكلة البحث التي يقوم الباحث بدراستها، بحيث تمثل بالنسبة للمشكلة المطروحة قاعدة معرفية أولية لها، ولذلك تمثل نتائج المشكلة المطروحة اضافة مباشرة إلى نتائج الدراسات السابقة لذلك يؤدي ادراك الباحث لنتائج الدراسات

السابقة وتوصياتها، إلى الاهتمام بعنصر الجدة فيما يصدره من توصيات، او ما يشير به من بحوث جديدة ترتبط بنتائج دراسته وتعميماتها.(1)

ثامنا: فروض الدراسة

بناء علي الإجابات التي سيقدمها البحث عن أسئلة الدراسة يختبر الباحث عددا من الفروض العلمية

التالية

الفرض الأول:

يختلف معدل تعرض أبناء الجالية الليبية في مصر للإنترنت باختلاف المتغيرات الديموغرافية (النوع – المستوى التعليمي – الحالة الوظيفية – طبيعة الإقامة – مدة الإقامة)

الفرض الثاني :

توجد فروق دالة إحصائيا بين المتغيرات الديموغرافية (النوع- الحالة الوظيفية- مدة إقامة المبحوثين) لأفراد الجالية الليبية وكمية التعرض للإنترنت .

الفرض الثالث :

تختلف نوعية المضامين المفضلة لدي أفراد الجالية الليبية في مصر باختلاف المتغيرات الديموغرافية (النوع – المستوى التعليمي – الحالة الوظيفية)

الفرض الرابع :

توجد فروق دالة إحصائيا بين المبحوثين طبقا للمتغيرات الديموغرافية (النوع والمستوى التعليمي والحالة الوظيفية وطبيعة الإقامة) ودوافع تعرض أفراد الجالية الليبية للإنترنت والإشباع المتحققة منها.

الفرض الخامس :

توجد فروق دالة إحصائيا بين دوافع التعرض (الطقسية والنفعية) لأفراد الجالية الليبية في مصر والمضامين المقدمة في مواقع الإنترنت المختلفة .

الفرض السادس:

توجد علاقة ارتباط دالة إحصائيا بين الدوافع النفعية لتعرض أفراد الجالية الليبية في مصر للإنترنت وإشباع المحتوى المتحققة.

الفرض السابع :

توجد علاقة ارتباط دالة إحصائيا بين الدوافع الطقسية لتعرض الجالية الليبية في مصر للإنترنت وإشباع العملية .

تاسعا: تساؤلات الدراسة :

تحاول الدراسة الإجابة عن سؤال رئيسي هو: ما دوافع تعرض أفراد الجالية الليبية في مصر للإنترنت و الإشباع المتحققة منها .

وللإجابة عنة يتحتم الإجابة علي الأسئلة الفرعية التالية وهي:

1. د. محمد عبد الحميد، المرجع سابق، ص92- 94

- 1- ما عادات تعرض الجالية الليبية في مصر للإنترنت ؟
- 2- ما كيفية تعرض الجالية الليبية للإنترنت ؟
- 3- ما كثافة تعرض الجالية الليبية للإنترنت ؟
- 4- ما تفضيلات الجالية الليبية من حيث نوعية المواقع والموضوعات علي شبكة للإنترنت ؟
- 5- ما الدوافع (النفعية والطقسية) لتعرض الجالية الليبية للإنترنت ؟
- 6- ما هي الإشباعات (المحتوي والعملية) التي تتحقق الجالية الليبية خلال استخدامهم للإنترنت؟
- 7- ما اتجاهات الجالية الليبية نحو للإنترنت ؟

عاشرا: الإجراءات المنهجية:

1- نوع الدراسة والمنهج المستخدم: تنتمي هذه الدراسة إلى مجال الدراسات الوصفية وتعد هذه الدراسة وصفا كونه يهدف " بشكل عام إلى تسجيل الحوادث ووصفها فضلا عن عرض خصائص الموضوع بأسلوب علمي موضوعي دقيق"⁽¹⁾ وتكتسب البحوث الوصفية أهمية خاصة في البحث العلمي بفضل خطواتها العلمية الدقيقة واتساع نطاقها⁽²⁾، ويبدو ذلك من خلال الاهتمام بمعرفة الخصائص التي تميز أفراد الجالية الليبية في مصر الذين يتعرضون للإنترنت ، وقد اعتمدت الدراسة في إجراءاتها المنهجية على استخدام المسح بالعينة في عملية جمع البيانات ، حيث سيتم إعداد استمارة استبيان وسيتم إخضاعها للقواعد المنهجية المتعارف عليها من حيث التصميم والاختبار القبلي، والاختبار البعدي .

2- أدوات البحث:

أ- استمارة البحث الميداني ويعرف الاستبيان بأنه: ((عبارة عن مجموعة من الأسئلة التي توجه إلى مجتمع البحث تصاغ بطريقة فنية معينة تدور حول جوانب الظاهرة المدروسة وتساعد الإجابات الواردة عليها في اختيار وتحقيق الفروض التي يضعها الباحث بادئ ذي بدء⁽³⁾).

ب- عينة عمدية بحيث الشريحة المذكورة.

ج- المراجع المختلفة، في الاستخدامات والإشاعات، والمثبتة في الهوامش وفي آخر البحث.

د- المصادر التي أطلع عليها الباحث، وتأثر بها، حتى ولو لم نأخذ منها في عرضنا.

هـ- الممارسة الفعلية بمجال الإعلام حيث عمل الباحث كمذيع وصحفي بدولة ليبيا .

3- مجتمع البحث:

ويعني كل الأفراد الذين ينتمون للجالية الليبية المقيمة علي الأراضي المصرية بغض النظر عن

سبب الإقامة سواء كانت بصفة مؤقتة أو دائمة.

1. د. سمير محمد حسين. المرجع السابق . ص125.
 2. د. محمد عبد الحميد . البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، القاهرة، عالم الكتب 2000، ص157.
 3. شعبان عبد العزيز خليفة، المحاورات في مناهج البحث في علم المكتبات والمعلومات، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 1997، ص138

4- العينة وضوابطها:

العينة العمدية ، مع ملاحظة : أن الباحث يؤكد إن الجالية الليبية المقيمة في مصر تتكون في أغلبها من الطلاب المبتعثين للدراسة بجمهورية مصر العربية سواء كانوا مبتعثين من قبل الدولة الليبية أو يدرسون علي حسابهم الشخصي وهم في الغالب متركزين بمدینتی القاهرة والإسكندرية وغالبيتهم يدرسون الماجستير أو الدكتوراه بالجامعات المصرية المختلفة.

5- وحدات المعاينة:

وهم كل المبعوثين للدراسة في مصر والمقيمين من التجار أو رجال الأعمال وكل اللذين يحملون الجنسية الليبية ومقيمين علي أراضي جمهورية مصر العربية ويتعاملون مع الانترنت بكل الصور المتاحة لهذا التعامل.

6- الإطار:

وهو كل التراث العلمي المتعلق بموضوع الدراسة والذي تمكن الباحث من مسحة والاطلاع عليه كمرجعية لخطوات بحثه العلمي المراد تنفيذه

خطة بحث المراجع:

اختيار المراجع: يتم اختيار المراجع علي أساسيين:

1- الثقة في مؤلفه، نتيجة لإجمال الآراء عليه، وطول مدة خبرته وممارسته، في هذا المجال.

2- مدى تغطية للموضوع، بالمقارنة مع مراجع أخرى في هذا الموضوع.

مدى الاعتماد علي المراجع:

لا نعتد بكثرة ما نأخذ من كم المراجع، وإنما يعيننا، هو مدى شمول المراجع وتغطيته، للموضوع الذي يسعى إليه الباحث فإذا ما اتفق علي مرجع ما، وتبين تغطيته لموضوع معين، عرض الجزء الذي نتاجه موثقين له ومعطين الحق لحقه، خاصة في المراجع التي تعرض الحقائق ثم أن إيماني، بالثقة في المراجع يجعلني نعتمد عليه اعتمادا مباشرة، فما فائدة أن أعرض لموضوع ما وأرجع فيه إلي مراجع سابقة، لا حصل علي ما كفه، لي المراجع الحالي الذي اعتمدت علي أنه عندي إذن، يجب ما سبقه في اعتمادي عليه وإلا كان مجرد تكرار للجهود، لا داعي له، بل أن أساس البحث العلمي، هو أن يخدم الباحثين اللاحقين لمن قاموا بالبحوث.

حادي عشر: مفاهيم الدراسة

[1] الإنترنت:

لفظ (إنترنت) هو اختصار لمصطلح (الشبكة الدولية). ويُطلق على شبكة الإنترنت أيضاً: (شبكة الشبكات)، وكذلك (الشبكة الأم).

وشبكة الإنترنت تتكون من المئات من أجهزة الكمبيوتر المرتبطة في شبكات. وتسمح شبكة الإنترنت بتداول ونقل البيانات والمعلومات من جهاز حاسب إلى آخر داخل الشبكة.

وتعني كلمة (NET) أي الشبكة، على أنها قالب خالي (FICTIONALMARTIX) أو نسيج عنكبوتي (web)، وتمثل الشبكة البنية الأساسية للمعلومات العالمية، ويمكن الوصول إلى المعلومات من على شبكة الإنترنت عن طريق الدخول عبر سلسلة من البوابات التي توصل كل منها للأخرى⁽¹⁾.

[2] مستخدمو الإنترنت⁽²⁾:

هم الأشخاص الذين يدخلون على أحد مواقع شبكة الإنترنت، عن طريق استخدام الوسائل الفنية اللازمة لذلك، ومستخدم الإنترنت إمّا أن يكون متلقياً للمعلومة من الإنترنت، وإمّا أن يكون مرسلًا للمعلومة.

[3] المقيم أو الإقامة:

يمكن تعريف المقيم أو الحاصل على حق الإقامة في مصر: انه الشخص الذي يحمل جنسية غير الجنسية المصرية أي من غير المواطنين أهل البلد الأصليين، الذين يأتون لمصر بهدف الحصول على حق الإقامة الشرعية بعد استيفائهم لشروط منحهم الإقامة، وهناك ثلاثة أنواع تمنح للأجنبي الذي يرغب بالحصول على الإقامة في مصر وهي:

1. إقامة عمل .
2. إقامة لاجئ سياسي أو إنساني.
3. إقامة دراسة.

[4] الجالية الليبية:

وهم مجموعة من الليبيين المقيمين في مصر خلال فترة الدراسة لهم حق الإقامة في جمهورية مصر العربية إقامة قانونية بغض النظر عن انتماءاتهم المنطقية أو الاجتماعية أو مدة إقامتهم.

تعريف مصطلح الجاليات:

أ. **في اللغة :** الجالية، والجالية ، وهم أهل الذمة، وإنما لزمهم هذا الاسم لأن النبي صلى الله عليه وسلم أجلى بعض اليهود من المدينة وأمر بإجلاء من بقي منهم بجزيرة العرب، فأجلاهم عمر بن الخطاب فسُموا جالية للزوم الاسم لهم، وإن كانوا مقيمين في البلاد التي أوطنوها⁽³⁾.

وجاء في المعجم الوسيط أن "الجالية" الذين جلوا عن أوطانهم وجماعة من الناس تعيش في وطن جديد غير وطنهم الأصلي.

وأهل الذمة وكل من لزمهم الجزية من أهل الكتاب وإن لم يجلوا عن أوطانهم⁽⁴⁾.

وذكر الرازي "الجالية" أي على جزية أهل الذمة⁽⁵⁾.

إذن فالجالية تطلق على من عاشوا في غير وطنهم الأصلي.

1. محمد أمين الرومي: جرائم الكمبيوتر والإنترنت، دار المطبوعات الجامعية، الإسكندرية، مصر، 2003م، ص 121.
2. محمد أمين الرومي: المرجع السابق، ص 125-126.
3. لسان العرب 120/11، لابن منظور ، دار صادر ، الطبعة الثالثة 1414هـ.
4. المعجم الوسيط 138/1، مجمع اللغة العربية، دار عمران (د. ط. ت).
5. مختار الصحاح، 108، محمد أبي بكر الرازي ، ترتيب محمود الخاطر، دار الحديث ، القاهرة (د. ط. ت).

[5] دوافع التعرض :

يقصد بها اختيار أفراد الجالية الليبية في مصر لموقع بعينه بهدف إشباع حاجات معرفية وهو ما يسمى بالدوافع النفعية أو بقصد الهروب من الروتين اليومي وهو ما يسمى بالدوافع والطقوسية .

[6] الإشباعات المتحققة :

يقصد بها استفادة الجالية الليبية في مصر من تعرضهم للإنترنت وتتمثل هذه الاستفادة في الحصول علي المعلومات وتأكيد الذات والربط بين هذه المعلومات وشبكة العلاقات الاجتماعية وهو ما يطلق عليه إشباعات المحتوى ومن جانب آخر الارتباط بموقع معين في الانترنت وهو ما يطلق عليه إشباعات العملية.

الفصل الثاني

الإطار النظري

مُتَكَلِّمًا

تم الاعتماد علي مدخل الاستخدامات والإشباعات لدراسة استخدامات الانترنت والإشباعات المتحققة منها دراسة ميدانية علي الجالية الليبية في مصر حيث يعد المدخل تطبيقا لمفهوم الوظيفة الفردية الذي يتعامل مع وسائل الإعلام من وجهة نظر الفرد⁽¹⁾، فالوسائل الاتصالية وفقا للمدخل تتنافس مع بعضها الإرضاء حاجات الجمهور ولا بد لها أن تأخذ في حساباتها وجود بدائل وظيفية لإشباع الحاجات في حالة عدم نجاح الوسيلة الإعلامية في إشباع حاجات الفرد⁽²⁾، وهذا الأمر يساعد في تحقيق الفهم الأعمق لعملية الاتصال الجماهيري⁽³⁾.

وتوفر شبكة الانترنت من خلال الموقع المختلفة كم هائل من المعلومات في مختلف المجالات ومع الإدراك الحقيقي للنمو السريع والمتزايد للمواقع الإعلامية علي شبكة الانترنت يصبح من المهم أن ندرس استخدامات الانترنت والإشباعات المتحققة للجالية الليبية في مصر وكيف يستخدمونها وماذا يتوقعون أن يجدوا عليها ويعد مدخل الاستخدامات والإشباعات من أفضل المداخل النظرية للإجابة علي هذه التساؤلات ولفهم كيفية استخدام الجالية الليبية المقيمة في مصر الانترنت ومعرفة الحاجات النفسية والاجتماعية التي تدفعهم لهذا الاستخدام ودراسة مدي فاعلية المحتوى المعروض علي الشبكة في إشباع هذه الحاجات خاصة أن مدخل الاستخدامات والإشباعات يؤكد ان الجمهور نشط في اختياره للمواد الإعلامية وشبكة الانترنت هي أفضل مثال للوسائل الإعلامية التي يتسم جمهورها بالنشاط والفاعلية في التجوال والبحث داخل الشبكة.⁽⁴⁾

أهداف مدخل الاستخدامات والإشباعات بالتطبيق علي الدراسة الحالية :

1- تفسير كيفية استخدام الجالية الليبية المقيمة في مصر محل الدراسة الانترنت في إشباع احتياجاتهم بالارتكاز إلي مفهوم الجمهور النشط الذي يعد احد عناصر المدخل الذي يقوم علي أساس أن الأفراد يبحثون عن وسائل الإعلام التي تناسب مع رغباتهم وتشيع حاجتهم من هذه الوسيلة وبالتالي التعرف علي الإشباعات المختلفة التي يمكن تحقيقها من خلال التعرض للانترنت .

2- شرح دوافع وأنماط التعرض للانترنت وأشكال التفاعل المختلفة التي تحدث نتيجة التعرض⁽⁵⁾.

1. انجي رجب شعبان ،استخدامات الشباب الجامعي للذعتي نجوم أف أم وراديو مصر والإشباعات المتحققة ،رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة حلوان :كلية الآداب قسم الإعلام '2012) ،ص 64.
2. اشرف جلال حسن ،العلاقة بين ملكية وسائل الإعلام وطبيعة ومستوي الحرية في القنوات المصرية والخاصة "المؤتمر العلمي السنوي الحادي عشر" الجزء الثاني ،جامعة القاهرة ، كليه الإعلام ، مايو 2005ص ص 397- 450
3. أماني فهمي، "دوافع استخدام المرأة المصرية لقنوات التلفزيون الدولي واشبعاتها" ، المجلة المصرية لبحوث الإعلام ، العدد الثاني. ابريل - يونيو 1997، ص 121
4. سوزان محمد عبده جميل ، استخدامات طلاب الجامعات لمواقع الصحافة المصرية علي شبكة الانترنت والإشباعات المتحققة منها ، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة طنطا : كلية الآداب قسم الإعلام التربوي .2008) ص32
5. انجي رجب شعبان ، مصدر سبق ذكره ، ص75

3- معرفة دور المتغيرات المتبادلة بين دوافع الاستخدام وأنماط التعرض للإنترنت والإشباع الناتجة عنها.

4- في إطار الدراسات الخاصة باستخدام وسائل الإعلام والتعرض إليها من مختلف الفئات ركزت هذه الدراسات على الأسباب الخاصة بهذا التعرض في محاولة منها للربط بين هذه الأسباب والاستخدام مع تصنيف الاستخدام إلى فئات تشير إلى شدته أو كثافته .

5- وتم صياغة هذه الأسباب في عدة إطارات كان أهمها إطار الدوافع النفسية والتي تحرك الفرد لتلبية حاجات معينة في وقت معين حتى يصبح رغبة الفرد القوية في إشباع حاجت معينة من خلال التعرض لوسائل الإعلام هي الإطار العام للعلاقة بين تعرض الفرد لوسائل الإعلام ومحتواها ومدى ما يحققه هذا التعرض من إشباع للحاجات المتعددة وتلبيتها .

ويمثل مدخل الاستخدامات والإشباع محاولة لتفسير طرق استخدام الأفراد لوسائل الاتصال لإشباع احتياجاتهم وتحقيق أهدافهم كما أن البدائل الكثيرة التي أصبحت متوفرة للفرد بسهولة أضافت الكثير مما قد يؤدي للتغيير في السلوك الاتصالي وتبني أساليب جديدة للاتصال أصبح معه من الضروري التركيز على هذه البدائل ومقارنتها ودراسة هذه الأساليب الجديدة للاتصال ومثال ذلك الإنترنت ومستخدميه .

ومن أهم ما يميز بحوث الاستخدامات والإشباع أنها تتيح مزيداً من فهم وسائل الاتصال ودورها في عمليات التأثير الاجتماعي كما تقدم تلك البحوث إطاراً نظرياً واسعاً لاستكشاف سلوك الأفراد تجاه وسائل الاتصال فالمدخل يدرس طبيعة الاحتياجات من خلال التعرض لوسائل الاتصال وإشباع تلك الحاجات من خلال نتائج استخدامها بواسطة الجمهور (1).

ولذلك كان من الطبيعي أن تبدأ بحوث الاتصال الرقمي والاتصال بالإنترنت ببحوث المستخدم وسلوك الاستخدام وخصائصه وعلاقته بالخصائص أو السمات العامة والاجتماعية للمستخدمين أو فئات جمهور الأنترنت وهذه البحوث هي التي تم الاعتماد عليها في وصف خصائص مستخدمي الشبكة وعادات استخدامهم لها وأسباب الاستخدام في إطار الفروض الخاصة بمدخل الاستخدامات والإشباع وكان لها الفصل في الكشف عن درجات اهتمام فئات المستخدمين بوظائف الاتصال الرقمي بصفة عامة وشبكة الأنترنت بصفة خاصة (2).

ويتناول الباحث خلال هذا الفصل نظرية الاستخدامات والإشباع باعتبارها نموذجاً يهتم بدراسة الاتصال الجماهيري دراسة وظيفية منظمة تعتمد علي ان جماهير وسائل الاتصال ليست جماهير سلبية وإنما يختار الأفراد بوعي وفهم الوسائل التي تلبى حاجتهم النفسية والاجتماعية (3).

1. ليلي حسين محمد السيد " استخدامات الأسرة المصرية لوسائل الاتصال الإلكترونية ومدى الإشباع الذي تحققه – رسالة دكتوران غير منشورة (كلية الإعلام جامعة القاهرة 1993) ص 112 – ص 113
2. محمد عبد الحميد " الاتصال والإعلام على شبكة الإنترنت " ط 1 (القاهرة عالم الكتب 2007) ص 304
3. ليلي حسين محمد السيد ، مرجع سبق ذكره ، ص 69.

نشأة مدخل الاستخدامات والإشباعات ومراحل تطوره :

ساهمت الدراسة التي قامت بها (هبرتا هيرزوج heart Herzog) في عام 1944 التي استهدفت معرفة أسباب الاستماع إلي مسلسلات (سوب اوبرا soap operas) والإشباعات المحققة من جراء هذا الاستماع في ظهور البوادر الأولى لمدخل الاستخدامات والإشباعات حيث توصلت إلي توصيف هذه الإشباعات إلي إشباعات عاطفية تتعلق بالتعويض عن النواقص الاجتماعية والنفسية وإشباعات تهتم بتحقيق المتعة وأخري تخص تحقيق النصيحة من وراء هذا الاستماع كما توصلت إلي ان الرضا والإشباع عند السيدات يختلف باختلاف الظروف الفردية ومشاكلها. (1)

وقد ركزت الدراسات التي تلت دراسة هيرزوج علي استخدام الجمهور لمضامين وسائل الاتصال علي غرار دراسة (ستشمان such man) حول دوافع استماع الأفراد للموسيقى الكلاسيكية سنة 1942 والإشباعات المتحققة من هذا الاستماع. (2)

ومن الدراسات البارزة أيضاً الدراسة التي قام بها عالم الاجتماع "Bernald Berelson" والتي أجريت في عام 1945 وتم فيها عمل مسح لرود أفعال قراء الصحف في الأسبوعين اللذين شهدا إضراب موزعي الصحف في نيويورك ووجد أن الأفراد اختلفوا الصحف لأنهم يعتمدون عليها والبعض الآخر اختلفت المعلومات التي يحصلون عليها من الصحف بصفة منتظمة خلال حياتهم اليومية. (3)

وفي دراسة أخري (لولف وفيسك) عام 1949 حول أسباب اهتمام الأطفال بالبرامج الهزلية لاحظنا أن هناك مجموعة من الوظائف تقف وراء اهتمام هذه الشريحة بهذا النوع من البرامج وهي التعمق في العوالم الخيالية وتصور البطل الذي لا يقهر وتمثل العالم الحقيقي من خلال متابعة كوميديا الأطفال والملاحظ في هذه الدراسات هو التركيز علي وسيلة إعلامية معينة ودراسة احتياجات جمهور محدد. (4)

ومثلت دراسة (ريلي وريلي riley and riley) سنة 1951 بداية الدراسات التي تبحث في الجانب الميداني الاستخدامات وسائل الاتصال وذلك من خلال الدراسة التي تناولوا فيها استخدام الأطفال قصص المغامرات التي تعرضها وسائل الإعلام وتوصلا إلي أن الأطفال الأكثر اندماجا في البيئة الاجتماعية يستخدمون القصص بهدف اللعب بصفة جماعية مع أقرانهم أما الأطفال المنطوين علي أنفسهم وغير المندمجين مع أقرانهم يستغلونها لغرض التخيل فقط. (5)

ومن المنظور التاريخي نجد إن بحوث الاستخدامات والإشباعات بدأت تحت مسميات أخري في بداية الأربعينيات في مجالات قليلة من علم الاجتماع التي تتعلق بالاتصال الجماهيري ففي هذا العقد

1. حسن عماد مكاوي سامي الشريف نظريات الإعلام مصر مركز القاهرة للتعليم المفتوح 2000، ص 207- ص 215.
2. المرجع نفسه ص 273.
3. حسني محمد نصر " مقدمة في الاتصال الجماهيرية : المداخل والوسائل " ط (بيروت : مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع / 2001) ص 330.
4. نور الدين هادف التكنولوجيا الحديثة الإعلام والاتصال : الاستخدامات والإشباعات (دراسة تطبيقية حول استخدام مصادر المعلومات في وسائل الإعلام الجزائرية) رسالة ماجستير غير منشورة جامعة الجزائر بن يوسف بن خدة كلية العلوم السياسية والإعلام قسم علوم الإعلام والاتصال 2008، ص 87.
5. المرجع السابق.

ركزت بحوث الاتصال علي محتوى وسائل الإعلام ورغم ذلك تم عمل عدد من الدراسات حول الإشباعات التي أجراها (افريد سون) عام 1953 ثم جولدتون عام 1961 التي افترضت أن قوة الارتباط النسبي بين الأفراد تقود إلي نماذج مختلفة من تفضيلات وسائل الإعلام .(1)

واستمر الاهتمام بهذه الدراسات في بداية الستينات حيث توصل كل من لايل وباركر وشرام Lyle and Parker , schramm إلي أن القدرة الذهنية الأطفال تؤثر في استخدام الأطفال للتلفزيون كما تؤثر في علاقتهم بمحيطهم الذي يعيشون فيه فضلا عن رغباتهم المتعلقة بالترفيه والتقليد.

وتطور مفهوم الاستخدامات والإشباعات في الدراسة التي قدمها كاتز وبلومر Katz and Blumler عام 1969 حول الانتخابات البريطانية والتعرف علي أسباب مشاهدة الحملات الانتخابية من عدمها، وفي عام 1974 ربط كل من قورمانيثش وكاتز وبلومر اختصاصات المدخل بالأصول النفسية والاجتماعية للاحتياجات والتوقعات من وسائل الاتصال والتي تؤدي إلي نماذج مختلفة للتعرض لنوع الوسيلة والاندماج في أنشطة تنتج عن الاحتياجات والإشباعات .(2)

وتطورت هذه الأبحاث في فترة الثمانينات بعد أن قدم لورانس وينز عام 1985 نموذجا للإشباعات يضم الإشباعات ناتجة عن التعرض لمحتوي وسائل الإعلام وأخري ناتجة عن عملية الاتصال ونوع الوسيلة التي يتعرض لها الفرد .

مراحل تطور مدخل الاستخدامات والإشباعات

[1] المرحلة الوصفية :-

ويؤكد "كاتز وبلومر" انه في أولي مراحل هذه النظرية اهتمت بتقديم وصف عميق لتوجهات الجماعات الفرعية لجمهور وسائل الإعلام والتي تحكم اختيارها الأشكال المختلفة من محتوى هذه الرسائل.(3)

اهتمت هذه المرحلة بتقديم وصف لتوجهات الجماعات الفرعية لجمهور وسائل الاتصال فيما يتعلق باختيارها للأشكال المختلفة من محتوى ووسائل الاتصال وقد امتدت هذه المرحلة خلال عقدي الأربعينات والخمسينات من القرن الماضي.(4)

ويذكر أن هذه الدراسات كانت كلاسيكية حيث كانت الفكرة الجديدة لبحوث الاستخدامات والإشباعات هي البحث عن الأسباب التي تجذب الأفراد على أنواع مختلفة من المضمون في وسائل

1. مدحت محمد عبد الفتاح عبد العال (استخدامات الأطفال الصم لوسائل الإعلام والإشباعات المتحققة منها) رسالة ماجستير غير منشورة جامعة عين شمس ،قسم الإعلام وثقافة الطفل .2004، ص52.
2. نور الدين هادف التكنولوجيا الحديثة الإعلام والاتصال : الاستخدامات والإشباعات (دراسة تطبيقية حول استخدام مصادر المعلومات في وسائل الإعلام الجزائرية) مرجع سبق ذكره ص 87
3. مدحت محمد عبد الفتاح عبد العال (استخدامات الأطفال الصم لوسائل الإعلام والإشباعات المتحققة منها) رسالة ماجستير غير منشورة جامعة عين شمس مرجع سبق ذكره .ص 54
4. نهى عاطف العبد " أطفالنا والقنوات الفضائية العربية " (القاهرة دار الفكر العربي 2005) ص 14

الاتصال وذلك بسؤال الجمهور عن استخدام الوسائل المختلفة والإشباعات المتحققة نتيجة هذا الاستخدام ولقد وصف (Klapper,1960) هذا المدخل بالتوجه الوظيفي (1).

ولقد تشابهت أبحاث تلك الحقبة في الآتي:

- 1- تشابهت في المدخل المنهجي معتمدة علي الأسئلة المفتوحة .
- 2- حاولت جميعها تجميع الإشباعات في قوائم متجاهلة توزيع تلك الإشباعات تكرر بين الجمهور .
- 3- لم تحاول هذه الدراسات الكشف عن الروابط بين الإشباعات التي يتم الحصول عليها وبين الأصول النفسية والاجتماعية للحاجات التي تشبعها. (2)

[2] المرحلة التطبيقية :-

وقد أطلق عليها كاتز مرحلة المراهقة وامتدت خلال الستينيات وكانت تركز علي المتغيرات النفسية والاجتماعية وأوضحت أن اتجاهات الجمهور يمكن قياسها بالتحليل الكمي. (3)

هي مرحلة ذات توجه ميداني حيث كانت تركز على المتغيرات النفسية والاجتماعية التي من المفترض أنها تؤدي إلى نمط مختلف من استخدامات وسائل الإعلام وتتسم هذه المرحلة أيضاً بإمكانية قياس ميل الجمهور للسعي نحو إشباعات معينة من وسائل الاتصال وذلك باستخدام الأسلوب الكمي وهو ما كانت تفتقده المرحلة السابقة وقد امتدت هذه المرحلة خلال عقد الستينات من القرن الماضي (4).

ومن ابرز هذه الدراسات:

- دراسة كل من شرام ولايل وباركر عام 1961 حول التعرف علي المتغيرات النفسية والاجتماعية التي تؤدي إلي أنماط استخدام وسائل الإعلام وإشباعاتها .
- دراسة جرنبيرج ودمينيك عام 1969 حول تأثير الاختلافات العرقية والطبقة الاجتماعية علي استخدام الشباب للتلفزيون .
- وتميزت تلك المرحلة بمحاولة الربط بين استخدامات وسائل الإعلام وبين الخصائص النفسية والاجتماعية للجمهور (5).

1. عبد الرحيم أحمد سليمان " تعرض المراهقين للأفلام السينمائية والإشباعات التي تحققها " رسالة ماجستير غير منشورة (كلية الإعلام جامعة القاهرة 1997) ص 73 .

2. مدحت محمد عبد الفتاح عبد العال (استخدامات الأطفال الصم لوسائل الإعلام والإشباعات المتحققة منها) رسالة ماجستير غير منشورة جامعة عين شمس . مرجع سبق ذكره ص 55

3. حسن عماد مكاوي ،استخدامات التلفزيون وإشباعاته في سلطنة عمان ، دراسة مسحية مقارنة لعينة من طلاب الجامعة .مجلة بحوث الاتصال .العدد الثامن .جامعة القاهرة 1992، ص 103 ص104

4. أبو بكر مصطفى الوصيف – " استخدام المرأة للتلفزيون الليبي والإشباعات المتحققة " رسالة ماجستير غير منشورة (كلية الإعلام جامعة القاهرة 2004) ص 79 .

5. حسن عماد مكاوي ،استخدامات التلفزيون وإشباعاته في سلطنة عمان ، دراسة مسحية مقارنة لعينة من طلاب الجامعة، مجلة بحوث الاتصال .العدد الثامن .جامعة القاهرة، مرجع سبق ذكره ص 104

[3] المرحلة التفسيرية :-

وتسمى أيضا بمرحلة النضج وكان التركيز فيها علي الإشباعات المتحققة نتيجة التعرض لوسائل الإعلام حتى يتم تفسير عملية الاتصال وربطها بالتوقعات التي يرغب بها الجمهور .⁽¹⁾ كان التركيز في هذه المرحلة على الإشباعات المتحققة نتيجة التعرض لوسائل الاتصال وقد تم إعداد قوائم للاستخدامات والإشباعات وقد امتدت هذه المرحلة منذ عقد السبعينات من القرن الماضي وحتى الآن وخلال هذه المرحلة قام بعض علماء الاتصال بالعمل على توسيع (المسارات النظرية) " Theoretical Trajectories" المأخوذة من الدراسات الأولى لوسائل الإعلام وإعادة تصنيفها حيث برز تصوران أساسيان أسهما في مولد ما أصبح يعرف بعد ذلك بـ " الاستخدامات والإشباعات " .⁽²⁾

الأول :- تقسيم علاقات الجمهور مع وسائل الإعلام إلى مجموعة من المفاهيم أدت إلى خلق مجموعة من نماذج الإشباعات التي يمكن لهذه الوسائل المساعدة في تحقيقها .

الثاني :- المحاولات الرامية إلى شرح كيف يستخدم الجمهور وسائل الإعلام لإشباع احتياجاتهم الإنسانية .

وتم أيضا في هذه المرحلة التركيز علي الإشباعات المتحققة نتيجة التعرض وذلك حتى يتم تفسير عملية الاتصال وربطها بتوقعات الجمهور مثل دراسة روزنجرين وويندهل (Rosengren and windahel) واهتمت أيضا بدراسة الأصول الاجتماعية والنفسية للحاجات التي تولد التوقعات المختلفة من وسائل الإعلام مما يؤدي للأنماط مختلفة من التعرض لها والاشترك في أنشطة أخرى ينتج عنها إشباع حاجات معينة .⁽³⁾

بحوث نظرية الاستخدامات والإشباعات

تقسم بحوث نظرية الاستخدامات والإشباعات إلى قسمين هما:-

أ- **البحوث التقليدية classical Research :-** وهي الدراسات التي أجريت خلال عقد الأربعينات من القرن العشرين بواسطة (مكتب البحوث الاجتماعية التطبيقية The Bureau of applied social research في نيويورك بالولايات المتحدة الأمريكية) والتي أدت إلى تحديد دوافع أفراد الجمهور للاستماع إلى مسلسلات الراديو وبرامج المسابقات مثل دراسة (الازار سفيلد ستانتون عام 1944) والفكرة كانت تقوم عليها هذه الدراسات هي التعرف على أسباب الإعجاب بوسائل الاتصال أو بمضامين معينة .

1. مدحت محمد عبد الفتاح عبد العال (استخدامات الأطفال الصم لوسائل الإعلام والإشباعات المتحققة منها) رسالة ماجستير غير منشورة جامعة عين شمس . مرجع سبق ذكره ص55
2. أبو بكر مصطفى الوصيف – " استخدام المرأة للتلفزيون الليبي والإشباعات المتحققة " رسالة ماجستير غير منشورة (كلية الإعلام جامعة القاهرة 2004) مرجع سبق ذكره " ص 79 .
3. مدحت محمد عبد الفتاح عبد العال (استخدامات الأطفال الصم لوسائل الإعلام والإشباعات المتحققة منها) رسالة ماجستير غير منشورة جامعة عين شمس . مرجع سبق ذكره ص 55

ب- **البحوث الميدانية: modern Research**:- تتمثل في الابتعاد عن ظل أبحاث التأثير إذ بدأت دراسة الجمهور خلال عقد الستينات وبداية عقد السبعينات من القرن العشرين بالتركيز على اختبارات أفراد الجمهور والعمليات الانتقائية التي يقومون بها وردود أفعالهم واستجاباتهم لمضمون وسائل الاتصال.

فروض مدخل الاستخدامات والإشباعات :-

يهتم نموذج الاستخدامات والإشباعات بدراسة الاتصال الجماهيري دراسة وظيفية منظمة وقد تأسس هذا النموذج في أوائل عقد السبعينات كرد فعل لمفهوم قوه وسائل الإعلام الطاغية ويضفي هذا النموذج صفة الايجابية علي جمهور وسائل الاتصال الجماهيري فمن خلال منظور الاستخدامات والإشباعات لا تعد الجماهير مجرد مستقبلين سلبيين لرسائل الاتصال الجماهيري وإنما يختارون بوعي وسائل الاتصال التي يرغبون في التعرض لها ونوع المضمون الذي يلبي حاجاتهم النفسية والاجتماعية من خلال قنوات المعلومات والترفيه المتاحة (1).

يعتمد منظور الاستخدامات والإشباعات على فروض أساسية وهي :

- 1- أن أعضاء الجمهور مشاركون فعالون في عملية الاتصال الجماهيرية ويستخدمون وسائل الاتصال لتحقيق أهداف محددة تشبع احتياجاتهم (2).
- 2- يعبر استخدام وسائل الاتصال عن الحاجات التي يدركها أعضاء الجمهور ويحكم ذلك الفروق الفردية وعوامل التفاعل الاجتماعي وتنوع الحاجات باختلاف الأفراد .
- 3- التأكيد على أن الجمهور واع بشكل كاف ليختار الوسائل والمضمون الذي يشبع حاجاته فالأفراد هم الذين يستخدمون وسائل الاتصال وليست وسائل الاتصال هي التي تستخدم الأفراد (3).
- 4- يجب أن تؤجل الأحكام الخاصة بالمعزى الثقافي لوسائل الاتصال إلى أن تستكشف توجهات الأفراد فيجب دراسة الجمهور فيظل دوافعه واحتياجاته (4).

وقد قدم كل من (Plamgreen , Wenner , Rosengren , 1985) رؤية أكثر تطوراً

للافتراضات التي يقوم عليها مدخل الاستخدامات والإشباعات كما يلي :- (5)

- 1- يعتبر الجمهور نشطاً في تعامله مع وسائل الاتصال .
- 2- يوجه الجمهور استخدامه لوسائل الاتصال لخدمة أهداف معينة .
- 3- تتنافس وسائل الاتصال مع المصادرة الأخرى غير الاتصالية لإشباع حاجات الأفراد .

1. ليلي حسين محمد السيد " استخدامات الأسرة المصرية لوسائل الاتصال الإلكترونية ومدى الإشباع الذي تحققه، رسالة دكتوراه غير منشورة (كلية الإعلام جامعة القاهرة 1993) ص 69

2. Denis Mc Quail “ Mass Communication Theory” – 4 th edition (Britain, Alden press- 2000.) p 381

3. Stanely j baran , Dennis k. Davis “ miss communication theory : foundations , ferment , and future “3” edition (Canada , holly j Allen , 2003) p 266

4. communication theory/uses and gratifications { online} at http://en.wikibooks.org/wiki/Communication_Theory/Uses_and_Gratifications (2007 – 06 – 05)

5. عبد الرحيم أحمد سليمان؛ " تعرض المراهقين للأفلام السينمائية والإشباعات التي تحققها " رسالة ماجستير غير منشورة (كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، 1997) ص 75 .

- 4- يوجد ارتباط كبير بين حاجات الأفراد واختياراتهم لوسائل الإتصال التي يستخدمونها
 - 5- يحقق استخدام وسائل الاتصال نسبة كثيرة من الإشباعات .
 - 6- لا يستطيع مضمون وسائل الاتصال وحده التنبؤ الإشباعات المتحققة .
 - 7- تبين سمات وسائل الاتصال الدرجة التي تسهم بها في إشباع حاجات الأفراد.
- تستمد الإشباعات التي يحصل عليها الجمهور مصادرها من مضمون وسائل الاتصال وخصائص الوسيلة نفسها والظروف الاجتماعية التي يتم فيها الاتصال
- ويسعى منظور الاستخدامات والإشباعات من خلال الفروض السابقة إلى تحقيق الأهداف الآتية :-⁽¹⁾**
- 1- السعي إلى اكتشاف كيفية استخدام الأفراد لوسائل الاتصال وذلك بالنظر إلى الجمهور النشط الذي يستطيع أني ختار ويستخدم الوسائل التي تشبع حاجاته وتوقعات.
 - 2- شرح دوافع التعرض لوسيلة معينة من وسائل الاتصال والتفاعل الذي يحدث نتيجة هذا التعرض.
 - 3- الفهم العميق لعملية الاتصال من خلال النتائج التي يتم التوصل إليها .
 - 4- الكشف عن الإشباعات المطلوبة التي يسعى الفرد إلى تحقيقها من خلال استخدامه لوسائل الإعلام .
 - 5- الكشف عن العلاقات المتبادلة بين دوافع الاستخدام وأنماط التعرض لوسائل الإعلام والإشباعات الناتجة عن ذلك .
 - 6- معرفة دور المتغيرات الوسيطة من حيث مدى تأثيرها في استخدام وسائل الإعلام وإشباعاتها .

1. سهير عثمان عبد الحليم " علاقة تعرض الشباب للصحافة المطبوعة والإلكترونية باتجاهاتهم نحو ظاهرة الإرهاب " رسالة ماجستير غير منشورة (كلية الإعلام جامعة القاهرة 2006) ص 66 – ص 67

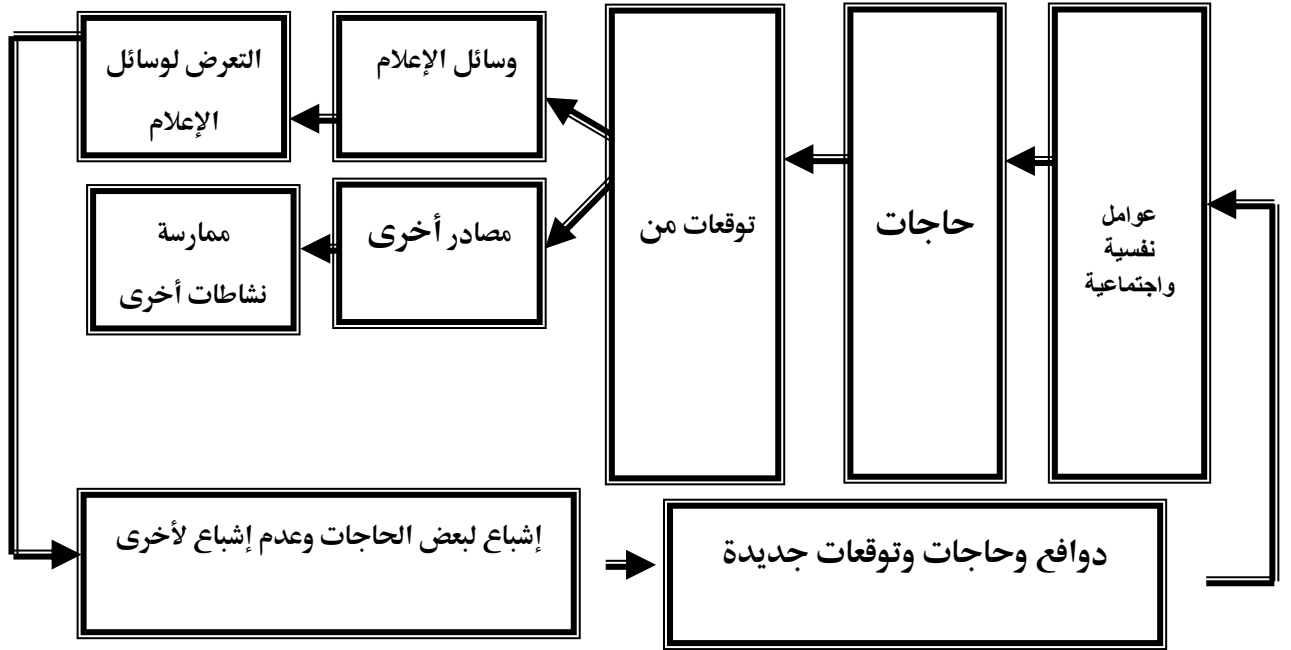
أهم نماذج مدخل الاستخدامات والإشباع :-

هناك عدة نماذج مفسرة لمدخل الاستخدامات والإشباع منها :

1- نموذج كاتز وزملائه (Katz, E. etal, 1974) :

يرى Katz وزملاءه أن الأفراد لديهم عدد من العوامل النفسية والاجتماعية التي تولد حاجات معينة للفرد وبعدها يبدأ الفرد برسم توقعاته لتلبية هذه الحاجات من وسائل الإعلام ومن المصادر الأخرى مما يترتب عليه اتخاذ القرار بشأن التعرض لوسائل الإعلام أو ممارسة أنشطة أخرى يكون من خلالها إشباع لبعض الحاجات الفردية ويقود هذا الإشباع إلى توليد حاجات أخرى فيحاول الفرد تلبية هذه الدوافع وإشباع هذه الحاجات (1).

وبعكس النموذج التالي الفروض الأساسية التي تقوم عليها نظرية الاستخدامات والإشباع (2).



نموذج كاتز وزملائه

شكل رقم (1)

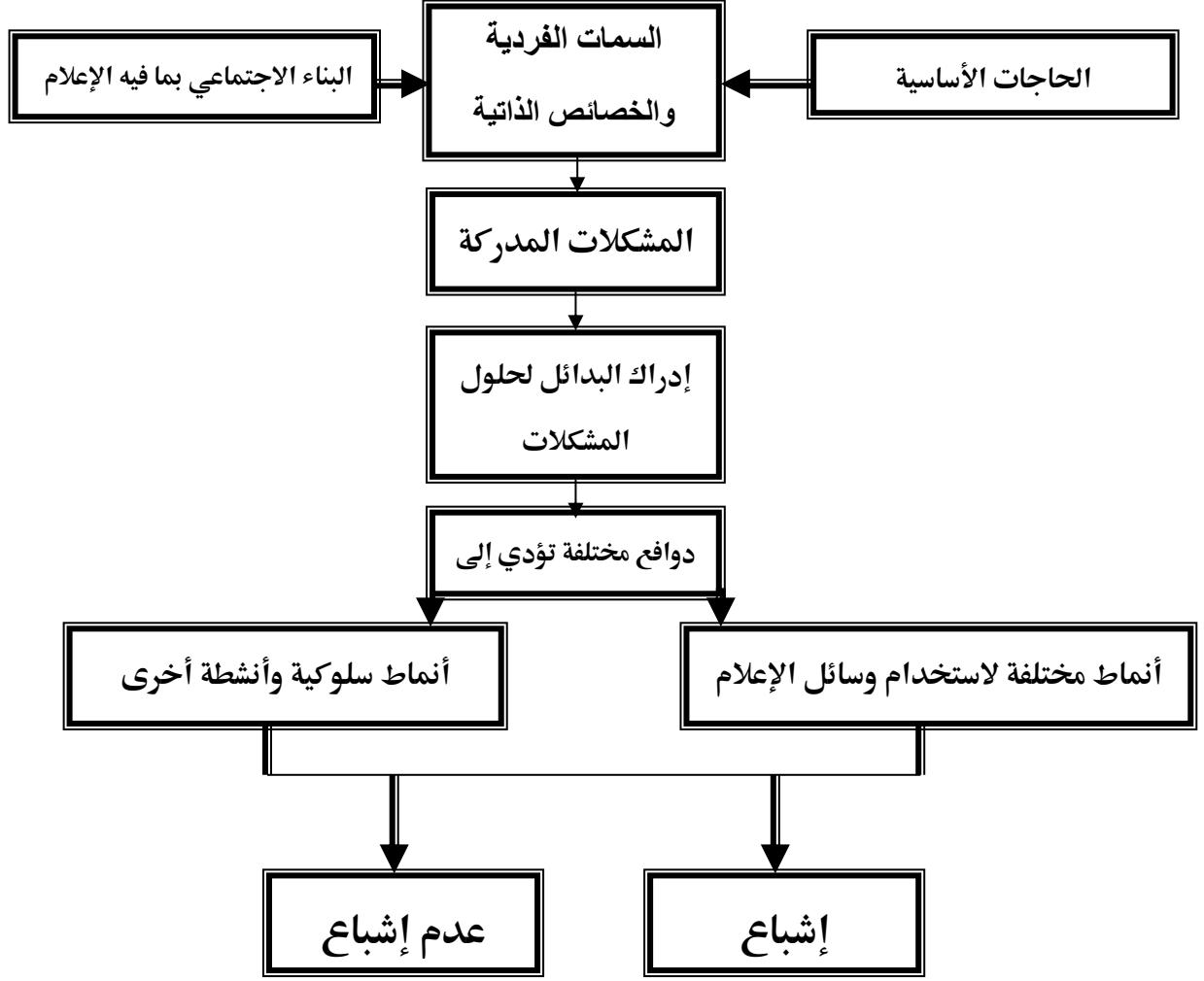
2- نموذج روزنجرين (Rosengren, K, E , 1974) :

يعرض هذا النموذج مجموعة من العوامل التي تشكل مدخل الاستخدامات والإشباع والتي تبدأ من تولد حاجات بيولوجية ونفسية واجتماعية لدى الإنسان وتتفاعل هذه الحاجات مع الخصائص الفردية والإطار الاجتماعي المحيط للفرد وينتج عن ذلك مشكلات فردية – تختلف في حدتها – وبالتالي تتولد

1. نظريات التأثير الإعلامية 134 <http://www.minshawi.com/vb/showthread.php?t=134>
2. K. Schrader , k . Drotner , S kline, C. Murray “ researching audiences “ 1 st ed (Oxford university press Ine, USA) p. 38

الدوافع لحل المشكلات أو إشباع الحاجات ويتم ذلك من خلال التعرض لوسائل الإعلام أو ممارسة أنشطة أخرى تحقق الإشباع المطلوبة (1).

ويحدد فيه أهمية الحاجات التي تقع في أعلى هرم Maslow إلى الصداقة والحب والانتماء وتحقيق الذات ومدى ارتباطها بنموذج الاستخدامات والإشباع مقارنة بالحاجات العضوية والنفسية الأساسية ويتضح ذلك في الشكل التالي : (2)



نموذج روزنجرين

شكل رقم (2)

3- نموذج بالمجرين وروبين (Rubin , Palmgreen , 1982) :

يطلق على هذا النموذج " توقع الفائدة " إذ يهتم هذا النموذج بالربط بين استخدام الفرد لوسائل الإعلام والإشباع المتوقعة من هذا الاستخدام حيث يتم مقارنة الإشباع المتوقعة الإشباع المتحققة فعلياً .

1. حسن عماد مكايي سامي الشريف " نظريات الإعلام " (القاهرة جامعة القاهرة للتعليم المفتوح 2000) ص 209.
2. سوزان محمد عبده جميل " استخدامات طلاب الجامعات لمواقع الصحافة المصرية على شبكة الإنترنت والإشباع المتحققة منها " رسالة ماجستير غير منشورة (كلية التربية النوعية جامعة طنطا 2006) ص 56 .

4- نموذج ويندال (Windhal , 1986) :

يعرض هذا النموذج العلاقة بين الاستخدامات والتأثيرات والربط بينهما فقرار استخدام وسائل

الإعلام يأتي نتيجة عدة مراحل تتمثل في الآتي : (1)

1. تفاعل العلاقات الخارجية والذاتية بما فيها الاهتمامات والاحتياجات .
 2. رسم التوقعات وإدراك مضمون الرسائل الإعلامية .
 3. قرار استخدام الوسيلة الإعلامية بعد المفاضلة بينها وبين وسائل وقت الفراغ الأخرى .
 4. عناصر مدخل الاستخدامات والإشباعات :-
 5. يتكون مدخل الاستخدامات والإشباعات من عدة عناصر يمكن ترتيبها على النحو التالي :
 6. افتراض الجمهور النشط .
 7. الأصول الاجتماعية والنفسية لاستخدامات وسائل الإعلام .
 8. دوافع الجمهور وحاجات من وسائل الإعلام .
 9. التوقعات من وسائل الإعلام .
 10. التعرض لوسائل الإعلام .
 11. إشباعات وسائل الإعلام .
- ويمكن توضيح هذه العناصر في هذا الشكل :

عوامل نفسية واجتماعية

للحاجات التي تولد

توقعات من وسائل الإعلام أو مصادر أخرى تقود إلى

أنماط مختلفة من التعرض تؤدي إلى

نتائج أخرى غير مقصودة

نموذج بالمجرين وروبين

إشباع لبعض الاحتياجات

شكل رقم (3)

أولاً :- افتراض الجمهور النشط :-

يمثل افتراض " الجمهور النشط " المعتقد الأساسي لـ " منظور الاستخدامات والإشباعات " ويعتمد هذا المدخل على أن الجمهور عنصر فعال في انتقاء نوع الوسيلة التي يرغب في التعرض لها والمضمون المفضل لديه . (2)

1 . أبو بكر مصطفى الوصيف، مرجع سابق، ص 81 ص 82 .

2. أبو بكر مصطفى الوصيف مرجع سابق ص 84 .

**** فالنقطة الجوهرية التي أتفق عليها عدد كبير من باحثي الاتصال الذين استخدموا هذا المدخل هي أن أعضاء الجمهور نشطون في تعاملهم مع وسائل الاتصال لأن لديهم هدفاً يسعون لتحقيقه علماً بأن هؤلاء الأعضاء ليسوا على نفس الدرجة من النشاط في تعاملهم في وسائل الاتصال.** (1)

وإذا كنا نصف جمهور وسائل الإعلام على أنه نشط أو عنيد **Obstinate** فإنه في التعامل مع مواقع الإنترنت أكثر نشاطاً ويتم وصفه بأنه مشارك حيث تقوم أساسيات تصميم هذه المواقع على تدعيم هذه الصفة من خلال خاصة التفاعلية **Interactivity** التي يتسم بها تصميم هذه المواقع وبناء علاقاتها مع المتلقين. (2)

ويتحدد مفهوم نشاط الجمهور في بعدين (نوعي – وقي) أما النوعي فيتركز على :-

- **الانتقائية Selectivity** : ويتمثل في اختيار وسيلة اتصال معينة واختيار التعرض لمضمون معين ويمتد مفهوم الانتقائية ليشمل مرحلتي (الإدراك والتذكر). (3)

- **النفعية Utilitarianism** : فجمهور وسائل الاتصال يختار المضمون الذي يشبع حاجات ودوافع معينة .

- **العمدية Intentionality** : بالنظر على كم المعلومات والأخبار الفورية الموجودة على شبكة الإنترنت فإن النشاط الذي يبذله الفرد للبحث عن المعلومات هو نشاط هادف وموجه وعمدي – **Goal Direct**. (4)

- **الاستغراق Involvement** : فكما استغرق أفراد الجمهور في استخدام الوسيلة الإعلامية ازدادت مشاركته وارتباطه بها. (5)

- **مناعة التأثير Imperviousness to Influence** : هناك محدودية في تأثير وسائل الإعلام على تفكير الجمهور وشعوره وسلوكه فالجمهور لا يريد أن يتحكم فيه أحد ويبحث بشكل نشط عن أنماط معينة تشبع احتياجاته. (6)

أما البعد الثاني الذي تركز عليه الدراسات الحالية هو البعد الزمني **Temporal** وهو تقسيم نشاط الجمهور في عملية الاتصال على أساس بدأ هذا النشاط إلى ثلاث مراحل وهي :- (7)

- **المرحلة الأولى** : تتم قبل التعرض وتتمثل في التخطيط المسبق قبل التعرض للوسيلة .

- **المرحلة الثانية** : تتم في أثناء التعرض وتتمثل في الاستغراق في المضمون الذي يتم التعرض إليه .

1. عثمان فكري عبد الباقي " استخدامات النخبة العلمية المصرية لوسائل الاتصال " رسالة ماجستير غير منشورة (كلية الإعلان / جامعة القاهرة 2006) ص 43 .

2. محمد عبد الحميد " الاتصال والإعلام على شبكة الإنترنت " ط 1 (القاهرة عالم الكتب 2007) ص 305 – 306 .

3. نهى عاطف العبد (2005) " مرجع سابق " ص 15 .

4. مها عبد المجيد صالح " استخدامات الجمهور المصري للصحف اليومية الإلكترونية على شبكة الإنترنت " رسالة ماجستير غير منشورة (كلية الإعلام جامعة القاهرة 2004) ص 114 .

5. Denis Mcquail " mass communication theory- an introduction " 3rd (London , sage publications , 1998) p.p 316,323

6. حمد بن علي بن حمد بهوان المخيني " استخدامات الجمهور العمالي للصحافة والإشباع المتحققة " رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة الدول العربية المنظمة العربية والثقافة والعلوم معهد البحوث والدراسات العربية 2006) ص 55 .

7. ريم إسماعيل عبود مرجع سابق ص 61 .

- المرحلة الثالثة : تتم بعد التعرض وتتمثل في الاستفادة من المضمون الذي تم التعرض إليه من خلال استخدامه في الاتصال الشخصي .

- كما تنبئ أن نشاط الجمهور ينقسم إلى نوعين وهما : (1)

1- النشاط المشجع **Facilitative Activity** : وهو يشجع ويزيد من تأثيرات وسائل الاتصال ويشمل العمليات الانتقائية المختلفة التي تزيد من تأثير الرسالة على الجمهور لأنه اختارها عن قصد .

2- النشاط المانع **Inhibitory Activity** : وهو يقلل من تأثيرات وسائل الاتصال ويشمل عمليات التجنب والتشويه والتشكك وكلها عمليات معوقة لتأثيرات الاتصال .

• جمهور الإنترنت :-

يتميز جمهور الإنترنت عن جمهور الوسائل التقليدية بمميزات أهمها (2) :-

- جمهور أكثر نشاطاً وقدرة على الاختيار :- فهو الذي يسعى للحصول على المعلومات .

- جمهور أكثر تركيزاً للانتباه وحباً للاستطلاع :- فالجمهور المتعامل مع الشبكة يصبح محصوراً في مجال واحد محدد وهو الموضوع الذي يهتم به .

- جمهور أكثر وعياً وتحكماً بالمضمون .

- جمهور أقل قدرة على تحليل العيوب والإبداع والقيام بدور اجتماعي .

ثانياً : الأصول النفسية والاجتماعية لاستخدام وسائل الإعلام :-

قامت العديد من الدراسات بدراسة الأصول النفسية والاجتماعية لدوافع استخدام وسائل الإعلام والإشباع الناتجة عنه حيث يفترض مفهوم الإدراك الانتقائي القائم على الفروق الفردية أن الأنماط المختلفة من الجمهور يختلفون فيما بينهم في اختياراتهم وفي إدراكهم لوسائل الاتصال الجماهيرية وهذا يعني أن العوامل النفسية للفرد تلعب دوراً أساسياً في تحديد أصول استخدام الجمهور لوسائل الإعلام.(3)

كذلك فإن عدداً من الاحتياجات التي يرغب الجمهور في تحقيقها من خلال التعرض لوسائل الإعلام ترتبط بوجودهم داخل مجتمع وعلاقتهم بالأفراد الذين يشاركونهم الحياة داخله وكذلك تفاعلهم معه واختلاف الجمهور يؤدي إلى استخدامهم لوسائل الإعلام بشكل مختلف ولسباب مختلفة.(4)

وكذلك اختلاف العوامل النفسية بين الأفراد يمكن أن يترتب عليها وجود حوافز مختلفة لاستخدامات وسائل الإعلام كما يمكنها أن تحدد أصولاً كثيرة لهذه الاستخدامات فالعوامل النفسية تسهم في دفع الفرد إلى القيام بعملية الاتصال كما أنها تتوسط بين التعرض لـ" الرسائل " التي تقدمها " وسائل الإعلام "

1. علياء علي محمد عنتر " علاقة طلاب المرحلتين الإعدادية والثانوية بالإذاعة التعليمية في مصر " رسالة ماجستير غير منشورة (كلية الإعلام جامعة القاهرة 2005) ص 113 .

2. إيناس محمد سعيد فهمي سرج " أثر استخدام وسائل الاتصال الحديثة في تكوين الرأي العام المصري تجاه القضايا الدولية " رسالة ماجستير غير منشورة (كلية الإعلام جامعة القاهرة 2006) ص 191 - ص 194 .

3. السيد عبد الغني موسى " استخدامات طلاب الجامعات للبرامج الأدبية بالراديو المصري والإشباع التي تحققها " رسالة ماجستير غير منشورة (كلية الإعلام جامعة القاهرة 2002) ص 45 .

4. عائشة بنت سعيد بن محمد الغياشي " استخدامات المرأة العمانية لوسائل الإعلام والإشباع المتحققة " رسالة ماجستير غير منشورة (كلية الإعلام جامعة القاهرة 2002) ص 43 .

واستجابات الفرد لها وفهم هذه المتغيرات من شأنه أن يساعد في شرح أسباب استخدام الجمهور لوسائل الإعلام بالطريقة التي يستخدمونها بها ومن ثم التنبؤ بالدوافع (1).

وقد تناولت العديد من الدراسات ارتباط الأصول النفسية والاجتماعية باحتياجات الجمهور منها دراسة (Conway , Rubin, 1991) على أن العوامل النفسية تثير دوافع معينة لدى الفرد لكي يقوم بالاتصال وبالتالي فإن دور المتغيرات النفسية في استخدام وسائل الاتصال يؤدي إلى الفهم والتنبؤ بدوافع الأفراد للاتصال (2).

وكذلك قام (Canary, Spitzberg, 1993) بدراسة متغير الشعور بالوحدة كأحد دوافع استخدام وسائل الإعلام (3)، كما قام (Finn, 1997) بدراسة خمسة متغيرات وهي العصابية والانفتاح والقبول والانبساطية والرضا وتأثيرها على النشاط الاتصالي لدى الفرد (4)، كما اختبرت (برلنت قابيل 2002) متغيرات خاصة بالسمات الشخصية للفرد مثل الانبساطية والعصابية والرغبة ومستوى القبول ووجدت أن الأشخاص المنفتحين يميلون إلى استخدام الإنترنت كوسيلة اتصال (5).

ثالثاً : دوافع الجمهور وحاجاته من وسائل الإعلام :-

تتمثل الدوافع النفسية المحرك الأساسية والأول لكل سلوك يقوم به الإنسان ويقصد بالدوافع تلك القوة البيولوجية الموجودة داخل الفرد التي تستحثه على القيام بنشاط معين لإشباع أو إرضاء رغبة محددة أو تستمر تلك القوى في دفع الفرد وتوجيه سلوكه حتى يشبع احتياجاته (6).

والدافعية Motivation تعبر عن بداية الفرد للقيام بالفعل أو النمط السلوكي الذي يتجه نحو هدف معين وترتبط الدافعية بتصور الإنسان لذاته وللآخرين وطبيعة دوره ومركزه وإحساسه بأهمية وجوده في ثقافة معينة (7).

وتلبي وسائل الإعلام المختلفة العديد من الاحتياجات فعلى سبيل المثال وجدت الدراسات التي أجريت حول استخدامات وإشباع الجمهور لشبكة المعلومات العالمية "الإنترنت" إن الاتصال الشخصي المباشر

1. عبد الرحمن محمد سعيد الشامي " استخدامات القنوات التلفزيونية المحلية والدولية : الدوافع والإشباع " رسالة دكتوراه غير منشورة (كلية اللغة العربية جامعة الأزهر 2002) ص 76.

2. Joseph C. Conway , Alan M. Rubin " psychological predictors of television viewing motivation communication research (vo 118 , no7, 1991)p.443

3. Demiel J.Canary , Brain H. Spitzberg " loneliness and media gratification " communication research (vo120,n6, 1993) pp.800- 802

4. Seth Finn " origin of media exposure: linking personality traits to TV, radio, print, and film use" communication research (vo124, no5, 1997) p.509

5 - برلنت قابيل " تأثير سمات الشخصية على الأنشطة الاتصالية " رسالة ماجستير غير منشورة (كلية الإعلام جامعة القاهرة 2002) ص.ص 222 – 223 .

6 - فرج عبد القادر طه " أصول علم النفس الحديث " ط 3 (القاهرة : عين للدراسات والبحوث 1999) ص 113.

7. محمد يسري دعيس " الاتصال والسلوك الإنساني " (الإسكندرية : البيطاش سنتر للنشر والتوزيع سلسلة علم الإنسان وقضايا المجتمع 1999) ص 59.

واحد من الإشباعات المهمة التي يتوقعها الجمهور من الإنترنت حيث أن المواقع التي تلبى هذه التوقعات هي التي تجني العديد من الزيارات والمشاهدات المتكررة . (1)

أنواع دوافع التعرض لوسائل الإعلام :-

توصلت (Herzog , 1944) إلى وجود أربعة دوافع لمستمعي البرامج الإذاعية وهي التنافس والتعلم وزيادة الشعبية الإذاعية والرياضية وثلاثة إشباعات مختلفة وهي التحرر العاطفي والتفكير الإيجابي والنصائح . (2)

وأكد (Mcquail , Blumler & Brown , 1972) أن الجمهور يستخدم وسائل الإعلام لتحقيق أربعة دوافع رئيسية وهي :- (3)

- مراقبة البيئة .
- التكامل الاجتماعي .
- تحقيق الهوية الشخصية .
- الترويح عن النفس .

تعرض الجمهور للوسائل الاتصالية :

أصل مفردة التعرض في اللغة يعود إلى الفعل (عرض) الذي يعني: " أظهر الشيء أو أراه إياه" (4) وعرضت له الشيء أي أظهرته له وأبرزته إليه (5)

أما المعنى الاصطلاحي فيذهب إلى ما يصدر عن الفرد من عرض شفهي أو كتابي لحقائق ووقائع ويتضمن الشرح والبيان التفسيري للفكرة أو الموضوع (6) والتعرض هو " استقبال الجمهور للوسيلة الاتصالية أو الرسالة الاتصالية " جماهيرية (7)

وعرفه (المركز العربي للبحوث) بأنه: عملية استقبال الجمهور للوسيلة الاتصالية أو الرسائل الاتصالية عن طريق قراءة رموزها المطبوعة أو مشاهدة رموزها المرئية أو الاستماع إلى رموزها المسموعة وفك تلك الرموز وإدراك وفهم ما تحمله من معلومات(8)، وتتيح عملية التعرض لأفراد الجمهور فرصة التأثر في ما تنقله وسائل الإعلام من مضامين(9)، وساد الاعتقاد في المراحل الأولى لتطور نظريات الإعلام: أن لوسائل الإعلام القوة المطلقة في التأثير ووصف تأثير الرسائل الإعلامية بأنه كالفنيفة أو الرصاصة السحرية أو أنموذج الحقنة تحت الجلد كما أسماها البعض الآخر وبنيت هذه النظرية فكرتها على

1. حمد بن علي بن حمد بهوان المخيني " مرجع سابق " ص 61.

2. Alan M. Rubin Op. Cit ., p 37

3. James Watson " media communication an introduction to theory and process " 1st ed (MACMILLAN press LTD, London) p.62

4. المنجد في اللغة والإعلام دار المشرق ببيروت ص 497 (د. ت.) .

5. لسان العرب باب (عرض) .

6. ب. أ. فتيان معجم التعابير الأجنبية في اللغة الانكليزية ترجمة : سمير عبد الرحيم بغداد دار المأمون للترجمة والنشر 1987 ص 117 .

7. هادي نعمان الهيتي، الاتصال الجماهيري المنظور الجديد، بغداد، دار الشؤون الثقافية، 1998، ص37.

8. المركز العربي للبحوث، خصائص وعادات الجمهور العربي في التعرض للإذاعة، اتحاد إذاعات الدول العربية بغداد (د. ت)، ص1 .

9. احمد زكي بدوي، معجم مصطلحات الإعلام، مصدر سبق ذكره، ص154.

أساس: إن الآليات النفسية الفطرية والاستعدادات النفسية تكون متشابهة عند الأفراد كافة فالآليات البيولوجية النفسية الوراثية تعمل بالأسلوب نفسه عند جميع الأفراد وهذا يؤدي إلى وحدة الإجابات عند كل الأفراد وفي أثناء التعرض إلى المنبهات⁽¹⁾، لكن عملية تعرض الجمهور لوسائل الاتصال الجماهيري ليست سهلة فهي تتطلب عدداً من المهارات والعادات وترتبط بقيم ومعتقدات الفرد ووضعه الاجتماعي في الجماعة أو الجماعات التي ينتمي إليها⁽²⁾، وان استجابات الأفراد إلى الرسائل الإعلامية لا تتم بشكل آلي على نحو ما تعرضه النظرية البيولوجية الميكانيكية⁽³⁾، فالجمهور يؤدي دوراً إيجابياً في استقبال الرسالة الاتصالية وأنه كثير ما يرفض الرسالة ولا تؤثر فيه إذا كان ذلك يتعارض مع ما يؤمن به من أفكار ومبادئ. (4)

ومن بين أسباب ابتعاد وعزوف الجمهور عن الوسيلة الاتصالية أو قلة تعرضه لها هو : ابتعاد الرسالة الاتصالية عن حاجات الجمهور واهتماماته. (5)

وصنف علماء الاتصال عملية تعرض الجمهور إلى صنفين هما : **التعرض المباشر** ويعني: حصول الجمهور على المعلومات أو الرسائل التي تنقلها وسائل الاتصال بصورة مباشرة ودون وسيط وذلك بالتعرض المباشر لوسائل الاتصال⁽⁶⁾ **والتعرض غير المباشر** والذي يعني: أن عملية وصول المعلومات التي تبثها وسائل الإعلام إلى الجمهور لا تتم بصورة مباشرة وإنما عبر مرحلتين أساسيتين: الأولى: انتقالها من وسائل الإعلام الجماهيرية إلى أفراد يتميزون بمكانة اجتماعية ويكونون مصدر ثقة للكثير من الناس فضلاً عن متابعتهم الدائمة لوسائل الإعلام وهؤلاء يعرفون بـ (قادة الرأي)، والثانية: تتم بانتقال هذه المعلومات من (قادة الرأي) عبر الاتصال المباشر إلى أشخاص آخرين يقل تعرضهم لوسائل الإعلام ويعتمدون على هؤلاء الأشخاص ويثقون بهم في الحصول على المعلومات⁽⁷⁾ وأوضحت الدراسة التي أجراها (لازار فيلد) وزملاؤه: أن متغير الاتصال الشخصي يمثل عاملاً وسيطاً ومهماً في عملية الاتصال الجماهيري وهذا المتغير سمي فيما بعد "انتقال المعلومات على مرحلتين" وأكدت هذه الدراسات أن محور هذه الفرضية هم (قادة الرأي) الذين يمثلون الوسيط في تدفق المعلومات من وسائل الاتصال إلى الجماهير. (8)

1. محمد ألدروبي، الصحافة والصحفي المعاصر، دار الفارس للنشر والتوزيع، عمان، 1996، ص 47 .
2. هادي نعمان الهيتي، الاتصال الجماهيري المنظور الجديد، مصدر سبق ذكره، ص 43 .
3. محمد ألدروبي، الصحافة والصحفي المعاصر، مصدر سبق ذكره، ص 53 .
4. عبد العزيز شرف، العربية لغة الإعلام، دار الرفاعي للنشر والتوزيع، الرياض، 1983، ص 27 .
5. هادي نعمان الهيتي، الاتصال الجماهيري المنظور الجديد، مصدر سبق ذكره، ص 63 .
6. هادي نعمان الهيتي، الاتصال الجماهيري في العراق ووسائله واتجاهاته السياسية وأساليبه الحديثة، 1978-1980 أطروحة دكتوراه جامعة القاهرة كلية الإعلام 1980 ص 45 .
7. جون ر. بيتر، الاتصال الجماهيري : مدخل ترجمة عمر الخطيب، بيروت، المؤسسة العربية للدراسات والنشر، 1987، ص 486-487 .
8. محمد بن سعود، البشر مقدمة في الاتصال السياسي، الرياض، مكتبة العبيكان، 1997، ص 41.

كما أثبتت الدراسات التي قام بها العديد من الباحثين: ان عملية الاتصال عملية معقدة وتخضع لمجموعة متعددة من العوامل التي تتحكم في تعرض الجمهور لوسائل الإعلام ومن ثم من الخطأ النظر للسلوك الإنساني بمعايير الموروثات البيولوجية كالغرائز والحاجات الأساسية لبني البشر. (1)

وتوصل المختصون في علم النفس إلى أن: الناس مختلفون في بنيتهم النفسية وأن شخصية كل فرد مختلفة عن الآخرين وان لكل فرد بنيته المختلفة من حيث الاحتياجات والمعتقدات والقيم والمهارات (2) فالأفراد في ظل الكم الهائل من الوسائل الإعلامية لا يستطيعون أن ينتبهوا إلى جميع هذه الرسائل ولذا فهم ينتقون ما يتناسب مع خبراتهم ويتفق مع رغباتهم ويلبي احتياجاتهم فالأفراد هنا يشكلون عنصرا فعالا وليس طرفا سلبيا تجاه الرسائل الإعلامية . (3)

وتنقسم العملية الانتقائية في تعامل الفئات والشرائح المختلفة من الجمهور مع وسائل الإعلام إلى أربعة عناصر هي :

1- الانتباه الانتقائي:

ويعني: ميل الأفراد إلى تعريض أنفسهم اختياريًا للرسالة عن طريق وسائل الإعلام التي يهتمون بها والتي تنسجم مع رغباتهم واتجاهاتهم ويتجنبون شعورياً أو لا شعورياً رسائل وسائل الإعلام التي لا تتلاءم مع أفكارهم ورغباتهم (4) فالفرد يختار الرسائل الإعلامية التي تدعم مركزه أو مكانته الاجتماعية في إطار الجماعات التي ينتمي إليها كما أن هذه الجماعات تؤثر أيضاً في اختيار الفرد للرسائل الإعلامية (5) فالناس يختارون الوسيلة الاتصالية والمضمون الذي يعتقدون أنه سيدعم آراءهم ووجهات نظرهم وتجاربهم (6) ويتجنبون الرسائل التي تجعل المعلومات تتعارض مع أفكارهم ومعتقداتهم. (7)

(هناك علاقة سببية بين استعدادات المتلقي للرسالة الإعلامية وبين سلوكه الاستهلاكي تجاه وسائل الإعلام وتأسيساً على ما تقدم يتشكل مبدأ (الانتباه الانتقائي) عادة من الحث الذي تبديه معطيات متعددة كالبنية المعرفية والانتماء إلى فئات معينة والروابط الاجتماعية القوية والمصالح والآراء والمعارف السابقة والاتجاهات والحاجات والقيم وما تؤسسه متغيرات محددة كالحالة الاجتماعية والمهنة ومستوى التعليم وعادات التعرض من أثر في صناعة نماذج الانتباه لمضامين إعلامية مرتبطة بدرجة أو بأخرى بتلك المعطيات أو المتغيرات على حد سواء) . (8)

1. عبد الله بن مسعود الطويرقي، صحافة المجتمع الجماهيري، سوبولوجيا الإعلام في مجتمعات الجماهير، مصدر سبق ذكره، ص 154 .
2. برهان شاوي، مدخل في الاتصال الجماهيري ونظرياته، دار الكندي، اربد، 2003، ص156 .
3. محمود شمال حسن، مسالة التظليل في الخطاب التلفزيوني، مجلة الإذاعات العربية، العدد(1) ، اتحاد إذاعات الدول العربية، 2001، تونس، ص 14 .
4. شاهيناز طلعت، وسائل الإعلام والتنمية الاجتماعية، مكتبة الانجلو المصرية، القاهرة، 1980، ص44-45.
5. محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، مصدر سبق ذكره، ص 187 .
6. تشارلز رايت، المنظور الاجتماعي للاتصال الجماهيري، ترجمة محمد فتحي، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، 1983، ص 103 .
7. عصام سليمان الموسى، المدخل في الاتصال الجماهيري، مصدر سبق ذكره، ص 153 .
8. فريال مهنا، علوم الاتصال والمجتمعات الرقمية، دار الفكر المعاصر، بيروت – دمشق، 2002 ص 163 .

2- الإدراك الانتقائي :

يعدّ الإدراك من أهم العمليات التي تؤثر في نتيجة العمل الاتصالي وكان البعض يعتقد أن الفرد هو مجرد جهاز تسجيل وأنه يقوم باستقبال المنبهات التي تنتقل إليه عن طريق حواسه دون أن يكون له دور في عملية الإدراك لكن التجارب العلمية أثبتت: أن الفرد ليس طرفا سلبيًا وأنه نشط فهو يحدد ما سيأخذه ويدركه من المنبهات بشكل انتقائي ووفقا لما يؤمن به وبناء على احتياجاته. (1)

وعليه فإن (الإدراك الانتقائي) هو: ميل الأفراد إلى إدراك العناصر التي ينطوي عليها موقف معين والتي تدعم توقعاته السابقة(2) وتؤدي المعاني المختزنة في ذاكرة الإنسان دورا أساسيا في تحليل وتصنيف المشاعر الجديدة(3) فالأفراد يميلون إلى تفسير الرسالة الإعلامية وتحريفها اختياريًا بطريقة أكثر ملاءمة لاتجاهاتهم وقيمهم(4) والمستقبل يفهم الرسالة الإعلامية وفقا لاتجاهاته وقيمه وهو يسقط فيها كل قيمة ويفسرها على وفق رغباته لكي تتفق مع هذه القيم والحالة النفسية تحدد إدراك المستقبل(5) وقد أجريت عدة تجارب حول أثر الحاجات الأولية والثانوية في الإدراك ومنها: تلك التي أجراها الباحث " ليفين" Levin " وتشين " Chien " و " ميرفي " Murphy " على عدد من الأشخاص الجائعين فعرض عليهم رسوما غير واضحة المعالم وطلب منهم تحديد هذه الأشكال فرأى أغلب الذين عرضت عليهم الرسوم أنها تمثل صورًا لأطباق طعام(6) وهكذا فإن قاعدة (الإدراك الانتقائي) تقوم على أساس: أن من لديهم صفات نفسية متميزة وتوجهات سلوكية محددة يفسرون المضمون الإعلامي نفسه بأساليب مختلفة بشكل يتفق مع رغباتهم وينسجم مع أفكارهم وقيمهم.(7)

بمعنى: إن أعضاء فئات معينة من الجمهور تنتمي إلى ثقافات معينة ويعطون نماذج متباينة من التفسيرات لمضامين إعلامية معينة أي أنهم يحولون ويشكلون المعنى بما يتلاءم مع استعداداتهم وقيمهم حتى أنهم يحدثون أحيانا تبديلا جذريا في معنى الرسالة الإعلامية والواقع: إن الآليات السيكولوجية التي تتدخل لتقليص مصادر توتر مبالغ به أو مصادر تنافر معرفي بين ميول الجمهور ومعتقداته وأحكامه المسبقة وبين مضامين الإعلام الجماهيري وتؤثر بعمق في عمليات وكيفيات إدراك هذه المضامين.(8)

1. جيهان رشتي، الأسس العلمية لنظريات الإعلام، مصدر سبق ذكره، ص96 .
2. محمد عاطف غيث، قاموس علم الاجتماع، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، 1979 ص333.
3. محمد منير حجاب الإعلام الإسلامي المبادئ النظرية التطبيق دار الفجر للنشر والتوزيع القاهرة 2003 ص188 .
4. حسني الخزاغي مهارات الاتصال في الخدمة الاجتماعية عمان دار البركة للنشر والتوزيع 2004 ص 63 .
5. إبراهيم إمام الإعلام والاتصال بالجماهير مكتبة الانجلو المصرية القاهرة 1984 ص77 .
6. المصدر السابق نفسه ص77.
7. ملفين ل. ديفليير وساندرا بول نظريات وسائل الإعلام ترجمة: كمال عبد الرؤوف، الدار الدولية للنشر والتوزيع القاهرة 1999، ص279 .
8. شاهيناز طلعت وسائل الإعلام والتنمية الاجتماعية مصدر سبق ذكره ص 35.

3- التذكر الانتقائي:

وهي العملية التي تحدد ميل الفرد لأن يتذكر لمدة طويلة المعلومات التي تتفق مع البناء المعرفي له واتجاهاته واهتماماته وينسى ما عدا ذلك حماية له من أن يسبب التذكر ألماً أو توتراً ناجماً عن الاختلال أو عدم الاتساق المعرفي. (1)

وهناك أنواع معينة من المعلومات التي تحتويها الرسائل الإعلامية يتم تذكرها بسرعة ولمدة طويلة وتنسى المادة الإعلامية نفسها بسرعة ولا يتذكرها الآخرون ممن لا ينتمون إلى الفئة الاجتماعية نفسها أو من لهم هياكل معرفية مختلفة. (2) فالأفراد ينسون بسرعة معظم الرسائل الاتصالية التي لا تتفق واتجاهاتهم ويتذكرون فقط تلك الرسائل التي تتماشى واتجاهاتهم ومعتقداتهم. (3)

فإذا قدمت رسالة إعلامية ما إلى جانب الموضوعات الرئيسية التي تصب في مصلحة موضوع معين نقاطاً أخرى معارضة فإن تذكر هذه الأخيرة يتضاءل بشكل أسرع من الموضوعات الرئيسية وهذه العملية المرتبطة بـ(الاختزان الانتقائي) تسهم في تقوية التأثير الإقناعي تجاه الموضوعات المركزية. (4)

ففي دراسة طلب فيها من مجموعة من الطلبة تسجيل الحوادث والخبرات التي مروا بها في إحدى الإجازات وتم تحديد ما إذا كان كل خبر من النوع السار أو غير السار وطلب منهم بعد مدة من الزمن إعادة تسجيل هذه الأخبار فتوصل إلى أن الأخبار السارة تظل في الذاكرة في حين تنسى الأخبار غير السارة وفي دراسة أخرى أجريت لتحديد تأثير الإعلانات اتضح إن الناس يتذكرون الإعلانات التي لها صلة باحتياجاتهم الشخصية وينسون ما عداها. (5)

4- الفعل الانتقائي:

توصل الباحث الإعلامي " فرانك لوثر موت " إلى قاعدة مفادها: أن الاختيار يتوقف على عاملي (6):

أ- درجة المنفعة والاستمتاع من المواد الاتصالية .

ب - الجهد المبذول في الاستفادة من المادة الاتصالية .

وتفيد هذه القاعدة: إن الفرد ربما سيختار الوسيلة التي توعدده بفائدة أكثر أو يتوقع منها ذلك ويمكن أن تحدث تأثيراً أكبر وذلك الاختيار يتوقف أساساً على العلاقة بين الفائدة التي ينتظرها المستقبل من جهة والجهد الذي يبذله من الجهة الأخرى . (7)

1. محمد عبد الحميد نظريات الإعلام واتجاهات التأثير مصدر سبق ذكره ص 188 .

2. ملفين ل. ديفيلير وساندرا بول مصدر سبق ذكره ص 279 .

3. عبد الرحمن عدس نايفة قطامي، مبادئ علم النفس، دار الفكر للطباعة والنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2000، ص 83-84 .

4. F.C. Bartlett, remembering," study in experimental and social psychology" , London ,Cambridge university press , 1940 , p 59.

5. المصدر السابق نفسه ص 84 .

6. إبراهيم إمام، الإعلام والاتصال بالجمهير، مصدر سبق ذكره .

7. محمد عبد القادر دور الإعلام في التنمية سلسلة دراسات العدد (314) بغداد وزارة الثقافة والإعلام 1982 ص 199.

وتعدّ تغيرات الأهداف الفردية بغالبيتها انعكاسا لتغيرات البيئة الشخصية إذ يمكن أن تتغير توقعات الأشخاص بالنسبة لفائدة المضامين من حالة إلى أخرى فكلما ازداد توقع الأفراد في تلقي معلومات مفيدة ارتفعت شدة تبعيتهم وكلما ازدادت هذه الشدة ارتفعت درجة التنشيط المعرفي والانفعالي. (1)

دوافع وحاجات التعرض :

الدافع: هو حالة من القلق الداخلي أو الرغبة عند الكائن الحي للقيام بسلوك الإشباع أو تحقيق رغباته أو احتياجاته (2) وهو: الرغبة في إعادة التوازن وسد النقص في هذا العنصر فالإحساس بالحاجة يثير الدافع ما يؤدي إلى حالة من التوتر وعدم الاستقرار لدى الفرد يقوده إلى نشاط ما لأجل إشباع هذه الحاجة (3) أي أن الدافع يؤدي إلى انتهاج سلوك معين لتحقيق الإشباع المطلوب (4) أما الحاجة فهي: افتقار إلى شيء إذا كان موجودا تحقق الإشباع والرضا والارتياح للكائن الحي . (5)

والحاجات عند (فرويد) ما هي إلا انعكاس للغرائز لدى الإنسان وهي تمثل الجانب الواقعي لسلوك الأفراد (6) وأشار الكثير من المشاهدين لاسيما ذوي التعليم المرتفع أنهم يريدون من التلفزيون أن يوفر لهم الكثير من المعلومات الضرورية بدلاً من الترفيه (7) في حين لاحظ "كيبوي Kubey" في المؤلفات البحثية إن مشاهدة التلفزيون هو: نشاط فعال ويختار من قبل الناس الذين يتمنون الهروب من المشاعر السلبية ومتطلبات الحياة (8) فيما أشارت دراسات أخرى إلى أن من دوافع مشاهدة هو الإحساس بالقلق والانفرادية والملل والفضول وشعور الإنسان بالعظمة لدى حصوله على المعلومات وقلة الجهد المبذول في عملية المشاهدة (9) وبذلك فإنه إذا ما جاءت الرسالة الإعلامية ملبية لحاجات ودوافع الفرد فإنه يستجيب لها. (10)

وتعدّ الاحتياجات لاسيما بالأفراد المصدر الرئيس للدوافع إذ يتوقع الفرد مستوى معين لإشباع كل منها فإذا ما قل مستوى الإشباع الفعلي عن مستوى الإشباع المتوقع فإن ذلك يخلق لديه دافعا لإشباع هذه الحاجة بالمستوى المطلوب (11) وتتأثر احتياجات الفرد بالعديد من العوامل ومنها: **المرحلة العمرية والجنس والجماعات** التي ينتمي إليها و**المواقف الاجتماعية** التي يمر بها و**خصائصه النفسية** وغير ذلك من المتغيرات فإذا كانت حاجات الفرد مثلا تتغير حسب المراحل العمرية المختلفة فإن علاقة الفرد بوسائل

1. فريال مهنا علوم الاتصال والمجتمعات الرقمية مصدر سبق ذكره ص 330.
2. فرج الكامل تأثير وسائل الاتصال الأسس النفسية والاجتماعية القاهرة دار الفكر العربي 1985 ص25.
3. نزار طالب وكامل الويس علم النفس الرياضي كلية التربية الرياضية جامعة بغداد 2000، ص113 .
4. محمد فريد الصحن الإعلان الدار الجامعية مصر 1988 ص126.
5. حامد عبد السلام زهران علم النفس الاجتماعي عالم الكتب القاهرة 1977 ص111.
6. نبيل محمد توفيق السمالوطي الإسلام وقضايا علم النفس الحديث دار الشروق جدة 1987 ص99.
7. Wolfram Peiser & Jochen peter . Third- person perception of television : viewing behavior .In : journal of communication . No. 1 oxford university press .vol 50 . p.27.
8. Bernd Henning & Peter Vorderer . predicting the amount of television viewing by need for cognition . In : journal of communication . No.21. oxford university press . march 2001. Vol.7.p.101.

9. زكي الجابر الإعلام والمؤسسة التعليمية مجلة رسالة الخليج العربي العدد(7) 1983 ص49 .
10. محمد عبد الحميد دراسة الجمهور في بحوث الإعلام مصدر سبق ذكره ص61 .
11. هناء عبد الحليم سعيد الإعلان والترويج كلية الإعلام جامعة القاهرة (د . ت) ص123.

الإعلام سوف تختلف ولكن هذا لا يمنع بالطبع من أن هناك مواد معينة يقبل عليها المتلقون بصرف النظر عن المرحلة العمرية ولكن قد يستفيدون منها بشكل مختلف. (1)

فإذا افتقد الفرد لإحدى الحاجات النفسية سوف يندفع إلى السلوك الايجابي مع وسائل الإعلام وذلك باستخدامها والتعرض إليها لإشباع الحاجات وتلبية الدوافع وهو ما يجعله يشعر بالرضا والراحة والالتزان النفسي وسيتجنب التعرض للوسائل أو محتواها التي لا تلي حاجته. (2)

فالمتلقي يندفع إلى استخدام وسائل الإعلام انطلاقاً من إدراكه أو توقعه لنتيجة ما من المحتوى الإعلامي الذي يتعرض له ومن ثم تقييمه لهذا المحتوى (3) وتعدّ توقعات الجمهور من وسائل الإعلام الناتجة عن دوافعهم والتي تختلف حسب الأصول النفسية والاجتماعية للأفراد كما تعدّ التوقعات سبباً في عملية التعرض لوسائل الإعلام (4) فالجمهور وفقاً لنظرية الاستخدامات والإشباع يحدد نوع المضمون الإعلامي الذي يتعرض له بناء على مدى توقعه بأن ذلك المضمون سوف يشبع ما لديه من احتياجات شخصية (5) وعليه فإن نظرية الاستخدامات والإشباع تقترض: أن دوافع الأفراد تؤدي بهم إلى التعرض لوسائل الإعلام حتى يتحقق الإشباع وتلبية الحاجة وهناك عوامل أخرى غير سلوك التعرض لوسائل الإعلام يمكن أن تحقق الإشباع (6) وتشير دراسات عدة إلى وجود علاقات ارتباط بين البحث عن الإشباع والتعرض لوسائل الإعلام (7) ويؤكد الباحث "شرام schramm" إن استخدام الجمهور للوسيلة تحكمه متغيرات المجهود المبذول والمكافأة المتحصل عليها بأثر رجعي وأن هذا التصور أسهم في تعزيز الناحية التفاعلية بين المتلقي والوسيلة كطرفين مكملين لديناميكية العملية الاتصالية (8) وان النظرية توضح: إن الناس يختارون بعض البرامج ويرفضون الأخرى اعتماداً على الحاجات التي تشبعها هذه البرامج. (9)

وتتبع الإشباع المطلوب والمتحققة من وسائل الإعلام من ثلاثة مصادر رئيسة الأول/ محتوى الوسيلة: والذي ينعكس عن طريق تفضيل الأفراد لبرامج أو مضامين معينة أو عن طريق التعرض المخطط أو المقصود لبرامج معينة والثاني/ التعرض للوسيلة بمعنى: أن التعرض لوسائل الإعلام يمكن أن يشبع احتياجات معينة كالترفيه والاسترخاء والهروب والثالث/ هو السياق أو الإطار الاجتماعي أو البيئة الاجتماعية المحيطة باستخدام الوسيلة مثل وجود أو غياب الأفراد الآخرين في أثناء التعرض

1. محمد عبد الحميد نظريات الإعلام واتجاهات التأثير مصدر سبق ذكره ص279.
2. المصدر السابق نفسه ص280 .
3. عبد العزيز جاسم قبلان اثر التعرض للتلفزيون على التفاعل الاجتماعي رسالة ماجستير غير منشورة كلية الإعلام جامعة القاهرة 1998 ص146-ص147.
4. ليلي حسين السيد استخدامات الأطفال الموهوبين لتكنولوجيا الاتصال الإعلام المعاصر والهوية العربية كلية الإعلام جامعة القاهرة 2004 ص203.
5. المصدر السابق نفسه ص203.
6. المصدر السابق نفسه ص203.
7. حسن عماد مكايي، ويلي حسين السيد الاتصال ونظرياته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية القاهرة، ص110 .
8. عبد الله الطويرقي، علم الاتصال المعاصر، مصدر سبق ذكره، ص255.
9. ميشيل هارا لامبوس اتجاهات جديدة في علم الاجتماع ترجمة : إحسان محمد الحسن وآخرون بغداد بيت الحكمة (ب ب ت) ص502.

للسيلة مثل أفراد الأسرة أو الأصدقاء أو يكون دور الوسيلة الإحلال محل هؤلاء الأفراد أو تكميل أدوارهم على الأقل. (1)

التوقعات من وسائل الإعلام :-

رأي (Meleod & Baker) أن التوقعات هي احتمالات الرضا التي تجعل الجمهور المتلقي يتخذ سلوكاً بعينه بينما يرى (Katz) أن التوقعات هي مطالب الجمهور من وسائل الإعلام والتي يسعى للحصول عليها من استخدامه لهذه الرسائل. (2)

وكذلك أكد (Ratburn, Palmgreen, 1985) مفهوم توقعات الجمهور بشأن خصائص الوسيلة والإشباع المحتمل الحصول عليها من استخدامها هو مفهوم جوهري ومهم لافتراضات مدخل الاستخدامات والإشباع وعلى أفراد الجمهور أن يكونوا على درجة كافية من الوعي بالبدائل التي من المحتمل أن تكون أكثر إشباعاً لاحتياجاتهم. (3)

وبذلك يعتبر السلوك الفردي نحو وسائل الإتصال ناتجاً عن شقتين وهما : (4)

- **التوقع Expectance:** وهو اعتقاد الفرد أو إدراكه أن موضوعاً ما أو سلوكاً ما له خاصية معينة سوف تؤدي إلى نتائج معينة .

- **التقييم Evaluations:** وهو التقدير السلبي أو الإيجابي لخواص معينة أو نتائج معينة للمضمون المستخدم .

فتوقعات مستخدمي الوسيلة قبل تعرضهم لها قد لا تتفق مع الإشباع التي يحققونها بالفعل من استخدامهم للوسيلة مما يؤدي بالتبعية لحدوث تناقض أو اختلاف بين إشباعاتهم المتوقعة (GS) Gratification Sought وإشباعاتهم المتحققة (GO) Gratification Obtained. (5)

ويبين الشكل التالي كيف تتحقق الإشباعات (6)



كيفية تحقق الإشباعات

شكل رقم (4)

1. نهى عاطف عدلي العبد علاقة الطفل المصري بالقنوات الفضائية رسالة ماجستير غير منشورة كلية الإعلام جامعة القاهرة 2003 ص 15.

2. عائشة بنت سعيد بن محمد الغباشي " مرجع سابق " ص 47

3. صفا فوزي علي محمد عبد الله " علاقة الطفل المصري بوسائل الاتصال الإلكترونية : دراسة على عينة من أطفال الريف والحضر " رسالة ماجستير غير منشورة (كلية الإعلام جامعة القاهرة 2003) ص 175 .

4. ندى محي الدين الساعي " استخدام شبكات المعلومات واثره على معدلات التعرض للتلفزيون " رسالة ماجستير غير منشورة (كلية الإعلام جامعة القاهرة 1997) ص 48 .

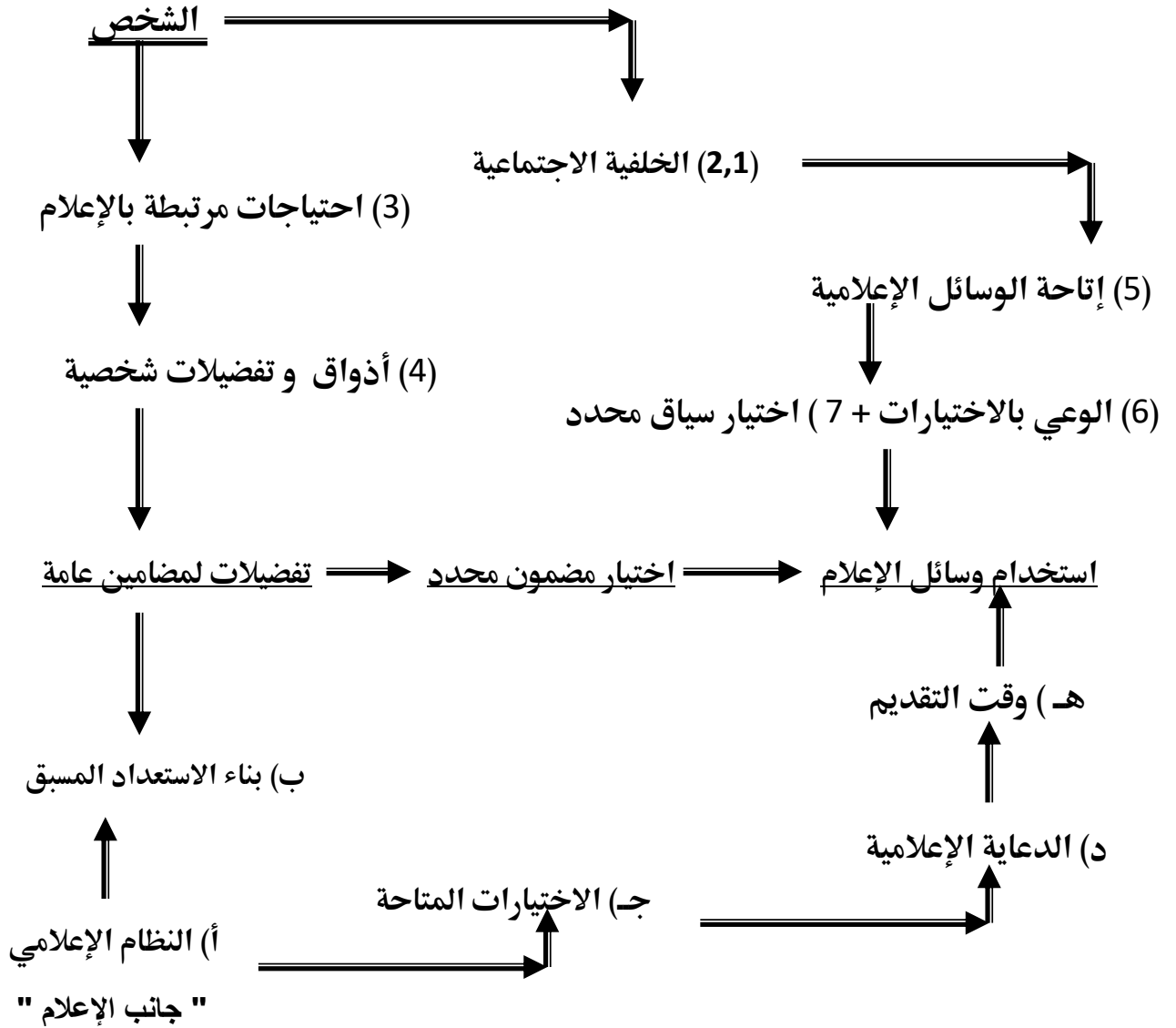
5. مها عبد المجيد، مرجع سابق، ص 116

6. Demise Mcquail " McQial 's mass communication theory " 4 " ed (SAFE publications , London, thousand Oakes, new Delhi , 2000) p. 390

التعرض لوسائل الإعلام :-

توجد علاقة ارتباط بين بحث الجمهور عن إشباع معين لحاجاته المختلفة وتعرضه لوسائل الاتصال وتعتبر زيادة تعرض الجمهور لوسائل الإعلام عن نشاطه وقدرته على اختيار المحتوى الإعلامي الذي يعبر عن احتياجاته ولقد قسم McQuail العوامل التي تؤثر في اختيار المحتوى الإعلامي إلى جانبين الأول يتعلق بالجمهور والثاني يتعلق بوسائل الإعلام .

ووضع نموذج يحدد هذه العوامل في الشكل التالي : (1) " جانب الجمهور "



1. Denise Mcquail " Mcquail ' s mass communication theory "5" ed (SAGE publications , London, thousand Oakes m new Delhi, 2005) p 429

إشباع وسائل الإعلام :-

الإشباع هو إرضاء الحاجة وتحقيق المطلب الذي يلح عليه الدافع وقد لا يكون الإشباع كاملاً ومباشراً ففي حالات كثيرة يضطر الفرد إلى القبول بالإشباع المنقوص أو غير المباشر أو هما معاً تحت وطأة الظروف المحيطة (1).

ينصب مفهوم الإشباع – في إطار هذا المدخل – على النتيجة التي يحصل عليها الفرد من جراء تعرضه لوسيلة معينة أو مضمون معين أختاره بناء على توقعه بأن هذه الوسيلة أو هذا المضمون سوف يحقق له النتيجة المرجوة (2).

وقد توصلت العديد من الدراسات إلى أن الإشباعات متنوعة ومختلفة والإشباعيات المتحققة بالفعل تختلف باختلاف الوسيلة وتتم بناء على توقع الفرد بإمكانية حدوث هذا الإشباع نتيجة لاتخاذ سلوكاً إعلامياً معيناً وأن الأفراد بشكل عام خلاقون في إيجاد الوسائل الإعلامية التي تمدهم بالإشباعيات المرجوة. ويرى Katz إن الإشباعيات التي تحقق من خلال وسائل الإعلام يمكن أن تتحقق من خلال ثلاثة مصادرة وهي :- (3)

- محتوى الرسالة .
- التعرض للوسيلة ذاتها .
- المحيط الاجتماعي .

• ويفرق (Wenner, L.A, 1985) بين نوعين من الإشباعيات هما : (4)

أولاً :- اشباع المحتوى Content Gratification

هي الإشباعيات الناتجة عن استخدام المتلقي للرسائل التي تقدمها وسائل الإعلام (5)، وتنقسم إلى نوعين على النحو التالي :

- اشباعيات توجيهية **Orientation Gratification** : وتتمثل في الحصول على المعلومات وتأكيد الذات ومراقبة البيئة وهي اشباعيات ترتبط بكثرة التعرض والاهتمام بالوسائل والاعتماد عليها .
- اشباعيات اجتماعية **Social Gratification** : ويقصد بها ربط المعلومات التي يحصل عليها الفرد بشبكة علاقات اجتماعية حيث يستخدم الجمهور وسائل الإعلام لتحقيق نوع من الاتصال بينهم وبين أصدقائهم وأسرهم .

1. فرج عبد القادر طه (مرجع سابق) ص 115
2. نجلاء عبد الحميد فهمي الجمال " دوافع استخدام الصفوة الثقافية للوسائل الإعلامية المتخصصة والإشباعيات المتحققة لهم " رسالة ماجستير غير منشورة (كلية الإعلام جامعة القاهرة 2006) ص 71
3. عائشة بنت سعيد بن محمد الغياشي " مرجع سابق " ص 49
4. حسن عماد ليلي السيد " الاتصال ونظرياته المعاصرة " ط 1 (القاهرة : الدار المصرية اللبنانية 1998) ص 249
5. عبد الرحمن محمد سعيد الشامي " مرجع سابق ص 87

ثانياً :- اشباعات العملية **Process Gratification**

تنتج اشباعات العملية من عملية الاتصال نفسها واختيار وسيلة اتصال معينة ترتبط مباشرة بسمات وخصائص المضمون وتنقسم إلى نوعين على النحو التالي : (1)

- اشباعات شبه توجيهية **Para- Orientation** : وتتحقق من خلال تخفيف الإحساس التوتر والدفاع عن الذات وتنعكس في برامج التسلية والترفيه والإثارة .
 - اشباعات شبه اجتماعية **Para – Social** : وتتحقق من خلال التوحد مع شخصيات الإعلام وتزيد هذه الإشباعات مع ضعف علاقات الفرد الاجتماعية وزيادة إحساسه بالعزلة .
- العلاقة بين الاستخدام والإشباع :-

هناك اتجاهات عديدة لتفسير العلاقة بين الاستخدامات والإشباعات ودوافعها منها :- (2)

- يرى (Babrow, 1987: Gallo- Way & Meek, 1981 : Palmgreen & Rayburn,) أن الدوافع هي حالات داخلية يدركها الجمهور مباشرة وترتبط هذه الطريقة بالقيمة المتوقعة Expectancy Value والتي تفترض أن دوافع تعرض الفرد لوسائل الإعلام تعبر عن سلوك إيجابي وذو قيمة أو اتجاهات إيجابية نحو وسائل الإعلام .

- هناك أيضاً وجهة نظر لـ (Swanson, 1987) ترى أنه لا يمكن إدراك أو فهم دوافع الجمهور بشكل مباشر ولكن يمكن استنباطها من خلال نماذج السلوك وطرق التفكير .

- اتجاه آخر يقول أن للجمهور احتياجات تؤثر على تعرضه ولكن لا يدرك أنها وراء التعرض أو أنها المحرك لاستخدامه هذه الوسيلة .

- ويرى (Babrow, 1988) أن تعرض الجمهور لوسائل الإعلام يتم بدون أي دافع ويقول أن السلوك الإنساني لا يعتمد على وجود حاجات داخلية كامنة داخل الفرد والتي تدفعه بدورها لسلوك التعرض.

وبشكل عام يرى (Babrow, 1988) ضرورة ربط دوافع تعرض الجمهور لوسائل الإعلام بالأطر التفسيرية Imperative Frameworks وذلك على أساس أن خبرات الجمهور مع وسائل الإعلام هي خبرات فعالة وتفسيرية ويفترض الإطار التفسيري ارتباط الجمهور بهدف أو بشيء يسعى إليه من التعرض لوسائل الإعلام مما يجعله يسعى للتعرض لتحقيق هذا الهدف ويمكن أن يكون بدون هدف في حالة واحدة فقط وهي حين يحكمه السلوك الاعتيادي أي "بحكم العادة". (3)

1. محمود أحمد محمود مزيد " استخدام الأطفال لثقواتهم الفضائية والإشباعات المتحققة لهم " المجلة المصرية لبحوث الرأي العام (العدد 2 المجلد الخامس يونيه / ديسمبر كلية الإعلام جامعة القاهرة 2004) ص 236

2. Babrow, Austin S. " theory and method in research on audience motive " **journal of broadcasting and electronic media** (vo132, no4, 1988) p. 472

3 - حسن عماد ليلي السيد " مرجع سابق " ص 246

الإشباع المتحققة من استخدام الانترنت :

حدد (Christopher ,1996) أهم اشباعات الشبكة الإلكترونية وهي : (1)

- استكشاف كل ما هو جديد عن العالم الخارجي
- البحث عن المعلومات حيث وجد أن أكثر من 73% من المستخدمين يبحثون عن معلومات في مختلف الحياة اليومية .
- الاستمتاع والتسلية

واتفق (December,1996) مع هذه الأهداف وأضاف إليها هدفين وهما : (2)

- الاتصال : حيث توجد تطبيقات مختلفة للاتصال الإنساني عبر الأنترنت سواء في الأنشطة البحثية والعلمية أو في مجال الاتصالات الشخصية والاجتماعية .

- التفاعل : يظهر ذلك في الأنشطة الاجتماعية والتفاعل مع الآخرين بين أفراد المجموعات

المختلفة من مستخدمي الأنترنت مثل خدمة الدردشة IRC

وكذلك وجد (Lombard&Ditton,1997) أن أهم الإشباعات المتحققة من استخدام الأنترنت هي:(3)

- الحضور الافتراضي **Virtual Presence**: وهو شعور المستخدم بالتواجد في بيئة افتراضية

يخلقها له الكمبيوتر تختلف عن البيئة المادية الفعلية التي يوجد فيها .

وهناك ثلاثة أنواع من الوجود الافتراضي - وهي :

نقل المستخدم من مكان إلى آخر You `r There : حيث يتم نقل المستخدم نفسياً إلى بيئة افتراضية

فيشعر أنه في مكان آخر غير المكان الموجود فيه فعلياً .

نقل الأشياء من مكانها إلى المستخدم It`s Here : وهي نقل الأشياء والأماكن من مكانها إلى المكان

الموجود فيه المستخدم ليكون دائماً علي إطلاع علي ما يجري في العالم من حوله، عدد من الأفراد فضاء

الانترنت ويتشاركون معاً في نفس المكان والسياق برغم اختلاف أماكنهم مثل حجرات الدردشة

والمنتديات وساحات الحوار العامة .

العوامل التي تؤدي إلى اختلاف الإشباع المتحققة :

هناك عوامل كثيرة تؤدي إلى اختلاف الإشباع المتحققة من التعرض لوسائل الإعلام وهي : (4)

- الأصول الاجتماعية والنفسية للفرد والعوامل الديموغرافية له كالسن والنوع ومستوي التعليم

فالإشباع المتحقق من مضمون واحد قد يختلف باختلاف مستوي التعليم .

- نوع المضمون الذي يتم التعرض له

1. سوزان محمد عبده جميل مرجع سابق ص 59

2. John December "Units of analysis for Internet communication" "John of Computer – Mediated Communication (vol.1, No.4, March, 1996

<http://jcmc.indiana.edu/voll/issue4/december.html>

3. Matthew Lombard, Theresa Detonate the heart of it all ""John of Computer – Mediated Communication ((<http://jcmc.indiana.edu/vol13/issue2/December>)) ..

4. السيد عبد الغني موسي " مرجع سابق " ص 58 – ص 59.

- معدل تعرض الفرد للمضمون الاتصالي
- كيفية التعرض نفسه فالتعرض للمضمون وسط أفراد غير التعرض له وحيداً
- اختلاف الوسيلة
- أسلوب تقديم المضمون نفسه قد يؤدي إلي اختلاف الإشباع المتحققة .
- وهناك ثلاث قوي أساسية تعيق إشباع دوافع الفرد وهي : (1)
- الواقع : فقد تكون الواقع الخارجي غير ملائم لتحقيق اشباعات الأفراد
- الأنا العليا " الضمير " وهي تعد إحدى القوي التي تعارض الشخصية في إشباع دوافعها
- عجز الفرد ذاته: وهي تحدث عندما لا يستطيع الشخص الحصول علي الإشباع نتيجة القصور في إمكانياته الذاتية مثل " ضعف قدرته العقلية أو إمكانية الحسية أو لإمكانياته المادية "

تقييم مدخل الاستخدامات والإشباعات :

يمكن تقييم مدخل الاستخدامات والإشباعات من خلال عرض لأهم الانتقادات التي وجهت له وكذلك ردود المؤيدين للمدخل علي هذه الانتقادات وإسهامات المدخل في بحوث الاتصال .

أولاً : الانتقادات الموجهة لمدخل الاستخدامات والإشباعات :

1- يعد مدخل الاستخدامات والإشباعات مدخلاً فردياً بدرجة كبيرة نتيجة تركيزه علي الفرد المستخدم لوسائل الإعلام الأمر الذي يجعل شرح وتفسير السلوك الاتصالي خارج نطاق فرد – محل الدراسة – عملية صعبة كما يصعب أيضاً دراسة التداعيات والآثار الاجتماعية المترتبة علي استخدام وسائل الإعلام بالإضافة إلي وضع علامة استفهام كبيرة حول إمكانية التعميم استناداً إلي المعلومات التي يتم جمعها من الأفراد (2).

2- لم تعط النظرية اهتماماً لتأثير المحيط الاجتماعي وكان الفرد يتمتع بمناعة تامة تجاه هذه التأثيرات (3).

3- يشعر بعض النقاد أن مدخل الاستخدامات والإشباعات أقل من أن يكون نظرية مستقلة بذاته وما هي إلا صياغة معادة لجوانب معينة من نظريات التأثير الانتقائي كما يرون أن البحث العلمي باستخدام هذا المدخل لم يولد حتى الآن سوي القليل من القوائم عن الأسباب التي يبرر بها الأفراد انتقائهم واهتمامهم بأنواع مختلفة من المضمون الإعلامي (4).

1. فرج عبد القادر طه " مرجع سابق ص 129 – ص 130
 2. نيرمين السيد حنفي " أثر استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة علي أنماط الاتصال الأسري في مصر " رسالة ماجستير غير منشورة (كلية الإعلام جامعة القاهرة 2003) ص 31 .
 3. إيناس محمد مسعد فهمي سرج " مرجع سابق ص 145 .
 4. محمود حسن إسماعيل " مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير " ط1 (القاهرة : الدار العالمية للنشر و التوزيع 2004) ص 252 .

4- يري النقاد صعوبة تحديد بعض مفاهيم المدخل كالحاجات فالحاجات النفسية والاجتماعية للأفراد متعددة وبالتالي يصعب تحديدها وكل دراسة تحتوي احتياجات مختلفة عن الأخرى بما يتناسب مع المجتمع الذي قامت فيه الدراسة . (1)

5- تعترض أيضا كل من افتراض أن الجمهور نشط والاعتماد علي التقارير الذاتية للمبوحوثين حول استخداماتهم لوسائل الإعلام فالنشاط هو متغير في حد ذاته وليس مجرد وصف لجمهور وسائل الإعلام.

6- نتائج بحوث لنظرية ربما تتخذ ذريعة لإنتاج المحتوى الهابط خصوصا عندما يري البعض أنه يلبي احتياجات أعضاء الجمهور في مجالات التسلية والترفيه والهروب إلي آخر القائمة (2) .

7 - أن الجمهور كثيراً ما يستخدم وسائل الإعلام دون تحكيم العقل أو الفكر وإنما يستجيب بشكل روتيني فهو عندما يجيب علي أسئلة الاستقصاء الخاصة بقياس دوافعه فإنه يجيب بشكل عقلائي بما لا يتفق مع دوافعه الحقيقية. (3)

8- كثيراً من أفراد الجمهور لا تتاح لهم حرية الاختيار كما أن هناك العديد من العوامل التي تحد من قدرة الفرد علي الاختيار مقل العوامل الاقتصادية والاجتماعية. (4)

9- صعوبة تطبيق هذا المدخل لأنه لم يحدد مفهوم النشاط Activity الذي يتصف به جمهور المتلقين " الجمهور النشط " في علاقته بالاستخدام أو الإشباع بشكل واضح حيث أن هناك العديد من المعاني التي يمكن أن تصف هذا المفهوم مثل (المنفعة العمدية الانتقاء أو مقارنة التأثير) فالجمهور عنيد لا يقبل السيطرة من أي طرف كان حتى ولو كانت من قبل وسائل الإعلام. (5)

وبرغم الانتقادات التي تعرض لها هذا المدخل إلا أنه يعد نقطة تحول في الدراسات الإعلامية حيث نقل التركيز من دراسة صناعات الرسالة الإعلامية " القائم بالاتصال " إلي دراسة مستقبلية الرسالة الإعلامية وهم " الجمهور " . (6) كما أن مثل هذه الانتقادات والنقاش الدائم حول مدخل الاستخدامات والإشباع إنما يدل علي حيوية المدخل وثرائه .

ثانياً: الرد على الانتقادات الموجهة للمدخل :

1. إن وصف مدخل الاستخدامات والإشباع بأنه وظيفي واستاتيكي هو قول في غير موضعه حيث أن مصادر التغيير قائمة سواء في سلوك الجمهور اتجاه وسائل الاتصال أو في تنظيم تلك الوسائل وما تقدمه من محتوى كما أن التناقض بين الإشباع المتحقق والإشباع المتوقعة يمكن أن يخلق تغييراً في محتوى وسائل الاتصال. (7)

1. عائشة بنت سعيد بن محمد الغباشي " مرجع سابق ص 52 "

2. محمد عبد الحميد " مرجع سابق ص 291 "

3. سبير عثمان عبد الحليم، مرجع سابق ص 77

4. فرج الكامل " بحوث الإعلام والرأي العام ك تصميمها ولأجزائها وتحليلها (القاهرة دار النشر للجامعات 2001) ص 89-90

5. حمد بن علي بن حمد بهوان المخيني " مرجع سابق ص 71 – 72

6 . James Watson Op.Cit.p62

7. ليلي حسين محمد السيد – مرجع سابق ص 112.

2. يؤكد (Fischer, 1992) أهمية مدخل الاستخدامات والإشباعات تتمثل فيما يتعلق بدراسة تكنولوجيا الاتصال والإنترنت حيث يفترض أن المستخدمين لديهم أهداف معينة يريدون تحقيقها من استخدامهم لتكنولوجيا قد تكون معقدة ومرتفعة التكلفة وبالتالي تكون الاستخدامات والإشباعات المترتبة عليها مرهونة بالظروف الاجتماعية والثقافية والاقتصادية لأفراد الجمهور.(1)

3. أمكن من خلال أساليب القياس في الدراسات السابقة التغلب على غموض مفهوم الجمهور النشط من خلال تقسيم إيجابية الجمهور إلى ثلاث مراحل تتمثل في (2):

– الانتقاء قبل التعرض.

– الاهتمام أثناء التعرض

– زيادة المعلومات والنقاش بعد التعرض.

4. من الطبيعي أن تختلف نتائج الدراسات لاختلاف المجتمعات نظراً لخصوصية كل مجتمع واختلاف ظروف أفرادها النفسية والاجتماعية والاتصالية لذا فالتعميم يمكن أن يكون في إطار المجتمع الواحد الذي مهما اختلفت ظروفه من منطقة لأخرى فإنه يجمعها طابع عام واحد.(3)

وتتمتع النظرية أيضاً بجوانب من القوة تتمثل في الآتي: (4)

– تحترم فكر وقدرة مستهلكي وسائل الإعلام.

– توفر تحليلاً شاملاً بالكيفية التي يتعامل بها الجمهور مع المضامين الإعلامية.

– تفرق بين الاستخدام النشط والاستخدام السلبي لوسائل الإعلام.

– تدرس عملية استخدام وسائل الإعلام كجزء من التفاعل في الحياة اليومية.

رابعاً: إسهامات بحوث الاستخدامات والإشباعات في تطوير بحوث الاتصال الجماهيري : (5)

– أوضحت بحوث الاستخدامات والإشباعات خطأ وخطورة فكرة الجماهير الحاشدة Mass، حيث بينت أن هناك درجة من الاختلاف والتمايز بين الجماهير في اختياراتهم وتعرضهم لوسائل الإعلام.

– أبرزت البحوث بناء على رؤية وظيفية لجمهور وسائل الإعلام ، فكرة انقسام الجماهير وتعددتها، على أساس تقاسم أشياء مشتركة بين فئات معينة من الجمهور مثل سماتهم الاجتماعية أو أذواقهم وتفضيلاتهم وحاجاتهم من وسائل الإعلام.

1. صفا فوزي علي محمد عبد الله – مرجع سابق ص 192-193

2. أمنية السيد علي نور الدين – استخدام الشباب المصري للمواد المقدمة على الأقراص المدمجة CD-Rom والإشباعات المتحققة منها – رسالة ماجستير غير منشورة (كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، 2004) ص 126

3. حمد بن علي بن حمد بهوان المخيني – مرجع سابق ص 75-76

4. نصر سفيان محسن الروماني (علاقة المراهقين بالفتوات الفضائية) رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة الدول العربية ، المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم ، معهد البحوث والدراسات العربية 2005) ص 105.

5. طارق محمود يوسف الشوريجي (استخدامات المراهقين في الريف المصري للتلفزيون والإشباعات المتحققة لهم) رسالة ماجستير غير منشورة (كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، 2001) ص 92

- أبرزت البحوث بناء على رؤية وظيفية لجمهور وسائل الإعلام فكرة انقسام الجماهير وتعددتها على أساس تقاسم أشياء مشتركة بين فئات معينة من الجمهور مثل سماتهم الاجتماعية أو أدواقهم وتفضيلاتهم وحاجاتهم من وسائل الإعلام.

البيانات التي تقدمها بحوث الاستخدامات تقدم أساساً لتغيير سياسة وسائل الإعلام على أساس حاجات وتوقعات الجمهور من وسائل الإعلام وليس تدعيماً للوضع الراهن.

- قدمت بحوث الاستخدامات والإشباعات منظوراً جديداً لدراسة وسائل الإعلام يختلف كلية عن نماذج التأثيرات القوية والتي تصور الجمهور في صورة سلبية ، أما الجمهور في هذه النظرية فيتجاوز مقاومة تأثير وسائل الإعلام إلى استخدام هذه الوسائل بشكل يرتبط باحتياجات أفرادها والأهداف التي يسعون لتحقيقها. (1)

الاتجاهات الحديثة في بحوث مدخل الاستخدامات والإشباعات :

1. دراسة مفهوم نشاط الجمهور وأبعاده وخصوصاً في ضوء البيئة الجديدة لوسائل الإعلام التي أتاحتها التكنولوجيا الحديثة. (2)

2. دراسة علاقة الجمهور بوسائل الاتصال الحديثة فانتشار وسائل الاتصال الجماهيرية الحديثة كالإنترنت أدى إلى بعث الحياة من جديد في مدخل الاستخدامات والإشباعات مما يجعل من الصعب تجاهل هذه النظرية في دراسة الاتجاهات البحثية والنظرية في التأثيرات الاجتماعية لوسائل الاتصال الجماهيري في المستقبل. (3)

3. يجب أن تستوعب النماذج المعاصرة مفاهيم مثل " التفاعلية، وتجزئة الجمهور، والمضامين الاتصالية عبر الإنترنت" وعلى الباحثين أيضاً أن يكونوا قادرين على بحث الجوانب الكيفية والشخصية للاتصال عبر الإنترنت وفقاً لمنهج عام وشامل وكلي. (4)

ويمكن إنجاز أوجه التطور في دراسات مدخل الاستخدامات والإشباعات في المرحلة الأخيرة فيما يلي(5):

- التركيز على دوافع وإشباعات استخدامات وسائل الاتصال الحديثة مثل الكمبيوتر والإنترنت.
- التعرف على العلاقات المتداخلة بين دوافع وسائل الإعلام والاتجاه نحو تلك الوسائل.
- التعرض على تأثير بعض العوامل النفسية والاجتماعية على استخدام وسائل الإعلام.

1. عبد الرحمن محمد سعيد الشامي (مرجع سابق) ص 91.
2. سوزان محمد عبده جميل (مرجع سابق) ص 65.
3. علياء علي محمد عنتر (مرجع سابق) ص 116.
4. (المرجع السابق نفسه) ص 122
5. عائشة سعد اليوسميط (استخدام الجمهور للتلفزيون الكابلي في دولة الإمارات العربية المتحدة وتأثيره على التعرض لوسائل الاتصال الجماهيري) رسالة دكتوراه غير منشورة (كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، 2004) ص 63.

استخدامات الاتصال الرقمي وإشبعاته :

** تتصدر بحوث الاتصال الرقمي وبصفة خاصة " الإنترنت " كافة البحوث والدراسات التي تجري حديثاً باستخدام نظرية الاستخدامات والإشبعات وذلك لسهولة تطبيق الفروض الخاصة بهذا المدخل في هذه الدراسات.

ولذلك يجب ملاحظة الآتي (1) :

- إن فئات جمهور مستخدمي الشبكة العنكبوتية أكثر نشاطاً ومشاركة في العملية الاتصالية بتأثر التفاعلية التي يتميز بها الاتصال الرقمي.
- لا تعتبر عدد المواقع أو عدد الصفحات داخل المواقع دليلاً على سعة الاستخدام وإشباع الحاجات ، ولكن الذي يحدد العلاقة هو المستخدم نفسه وليس الجهة أو المؤسسة المنشأة للموقع أو القائمون بالاتصال عليه.
- لا تعتبر كثافة استخدام الشبكة بصفة عامة دليلاً على إشباع الحاجات ، حيث أن التجوال بين المواقع المختلفة سمة من سمات استخدام الإنترنت.
- يفرض استخدام شبكة الإنترنت والتجوال بين مواقعها مشكلات الاستخدام والقدرة على تجاوزها كم في نموذج Rosengren للدلالة على قوة الاستخدام والارتباط بهذه المواقع ومحتواها ووظائفها.
- من المتوقع أن يكون هناك تباين في كثافة الاستخدام وعاداته وأنماطه السلوكية نظراً لأن هناك فجوة بين الفئات الاجتماعية المختلفة من مستخدمي الإنترنت.
- ** معظم الدراسات والأبحاث التي تدرس الإنترنت واستخداماتها ما تزال في مراحل التطوير، لأنه لا يوجد أي وسيلة اتصال دمجت الثقافات والمعتقدات وأساليب الاتصال العالمية أفضل من الإنترنت.(2)
- كنظرية خاصة بـ " نشاط الجمهور " تقدم وجهة نظر جديدة من خلال التركيز على الطرق التي تستجيب بها الجمهور لاتساع وعمق المعلومات التي يتيحها الإنترنت ، فتنوع المحتوى على الشبكة العالمية هو أكبر بكثير مقارنة بوسائل الإعلام التقليدية.(3).
- أظهرت بعض الدراسات أن مستخدمي الإنترنت يجدون صعوبة في معرفة احتياجاتهم عندما يستخدمون الإنترنت لذلك تتنافس مواقع الإنترنت لتلبية الاحتياجات الفردية لدى الجمهور، وهكذا توجد منافسة ليس فقط بين الإنترنت ووسائل الإعلام التقليدية بل أيضاً في داخل الشبكة العنكبوتية العالمية نفسها.(4).

1. محمد عبد الحميد " مرجع سابق " ص 288- 290

2. Sharon A. Angleman " uses and gratifications and internet profile

<http://www.jrily.com/LiteraryIllusions/InternetGratificationStudyIntroduction.html>

3. Samuel Rbersole "uses and gratification of the web among students" Journal of Computer-Mediated Communication (vol 6, no 1, September, 2000)

<http://jcmc.indiana.edu/vol6/ebersole.htm>

4. communication theory/uses and oratifications

http://en.wikibooks.org/wiki/Communication_Theory/Uses_and_Gratifications

- إن المفاهيم القديمة بين المرسلين والمستقبلين أصبحت غير مناسبة لدراسة الإنترنت لذلك يجب دراسة مستخدمي شبكة الإنترنت من خلال مفهوم التفاعل التبادلي بين المنتجين والمتلقين. (1)

1 .Merrill Morris, Christine Ogan “the internet as mass medium” Journal of Computer-Mediated Communication “(vol 1, no 4, March, 1996
<http://jcmc.indiana.edu/vol1/issue4/morris.html>

الفصل الثالث

الإطار المعرفي

الإجراءات المنهجية

نوع الدراسة:-

تنتمي هذه الدراسة إلى مجال الدراسات الوصفية ويعد هذا البحث وصفيا كونه يهدف " بشكل عام إلى تسجيل الحوادث ووصفها فضلا عن عرض خصائص الموضوع بأسلوب علمي موضوعي دقيق" (1) وتكتسب البحوث الوصفية أهمية خاصة في البحث العلمي بفضل خطواتها العلمية الدقيقة واتساع نطاقها، (2) ويبدو ذلك من خلال الاهتمام بمعرفة الخصائص التي تميز أفراد الجالية الليبية في مصر الذين يتعرضون الانترنت، وقد اعتمدت الدراسة في إجراءاتها المنهجية على استخدام المسح بالعينة في عملية جمع البيانات، حيث سيتم إعداد استمارة استبيان وسيتم إخضاعها للقواعد المنهجية المتعارف عليها من حيث التصميم والاختبار القبلي، والاختبار البعدي.

مجتمع البحث:-

ويعني كل الأفراد الذين ينتمون للجالية الليبية المقيمة علي الأراضي المصرية بغض النظر عن سبب الإقامة سواء كانت بصفة مؤقتة أو دائمة.

العينة وضوابطها:-

العينة العمدية، مع ملاحظة: أن الباحث يؤكد أن الجالية الليبية المقيمة في مصر تتكون في أغلبها من الطلاب المبتعثين للدراسة بجمهورية مصر العربية سواء كانوا مبتعثين من قبل الدولة الليبية أو يدرسون علي حسابهم الشخصي وهم في الغالب متركزين بمدینتی القاهرة والإسكندرية وغالبیتهم يدرسون الماجستير أو الدكتوراه بالجامعات المصرية المختلفة.

وحدات المعاينة:-

وهم المبتعثين للدراسة في مصر والمقيمين من التجار أو رجال الأعمال وكل اللذين يحملون الجنسية الليبية ومقيمين علي أراضي جمهورية مصر العربية ويتعاملون مع الانترنت بكل الصور المتاحة لهذا التعامل.

قام الباحث بتطبيق الدراسة على عينة قوما (450) مفردة بالتساوي بين الذكور والإناث، ووصل عدد الاستبيانات المجاب عنها (400) استبيانه تم استبعاد (50) استبيانه منها لعدم الإجابة على فقراتها بشكل صحيح ليصبح العدد الكلي للاستبيانات المستخدمة في تحليل الدراسة الميدانية (400) استبيانه مقسمة بالتساوي بين ذكور وإناث الجاليات الليبية المقيمون في مصر

1. د. سمير محمد حسين. م. س. ذ. ص 125 .
2. د. محمد عبد الحميد . البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، القاهرة، عالم الكتب 2000 ص157.

أدوات البحث:-

استمارة البحث الميداني ويعرف الاستبيان بأنه: ((عبارة عن مجموعة من الأسئلة التي توجه إلى مجتمع البحث تصاغ بطريقة فنية معينة تدور حول جوانب الظاهرة المدروسة وتساعد الإجابات الواردة عليها في اختيار وتحقيق الفروض التي يضعها الباحث بادئ ذي بدء.⁽¹⁾

كما تم التحقق من صدق الاتساق الداخلي لاستمارة الاستبيان باستخدام قيمة معامل (ألفا كرونباخ (Alphacronbach)، بين درجة كل عبارة من عبارات المحاور الأساسية للاستمارة والدرجة الكلية لهذا المحاور بنسبة (0.81) للمحور الأول الخاص بالبيانات الأساسية للمبحوثين، وبنسبة (0.77) للمحور الثاني المعني باستخدامات الإنترنت والإشباع المتحققة منها، بمتوسط (0.79) لإجمالي محاور الاستبيان، ثم قام الباحث بعمل دراسة استطلاعية للتأكد من صحة تصميم الاستبيان ومدى استيعاب الطلاب لمفرداتها، وذلك بتطبيق الاستبيانية على عدد (40) مفردة من عينة الدراسة وأشارت النتائج النهائية القائمة على تفريغ وتحليل البيانات وملاحظة المبحوثين إلى السلاسة اللغوية لعبارات التساؤلات الواردة فيها، ودقتها وموضوعيتها في التعبير عن أهداف الدراسة والتحقق منها.

المعالجة الإحصائية:-

بعد الانتهاء تم تفريغ بيانات الاستبيانية وترميزها لإدخال بياناتها على جهاز الحاسب الآلي باستخدام برنامج "الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية" (spss) أي Statistical package for social sciences لمعالجة الإحصاءات الإصدار العشرون.

كما تم استخدام برنامج أكسل (Excel) إحدى تطبيقات برنامج ميكروسوفت أوفيس (2010) لإنشاء الجداول والتعامل معها واستخراج العمليات الحسابية وبعض الدوال الإحصائية، وذلك من خلال الأساليب الإحصائية التالية:

- التكرارات البسيطة والنسب المئوية.
- المتوسط الحسابي.
- الوزن المئوي: (المتوسط الحسابي x 100) ÷ الدرجة العظمى.
- ألفا كرونباخ: للتأكد من ثبات محاور الدراسة ككل والاتساق الداخلي بين كل عبارة من عبارات كل محور على حدة.
- اختبار كاي² (Contingency Tables Chi Square Test): لدراسة الدلالة الإحصائية للعلاقة بين متغيرين من المستوى الاسمي.
- معامل التوافق: (Contingency Coefficient): الذي يقيس شدة العلاقة بين متغيرين اسميين في جدول أكثر من 2x2 وقد اعتبرت العلاقة ضعيفة إذا كانت قيمة المعامل أقل من (0.27)، ومتوسطة ما بين (0.27 إلى 0.58) وقوية إذا زادت عن (0.58).

1. شعبان عبد العزيز خليفة، المحاورات في مناهج البحث في علم المكتبات والمعلومات، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 1997، ص138.

– إخراج قيمة (Z) لمعرفة العلاقة بين المتغيرات المستقلة والتابعة.

نتائج المعالجة الإحصائية:-

تتضمن استجابات الطلاب على مفردات الاستبيان والتي سيتم عرضها وفقا لمحاور صياغة الاستبيان على النحو التالي:

المحور الأول: بيانات عامة:-

يشتمل هذا المحور على الخصائص والسمات الاقتصادية والاجتماعية لعينة الدراسة متضمنة العمر، والمستوى التعليمي، والمهنة، وطبيعة الإقامة في مصر، ومدة الإقامة في مصر، متوسط الدخل الشهري، وذلك على النحو الآتي:-

جدول رقم (1) توزيع عينة الدراسة طبقا للفئة العمرية

Z	الإجمالي		فئة العينة				الفئة العمرية	
			الإناث		الذكور			
د	ن	%	ك	%	ك	%	ك	
0.00	21.1	44	176	15	60	29	116	من 18 إلى أقل من 30 سنة
0.53	0.6	23.3	93	11.8	47	11.5	46	من 30 إلى أقل من 40 سنة
0.00	27.2	28.5	114	21.5	86	7	28	من 40 إلى أقل من 50 سنة
0.00	3.9	4.3	17	1.7	7	2.5	10	من 50 فأكثر
		100	400	50	200	50	200	الإجمالي

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن الفئة العمرية من (من 18 إلى أقل من 30 سنة) تحتل المرتبة الأولى بين المبحوثين بنسبة (44%)، يليها الفئة (من 40 إلى أقل من 50 سنة) بنسبة (28.5%)، ثم الفئة (من 30 إلى أقل من 40 سنة) بنسبة (23.3%)، بينما جاءت الفئة (من 50 فأكثر) في المرتبة الأخيرة بنسبة (4.3%) من إجمالي العينة، ويعزو الباحث هذه النتيجة إلى طبيعة المقيمين في مصر من الطلاب والطالبات والشباب اللذين شملتهم الدراسة ويشكلون معظم عينة المبحوثين بنسبة (63.3%) والقادمين بهدف التعلم والحفاظ على أسرهم وأنفسهم بعيدا عن الصراعات الدموية التي شهدتها الجمهورية الليبية في الآونة الأخير وشاع على إثرها المزيد من العنف والقتل والسطو على المنازل، وقد أوضحت النتائج التفصيلية بين نوع المبحوثين وبين الفئة العمرية الخاصة بهم ما يلي:-

1. تزداد نسبة الذكور عن الإناث المنتسبين للفئة العمرية (من 18 إلى أقل من 30 سنة) بنسبة (29%)، (15%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (99%)، حيث بلغت قيمة (Z = 21.1) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58).

2. تزداد نسبة الإناث عن الذكور المنتسبين للفئة العمرية (من 40 إلى أقل من 50 سنة) بنسبة (21.5%)، 7% لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (99%)، حيث بلغت قيمة ($Z = 27.2$) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58).
3. تتقارب نسبة الإناث مع الذكور المنتسبين للفئة العمرية (من 30 إلى أقل من 40 سنة) بنسبة (11.8%)، 11.5% لكل منهما على التوالي، والفارق غير دال بمستوى ثقة (95%)، حيث بلغت قيمة ($Z = 0.6$) وهي أقل من القيمة الجدولية (1.96).
4. تزداد نسبة الذكور عن الإناث المنتسبين للفئة العمرية (من 50 سنة فأكثر) بنسبة (2.5%)، 1.7% لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (99%)، حيث بلغت قيمة ($Z = 3.9$) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58).
- وقد أكد اختبار (χ^2) وجود علاقة دالة إحصائية بين نوع المبحوثين وبين فئتهم العمرية، حيث بلغت قيمته (47.3)، عند مستوى دلالة (0.00)، وتعتبر شدة العلاقة متوسطة حيث بلغ معامل التوافق (0.33).
- وتتفق هذه النتائج مع دراسة هناء كمال أبو اليزيد والتي توصلت إلى أن معظم عينة الدراسة تتمثل في الفئة العمرية (من 18 لأقل من 25 سنة)، ثم فئة الشباب (من 25 لأقل من 35 عام)، وتأتي في المرتبة الأخيرة فئة الأكبر سنا وبنسبة بسيطة مقارنة بالفئات الأخرى.⁽¹⁾
- بينما تختلف مع دراسة رضا عبد الواحد أمين والتي توصلت إلى أن أغلبية المبحوثين في الفئة العمرية من (30 إلى 40 سنة) بنسبة (65.25%) وبواقع (261 تكرارا)، وجاء في المرتبة الثانية الفئة العمرية أقل من (30 سنة) بواقع (76 تكرارا) وبنسبة مئوية بلغت (19%)، بينما انخفضت نسبة الفئة العمرية (من 40 إلى 50 سنة) بواقع (41 مفردة) بنسبة مئوية بلغت (10.25%) وجاء في المرتبة الأخيرة من هم فوق الخمسين عاما بنسبة (8%) بواقع (32 تكرارا).⁽²⁾

1 . هناء كمال أبو اليزيد، الآثار النفسية والاجتماعية لتعرض الجمهور المصري لشبكة الإنترنت.
2 . رضا عبد الواحد أمين، الصحافة الإلكترونية، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2007.

جدول رقم (2) توزيع عينة الدراسة طبقا للمستوى التعليمي

Z	الإجمالي		فئة العينة				فئة التعليم	
			الإناث		الذكور			
د	ن	%	ك	%	ك	%	ك	
0.54	0.6	10.8	43	5.5	22	5.3	21	دراسات عليا
0.00	12.6	26.5	106	16.5	66	10	40	جامعي
0.00	3.5	50	200	23.5	94	26	104	ثانوي
0.00	12.6	10	40	3	12	7	28	أساسي
0.10	1.7	3.3	13	1.5	6	1.8	7	يقرأ ويكتب
		100	400	50	200	50	200	الإجمالي

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن فئة (التعليم الثانوي) تحتل المرتبة الأولى بين فئات التعليم بنسبة (50%) من المبحوثين، بينما جاءت فئة التعليم (الجامعي) في المرتبة الثانية بنسبة (26.5%)، وفي المرتبة الثالثة جاء المبحوثون المنتسبين لفئة (الدراسات العليا) بنسبة (10.8%)، يلي ذلك فئة (التعليم الأساسي) بنسبة (10%)، وأخيرا جاءت فئة يقرأ ويكتب بما نسبته (1.7%) من إجمالي عينة الدراسة. يستدل من ذلك أن عينة الدراسة يحظون بقسط وافر من التعليم يمثل المرجعية الثقافية التي تمكنهم من التعامل مع وسائل الإعلام عامة والإنترنت على وجه الخصوص؛ نظرا لطبيعة وسائل الإعلام الحديثة التي تتطلب التركيز والجهد لتحقيق عملية التفاعل مع تطبيقاتها والاستفادة منها على الوجه الأكمل ومن ثم تحقيق الإشباع المرجوة من عملية الاستخدام.

وقد أوضحت النتائج التفصيلية بين نوع المبحوثين وبين المستوى التعليمي الخاصة بهم ما يلي:-

1. تزداد نسبة الذكور عن الإناث المنتسبين للفئة التعليمية (ثانوي- متوسط) بنسبة (26%)، (23.5%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (99%)، حيث بلغت قيمة ($Z = 3.5$) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58).

2. تزداد نسبة الإناث عن الذكور المنتسبين للفئة التعليمية (جامعي) بنسبة (16.5%)، (10%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (99%)، حيث بلغت قيمة ($Z = 12.6$) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58).

3. تتقارب نسبة الإناث مع الذكور المنتسبين للفئة التعليمية (دراسات عليا) بنسبة (5.5%)، (5.3%) لكل منهما على التوالي، والفارق غير دال بمستوى ثقة (95%)، حيث بلغت قيمة ($Z = 0.6$) وهي أقل من القيمة الجدولية (1.96).

4. تزداد نسبة الذكور عن الإناث المنتسبين للفئة التعليمية (أساسي) بنسبة (7%)، (3%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (99%)، حيث بلغت قيمة ($Z = 12.6$) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58).

5. تتقارب نسبة الذكور مع الإناث المنتسبين للفئة التعليمية (يقراً ويكتب) بنسبة (1.8%، 1.5%) لكل منهما على التوالي، والفارق غير دال بمستوى ثقة (95%)، حيث بلغت قيمة ($Z=1.7$) وهي أقل من القيمة الجدولية (1.96).

وقد أكد اختبار (كا²) وجود علاقة دالة إحصائياً بين نوع المبحوثين وبين الفئة التعليمية المنتسبين لها، حيث بلغت قيمته (13.4)، عند مستوى دلالة (0.01)، وتعتبر شدة العلاقة ضعيفة حيث بلغ معامل التوافق (0.18).

وتختلف هذه النتيجة مع كل من الدراسات التالية: أولاً: دراسة سامية زكي يوسف والتي توصلت إلى أن معظم فراد العينة ينتسبون إلى المستوى التعليمي الجامعي بنسبة (50%)، يليهم المؤهل المتوسط بنسبة (42.7%)، بينما يأتي باقي المستويات الأخرى بنسبة (7.5%) لكل من أقل من المؤهل المتوسط، والدراسات العليا وغير المتعلمات على التوالي.¹

ودراسة شيماء النحاس والتي توصلت إلى أن معظم عينة الدراسة من الحاصلين على المؤهل الجامعي بنسبة (69%)، ثم المؤهل المتوسط (17%)، من إجمالي عينة الأسر الحضرية.² وكذلك دراسة حنان محمود تغيان والتي توصلت إلى أن (25%) ينتسبون للمؤهلات جامعية من عينة الدراسة.³

وأيضاً دراسة زياد بركات والتي توصلت إلى أن معظم المبحوثين عينة الدراسة ينتمون إلى المستوى التعليمي التوجيهي فما دون بنسبة (32.7%)، تلاه الحاصلين على المؤهل الجامعي بنسبة (29%)، ثم الحاصلين على المؤهل المتوسط بنسبة (32.7%)، وأخيراً الحاصلين على الدراسات العليا بنسبة (15.3%).⁴

1. سامية زكي يوسف، شبكة الإنترنت وأثارها على الشباب المصري.م. س.
2. شيماء السعيد النحاس، ثقافة الإنترنت لدى الأسرة الحضرية.م. س.
3. حنان محمود تغيان، المتطلبات التربوية لتفعيل استخدام شبكة الإنترنت لدى طلاب الجامعات. م.س.
4. زياد بركات، (ينار 2012): صعوبات استخدام (الإنترنت) لدى طلبة جامعة القدس المفتوحة في طولكرم، مجلة الجامعة الإسلامية للدراسات التربوية والنفسية، ع1، مج20، فلسطين. ص:512-556.

جدول رقم (3) توزيع عينة الدراسة طبقاً لمهنة المبحوثين

Z	الإجمالي		فئة العينة				لمهنة	
			الإناث		الذكور			
د	ن	%	ك	%	ك	%	ك	
0.00	35.4	23	92	3	12	20	80	طالب
0.00	19.1	17.5	70	12.8	51	4.8	19	موظف
0.00	3.6	17.5	70	8	32	9.5	38	أعمال حرة
0.00	2.2	2.8	11	0.8	3	2	8	إعلامي
0.00	4	14	56	7.8	3	6.3	25	مدرس
0.00	12.2	1.5	6	0	0	1.5	6	متقاعد
0.00	35.4	12.5	50	12.5	50	0	0	ربة منزل
0.07	1.8	7.5	30	4	16	3.5	14	مهنة فنية عليا
0.00	6.2	3.8	15	1.3	5	2.5	10	مهن إدارية متوسطة
		100	400	50	200	50	200	الإجمالي

يتضح من بيانات الجدول السابق أن ما نسبته (23%) من المبحوثين ينتسبون لفئة الطلاب، ثم الموظفين وأصحاب الأعمال الحرة بنسبة (17.5%) لكل منهما على حدة، ثم فئة المدرسين بنسبة (14%) كأبرز المهن التي ينتسب إليها المبحوثين، يلي ذلك على التوالي ربة منزل، مهن فنية عليا، مهن إدارية متوسطة، مهن إدارية عليا، إعلاميين، متقاعدين، بنسبة (12.5%، 7.5%، 3.8%، 2.8%، 1.8%) من إجمالي عينة الدراسة.

يستدل من ذلك أن معظم عينة الدراسة من الطلاب الدارسين بالكليات والمعاهد العلمية في مصر سواء المبتعثين للدراسة على نفقة الدولة أو على نفقاتهم الشخصية، يليهم الموظفين نظراً لطبيعة عملهم في السفارة والقنصليات الليبية في مصر وأصحاب الأعمال الحرة من رجال الأعمال والتجار وغيرهم من الذين خرجوا في أعقاب الثورة الليبية لتجنب عملية السلب والنهب التي تعرض لها الكثير من المواطنين في المحافظات الليبية، وقد أوضحت النتائج التفصيلية بين نوع المبحوثين وبين الفئة المهنية الخاصة بهم ما يلي:-

1. تزداد نسبة الذكور عن الإناث المنتسبين للفئة المهنية (طالب) بنسبة (20%، 3%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (99%)، حيث بلغت قيمة ($Z = 35.4$) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58).

2. تزداد نسبة الإناث عن الذكور المنتسبين للفئة المهنية (الموظفين) بنسبة (12.8%، 4.8%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (99%)، حيث بلغت قيمة ($Z = 19.1$) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58).

3. تزداد نسبة الذكور عن الإناث المنتسبين للفئة المهنية (الأعمال الحرة) بنسبة (9.5%، 8%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (99%)، حيث بلغت قيمة ($Z = 19.1$) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58).
4. تزداد نسبة الإناث عن الذكور المنتسبين للفئة المهنية (المدرسين) بنسبة (7.8%، 6.3%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (99%)، حيث بلغت قيمة ($Z = 4$) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58).
5. تتفرد الإناث عن الذكور بالنسبة لفئة (ربة منزل) بنسبة (6.3%) على حدة، والفارق دال بمستوى ثقة (99%)، حيث بلغت قيمة ($Z = 35.4$) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58).
6. تزداد نسبة الإناث عن الذكور بفارق طفيف بالنسبة لفئة (المهن الفنية العليا) بنسبة (4%، 3.5%) لكل منهما على التوالي، والفارق غير دال بمستوى ثقة (95%)، حيث بلغت قيمة ($Z = 1.8$) وهي أقل من القيمة الجدولية (1.96).
7. تزداد نسبة الذكور عن الإناث بالنسبة لفئة (المهن الإدارية المتوسطة) بنسبة (2.5%، 1.3%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (99%)، حيث بلغت قيمة ($Z = 6.2$) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58).
8. تزداد نسبة الذكور عن الإناث بالنسبة لفئة (الإعلاميين) بنسبة (2%، 0.8%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (95%)، حيث بلغت قيمة ($Z = 2.2$) وهي أكبر من القيمة الجدولية (1.96).
9. تتفرد الذكور عن الإناث بالنسبة لفئة (متقاعد) بنسبة (1.5%) على حدة، والفارق دال بمستوى ثقة (99%)، حيث بلغت قيمة ($Z = 12.2$) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58).
- وقد أكد اختبار (ك²) وجود علاقة دالة إحصائياً بين نوع المبحوثين وبين الفئة المهنية الخاصة بهم، حيث بلغت قيمته (126.1)، عند مستوى دلالة (0.00)، وتعتبر شدة العلاقة متوسطة حيث بلغ معامل التوافق (0.49).

جدول رقم (4) توزيع عينة الدراسة طبقاً لطبيعة الإقامة في مصر

Z	الإجمالي		فئة العينة				طبيعة الإقامة	
			الإناث		الذكور			
د	ن	%	ك	%	ك	%	ك	
0.00	7.8	16.8	67	6.8	27	10	40	أعيش بمفردي بصورة مستمرة
0.00	4.4	52.8	211	28	112	24.8	99	أعيش مع الأسرة بصفة مستمرة
0.29	1.1	22	88	11.3	45	10.8	43	تتردد عائلتي لزياتي
0.09	1.7	8.5	34	4	16	4.5	18	أذهب لزيارة أسرتي في ليبيا
		100	400	50	200	50	200	الإجمالي

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن ما يزيد عن نصف عينة الدراسة يقيمون مع أسرهم في مصر بصفة مستمرة، ويعزو الباحث هذه النتيجة إلى الوضع الذي تمر به ليبيا والتي دعت العديد من الأسر إلى اللجوء إلى مصر إما للإقامة مع أبنائهم المبتعثين أو الإقامة بشكل مستقل ونقل تعليم أبنائهم إلى مصر بعد أن أغلقت المدارس والجامعات عقب توقف العملية التعليمية وشيوع الفوضى في الأراضي الليبية، فضلا عن أن هناك العديد من الفتيات المبتعثات إلى مصر ورافقهم بعض أفراد أسرهم نظراً لطبيعة العادات والتقاليد الليبية التي لا تسمح للفتيات السفر وحدهن والتي تستمد أصولها من العادات والتقاليد الدينية والعربية الهادفة إلى الحفاظ على الفتاة وصيانتها من رفقاء السوء، بينما ذهب بعض المبحوثين بنسبة (22%) إلى الإفادة بتردد أسرهم عليهم لزيارتهم، وفي المقابل ذهب ما نسبته (16.8%) من المبحوثين إلى التأكيد على إقامتهم بشكل مفرد بصورة مستمرة، وأخيراً ذهب ما نسبته (8.5%) من المبحوثين إلى الإفادة بالذهاب لزيارة أسرهم في ليبيا. وقد أوضحت النتائج التفصيلية بين نوع المبحوثين وبين طبيعة إقامتهم في مصر ما يلي:-

1. تزداد نسبة الذكور عن الإناث المقيمون مع أسرهم بصفة مستمرة بنسبة (28%، 24.8%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (99%)، حيث بلغت قيمة ($Z = 4.4$) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58).

2. تتقارب نسبة الإناث عن الذكور الذين يترددون لزيارة أسرهم بنسبة (11.3%، 10.8%) لكل منهما على التوالي، والفارق غير دال بمستوى ثقة (95%)، حيث بلغت قيمة ($Z = 1.1$) وهي أقل من القيمة الجدولية (1.96).

3. تزداد نسبة الذكور عن الإناث المقيمون في مصر بمفردهم بنسبة (10%، 6.8%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (99%)، حيث بلغت قيمة ($Z = 7.8$) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58).

4. تزداد نسبة الذكور عن الإناث المقيمون في مصر ويذهبون لزيارة أسرهم في ليبيا بنسبة (4.5%)، 4% لكل منهما على التوالي، والفارق غير دال بمستوى ثقة (95%)، حيث بلغت قيمة ($Z = 1.7$) وهي أقل من القيمة الجدولية (1.96).

وقد أكد اختبار (كا²) وجود علاقة غير دالة إحصائياً بين نوع المبحوثين وبين طبيعة إقامتهم في مصر بهم، حيث بلغت قيمته (3.5)، عند مستوى دلالة (0.32)، وتعتبر شدة العلاقة ضعيفة حيث بلغ معامل التوافق (0.09).

جدول رقم (5) توزيع عينة الدراسة طبقاً لمدة الإقامة في مصر

Z	الإجمالي		فئة العينة				مدة الإقامة في مصر	
			الإناث		الذكور			
د	ن	%	ك	%	ك	%	ك	
0.00	16	25	100	16.5	66	8.5	34	أقل من سنة واحدة
0.00	14.1	45.5	182	18	72	27.5	110	من سنة إلى 3 سنوات
0.00	6.6	20.5	82	8.8	35	11.8	47	من 4 سنوات إلى 7 سنوات
0.00	11.3	3.8	15	3	12	0.8	3	من 8 سنوات إلى 11 سنة
0.00	10	5.3	21	3.8	15	1.5	6	أكثر من 12 سنة
		100	400	50	200	50	200	الإجمالي

يتضح من الجدول السابق أن ما نسبته (45.5%) من المبحوثين يقيمون في مصر (من سنة إلى ثلاث سنوات)، ويرجع الباحث هذه النتيجة إلى أحداث ثورة (17 فبراير الليبية) التي اجتاحت البلاد وخرج على أثرها العديد من المواطنين فضلاً عن حركة الابتعاث التي قدمت إلى مصر بشكل مكثف بدءاً من عام (2009-2010م) وأقاموا بها للدراسة، ناهيك على أفراد أسرهم الذين لحقوا بهم، يليهم من يقيمون في مصر (أقل من سنة واحدة) بنسبة (25%)، ثم من يقيمون في مصر (من 4 سنوات إلى 7 سنوات) بنسبة (20.5%)، وفي المرتبة الرابعة جاء المقيمون في مصر منذ (أكثر من 12 سنة) بنسبة (5.3%)، بينما جاء من يقيمون في مصر (من 8 سنوات إلى 11 سنة) بنسبة (3.8%) من إجمالي المبحوثين. وقد أوضحت النتائج التفصيلية بين نوع المبحوثين وبين مدة إقامتهم في مصر ما يلي:-

1. تزداد نسبة الذكور عن الإناث المقيمون في مصر (من سنة إلى 3 سنوات) بنسبة (27.5%، 18%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (99%)، حيث بلغت قيمة ($Z = 14.1$) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58).

2. تزداد نسبة الإناث عن الذكور المقيمون في مصر (أقل من سنة واحدة) بنسبة (16.5%، 8.5%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (99%)، حيث بلغت قيمة ($Z = 16$) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58).

3. تزداد نسبة الذكور عن الإناث المقيمون في مصر (من 4 سنوات إلى 7 سنوات) بنسبة (11.8%)، (8.8%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (99%)، حيث بلغت قيمة ($Z = 6.6$) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58).

4. تزداد نسبة الإناث عن الذكور المقيمون في مصر منذ (أكثر من 12 سنة) بنسبة (3.8%)، (1.5%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (99%)، حيث بلغت قيمة ($Z = 10$) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58).

5. تزداد نسبة الإناث عن الذكور المقيمون في مصر منذ (من 8 سنوات إلى 11 سنة) بنسبة (3%)، (0.8%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (99%)، حيث بلغت قيمة ($Z = 11.3$) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58).

وقد أكد اختبار (χ^2) وجود علاقة دالة إحصائية بين نوع المبحوثين وبين مدة إقامتهم في مصر بهم، حيث بلغت قيمته (29.2)، عند مستوى دلالة (0.00)، وتعتبر شدة العلاقة ضعيفة حيث بلغ معامل التوافق (0.26).

جدول رقم (6) توزيع عينة الدراسة طبقاً لمتوسط الدخل الشهري

Z	الإجمالي		فئة العينة				متوسط الدخل الشهري	
			الإناث		الذكور			
د	ن	%	ك	%	ك	%	ك	
0.00	16.7	13.8	55	10	40	3.8	15	500 إلى أقل من 1000
0.00	9.6	17.5	70	10.8	43	6.8	27	1000 إلى أقل من 1500
0.00	7.4	8.8	35	3.3	13	5.5	22	1500 إلى أقل من 2000
0.31	1	24.5	98	12	48	12.5	50	2000 إلى أقل من 2500
0.00	11.3	25.3	101	9.8	39	15.5	62	2500 إلى أقل من 3000
0.00	5.3	10.3	41	4.3	17	6	24	3000 فأكثر
		100	400	50	200	50	200	الإجمالي

تشير بيانات الجدول رقم (6) إلى أن فئات دخل المبحوثين تتمثل على الترتيب في:- أولاً: فئة الحد الأعلى (2500 إلى أقل من 3000) بنسبة (35.3%)، ثانياً: فئة الحد فوق المتوسط (2000 إلى أقل من 2500) بنسبة (24.5%)، ثالثاً: فئة الحد فوق الأدنى (1000 إلى أقل من 1500) بنسبة (17.5%)، رابعاً: فئة الحد الأدنى (500 إلى أقل من 1000) بنسبة (13.8%)، خامساً: فئة الحد فوق الأعلى من (3000 فأكثر) بنسبة (10.3%)، وأخيراً جاءت فئة الحد المتوسط (1500 إلى أقل من 2000) بنسبة (8.8%) من إجمالي المبحوثين.

تنوه هذه النتيجة إلى أن معظم عينة الدراسة ينتسبون لفئتي الحد الأعلى والحد فوق المتوسط لمستوى الدخل الشهري للمبحوثين بنسبة (59.8%)، ويعزو الباحث هذه النتيجة إلى طبيعة المقيمون خاصة وأنهم

من القادمين على نفقة الدولة، أو التجار الذين قدموا للإقامة والعمل في مصر كما أشرنا سابقا في الجدول الخاص بطبيعة مهن المبحوثين. وقد أوضحت النتائج التفصيلية بين نوع المبحوثين وبين متوسط دخلهم الشهري ما يلي:-

1. تزداد نسبة الذكور عن الإناث بالنسبة لفئة الدخل (من 2500 إلى أقل من 3000 جنيه) بنسبة (15.5%، 9.8%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (99%)، حيث بلغت قيمة (Z = 11.3) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58).

2. تتقارب نسبة الذكور مع الإناث بالنسبة لفئة الدخل (من 2000 إلى أقل من 2500 جنيه) بنسبة (12.5%، 12%) لكل منهما على التوالي، والفارق غير دال بمستوى ثقة (95%)، حيث بلغت قيمة (Z = 1) وهي أقل من القيمة الجدولية (1.96).

3. تزداد نسبة الإناث عن الذكور بالنسبة لفئة الدخل (من 1000 إلى أقل من 1500 جنيه) بنسبة (10.8%، 6.8%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (99%)، حيث بلغت قيمة (Z = 9.6) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58).

4. تزداد نسبة الإناث عن الذكور بالنسبة لفئة الدخل (من 500 إلى أقل من 1000 جنيه) بنسبة (10%، 3.8%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (99%)، حيث بلغت قيمة (Z = 16.7) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58).

5. تزداد نسبة الذكور عن الإناث بالنسبة لفئة الدخل (من 3000 فأكثر) بنسبة (6%، 4.3%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (99%)، حيث بلغت قيمة (Z = 5.3) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58).

6. تزداد نسبة الذكور عن الإناث بالنسبة لفئة الدخل (من 1500 إلى أقل من 2000 جنيه) بنسبة (5.5%، 3.3%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (99%)، حيث بلغت قيمة (Z = 7.4) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58).

قد أكد اختبار (كا²) وجود علاقة دالة إحصائية بين نوع المبحوثين وبين متوسط دخلهم الشهري، حيث بلغت قيمته (23.8)، عند مستوى دلالة (0.00)، وتعتبر شدة العلاقة ضعيفة حيث بلغ معامل التوافق (0.24).

جدول رقم (7) توزيع عينة الدراسة طبقاً لاستخدام الإنترنت

Z	الإجمالي		فئة العينة				الاتجاه	
			الإناث		الذكور			
د	ن	%	ك	%	ك	%	ك	
0	صفر	100	400	50	200	50	200	نعم
0	0	0	0	0	0	0	0	لا
		100	400	50	200	50	200	الإجمالي

أكدت نتائج الجدول السابق على أن جميع المبحوثين عينة الدراسة يقبلون على استخدام شبكة الإنترنت، ويرجع الباحث هذه النتيجة إلى طبيعة الدراسة وأهدافها الخاصة التي تتمثل في قياس استخدامات الإنترنت والإشباع المتحققة منها؛ ومن ثم جاءت النتيجة كمؤشر طبيعي لقياس ذلك في ضوء الأفراد الذين يستخدمون شبكة الإنترنت طبقاً لدوافع وأهدافهم الشخصية المختلفة سواء أكانت علمية أم عملية أو ثقافية ترفيهية...إلخ. وتتفق هذه النتيجة مع دراسة إبراهيم منصور والتي عنيت أيضاً بمستخدمي الإنترنت من طلبة وطالبات الجامعات المصرية مع التركيز على جامعتي الإسكندرية ودمهور وقد أكد اختبار (كا²) وجود علاقة غير دالة إحصائياً بين نوع المبحوثين وبين استخدام شبكة الإنترنت، حيث بلغت قيمته (صفر)، عند مستوى دلالة (1.00)، وتعتبر شدة العلاقة ضعيفة حيث بلغ معامل التوافق (0.00).

جدول رقم (8) توزيع عينة الدراسة طبقاً لترتيب وسائل الإعلام

Z	الإجمالي		فئة العينة				الوسيلة				
			الإناث		الذكور						
د	ن	ت	%	ك	ت	%	ك				
0.00	2.8	4	23.7	72.1	4	11.6	35.3	5	12.1	36.8	الصحف
0.00	12.3	3	22.1	67.2	3	10	30.5	4	12.1	36.7	الراديو
0.00	5.1	5	24.1	73.3	5	12.5	38.1	3	11.6	35.2	المجلات
0.00	16.9	2	16.5	50.3	2	9.5	29.0	2	7	21.3	التلفزيون
0.00	8.2	1	13.6	41.5	1	7.4	22.4	1	6.3	19.1	الإنترنت
			100	304		%51	155		%49.1	149	الإجمالي

يتضح من بيانات الجدول السابق أن شبكة الإنترنت تأتي في مقدمة وسائل الإعلام التي تستحوذ على اهتمام المبحوثين، يليها التلفزيون، ثم الراديو، بينما جاءت الصحف في المرتبة الثالثة، وذلك على العكس من المجلات التي احتلت الترتيب الأخير، ويستدل من ذلك أن شبكة الإنترنت تمثل أهم الوسائل الإعلامية التي تستحوذ على اهتمام المبحوثين مقارنة بوسائل الأخرى سواء القديمة أو الحديث على حد سواء خاصة وأنها تتسم بالتفاعل والتزامن اللذين تفتقد إليهما وسائل الإعلام الأخرى، فضلاً عن الشخصية التي تمثل

أحد أبرز خصائص شبكة الإنترنت والتي تعنى بتوفير وتلبية الدوافع الشخصية التي تتسم بالطابع النسبي بين الأفراد. وقد أوضحت النتائج التفصيلية بين نوع المبحوثين وبين أولوية وسائل الإعلام ما يلي:-

1. تتساوى أولوية شبكة الإنترنت لدى الذكور والإناث بمعدل (1،1) بنسبة (7.4%) للإناث عن الذكور بنسبة (6.3%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (99%)، حيث بلغت قيمة ($Z = 8.2$) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58).

2. تتساوى أولوية التلفزيون لدى الذكور والإناث بمعدل (2،2) بنسبة (9.5%) للإناث عن الذكور بنسبة (7%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (99%)، حيث بلغت قيمة ($Z = 16.9$) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58).

3. تتساوى أولوية التلفزيون لدى الذكور والإناث بمعدل (2،2) بنسبة (9.5%) للإناث عن الذكور بنسبة (7%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (99%)، حيث بلغت قيمة ($Z = 16.9$) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58).

4. تتراجع أولوية الراديو لدى الذكور عن الإناث بمعدل (4،3) بنسبة (12.1%) للذكور عن الإناث بنسبة (1%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (99%)، حيث بلغت قيمة ($Z = 12.3$) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58).

5. تتراجع أولوية الصحف لدى الذكور عن الإناث بمعدل (5،4) بنسبة (12.1%) للذكور عن الإناث بنسبة (11.6%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (99%)، حيث بلغت قيمة ($Z = 2.8$) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58).

6. تتراجع أولوية المجالات لدى الإناث عن الذكور بمعدل (5،3) بنسبة (12.5%) للإناث عن الذكور بنسبة (11.6%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (99%)، حيث بلغت قيمة ($Z = 5.1$) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58).

قد أكد اختبار (كا²) وجود علاقة دالة إحصائية بين نوع المبحوثين وبين أولوية وسائل الإعلام، حيث بلغت قيمته (12.4)، عند مستوى دلالة (0.02)، وتعتبر شدة العلاقة ضعيفة جداً حيث بلغ معامل التوافق (0.06).

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة إبراهيم منصور والتي أفصحت نتائجها عن التأثير الواضح لشبكة الإنترنت على معدلات التعرض لوسائل الإعلام الأخرى حيث بلغ أقصى درجاته على التوالي في حالات: التلفاز بنسبة (29.5%)، والصحف والراديو بنسبة (28%) لكل منهما، والسينما بنسبة (26%)، الكتب بنسبة (19.5%)، وأخيراً الهاتف بنسبة (6%) من المبحوثين.

وكذلك دراسة شيماء النحاس والتي توصلت إلى تفاوت تأثير الإنترنت الذي أحدثه في وسائل الاتصال الجماهيرية المختلفة المستخدمة في المجتمع المصري خاصة لدى الأسرة الحضرية المقيمة بمدينة القاهرة حيث بلغ أقصى درجاته في حالات السينما (60.5%)، والكتب بنسبة (59%)، والتلفاز بنسبة (55%)،

والراديو بنسبة (49.5%)، والصحف بنسبة (44.5%) من عينة الدراسة¹ ودراسة أنور إبراهيم والتي توصلت إلى أن استخدام شبكة الإنترنت أدى إلى قلة مشاهدتهم للتلفزيون بنسبة (51.3%) من إجمالي العينة².

وكذلك دراسة "نعيم فيصل المصري: 2003" والتي توصلت إلى عدة نتائج أهمها إن الإنترنت جاء في المرتبة الأولى كوسيلة اتصال يعتمد عليها الباحثون في أعمالهم، يليه التلفزيون في المرتبة الثانية وتلاها الصحافة وأخيرا الراديو.³

جدول رقم (9) توزيع عينة الدراسة طبقا لتاريخ استخدام الإنترنت

Z	الإجمالي		فئة العينة				مدة الاستخدام	
			الإناث		الذكور			
د	ن	%	ك	%	ك	%	ك	
0.00	14	21.5	86	14	56	7.5	30	منذ أقل من سنة
0.00	22.7	49.5	198	16.8	67	32.8	131	من سنة إلى 4 سنوات
0.00	13.1	21	84	13.5	54	7.5	30	من 4 إلى 8 سنوات
0.00	12.4	8	32	5.8	23	2.3	9	منذ 8 سنوات فأكثر
		100	400	50	200	50	200	الإجمالي

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن نصف المبحوثين يستخدمون شبكة الإنترنت من (سنة إلى 4 سنوات)، ويعزو الباحث هذه النتيجة إلى صعوبة توفر شبكة الإنترنت في كافة المناطق والأحياء الريفية نظراً لتراخي واتساع حدودها واتسامها بالطابع الصحراوي، فضلاً عن أن معظم عينة الدراسة من المبتعثين والدارسين بمصر الذين تتطلب دراستهم توافر خدمات الإنترنت لأداء واجباتهم الدراسية، يليهم من يستخدمونها من (منذ أقل من سنة) بنسبة (21.5%)، بفارق طفيف عن من يستخدمونها من (4 إلى 8 سنوات) يقدر بنحو (0.5%)، وذلك على عكس من يستخدمون شبكة الإنترنت من (8 سنوات فأكثر) حيث تقدر نسبتهم بـ (8%) من إجمالي عينة المبحوثين.

1. وقد أوضحت النتائج التفصيلية بين نوع المبحوثين وبين تاريخ استخدام شبكة الإنترنت ما يلي:- تزداد نسبة الذكور عن الإناث بالنسبة لمؤشر استخدام شبكة الإنترنت (من سنة إلى 4 سنوات) بمعدل (32.8%)، (16.8%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (99%)، حيث بلغت قيمة (Z = 22.7) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58).

1. شيماء محمد السعيد النحاس، ثقافة الإنترنت لدى الأسرة الحضرية.
2. أنور إبراهيم محمد إبراهيم، الآثار الاجتماعية للثورة المعلوماتية على الأسرة المصرية: دراسة ميدانية على عينة من مستخدمي الإنترنت.
3. نعيم فيصل المصري " استخدامات الإعلاميين الفلسطينيين لشبكة الإنترنت " ماجستير غير منشوره (كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2003)

2. تزداد نسبة الإناث عن الذكور بالنسبة لمؤشر استخدام شبكة الإنترنت (أقل من سنة) بمعدل (14%)، (7.5%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (99%)، حيث بلغت قيمة ($Z=14$) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58).

3. تزداد نسبة الإناث عن الذكور بالنسبة لمؤشر استخدام شبكة الإنترنت (4 إلى 8 سنوات) بمعدل (13.5%، 7.5%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (99%)، حيث بلغت قيمة ($Z=13.1$) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58).

4. تزداد نسبة الإناث عن الذكور بالنسبة لمؤشر استخدام شبكة الإنترنت (8 سنوات فأكثر) بمعدل (5.8%، 2.3%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (99%)، حيث بلغت قيمة ($Z=12.4$) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58).

قد أكد اختبار (كا²) وجود علاقة دالة إحصائية بين نوع المبحوثين وبين تاريخ استخدام شبكة الإنترنت، حيث بلغت قيمته (41.5)، عند مستوى دلالة (0.00)، وتعتبر شدة العلاقة متوسطة حيث بلغ معامل التوافق (0.31).

وتتفق هذه النتيجة مع أولاً: دراسة "الشيما العزب حسين" والتي توصلت إلى أن معظم عينة الشباب يستخدمون الإنترنت منذ أكثر من ثلاثة أعوام بنسبة (68.3%)، وبنسبة (23.8%) من عام إلى ثلاثة أعوام، وبنسبة (8%) لأقل من عام.¹ ودراسة شيرين عبد الحفيظ عبد القادر البحيري والتي توصلت إلى أن عينة الدراسة بدأت في استخدام الإنترنت منذ سنتين إلى ثلاث سنوات بنسبة (45.7%)، ثم أقل من ستة شهور بنسبة (33%)، وأخيراً أكثر من أربع سنوات بنسبة (21.3%).²

ودراسة هناء كمال أبو اليزيد والتي توصلت إلى أن معظم أفراد العينة من الذكور والإناث يستخدمون الإنترنت منذ أقل من عامين بنسبة (37.6%).³

بينما تختلف مع دراسة شيما محمد النحاس أن معظم مستخدمي الإنترنت من الأسر يتعاملون معه منذ فترة طويلة تتراوح ما بين (4 إلى 6 سنوات) بنسبة (46%) من إجمالي عينة الدراسة.⁴

1. الشيما العزب حسين، تأثير التعرض لشبكة الإنترنت على إدراك الشباب لمجتمع المعلومات، مرجع سابق.

2. شيرين عبد الحفيظ عبد القادر البحيري، المهارات الإعلامية المكتسبة من شبكة المعلومات الدولية.

3. هناء كمال أبو اليزيد، الآثار النفسية والاجتماعية لتعرض الجمهور المصري لشبكة الإنترنت.

4. شيما السعيد النحاس، ثقافة الإنترنت لدى الأسرة الحضرية.

جدول رقم (10) توزيع عينة الدراسة طبقاً لوسيلة الدخول إلى شبكة الإنترنت

Z	الإجمالي		فئة العينة				وسيلة الدخول إلى الإنترنت	
			الإناث		الذكور			
د	ن	%	ك	%	ك	%	ك	
0.00	11.8	30.1	129	11.9	51	18.2	78	حاسب مكتب
0.00	9.5	41.7	179	23.8	102	17.9	77	حاسب محمول
0.00	10.5	28.2	121	16.8	72	11.4	49	هاتف نقال
		100	429	52.4	225	47.6	204	الإجمالي

يتضح من بيانات الجدول السابق أن الحاسب المحمول يمثل أبرز الوسائل التي يعتمد عليها المبحوثين لاستخدام شبكة الإنترنت بنسبة (41.7%)، ويستدل من ذلك أن الحاسوب يستحوذ على اهتمام المبحوثين ويمثل الوسيلة الأساسية لاستخدام شبكة الإنترنت؛ نظراً لصغر حجمه وقدرته على انجاز العديد من المهام والواجبات الدراسية فضلاً عن تعدد تطبيقاته التي أتاحت سهولة حمله واستخدامه في أي وقت وفي أي مكان، مثل الجامعة والنادي والشارع والمتنزهات والحدائق العامة، بالإضافة إلى طبيعتهم كمغتربين وغير مقيمين في مكان بعينه أثرت على تفضيلاتهم الخاصة بالميل إلى اقتناء أجهزة الحاسوب الشخصي، أضف إلى ذلك الانخفاض النسبي لأسعار الحاسوب والمبادرات العدة التي أطلقتها وزارة الاتصالات والمعلومات، وساهمت بدورها في دعم انتشاره في المجتمع. يلي ذلك الحاسب المكتبي بنسبة (30.1%)، بينما جاء الهاتف النقال في الترتيب الأخير بنسبة (28.2%) من إجمالي عينة الدراسة. وقد أوضحت النتائج التفصيلية بين نوع المبحوثين وبين وسيلة الدخول إلى شبكة الإنترنت ما يلي:-

1. تزداد نسبة الإناث عن الذكور بالنسبة لأولوية استخدام شبكة الإنترنت من خلال (الحاسب المحمول) بمعدل (23.8%، 17.9%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (99%)، حيث بلغت قيمة (Z=9.5) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58).

2. تزداد نسبة الذكور عن الإناث بالنسبة لأولوية استخدام شبكة الإنترنت من خلال (الحاسب المكتبي) بمعدل (18.2%، 11.9%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (99%)، حيث بلغت قيمة (Z=11.8) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58).

3. تزداد نسبة الإناث عن الذكور بالنسبة لأولوية استخدام شبكة الإنترنت من خلال (الهاتف النقال) بمعدل (16.8%، 11.4%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (99%)، حيث بلغت قيمة (Z=10.5) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58).

قد أكد اختبار (كا²) وجود علاقة دالة إحصائية بين نوع المبحوثين وبين وسيلة الدخول إلى شبكة الإنترنت، حيث بلغت قيمته (14.3)، عند مستوى دلالة (0.00)، وتعتبر شدة العلاقة ضعيفة حيث بلغ معامل التوافق (0.17).

وتختلف هذه النتيجة مع دراسة شيماء النحاس والتي توصلت إلى تفاوت درجة اتصال الأسر الحضرية بالإنترنت من خلال الهاتف بنسبة (21%) إلى حد ما، بينما ذهب (9%) من الأسر الذين أكدوا على أنهم يدخلون على الإنترنت من خلال الهاتف المحمول، وما أشارت إليه دراسة محمد سعيد عبد الغني، ووجدي شفيق والتي توصلت إلى أن استخدام الإنترنت لا يرتبط فقط بامتلاك أو عدم امتلاك حاسب شخصي؛ لأن من يمتلك حاسب شخصي من أفراد العينة نسبة كبيرة ويترددون على مقاهي الإنترنت.1 وكذلك دراسة إبراهيم منصور والتي أعربت نتائجها عن استخدام المبحوثين من خلال شبكة الحاسوب المكتبي، ثم الحاسوب الشخصي.

جدول رقم (11) توزيع عينة الدراسة طبقاً لمواجهة صعوبات استخدام الإنترنت من عدمها

Z	الإجمالي		فئة العينة				الاتجاه	
			الإناث		الذكور			
د	ن	%	ك	%	ك	%	ك	
0.00	22.1	50.3	201	33	132	17.3	69	نعم
0.00	22.4	49.8	199	17	68	32.8	131	لا
		100	400	50	200	50	200	الإجمالي

يتبين من بيانات الجدول السابق أن ما نسبته (50.3%) من المبحوثين يواجهون صعوبات أثناء استخدامهم شبكة الإنترنت، بينما ذهب البعض الآخر بنسبة (49.8%) إلى عدم مواجهة أي صعوبات تذكر أثناء استخدامهم لشبكة الإنترنت، ويعزو الباحث هذه النتيجة إلى تفاوت مهارات استخدام شبكة الإنترنت لدى المبحوثين، خاصة وأن معظم استخدامهم غالباً ما يقتصر على تطبيقات التراسل الفوري من البريد الإلكتروني وبرامج المحادثة، فضلاً عن العديد من الأسباب التي سوف يعرب عنها المبحوثين في التساؤل التالي، وقد أوضحت النتائج التفصيلية بين نوع المبحوثين وبين مدى مواجهة صعوبات استخدام الإنترنت من عدمها ما يلي:-

1. تزداد نسبة الإناث عن الذكور بالنسبة لمواجهة صعوبات أثناء استخدام شبكة الإنترنت بمعدل (33%)، (17.3%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (99%)، حيث بلغت قيمة ($Z = 22.1$) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58).
2. تزداد نسبة الذكور عن الإناث بالنسبة لعدم مواجهة صعوبات أثناء استخدام شبكة الإنترنت بمعدل (32.8%)، (17%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (99%)، حيث بلغت قيمة ($Z = 22.4$) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58).

1. شيماء السعيد النحاس، ثقافة الإنترنت لدى الأسرة الحضرية.

قد أكد اختبار (كا²) وجود علاقة دالة إحصائية بين نوع المبحوثين وبين مدى مواجهة صعوبات استخدام الإنترنت من عدمها، حيث بلغت قيمته (19.7)، عند مستوى دلالة (0.00)، وتعتبر شدة العلاقة ضعيفة حيث بلغ معامل التوافق (0.22).

جدول رقم (12) توزيع عينة الدراسة طبقاً لصعوبات استخدام الإنترنت

Z	الإجمالي		فئة العينة				المتغير	
			الإناث		الذكور			
د	ن	%	ك	%	ك	%	ك	
0.00	6.6	14.6	32	9.1	20	5.5	12	عدم توافر ملحقات كافية
0.00	25.8	38.4	84	30.6	67	7.8	17	بطء الاتصال بالإنترنت
0.19	1.3	22.8	50	11.9	26	11	24	ارتفاع ثمن الاستخدام
0.00	4.6	12.3	27	7.3	16	5	11	صعوبات لغوية
0.00	3.9	11.9	26	6.9	15	5	11	عدم التحكم في الحاسب
		100	219	65.8	144	34.3	75	إجمالي الخيارات
		50.3	201	33	132	17.3	69	الإجمالي

يتضح من بيانات الجدول السابق أن أهم الصعوبات التي تواجه المبحوثين أثناء استخدامهم تتمثل في:- أولاً: بطء الاتصال بشبكة الإنترنت بنسبة (38.4%)، ثانياً: ارتفاع ثمن الاستخدام بنسبة (22.8%)، ثالثاً: عدم توافر ملحقات كافية بنسبة (14.6%)، رابعاً: صعوبات لغوية بنسبة (12.3%)، خامساً: عدم التحكم في الحاسب بنسبة (11.9%) من إجمالي عينة الدراسة.

يستدل من ذلك أن بطئ الاتصال بشبكة الإنترنت يأتي في مقدمة الصعوبات التي تواجه المبحوثين أثناء استخدامهم؛ ويعزو الباحث هذه النتيجة إلى ضعف السرعات والخدمات المحدودة لشبكة الإنترنت في مصر، والتي اتجهت مؤخراً للتغلب عليها من خلال توفير البنية التحتية بالسيرفرات الفائقة السعة والكابلات الضوئية التي من شأنها معالجة هذه الظاهرة وغيرها من الظواهر المتشابهة كإنتقطاع الخدمة. وقد أوضحت النتائج التفصيلية بين نوع المبحوثين وبين أهم الصعوبات التي تواجه المبحوثين أثناء استخدامهم ما يلي:-

1. تزداد نسبة الإناث عن الذكور بالنسبة (لبطء الاتصال بشبكة الإنترنت) كإحدى الصعوبات التي تواجههم أثناء استخدام شبكة الإنترنت بمعدل (30.6%، 7.8%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (99%)، حيث بلغت قيمة (Z=25.8) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58).
2. تزداد نسبة الإناث عن الذكور بالنسبة (لارتفاع ثمن الاستخدام) كإحدى الصعوبات التي تواجههم أثناء استخدام شبكة الإنترنت بمعدل (11.9%، 11%) لكل منهما على التوالي، والفارق غير دال بمستوى ثقة (95%)، حيث بلغت قيمة (Z=1.3) وهي أقل من القيمة الجدولية (1.96).

3. تزداد نسبة الإناث عن الذكور بالنسبة (لعدم توافر ملحقات كافية) كأحدى الصعوبات التي تواجههم أثناء استخدام شبكة الإنترنت بمعدل (9.1%، 5.5%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (99%)، حيث بلغت قيمة ($Z=6.6$) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58).

4. تزداد نسبة الإناث عن الذكور بالنسبة (للصعوبات اللغوية) كأحدى الصعوبات التي تواجههم أثناء استخدام شبكة الإنترنت بمعدل (7.3%، 5%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (99%)، حيث بلغت قيمة ($Z=4.6$) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58).

5. تزداد نسبة الإناث عن الذكور بالنسبة (لعدم التحكم في الحاسب) كأحدى الصعوبات التي تواجههم أثناء استخدام شبكة الإنترنت بمعدل (6.9%، 5%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (99%)، حيث بلغت قيمة ($Z=3.9$) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58).

قد أكد اختبار (χ^2) وجود علاقة دالة إحصائية بين نوع المبحوثين وبين أهم الصعوبات التي تواجه المبحوثين أثناء استخدامهم لشبكة الإنترنت، حيث بلغت قيمته (18.2)، عند مستوى دلالة (0.01)، وتعتبر شدة العلاقة ضعيفة حيث بلغ معامل التوافق (0.08).

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة "زياد بركات" والتي أشارت إلى أن هناك أسباب عدة تدفع أفراد العينة لعدم استخدام الانترنت في البحث العلمي، وأن هناك تفاوتاً نسبياً بين هذه الأسباب، وكان أكثر هذه الأسباب فعالية هو أن المواقع العربية غير مفيدة للبحث العلمي وكانت بنسبة (19.3%)، يليها في الأهمية صعوبة اللغة بنسبة (16.9%)، ثم جاء بالمرتبة الثالثة عدم توفر الخدمة ونسبته (16.3%)، أما بقية الأسباب فيمكن ترتيبها تنازلياً كالتالي: التعود على الطريقة التقليدية بنسبة (15.7%)، ثم لا أعرف استخدامه بنسبة (12.7%)، وصعوبة التقنية بنسبة (11.4%) وأخيراً جاء سبب لا أحتاجه بنسبة (7.8%).

جدول رقم (13) توزيع عينة الدراسة طبقاً لمكان استخدام الإنترنت

Z	الإجمالي		فئة العينة				وسيلة الدخول إلى الإنترنت	
			الإناث		الذكور			
د	ن	%	ك	%	ك	%	ك	
0.00	22.6	67.1	284	42.6	180	24.6	104	البيت
0.00	12.6	11.8	50	3.8	16	8	34	مكان العمل
0.00	27.9	21.1	89	4.3	18	16.8	71	مقهى الإنترنت
		100	423	50.6	214	49.4	209	الإجمالي

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن معظم المبحوثين يؤكدون على أن المنزل يمثل المكان المفضل لاستخدام شبكة الإنترنت بنسبة (67.1%)، يلي ذلك على الترتيب مقهى الإنترنت بنسبة (21.1%)، بينما ذهب بعض المبحوثين بنسبة (11.8%) إلى الإفادة بأن مكان العمل يمثل لديهم المكان المفضل لاستخدام شبكة الإنترنت.

ويعزو الباحث كون المنزل أبرز الأماكن التي يحرص المبحوثون على استخدام شبكة الإنترنت به؛ لما يمثله من الخصوصية في حرية التصفح والمساعدة على الاسترخاء بعيداً عن الروتين أو التقيد بالآداب العامة للمناطق الأخرى مثل مقهى الإنترنت أو مكان العمل إلى غير ذلك من الأماكن الأخرى التي يلجأ المبحوثين إلى استخدام شبكة الإنترنت فيها، فضلاً عن أن المنزل يمثل نهاية المطاف للمتعب والصعوبات اليومية التي تتخلل أوقاتهم سواء من حيث الدراسة أو العمل خاصة وأن معظم عينة الدراسة من الدارسين الذين يقضون معظم أوقاتهم إما بالمؤسسات التعليمية أو المكاتب العلمية؛ وبالتالي فإن المنزل يعد بالنسبة لهم أبرز الأماكن لقضاء الأنشطة والواجبات الدراسية لما ينطوي عليه من الهدوء والسكينة والقدرة على الدخول إلى شبكة الإنترنت بحرية تامة، وفي مقابل ذلك نجد بعض المبحوثين من ربات المنازل الذين يندر خروجهم منها؛ ومن ثم يمثل المصدر الأساسي بل والوحيد لاستخدام شبكة الإنترنت لانتفاء صفة العمل عن معظمهم بل والتزامهم بالعبادات والتقاليد التي لا تتيح لهم النزول إلى مقاهي الإنترنت لقضاء واجباتهم الدراسية أو استخدامها بهدف التسلية والترفيه أو حتى العمل عليها؛ نظراً لتطور خدمات الإنترنت واتساع نطاقها وزهد أسعارها التي أتاحت لهم الاشتراك فيها أثناء تواجدهم بالمنزل سواء من خلال شركات الهاتف النقال الموجودة في (فودافون، اتصالات، موبينيل) أو الشركات والمؤسسات المتخصصة في توفير خدمات الإنترنت (TL Data- Tip Link). وقد أوضحت النتائج التفصيلية بين نوع المبحوثين وبين مكان استخدام شبكة الإنترنت ما يلي:-

1. تزداد نسبة الإناث عن الذكور بالنسبة (للمنزل) كأحد الأماكن المفضلة لديهم المبحوثين أثناء استخدام لشبكة الإنترنت بمعدل (42.6%، 24.6%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (99%)، حيث بلغت قيمة ($Z = 22.6$) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58).
 2. تزداد نسبة الذكور عن الإناث بالنسبة (لمقهى الإنترنت) كأحد الأماكن المفضلة لديهم المبحوثين أثناء استخدام لشبكة الإنترنت بمعدل (16.8%، 4.3%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (99%)، حيث بلغت قيمة ($Z = 27.9$) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58).
 3. تزداد نسبة الذكور عن الإناث بالنسبة (لمكان العمل) كأحد الأماكن المفضلة لديهم المبحوثين أثناء استخدام لشبكة الإنترنت بمعدل (8%، 3.8%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (99%)، حيث بلغت قيمة ($Z = 12.6$) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58).
- قد أكد اختبار (χ^2) وجود علاقة دالة إحصائية بين نوع المبحوثين وبين مكان استخدام شبكة الإنترنت، حيث بلغت قيمته (58.7)، عند مستوى دلالة (0.00)، وتعتبر شدة العلاقة متوسطة حيث بلغ معامل التوافق (0.35).

وتتفق هذه النتيجة مع العديد من الدراسات السابقة أولاً: دراسة نجوى عبد السلام والتي أكدت أن نسبة (51.7%) من المبحوثين يتصلون بالإنترنت من خلال المنزل، كما أشارت دراسة أخرى للباحثة أن الاتصال من المنزل بشبكة الإنترنت هو نمط الاتصال السائد لدى غالبية أفراد العينة حيث بلغت نسبته

(58%)¹.اوثانيا: دراسة حاتم محمد عاطف والتي توصلت إلى تفضيل الشباب لاستخدام الإنترنت من المنزل عن أي مكان آخر. ودراسة شيماء العزب حول أولوية المنازل بنسبة (78.3%)، ثم مقاهي الإنترنت بنسبة (18.5%)². وثالثا: دراسة عبد العزيز محمد العيد والتي أشارت إلى أن البيت يأتي في المرتبة الأولى لدى أفراد عينة الدراسة بنسبة (63.4%)، ثم مقاهي الإنترنت بنسبة (5.5%)، والأصدقاء بنسبة (3.4%)، وأخيرا الجامعة بنسبة (3.4%)³. ورابعا: دراسة بسنت عبد اللطيف في احتلال المنزل الترتيب الأول ثم المدرسة ثم مقاهي الإنترنت ثم الأصدقاء والأقارب⁴.

وخامسا: دراسة مها عبد المجيد في أن المنزل يحتل الترتيب الأول ونوادي الإنترنت بالنسبة لمكان التعرض للإنترنت⁵. وسادسا: دراسة محمد سعد الشربيني في احتلال المنزل الترتيب الأول بنسبة (87.75%) يليه مقاهي الإنترنت والأصدقاء والمكتبات العامة⁶. وسابعا: دراسة هبة مصطفى في احتلال المنزل الترتيب الأول بنسبة (72.8%) ثم مقاهي الإنترنت بنسبة (25.9%) ثم المدرسة بنسبة (1.2%) من إجمالي العينة⁷.

وثامنا: دراسة عثمان فكري عبد الباقي والتي أكدت أيضا على أن المنزل هو أبرز أماكن التصفح للإنترنت بنسبة (87.5%) والعمل بنسبة (53.3%) يليه النادي ثم مقاهي الإنترنت في الترتيب الأخير⁸. فضلا عن دراسة شيرين عبد الحفيظ والتي توصلت إلى أن المنزل يأتي في مقدمة أماكن استخدام الإنترنت بنسبة (51.3%) ثم الكلية بنسبة (28.7%) وأخيرا مقاهي الإنترنت بنسبة (20%)⁹. بينما تختلف هذه النتيجة مع دراسة وليد النجار التي توصلت إلى أن مقاهي الإنترنت تحتل النصيب الأكبر بين أماكن استخدام الإنترنت بنسبة (38.5%)، بينما يأتي المنزل في المرتبة الثانية بنسبة (30.8%)¹⁰. ولتعليل تفضيل المبحوثين لتفضيل استخدام الإنترنت بمقاهي الإنترنت توصلت دراسة محمود سعد عبد الحليم جمعة إلى أن أسباب تردد الشباب على مقاهي الإنترنت تتلخص في: أولا: الدخول على شبكة الإنترنت بحرية بنسبة (47.4%)، ثانيا: الدخول مع الأصدقاء بنسبة (36.8%)، ثالثا: المشاركة في الألعاب الجماعية بنسبة (15.8%) بصحبة الآخرين بنسبة (85%)، وبمفردهم بنسبة (15%) من إجمالي العينة¹¹.

1. نجوى عبد السلام، أنماط ودوافع استخدام الشباب المصري لشبكة الإنترنت.
2. حاتم محمد عاطف، العلاقة بين استخدام المراهقين للإنترنت وهويتهم الثقافية.
3. عبد العزيز محمد العيد، استخدامات الجمهور في مملكة البحرين لوسائل الإعلام والإشباع المتحققة منها.
4. بسنت عبد المحسن، تصميم صحيفة إلكترونية لتلاميذ المرحلة الإعدادية.
5. مها عبد المجيد، استخدامات الجمهور المصري للصحف الإلكترونية على شبكة الإنترنت.
6. محمد سعد الشربيني، أساليب تصميم مجلات الأطفال الإلكترونية على شبكة الإنترنت وعلاقتها بتعرض الأطفال لهذه المجالات.
7. هبة مصطفى، علاقة المراهقين بكل من الصحف الورقية والإلكترونية.
8. عثمان فكري عبد الباقي، استخدامات النخبة العلمية المصرية لوسائل الاتصال.
9. شيرين عبد الحفيظ البحيري، المهارات الإعلامية المكتسبة من شبكة المعلومات الدولية لدى طلاب الإعلام التربوي بكليات التربية النوعية.
10. وليد عبد الفتاح النجار، دور الصحف المصرية الإلكترونية في التثقيف السياسي للمراهقين: دراسة تطبيقية، قسم الإعلام وثقافة الطفل.
11. محمود سعد عبد الحليم جمعة، الاتصال الإلكتروني "الإنترنت" وتأثيره على العلاقات الاجتماعية. م. س.

وتتفق هذه النتائج إلى حد ما مع دراسة على بن محمد جميل دويدي وعائشة بليهب محمد العمري والتي توصلت إلى أن أهم أسباب التردد على مقاهي الإنترنت هي: أولاً: عدم توافر جهاز شخصي للدخول إلى الإنترنت بنسبة (31.4%)، ثانياً: توافر الخصوصية أكثر في المقهى بنسبة (22.6%)، ثالثاً: رفض الأهل لتصفح الإنترنت بنسبة (19.5%)، رابعاً: عدم توافر خط هاتفي للدخول على الإنترنت بنسبة (15.5%)¹. بينما ذهب عبدالله أحمد علي آل عيسى الغامدي إلى أن أسباب تردد المراهقين على مقاهي الإنترنت هي: اللعب بنسبة (44.7%)، يليها لقاء الأصدقاء بنسبة (31%)، ثم مشاهدة مباريات كرة القدم بنسبة (22%)، وأخيراً الابتعاد عن المنزل بنسبة (16%)، ولتوضيح معدل التردد أشارت النتائج إلى أن المراهقين يترددون على مقاهي الإنترنت بشكل أسبوعي بنسبة (49.3%)، وشهرياً بنسبة (34.3%)، وأخيراً يومي بنسبة (16.3%)².

جدول رقم (14) توزيع عينة الدراسة طبقاً لمعدل استخدام الإنترنت خلال الأسبوع

Z	الإجمالي		فئة العينة				معدل الاستخدام	
			الإناث		الذكور			
د	ن	%	ك	%	ك	%	ك	
0.00	6.1	60.3	241	27.8	111	32.5	130	يوميًا
0.00	12.5	14.8	59	9.8	39	5	20	من 5 إلى 6 مرات أسبوعياً
0.03	2.2	20.5	82	10.8	43	9.8	39	من 2 إلى 4 مرات في الأسبوع
0.00	4.7	4.5	18	1.8	7	2.8	11	أقل من مرتين في الأسبوع
		100	400	50	200	50	200	الإجمالي

يتضح من بيانات الجدول السابق أن معدلات استخدام شبكة الإنترنت لدى المبحوثين تتمثل على الترتيب في:- أولاً: يومياً بنسبة (60.3%)، ثانياً: (من 2 إلى 4 مرات في الأسبوع) بنسبة (14.8%)، ثالثاً: (من 5 إلى 6 مرات أسبوعياً) بنسبة (20.5%)، رابعاً: (أقل من مرتين في الأسبوع) بنسبة (4.5%) من إجمالي عينة الدراسة.

وتدل هذه النتيجة على أهمية شبكة الإنترنت لدى الطلاب وحرصهم الدائم على التعرض لها؛ للاستفادة من خدماتها وتنمية مهاراتهم والبحث عن المعلومات وكل ما هو جديد في العالم في مختلف المجالات العلمية والفنية والاقتصادية والسياسية والدرشة والإطلاع على الأحداث الجارية والتواصل مع الواقع... إلخ والتسلية والترفيه، فضلاً عن التواصل مع الأهل والأصدقاء والأقارب بليبيا؛ نظراً لارتفاع أسعار المكالمات الدولية التي تحد من حرية الاتصال بذويهم والاطمئنان عليهم. وقد أوضحت النتائج التفصيلية بين نوع المبحوثين وبين معدل استخدام شبكة الإنترنت ما يلي:-

1. على بن محمد جميل دويدي. عائشة بليهب محمد العمري، (2008): واقع استخدام الطلاب والطالبات لمقاهي الإنترنت في المدينة المنورة، كلية التربية والعلوم الإنسانية، جامعة طيبة، المملكة العربية السعودية.
2. عبد الله أحمد بن علي آل عيسى الغامدي، (2009): تردد المراهقين على مقاهي الإنترنت وعلاقته ببعض المشكلات النفسية، ماجستير غير منشورة، قسم علم النفس، كلية التربية، جامعة أم القرى، المملكة العربية السعودية.

1. تزداد نسبة الذكور عن الإناث بالنسبة لمعدل استخدام الإنترنت (يومية) بمعدل (32.5%، 27.8%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (99%)، حيث بلغت قيمة ($Z = 6.1$) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58).

2. تزداد نسبة الإناث عن الذكور بالنسبة لمعدل استخدام الإنترنت (من 2 إلى 4 مرات في الأسبوع) بمعدل (10.8%، 9.8%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (95%)، حيث بلغت قيمة ($Z = 2.2$) وهي أكبر من القيمة الجدولية (1.96).

3. تزداد نسبة الإناث عن الذكور بالنسبة لمعدل استخدام الإنترنت (من 5 إلى 6 مرات أسبوعياً) بمعدل (9.8%، 5%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (99%)، حيث بلغت قيمة ($Z = 12.5$) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58).

4. تزداد نسبة الذكور عن الإناث بالنسبة لمعدل استخدام الإنترنت (أقل من مرتين في الأسبوع) بمعدل (2.8%، 1.8%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (99%)، حيث بلغت قيمة ($Z = 4.7$) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58).

قد أكد اختبار (كا²) وجود علاقة دالة إحصائية بين نوع المبحوثين وبين معدل استخدام شبكة الإنترنت، حيث بلغت قيمته (8.7)، عند مستوى دلالة (0.03)، وتعتبر شدة العلاقة ضعيفة حيث بلغ معامل التوافق (0.15).

وتتفق هذه الدراسة مع دراسة عربي عبد العزيز الطوخي في استخدام الإنترنت بشكل يومي ثم أكثر من مرة في الأسبوع،¹ ودراسة حاتم محمد عاطف في ارتفاع معدلات التعرض للإنترنت للمراهقين عينة الدراسة.²

ودراسة هبة شاهين ومرفت الطرابيشي حول ارتفاع استخدام الشباب بانتظام لشبكة الإنترنت، ودراسة وليد النجار والتي توصلت إلى أن استخدام عينة الدراسة بصفة منتظمة بنسبة (57.5%) وأحياناً بنسبة (42.5%) من التعرض.³ ودراسة سهير عثمان عبد الحليم والتي أكدت على أن معدلات تعرض المبحوثين لشبكة الإنترنت هي: دائماً بنسبة (75%) وأحياناً بنسبة (25%) من إجمالي التعرض.⁴ ودراسة الشيماء العزب حسين والتي توصلت إلى أن الشباب يستخدمون الإنترنت بشكل منتظم بنسبة (67.5%)،⁵ ودراسة عبد العزيز محمد العيد التي توصلت إلى أن أعلى معدل دخول للإنترنت هو دائماً بنسبة (45.5%)، وأحياناً بنسبة (36.9%)، وأخيراً نادراً بنسبة (17.6%) من إجمالي العينة.⁶

1. عربي عبد العزيز الطوخي، معالجة الصحف المصرية لبعض القضايا السياسية وعلاقتها بالتنشئة السياسية لدى المراهقين.
2. حاتم محمد عاطف، العلاقة بين استخدام المراهقين للإنترنت وهويتهم الثقافية.
3. وليد عبد الفتاح النجار، دور الصحف المصرية الإلكترونية في التنقيف السياسي للمراهقين: دراسة تطبيقية.
4. سهير عثمان عبد الحليم، علاقة تعرض الشباب للصحافة المطبوعة والإلكترونية باتجاهاتهم نحو ظاهرة الإرهاب.
5. الشيماء العزب حسين، تأثير التعرض لشبكة الإنترنت على إدراك الشباب لمجتمع المعلومات.
6. عبد العزيز محمد العيد، استخدامات الجمهور في مملكة البحرين لوسائل الإعلام والإشباع المتحققة منها.

ودراسة "نسرين عبد المطلب موسى" التي توصلت إلى أن (51%) من المبحوثين يستخدمون الإنترنت بشكل يومي، ثم بشكل أسبوعي بنسبة (36%)، وأخيرا بشكل شهري بنسبة (12%)¹، وكذلك دراسة مها عبد المجيد والتي أكدت على ارتفاع نسبة المراهقين الذين لا يتعرضون للإنترنت وخصوصا الشباب الجامعي²، ودراسة شيرين عبد الحفيظ والتي توصلت إلى أن الفئة التي تتعرض للإنترنت يوميا هي الفئة الأكبر من العينة بنسبة (47.3%)³.

بينما تختلف هذه النتيجة مع دراسة حاتم محمد عاطف والتي توصلت إلى أن نسبة (72.1%) من أفراد العينة لا يستخدمون شبكة الإنترنت مقابل (26.9%) يستخدمون الإنترنت⁴، ودراسة محمد سعد الشربيني التي توصلت إلى أن نسبة (29%) يتعرضون للإنترنت صفة دائمة وبنسبة (71%) أحيانا⁵، ودراسة نيفين محمد المهدي والتي توصلت إلى أن معدل استخدام الإنترنت غير المنتظم هو السمة الغالبة لإجمالي طلاب الكليات بجامعتي القاهرة وعين شمس بنسبة (40.4%)⁶، ودراسة نيرمين عبد العزيز والتي توصلت إلى أن طلاب جامعتي القاهرة وعين شمس عينة الدراسة يستخدمون الإنترنت بمعدل غير منتظم بنسبة (38.3%)⁷.

جدول رقم (15) توزيع عينة الدراسة طبقا للمدة المخصصة يوميا لاستخدام الإنترنت

Z	الإجمالي		فئة العينة				مدة الاستخدام يوميا	
			الإناث		الذكور			
د	ن	%	ك	%	ك	%	ك	
0.00	12.5	16	64	5.5	22	10.5	42	ساعة واحدة فأقل
0.00	10.7	39.3	157	23	92	16.3	65	أكثر من ساعة لأقل من ساعتين
0.00	3.4	28.8	115	13.5	54	15.3	61	أكثر من ساعتين لأقل من ثلاث ساعات
1.00	0.00	16	64	8	32	8	32	ثلاث ساعات فأكثر
		100	400	50	200	50	200	الإجمالي

يتضح من بيانات الجدول السابق أن معدلات استخدام شبكة الإنترنت يوميا لدى المبحوثين تتمثل على الترتيب في:- أولا: أكثر من ساعة لأقل من ساعتين بنسبة (39.3%)، ويعزو الباحث هذه النتيجة إلى تعدد

1. نسرين عبد المطلب موسى، سلوك الباحثين المصريين نحو المعلومات الصحية على شبكة الإنترنت دراسة في الإفادة والاستخدام.
2. مها عبد المجيد، استخدامات الجمهور المصري للصحف اليومية الإلكترونية على شبكة الإنترنت.
3. شيرين عبد الحفيظ عبد القادر البحيري، المهارات الإعلامية المكتسبة من شبكة المعلومات الدولية.
4. حاتم محمد عاطف، العلاقة بين استخدام المراهقين للإنترنت وهويتهم الثقافية.
5. محمد سعد الشربيني، أساليب تصميم مجالات الأطفال الإلكترونية على شبكة الإنترنت وعلاقتها بتعرض الأطفال لهذه المجالات.
6. نيفين محمد المهدي، استخدام طلاب الجامعات لشبكة الإنترنت: دراسة ميدانية على جامعتي القاهرة وعين شمس.
7. نرمين عصام محمد عبد العزيز، دراسة اتجاهات الشباب الجامعي نحو استخدام الإنترنت وعلاقتها بسماتهم الشخصية وتوافقهم الاجتماعي.

واجباتهم اليومية فضلاً عن اهتمامهم بوسائل الإعلام الأخرى التي غالباً ما تستحوذ على بعض الوقت والتي يأتي في مقدمتها التلفاز كمصدر حيوي لمتابعة مجريات الأحداث في الأراضي الليبية على وجه خاص والعربية والعالم أجمع على وجه عام، ثانياً: (أكثر من ساعتين لأقل من ثلاث ساعات) بنسبة (28.8%)، ثالثاً: (من ساعة واحدة فأقل، من ثلاث ساعات فأكثر) بنسبة (16%) لكل منهما على الترتيب من إجمالي عينة الدراسة. وقد أوضحت النتائج التفصيلية بين نوع المبحوثين وبين معدل استخدام شبكة الإنترنت يومياً ما يلي:-

1. تزداد نسبة الإناث عن الذكور بالنسبة لمعدل استخدام الإنترنت (أكثر من ساعة لأقل من ساعتين) يومياً بمعدل (23%، 16.3%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (99%)، حيث بلغت قيمة ($Z=10.7$) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58).

2. تزداد نسبة الذكور عن الإناث بالنسبة لمعدل استخدام الإنترنت (أكثر من ساعتين لأقل من ثلاث ساعات) يومياً بمعدل (15.3%، 13.5%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (99%)، حيث بلغت قيمة ($Z=3.4$) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58).

3. تزداد نسبة الذكور عن الإناث بالنسبة لمعدل استخدام الإنترنت (ساعة واحدة فأقل) يومياً بمعدل (10.5%، 5.5%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (99%)، حيث بلغت قيمة ($Z=12.5$) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58).

4. تتساوى نسبة الذكور مع الإناث بالنسبة لمعدل استخدام الإنترنت (ثلاث ساعات فأكثر) يومياً بمعدل (8%) لكل منهما على حدة، والفارق غير دال بمستوى ثقة (95%)، حيث بلغت قيمة ($Z=0$) وهي أقل من القيمة الجدولية (1.96).

قد أكد اختبار (χ^2) وجود علاقة دالة إحصائية بين نوع المبحوثين وبين معدل استخدام شبكة الإنترنت يومياً، حيث بلغت قيمته (11.3)، عند مستوى دلالة (0.01)، وتعتبر شدة العلاقة ضعيفة حيث بلغ معامل التوافق (0.17).

وتتفق هذه الدراسة مع أولاً: دراسة وليد النجار والتي توصلت إلى أن أفراد العينة يتعرضون للشبكة الإنترنت ساعة بنسبة (39.7%) مقابل (29.5%) يتعرضون حوالي ساعتين للإنترنت في اليوم الواحد، ووصلت نسبة من يتعرضون ثلاث ساعات إلى (11.3%) وأخيراً بنسبة (19.5%) للمبحوثين الذين يتعرضون للإنترنت أكثر من ثلاث ساعات في اليوم.¹ وثانياً: دراسة بسنت عبد المحسن في ارتفاع كثافة استخدام المراهقين للإنترنت (ساعتان، ساعة، ثلاث ساعات)،² وثالثاً: دراسة منال أبو الحسن في استخدام الإنترنت أكثر من مرة واحدة في اليوم من ساعة إلى ثلاث ساعات في المرة الواحدة.³

1. وليد عبد الفتاح النجار، دور الصحف المصرية الإلكترونية في التنقيف السياسي للمراهقين: دراسة تطبيقية.

2. بسنت عبد المحسن عبد اللطيف، تصميم صحيفة الكترونية لتلاميذ المرحلة الإعدادية.

3. منال أبو الحسن، دوافع استخدام الأطفال لشبكة الإنترنت والإشباع المتحققة.

ورابعا دراسة عربي عبد العزيز الطوخي في استخدام الإنترنت بشكل يومي ثم أكثر من مرة في الأسبوع،¹ ودراسة حاتم محمد عاطف في ارتفاع معدلات التعرض للإنترنت للمراهقين عينة الدراسة.² وخامسا دراسة سعيد النجار التي أكدت على أن أكثر من (50%) عينة الدراسة من شباب الجامعة يستغرقون مدة زمنية تصل إلى (ساعة أو أقل)، يليها ما بين أكثر من (ساعة وحتى ساعتين) ثم الطلاب الذين يستغرقون فترة أطول من (ثلاث ساعات).³

ودراسة عثمان فكري عبد الباقي والتي توصلت إلى أن أفراد العينة لشبكة الإنترنت من ساعة إلى ثلاث ساعات بنسبة (37.9%) وأقل من ساعة بنسبة (32.1%) ثم من ثلاث إلى ست ساعات وأخيرا حسب الظروف.⁴

بينما تختلف هذه النتائج مع أولا: دراسة محمد سعد الشربيني في عدد الساعات التي يستخدمها المراهقون على الإنترنت يوميا حيث احتلت حسب الظروف الترتيب الأول بنسبة (50.75%)، يليه في الترتيب الثاني الوقت ساعتان بنسبة (15.25%) ثم أقل من ساعة بنسبة (10.5%) من إجمالي الدراسة.⁵ وثانيا: دراسة سهير عثمان عبد الحلیم والتي توصلت إلى أن التعرض أكثر من ساعتين يأتي في الترتيب الأول بنسبة (58.8%)، ومن ساعة إلى ثلاث ساعات في الترتيب الثاني بنسبة (24.5%)، وأخيرا أقل من ساعة بنسبة (16.8%).⁶

وثالثا: دراسة خالد محمد حسنين والتي أشارت إلى أن ما نسبته (50%) من الشباب الجامعي يتراوح معدل عدد الساعات التي يقضونها يوميا في استخدام الإنترنت من خمس إلى عشر ساعات، ثم من ثلاثة ساعات إلى خمس ساعات بنسبة (25%)، ومن عشر ساعات فأكثر بنسبة (17%)، وأقل من ساعة بنسبة (8%).⁷

ورابعا: دراسة زينب محمد حامد حسن والتي توصلت إلى أن (25.5%) من المبحوثين يستخدمون الإنترنت لمدة (ساعة أو أقل)، بينما يتعرض (22%) من المبحوثين لشبكة الإنترنت كلما أتاحت لهم الفرصة.⁸ وخامسا: دراسة شرين عبد الحفيظ والتي توصلت إلى أن حجم التعرض للإنترنت ساعتين يوميا بنسبة (32%).⁹

-
1. عربي عبد العزيز الطوخي، معالجة الصحف المصرية لبعض القضايا السياسية وعلاقتها بالتنشئة السياسية لدى المراهقين.
 2. حاتم محمد عاطف، العلاقة بين استخدام المراهقين للإنترنت وهويتهم الثقافية.
 3. سعيد الغريب النجار، استخدامات الشباب للصحف الإلكترونية.
 4. عثمان فكري عبد الباقي، استخدامات النخبة العلمية المصرية لوسائل الاتصال.
 5. محمد سعد الشربيني، أساليب تصميم مجلات الأطفال الإلكترونية على شبكة الإنترنت وعلاقتها بتعرض الأطفال لهذه المجالات.
 6. سهير عثمان عبد الحلیم، علاقة تعرض الشباب للصحافة المطبوعة والإلكترونية باتجاهاتهم نحو ظاهرة الإرهاب.
 7. خالد محمد السيد حسنين، استخدام المدخل المعرفي السلوكي من منظور طريقة خدمة الجماعة وتعديل اتجاهات الشباب الجامعي نحو استخدام شبكة الإنترنت.
 8. زينب محمد حامد حسن، صورة الإسلام كما تعرضها المواقع العربية على شبكة الإنترنت.
 9. شيرين عبد الحفيظ عبد القادر البحيري، المهارات الإعلامية المكتسبة من شبكة المعلومات الدولية.

جدول رقم (16) توزيع عينة الدراسة طبقاً لليوم المفضل لاستخدام الإنترنت

Z	الإجمالي		فئة العينة				اليوم المفضل	
			الإناث		الذكور			
د	ن	%	ك	%	ك	%	ك	
0.00	5.7	1.6	7	1.2	5	0.5	2	السبت
0.32	0.99	4.4	19	2.1	9	2.3	10	الأحد
1.00	0.00	6	26	3	13	3	13	الاثنين
0.00	9.8	6	26	1.9	8	4.2	18	الثلاثاء
0.00	4.2	12	52	5.3	23	6.7	29	الأربعاء
0.00	2.8	6.7	29	3.7	16	3	13	الخميس
0.00	10.4	4.4	19	3.3	14	1.2	5	الجمعة
0.00	6.9	58.8	254	32	138	26.9	116	جميع الأيام
		100	432	52.3	226	47.7	206	الإجمالي

يتضح من بيانات الجدول السابق أن ما نسبته (58.8%) من المبحوثين يفضلون استخدام شبكة الإنترنت جميع أيام الأسبوع، ويعزو الباحث هذه النتيجة إلى أهمية شبكة الإنترنت واعتبارها أحد المصادر الأساسية لتلبية دوافع المبحوثين بتعدد أنماطها الشخصية والعام وهذا ما سبق ذكره في التساؤلين السابقين مباشرة، ثم من يفضل استخدامها يوم الأربعاء بنسبة (12%)، ثم يوم الخميس بنسبة (6.7%)، يلي ذلك على التوالي يوم الاثنين والثلاثاء والأحد والجمعة ثم السبت بنسبة (6.6%)، (4.4%)، (4.4%)، (1.6%) من إجمالي عينة الدراسة. وقد أوضحت النتائج التفصيلية بين نوع المبحوثين وبين اليوم المفضل لديهم استخدام شبكة الإنترنت على مدار الأسبوع ما يلي:-

1. تزداد نسبة الإناث عن الذكور بالنسبة لاستخدام الإنترنت (جميع أيام الأسبوع) بمعدل (32%)، (26.9%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (99%)، حيث بلغت قيمة ($Z = 6.9$) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58).
2. تزداد نسبة الذكور عن الإناث بالنسبة لاستخدام الإنترنت (يوم الأربعاء) من كل أسبوع بمعدل (6.7%)، (5.3%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (99%)، حيث بلغت قيمة ($Z = 4.2$) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58).
3. تزداد نسبة الإناث عن الذكور بالنسبة لاستخدام الإنترنت (يوم الخميس) من كل أسبوع بمعدل (3.7%)، (3%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (99%)، حيث بلغت قيمة ($Z = 2.8$) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58).

4. تتساوى نسبة الذكور مع الإناث بالنسبة لاستخدام الإنترنت (يوم الاثنين) من كل أسبوع بمعدل (3%) لكل منهما على حدة، والفارق غير دال بمستوى ثقة (95%)، حيث بلغت قيمة ($Z=0$) وهي أقل من القيمة الجدولية (1.96).

5. تزداد نسبة الذكور عن الإناث بالنسبة لاستخدام الإنترنت (يوم الثلاثاء) من كل أسبوع بمعدل (4.2%)، (1.9%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (99%)، حيث بلغت قيمة ($Z=9.8$) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58).

6. تزداد نسبة الإناث عن الذكور بالنسبة لاستخدام الإنترنت (الجمعة) من كل أسبوع بمعدل (3.3%)، (1.2%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (99%)، حيث بلغت قيمة ($Z=10.4$) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58).

7. تزداد نسبة الذكور عن الإناث بالنسبة لاستخدام الإنترنت (يوم الأحد) من كل أسبوع بمعدل (2.3%)، (2.1%) لكل منهما على التوالي، والفارق غير دال بمستوى ثقة (99%)، حيث بلغت قيمة ($Z=0.99$) وهي أقل من القيمة الجدولية (1.96).

8. تزداد نسبة الإناث عن الذكور بالنسبة لاستخدام الإنترنت (يوم السبت) من كل أسبوع بمعدل (1.2%)، (0.5%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (99%)، حيث بلغت قيمة ($Z=5.7$) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58).

قد أكد اختبار (χ^2) وجود علاقة غير دالة إحصائياً بين نوع المبحوثين وبين لليوم المفضل لاستخدام شبكة الإنترنت، حيث بلغت قيمته (13.1)، عند مستوى دلالة (0.07)، وتعتبر شدة العلاقة ضعيفة حيث بلغ معامل التوافق (0.17).

وتتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة هبة شاهين ومرفت الطرابيشي حول ارتفاع استخدام الشباب بانتظام لشبكة الإنترنت، ودراسة وليد النجار والتي توصلت إلى أن استخدام عينة الدراسة بصفة منتظمة بنسبة (57.5%) وأحياناً بنسبة (42.5%) من التعرض.¹ ودراسة سهير عثمان عبد الحليم والتي أكدت على أن معدلات تعرض المبحوثين لشبكة الإنترنت هي: دائماً بنسبة (75%) وأحياناً بنسبة (25%) من إجمالي التعرض.²

وأيضاً دراسة بسنت عبد المحسن والتي توصلت إلى أن نسبة (80%) من إجمالي العينة يستخدمون الإنترنت بشكل يومي على مدار الأسبوع، ودراسة الشيماء العزب حسين والتي توصلت إلى أن الشباب يستخدمون الإنترنت بشكل منتظم بنسبة (67.5%)،³ ودراسة عبد العزيز محمد العيد التي توصلت إلى أن أعلى معدل دخول للإنترنت هو دائماً بنسبة (45.5%)، وأحياناً بنسبة (36.9%)، وأخيراً نادراً بنسبة (17.6%) من إجمالي العينة.⁴

1 . وليد عبد الفتاح النجار، دور الصحف المصرية الإلكترونية في التنقيف السياسي للمراهقين: دراسة تطبيقية.

2 . سهير عثمان عبد الحليم، علاقة تعرض الشباب للصحافة المطبوعة والإلكترونية باتجاهاتهم نحو ظاهرة الإرهاب.

3 . الشيماء العزب حسين، تأثير التعرض لشبكة الإنترنت على إدراك الشباب لمجتمع المعلومات.

4 . عبد العزيز محمد العيد، استخدامات الجمهور في مملكة البحرين لوسائل الإعلام والإشباع المتحققة منها.

بينما تختلف هذه النتيجة مع دراسة نيفين محمد المهدي والتي توصلت إلى أن معدل استخدام الإنترنت غير المنتظم هو السمة الغالبة لإجمالي طلاب الكليات بجامعة القاهرة وعين شمس بنسبة (40.4%)¹، ودراسة نيرمين عبد العزيز والتي توصلت إلى أن طلاب جامعتي القاهرة وعين شمس عينة الدراسة يستخدمون الإنترنت بمعدل غير منتظم بنسبة (38.3%)².

جدول رقم (17) توزيع عينة الدراسة حسب الوقت المفضل لاستخدام الإنترنت

Z	الإجمالي		فئة العينة				الوقت المفضل لدخول الإنترنت	
			الإناث		الذكور			
د	ن	%	ك	%	ك	%	ك	
0.00	4.3	12	48	5.3	21	6.8	27	الصباح من 6 صباحاً - 12 ظهراً
0.00	15.7	20	80	13.5	54	6.5	26	الظهيرة من 12 ظهراً - 8 مساءً
0.00	14.3	56.8	227	23	92	33.8	135	المساء من 8 مساءً - 12 ليلاً
0.00	15.8	11.3	45	8.3	33	3	12	الليل من 12 ليلاً - 6 صباحاً
		100	400	50	200	50	200	الإجمالي

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن الليل يأتي في مقدمة الأوقات التي يفضل المبحوثين فيها استخدام شبكة الإنترنت بنسبة (56.8%)، بينما يأتي المساء في المرتبة الثانية بنسبة (20%)، وفي المرتبة الثالثة جاءت الظهيرة بنسبة (12%)، وأخيراً جاء الصباح في المرتبة الرابعة بنسبة (11.3%) من إجمالي المبحوثين عينة الدراسة.

ويمكن تفسير تفضيل المبحوثين لفترة المساء في تعاملهم مع شبكة الإنترنت، بأن معظمهم من الدارسين والعاملين وغالباً ما يقضون فترة المساء التي تمثل وقت فراغهم مع أصدقائهم أو بالمنزل عقب انتهاء اليوم.

وحول التعرف على أسباب وقت معين للتعامل مع شبكة الإنترنت توصلت دراسة أنور إبراهيم إلى أن أهم الأسباب التي تدفعهم إلى التعامل مع الشبكة في هذا الوقت هي:- أولاً: وقت الفراغ بنسبة (62%)، ثانياً: سرعة التحميل بنسبة (14.7%)، ثالثاً: الهروب من رقابة الأسرة بنسبة (8.7%)³، وقد أوضحت النتائج التفصيلية بين نوع المبحوثين وبين اليوم وقت استخدام شبكة الإنترنت ما يلي:-

1. تزداد نسبة الذكور عن الإناث بالنسبة لأولوية استخدام الإنترنت (في الليل) بمعدل (33.8%، 23%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (99%)، حيث بلغت قيمة (Z = 14.3) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58).

1. نيفين محمد المهدي، استخدام طلاب الجامعات لشبكة الإنترنت: دراسة ميدانية على جامعتي القاهرة وعين شمس.
2. نيرمين عصام محمد عبد العزيز، دراسة اتجاهات الشباب الجامعي نحو استخدام الإنترنت وعلاقتها بسماتهم الشخصية وتوافقهم الاجتماعي.
3. أنور إبراهيم محمد إبراهيم، الآثار الاجتماعية للثورة المعلوماتية على الأسرة المصرية: دراسة ميدانية على عينة من مستخدمي الإنترنت.

2. تزداد نسبة الإناث عن الذكور بالنسبة لأولوية استخدام الإنترنت (في المساء) بمعدل (13.5%)، (6.5%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (99%)، حيث بلغت قيمة ($Z = 15.7$) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58).

3. تزداد نسبة الذكور عن الإناث بالنسبة لأولوية استخدام الإنترنت (في الظهر) بمعدل (6.8%)، (5.3%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (99%)، حيث بلغت قيمة ($Z = 4.3$) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58).

4. تزداد نسبة الإناث عن الذكور بالنسبة لأولوية استخدام الإنترنت (في الصباح) بمعدل (8.3%)، (3%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (99%)، حيث بلغت قيمة ($Z = 15.8$) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58).

قد أكد اختبار (كا²) وجود علاقة دالة إحصائية بين نوع المبحوثين وبين الوقت المفضل لاستخدام شبكة الإنترنت على مدار اليوم، حيث بلغت قيمته (28.5)، عند مستوى دلالة (0.00)، وتعتبر شدة العلاقة ضعيفة حيث بلغ معامل التوافق (0.26).

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة أنور إبراهيم والتي توصلت إلى أن (67.3%) من أفراد العينة يفضلون وقت المساء، ثم فترة الظهر بنسبة (15.3%)، وأخيرا الصباح بنسبة (13.7%). ودراسة منال أبو الحسن التي توصلت إلى أن الوقت المفضل في استخدام الإنترنت للمراهقين هو المساء،¹ وأيضا دراسة عربي عبد العزيز الطوخي ونجوى عبد السلام في احتلال وقت المساء لاستخدام الإنترنت.²

بينما تختلف مع دراسة وليد النجار التي توصلت إلى أن (61.3%) من المراهقين يتعرضون لشبكة الإنترنت حسب الظروف، وفي المساء بنسبة (32%)، وفي الظهر بنسبة (4.5%)، وفي الصباح بنسبة (2.2%) من إجمالي العينة.³ ودراسة سعيد النجار التي أشارت إلى أن ما يقرب من نصف عينة الدراسة يفضلون استخدام شبكة الإنترنت في أوقات النهار ثم أوقات المساء وأخيرا في الأجازات والعطلات الرسمية لمطالعة الصحف الإلكترونية.⁴

1. منال أبو الحسن ، دوافع استخدام الأطفال لشبكة الإنترنت والإشباع المتحققة . م. س.
2. عربي عبد العزيز الطوخي، معالجة الصحف المصرية لبعض القضايا السياسية وعلاقتها بالتنشئة السياسية لدى المراهقين. م. س.
3. وليد عبد الفتاح النجار ، دور الصحف المصرية الإلكترونية في التنقيف السياسي للمراهقين: دراسة تطبيقية. م. س.
4. سعيد الغريب النجار ، استخدامات الشباب للصحف الإلكترونية. م. س.

جدول رقم (18) توزيع عينة الدراسة طبقاً للأوقات التي يستخدم فيها الإنترنت بكثرة

Z	الإجمالي		فئة العينة				أوقات استخدام الإنترنت	
			الإناث		الذكور			
د	ن	%	ك	%	ك	%	ك	
1.00	0.00	15.6	70	7.8	35	7.8	35	أثناء الدراسة
0.00	5.5	14.9	67	8.5	38	6.5	29	عند القيام ببحث عملي
0.00	7.4	22.5	101	9.6	43	12.9	58	في الإجازات
0.52	0.6	11.4	51	5.6	25	5.8	26	أثناء الأزمات والأحداث الساخنة
0.00	8.7	35.6	160	20.3	91	15.4	69	في أوقات الفراغ
		100	449	51.7	232	48.3	217	الإجمالي

يتبين من بيانات الجدول السابق أن أوقات الفراغ تحتل المرتبة الأولى بين الأوقات التي يستخدم فيها المبحوثين شبكة الإنترنت بكثرة بنسبة (35.6%)، ويعزو الباحث هذه النتيجة إلى طبيعة شبكة الإنترنت التي تحتاج إلى المزيد من الوقت إلى الاستفادة من تطبيقاتها التقنية، ومن ثم يمثل وقت الفراغ الوقت الأمثل لاستخدام المبحوثين شبكة الإنترنت وذلك لإشباع العديد من الدوافع التي يأتي في مقدمتها استغلال وقت الفراغ سواء في التسلية أو الترفية أو الحصول على المعلومات، والأخبار.....إلخ.

بينما جاءت أوقات الأجازات في المرتبة الثانية بنسبة (22.5%)، وفي المرتبة الثالثة جاء أثناء الدراسة بنسبة (15.6%)، وفي المرتبة الرابعة جاء عند القيام ببحث علمي بنسبة (14.9%)، بينما احتلت أثناء الأزمات والأحداث الساخنة على المرتبة الخامسة بنسبة (11.4%) من إجمالي عينة الدراسة. وقد أوضحت النتائج التفصيلية بين نوع المبحوثين وبين الأوقات التي يستخدمون فيها شبكة الإنترنت بكثرة ما يلي:-

1. تزداد نسبة الإناث عن الذكور بالنسبة لأولوية استخدام الإنترنت (في أوقات الفراغ) بمعدل (20.3%)، (15.4%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (99%)، حيث بلغت قيمة ($Z=8.7$) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58).
2. تزداد نسبة الذكور عن الإناث بالنسبة لأولوية استخدام الإنترنت (في الأجازات) بمعدل (12.9%)، (9.6%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (99%)، حيث بلغت قيمة ($Z=7.4$) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58).
3. تتساوى نسبة الذكور مع الإناث بالنسبة لأولوية استخدام الإنترنت (أثناء الدراسة) بمعدل (7.8%) لكل منهما على حدة، والفارق غير دال بمستوى ثقة (95%)، حيث بلغت قيمة ($Z=0$) وهي أقل من القيمة الجدولية (1.96).

4. تزداد نسبة الإناث عن الذكور بالنسبة لأولوية استخدام الإنترنت (عند القيام ببحث عملي) بمعدل (8.5%، 6.5%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (99%)، حيث بلغت قيمة (Z=5.5) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58).

5. تزداد نسبة الذكور بفارق طفيف جدا عن الإناث بالنسبة لأولوية استخدام الإنترنت (أثناء الأزمات والأحداث الساخنة) بمعدل (5.8%، 5.6%) لكل منهما على التوالي، والفارق غير دال بمستوى ثقة (95%)، حيث بلغت قيمة (Z=0.6) وهي أقل من القيمة الجدولية (1.96).

وقد أكد اختبار (كا²) وجود علاقة غير دالة إحصائياً بين نوع المبحوثين وبين الأوقات التي يستخدمون فيها شبكة الإنترنت بكثرة، حيث بلغت قيمته (3.6)، عند مستوى دلالة (0.46)، وتعتبر شدة العلاقة ضعيفة حيث بلغ معامل التوافق (0.09).

جدول رقم (19) توزيع عينة الدراسة طبقاً لطبيعة استخدام الإنترنت مع الآخرين

Z	الإجمالي		فئة العينة				مع من تستخدم الإنترنت	
			الإناث		الذكور			
د	ن	%	ك	%	ك	%	ك	
0.00	3.9	56	242	29.4	127	26.6	115	بمفرد
0.05	1.96	22.7	98	11.8	51	10.9	47	مع أحد الأصدقاء
0.00	11.5	13.2	57	8.6	37	4.6	20	مع أحد أفراد الأسرة
0.00	16.1	8.1	35	1.9	8	6.3	27	مع الغرباء
		100	432	50	223	50	209	الإجمالي

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن المبحوثين عينة الدراسة يفضلون استخدام شبكة الإنترنت بمفردهم بنسبة (56%)، وتدلل هذه النتيجة على أن المبحوثين يفضلون الجلوس بمفردهم عند تعاملهم مع شبكة الإنترنت حتى يشعرون بالهدوء، فضلاً عن أن اختلاف دوافع الاستخدام من فرد لآخر تشكل ضرورة حيوية، مما يعطي الفرصة للتفاعل مع الأصدقاء ومشاركة العديد من الأنشطة والفعاليات الاتصالية مثل: الحوار، والبحث عن المعلومات، ومطالعة الأخبار والتدوين إلى غير ذلك من مختلف ألوان الترفيه والتسلية، يلي ذلك من يفضلون استخدامها مع الأصدقاء بنسبة (22.7%)، بينما ذهب بعض المبحوثين بنسبة (13.2%) إلى تفضيل استخدامها مع أحد أفراد الأسرة، وذلك على العكس تماماً من بعضهم الآخر ممن يفضلون استخدامها مع الغرباء بنسبة (8.1%) من إجمالي عينة المبحوثين. وقد أوضحت النتائج التفصيلية بين نوع المبحوثين وبين طبيعة استخدام شبكة الإنترنت ما يلي:-

1. تزداد نسبة الإناث عن الذكور بالنسبة لأولوية استخدام الإنترنت (بمفردهم) بمعدل (29.4%)، 26.6%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (99%)، حيث بلغت قيمة (Z=3.9) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58).

2. تزداد نسبة الإناث عن الذكور بالنسبة لأولوية استخدام الإنترنت مع (الأصدقاء) بمعدل (11.8%)، (10.9%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (95%)، حيث بلغت قيمة ($Z=1.96$) وهي مساوية للقيمة الجدولية (1.96).

3. تزداد نسبة الإناث عن الذكور بالنسبة لأولوية استخدام الإنترنت مع (أحد أفراد الأسرة) بمعدل (8.6%، 4.6%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (99%)، حيث بلغت قيمة ($Z=11.5$) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58).

4. تزداد نسبة الذكور عن الإناث بالنسبة لأولوية استخدام الإنترنت مع (الغرباء) بمعدل (6.3%، 1.9%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (99%)، حيث بلغت قيمة ($Z=16.1$) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58).

وقد أكد اختبار (كا²) وجود علاقة غير دالة إحصائية بين نوع المبحوثين وبين طبيعة استخدام شبكة الإنترنت مع الآخرين، حيث بلغت قيمته (9)، عند مستوى دلالة (0.06)، وتعتبر شدة العلاقة ضعيفة حيث بلغ معامل التوافق (0.14).

وتتفق هذه النتيجة دراسة هناء كمال أبو اليزيد والتي توصلت إلى أن أغلبية أفراد عينة الدراسة يستخدمون الإنترنت بمفردهم بنسبة (69.5%) مقابل (30.5%) يشاركونهم أحد الأفراد في الاستخدام. ودراسة ريم إسماعيل حول استخدام طالبات الجامعة في مصر وسوريا للإنترنت بشكل منفرد بنسبة (68.5%) من إجمالي العينة.¹

ودراسة إبراهيم منصور والتي أكدت نتائجها على أن الشباب الجامعي يفضل استخدام الإنترنت في المقام الأول بشكل منفرد بعيداً عن الأهل والأصدقاء... إلخ. وحول أسباب تفضيل التعامل مع الإنترنت بشكل منفرد أشار المبحوثين إلى: الإحساس بالهدوء بنسبة (42.3%)، ثم اختلاف الاهتمامات بينهم وبين الآخرين بنسبة (38%)، وأخيراً التعامل مع الإنترنت بدون رقابة بنسبة (5.3%).²

1. هناء كمال أبو اليزيد، الآثار النفسية والاجتماعية لتعرض الجمهور المصري لشبكة الإنترنت.
2. أنور إبراهيم محمد إبراهيم، الآثار الاجتماعية للثورة المعلوماتية على الأسرة المصرية: دراسة ميدانية على عينة من مستخدمي الإنترنت.

جدول رقم (20) توزيع عينة الدراسة طبقاً للغة التي يستعملها المبحوثين أثناء استخدام شبكة الإنترنت

Z	الإجمالي		فئة العينة				لغة استخدام الإنترنت	
			الإناث		الذكور			
د	ن	%	ك	%	ك	%	ك	
0.01	2.8	78.2	334	40.3	172	37.9	162	اللغة العربية
0.02	2.3	20.6	88	10.8	46	9.8	42	اللغة الإنجليزية
0.06	1.9	1.2	5	0.7	3	0.5	2	اللغة الفرنسية
		100	427	51.8	221	48.3	206	الإجمالي

يتضح من بيانات الجدول السابق أن اللغة العربية تمثل اللغة الأولى التي يعتمد عليها المبحوثين أثناء استخدام شبكة الإنترنت بنسبة (78.2%)، يليها اللغة الإنجليزية بنسبة (20.6%) ثم اللغة الفرنسية بنسبة (1.2%) من إجمالي عينة الدراسة. ويعزو الباحث هذه النتيجة إلى أن اللغة العربية هي الأم والتي يجدها المبحوثين قراءة وكتابة ومحادثة؛ ومن ثم فإن الاعتماد عليها وتفضيلها أثناء استخدام شبكة الإنترنت أمر بديهي، علاوة على أن ضعف إتقان اللغة الإنجليزية لدى المبحوثين يمكن تبريره بندرة تدريسها في المؤسسات التعليمية الليبية خلال العهد السابق لثورة 17 فبراير الليبية، وذلك مقارنة ببعض المبحوثين الذين يفضلون اللغة الإنجليزية لأن تخصصاتهم العلمية تحتم عليها الإلمام بها والاعتماد عليها كأداة أساسية للدراسة والعمل. وقد أوضحت النتائج التفصيلية بين نوع المبحوثين وبين لغة استخدام شبكة الإنترنت ما يلي:-

1. تزداد نسبة الإناث عن الذكور بالنسبة لأولوية استخدام الإنترنت (باللغة العربية) بمعدل (40.3%)، (37.9%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (99%)، حيث بلغت قيمة ($Z = 2.8$) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58).

2. تزداد نسبة الإناث عن الذكور بالنسبة لأولوية استخدام الإنترنت (باللغة الإنجليزية) بمعدل (10.8%)، (9.8%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (95%)، حيث بلغت قيمة ($Z = 2.3$) وهي أكبر من القيمة الجدولية (1.96).

3. تتقارب نسبة الإناث مع الذكور بالنسبة لأولوية استخدام الإنترنت (باللغة الفرنسية) بمعدل (1.2%)، (0.5%) لكل منهما على التوالي، والفارق غير دال بمستوى ثقة (95%)، حيث بلغت قيمة ($Z = 1.9$) وهي أقل من القيمة الجدولية (1.96).

وقد أكد اختبار (χ^2) وجود علاقة غير دالة إحصائياً بين نوع المبحوثين وبين لغة استخدام شبكة الإنترنت، حيث بلغت قيمته (1.3)، عند مستوى دلالة (0.52)، وتعتبر شدة العلاقة ضعيفة جداً حيث بلغ معامل التوافق (0.05).

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة سعيد راشد العابدي والتي أكدت نتائجها على أنّ اللغة العربية تمثل اللغة الأساسية التي يتم الاعتمادُ عليها للمناقشة، والتحاور بين أعضاء مواقع شبكات التواصل الاجتماعيّ بنسبة (78.5%)، بينما تأتي اللغة الإنجليزية في المرتبة الثانية بنسبة (21.5%) من إجماليّ المبحوثين.¹ وكذلك دراسة ماجد سالم تريان والتي أشارت إلى تفضيل المبحوثين لاستخدام الانترنت باللغة الإنجليزية، وهو يتفق مع أن المستخدم الذي لا يجيد الإنجليزية لا يستطيع الاستفادة من الانترنت بشكل كبير.

جدول رقم (21) توزيع عينة الدراسة طبقاً لأشكال التفاعل التي يستعملها المبحوثين أثناء دخول الإنترنت

Z	الإجمالي		فئة العينة				أشكال التفاعل	
			الإناث		الذكور			
د	ن	%	ك	%	ك	%	ك	
0.21	1.3	27.4	131	14	67	13.4	64	البريد الإلكتروني
0.00	4.6	16.3	78	7.3	35	9	43	المشاركة في غرف الحوار
0.00	8.7	18.4	88	10.9	52	7.5	36	خدمة التراسل
0.48	0.71	38	182	19.2	92	18.8	90	مواقع التواصل الاجتماعي
		100	479	51.4	246	48.7	233	الإجمالي

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن الأشكال التفاعلية التي يستعملها المبحوثين أثناء دخولهم على شبكة الإنترنت تتمثل على الترتيب في:- أولاً: مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة (38%)، ثانياً: البريد الإلكتروني بنسبة (27.4%)، ثالثاً: خدمة التراسل بنسبة (18.4%)، رابعاً: المشاركة في غرف الحوار بنسبة (16.3%) من إجماليّ العينة الدراسة.

يتضح مما سبق أن مواقع التواصل الاجتماعي تأتي في مقدمة الأشكال التفاعلية التي يفضل المبحوثون استخدامها أثناء تصفحهم لشبكة الإنترنت، ويعزو الباحث هذه النتيجة إلى العديد من المزايا والخصائص التي تنسم بها هذه المواقع، من القدرة على توفير المعلومات حول الأحداث الجارية، والتواصل مع الأصدقاء، وتكوين صداقات جديدة، وإتاحة الفرصة للمبحوثين للتعبير عن آرائهم فيما يجري من أحداث ووقائع بغض النظر عن مجالها، وتيسير عملية التسوق، والتثقيف والتعلم الإلكتروني ودعم مبادئ التعلم الذاتي، والانفتاح على الثقافات العالمية ودعم أواصر الحوار الوطني....إلخ. وقد أوضحت النتائج التفصيلية بين نوع المبحوثين وبين الأشكال التفاعلية التي يستعملها المبحوثين أثناء دخولهم على شبكة الإنترنت ما يلي:-

1. سعيد راشد العابدي: دور التواصل الاجتماعي عبر شبكة الإنترنت في تعزيز ثقافة الحوار الوطني، ماجستير غير منشورة، كلية الآداب، جامعة الإسكندرية، 2013.

1. تزداد نسبة الإناث عن الذكور بالنسبة لاستخدام (مواقع التواصل الاجتماعي) على شبكة الإنترنت بمعدل (19.2%، 18.8%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (95%)، حيث بلغت قيمة $(Z = 0.71)$ وهي أقل من القيمة الجدولية (1.96).

2. تزداد نسبة الإناث عن الذكور بالنسبة لاستخدام (البريد الإلكتروني) على شبكة الإنترنت بمعدل (14%، 13.4%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (95%)، حيث بلغت قيمة $(Z = 1.3)$ وهي أقل من القيمة الجدولية (1.96).

3. تزداد نسبة الإناث عن الذكور بالنسبة لاستخدام (خدمة التراسل) على شبكة الإنترنت بمعدل (10.9%، 7.5%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (99%)، حيث بلغت قيمة $(Z = 8.7)$ وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58).

4. تزداد نسبة الذكور عن الإناث بالنسبة لاستخدام (المشاركة في غرف الحوار) على شبكة الإنترنت بمعدل (9%، 7.3%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (99%)، حيث بلغت قيمة $(Z = 4.6)$ وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58).

وقد أكد اختبار (كا²) وجود علاقة غير دالة إحصائياً بين نوع المبحوثين وبين الأشكال التفاعلية التي يستعملونها أثناء دخولهم على شبكة الإنترنت، حيث بلغت قيمته (2.7)، عند مستوى دلالة (0.44)، وتعتبر شدة العلاقة ضعيفة حيث بلغ معامل التوافق (0.07).

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة حاتم سليم العلوانة والتي أكدت على أهمية الشبكات الاجتماعية وتوصلت إلى أن الفيس بوك جاء في مقدمة مواقع شبكات التواصل الاجتماعي التي يستخدمها النقيبون بما نسبته (50.6%)، تلاه موقع تويتر بما نسبته (27.1%) ثم موقع يوتيوب بنسبة (22.3%)، وحول تعليل هذه النتيجة أشار الباحث إلى أن ما نسبته (74.7%) من النقيبين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي، و(24.3%) منهم يستخدمونها لأنها تتيح الفرصة للتعبير عن الآراء بحرية، منوهاً إلى أن أبرز الدوافع التي تكمن وراء استخدام هذه المواقع دون غيرها من المواقع تتمثل في: التواصل مع الأصدقاء بما نسبته (28.5%)، ثم حرية التعبير عن الآراء بما نسبته (21.8%)، والتنوع في عرض أنشطة مختلفة بنسبة (15.8%)، ثم توفير الحماية للمعلومات الشخصية بنسبة (14.2%)، وحادثة الموقع بنسبة (10.1%)، ثم نظراً لغرابة الموقع بنسبة (9.6%).¹

بينما أشارت دراسة نعيم فيصل المصري إلى أن من أكثر الإيجابيات التي يحققها المبحوثين من خلال استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي على شبكة الإنترنت: النقاش مع الآخرين حيث بلغت من توريد ذلك نسبة مرتفعة بلغت (82%) من المبحوثين، ومن ثم متابعة الأحداث والإلمام بأخبار العالم بنسبة (80%)، وتحقيق التسلية والمتعة والترفيه عن النفس بنسبة (78%)، كما أنها تسعى إلى إظهار القدرات العقلية والمواهب والنجاحات وكذلك معرفة صورة العرب لدى الآخرين بنسبة (76%) لكل منهما، يليها

1. حاتم سليم العلوانة، (2012): دور مواقع التواصل الاجتماعي في تحفيز المواطنين الأردنيين على المشاركة في الحراك الجماهيري، "دراسة ميدانية على النقيبين في إربد"، المؤتمر العلمي السابع عشر بعنوان "ثقافة التغيير"، كلية الآداب، جامعة فيلادلفيا، الأردن. ص: 19-20.

الارتباط بعدد كبير من الأصدقاء بنسبة (74%)¹. ودراسة هناء كمال أبو اليزيد والتي توصلت إلى أن خدمة (التسوق) تأتي في المرتبة الأخيرة لتفضيلات الباحثين بوزن نسبي (2.6%) وبنسبة (0.7%)².

جدول رقم (22) توزيع عينة الدراسة طبقاً لخدمات الإنترنت المفضلة لديهم

Z	فئة العينة			فئة العينة						خدمات الإنترنت المفضلة	
				الإناث			الذكور				
د	ن	ت	%	ك	ت	%	ك	ت	%	ك	
0.00	21.3	2	14.3	605	2	8.4	355	1	5.9	250	البريد الإلكتروني
0.00	5.1	1	14.2	600	1	6.8	287	4	7.4	313	الدرشة
0.00	25.8	4	18	755	4	10.7	449	3	7.3	306	نقل الملفات
0.00	23.3	5	18.3	768	4	10.7	449	5	7.6	319	خدمة الويب
0.00	36.8	6	18.3	773	5	11.6	489	2	6.7	284	الربط عن بعد
0.2	2.3	3	16.9	713	3	8.6	363	6	8.3	350	مجموعات الأخبار
			100	4214		56.8	2392		43.2	1822	الإجمالي

يتضح من بيانات الجدول السابق أن خدمات الإنترنت المفضلة لدى الباحثين تتمثل على الترتيب في:- أولاً: الدردشة بنسبة (14.2%)، ثانياً: البريد الإلكتروني بنسبة (14.3%)، ثالثاً: مجموعات الأخبار بنسبة (16.9%)، رابعاً: نقل الملفات بنسبة (18%)، خامساً: خدمة الويب والربط عن بعد بنسبة (18.3%) لكل منهما على حدة من إجمالي عينة الدراسة.

يستدل من ذلك أن الدردشة تمثل أبرز خدمات شبكة الإنترنت التي يقبل الباحثين على استخدامها؛ وذلك للاطمئنان على أسرهم وأقاربهم وأصدقائهم المقيمون في ليبيا والتعرف على أخبارهم أولاً بأول، وغالباً ما تأتي الدردشة الصوتية في مقدمة أنواع المحادثات التي يفضلها الباحثون لما توفره من السرعة والقدرة على التجاوب مع الطرف الآخر واختصار الوقت، وذلك على العكس من المحادثات الكتابية التي تحتاج إلى المزيد من الوقت والمهارة في استخدام الكيبورد وإتقان اللغة العربية إلى حد ما للتعبير عن ما يدور في نفوسهم...إلخ. وقد أوضحت النتائج التفصيلية بين نوع الباحثين وبين الخدمات المفضلة على شبكة الإنترنت ما يلي:-

1. تتراجع أولية استخدام خدمة (الدردشة) على شبكة الإنترنت لدى الذكور عن الإناث بمعدل ترتيب (1-4)، والفارق دال بمستوى ثقة (99%)، حيث بلغت قيمة ($Z = 5.1$) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58).

1. نعيم فيصل المصري، (ت.ن: 2011.11.30. ت.د.): استخدامات الطلبة الجامعيين لمواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على وسائل الإعلام الأخرى، دنيا الوطن الإلكترونية، رام الله، بيتونيا، فلسطين. المصدر التالي:

<http://www.alwatanvoice.com/feedback/>

2. هناء كمال أبو اليزيد، الآثار النفسية والاجتماعية لتعرض الجمهور المصري لشبكة الإنترنت. م. س.

2. تتراجع أولية استخدام خدمة (البريد الإلكتروني) على شبكة الإنترنت لدى الإناث عن الذكور بمعدل ترتيب (1-2) ، والفارق دال بمستوى ثقة (99%)، حيث بلغت قيمة ($Z = 21.3$) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58).

3. تتراجع أولية استخدام خدمة (مجموعات الأخبار) على شبكة الإنترنت لدى الذكور عن الإناث بمعدل ترتيب (3-6)، والفارق دال بمستوى ثقة (95%)، حيث بلغت قيمة ($Z = 2.3$) وهي أكبر من القيمة الجدولية (1.96).

4. تتراجع أولية استخدام خدمة (نقل الملفات) على شبكة الإنترنت لدى الإناث عن الذكور بمعدل ترتيب (3-4)، والفارق دال بمستوى ثقة (95%)، حيث بلغت قيمة ($Z = 25.8$) وهي أكبر من القيمة الجدولية (1.96).

5. تتراجع أولية استخدام خدمة (الويب) على شبكة الإنترنت لدى الذكور عن الإناث بمعدل ترتيب (4-5)، والفارق دال بمستوى ثقة (95%)، حيث بلغت قيمة ($Z = 23.3$) وهي أكبر من القيمة الجدولية (1.96).

6. تتراجع أولية استخدام خدمة (الربط عن بعد) على شبكة الإنترنت لدى الإناث عن الذكور بمعدل ترتيب (2-5)، والفارق دال بمستوى ثقة (95%)، حيث بلغت قيمة ($Z = 36.8$) وهي أكبر من القيمة الجدولية (1.96).

وقد أكد اختبار (كا) وجود علاقة دالة إحصائياً بين نوع المبحوثين وبين خدمات شبكة الإنترنت المفضلة لديهم، حيث بلغت قيمته (143.1)، عند مستوى دلالة (0.00)، وتعتبر شدة العلاقة ضعيفة حيث بلغ معامل التوافق (0.18).

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة هناء كمال أبو اليزيد والتي توصلت إلى أن أهم تطبيقات الإنترنت التي يقبل علي استخدامها الأفراد هي: البريد الإلكتروني بوزن نسبي (54.9%)، تلاه خدمة البحث عن المعلومات بوزن نسبي (48.04%)، وأيضاً ما توصلت إليه دراسة برلنت نزيه من أن استخدام البريد الإلكتروني يأتي في مقدمة استخدام تطبيقات الإنترنت بنسبة (30%)، ودراسة سماح رمزي عبد الغني والتي توصلت إلى أن المجالات الأكثر استخداماً من قبل مجموعة غير مسيء الاستخدام تتمثل في: غرف المحادثة بنسبة (41.6%)، وبرامج التصفح بنسبة (30.8%)، والبريد الإلكتروني بنسبة (24.1%) ثم المنتديات والألعاب بنسبة (1.6%) لكل منهما، بينما جاءت المجالات الأكثر استخداماً من قبل مجموعة غير مُسيء الاستخدام تتمثل في: غرف المحادثة بنسبة (48.3%)، وبرامج التصفح www بنسبة (34.8%)، ثم البريد الإلكتروني بنسبة (16.8%).

وكذلك دراسة محمود سعد عبد الحلیم والتي توصلت إلى أن مواقع الدردشة تحتل المرتبة الأولى لدى المبحوثين على شبكة الإنترنت بنسبة (21.1%)، يليها المواقع الترفيهية والألعاب بنسبة (17.4%)، ثم المواقع الرياضية بنسبة (14.7%)، يليها المواقع الإعلامية بنسبة (13.7%)، ثم المواقع الدينية ومواقع الموضة ومواقع الوظائف والمواقع الجنسية بنسبة (12.1%) إلى (2%) من إجمالي عينة الدراسة.

جدول رقم (23) توزيع عينة الدراسة طبقاً للمواقع المفضلة على شبكة الإنترنت

Z	الإجمالي				فئة العينة						خدمات الإنترنت المفضلة
					الإناث			الذكور			
د	ن	ت	%	ك	ت	%	ك	ت	%	ك	
0.00	4.9	1	7.9	807	3	5.1	523	1	2.8	284	القريبة من تخصصي
0.00	6.8	8	11	1120	7	6.4	655	6	4.6	465	المواقع السياسية
0.00	6.3	3	8	811	2	4.4	449	2	3.6	362	المواقع الاجتماعية
0.00	7.3	4	10	1011	4	5.3	535	7	4.7	476	المواقع الثقافية
0.00	6	5	10.3	1051	6	6.4	654	4	3.9	397	المواقع الرياضية
0.00	6.7	10	11.9	1209	10	7.2	732	8	4.7	477	المواقع الاقتصادية
0.00	6.7	2	7.9	798	1	4.1	412	3	3.8	386	المواقع الدينية
0.00	6.8	9	11.6	1177	9	6.9	698	9	4.7	479	المواقع العلمية
0.00	5.9	6	10.6	1079	8	6.7	681	5	3.9	398	المواقع الفنية
0.00	7	7	10.9	1114	5	6.2	635	9	4.7	479	المواقع الترفيهية
			100	10177		58.7	5974		41.3	4203	الإجمالي

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن أبرز المواقع المفضلة لدى الباحثين تتمثل في:- أولاً: القريبة من تخصصي والمواقع الدينية بنسبة (7.9%) لكل منهما على حدة، ثانياً: المواقع الاجتماعية بنسبة (8%)، ثالثاً: المواقع الثقافية بنسبة (10%)، يلي ذلك المواقع الرياضية، والمواقع الفنية والمواقع الترفيهية والمواقع السياسية والمواقع العلمية والمواقع الاقتصادية بنسبة (10.3%)، (10.6%)، (10.9%)، (11%)، (11.6%)، (11.9%) على الترتيب من إجمالي عينة الدراسة.

يستدل من ذلك أن الباحثين يحرصون على مطالعة المواقع القريبة من تخصصاتهم العلمية والمهنية، وتمثل هذه النتيجة أمر بديهي وامتداد طبيعي لإشباع الدوافع الشخصية الأولية لدى الباحثين، وذلك مقارنة بالمواقع الدينية التي استحوذت على اهتمامهم ويعزو الباحث هذه النتيجة إلى تمسك الباحثين بالمبادئ الدينية وحرصهم على الاستزادة من المعارف لتنمية وعيهم بالأسس والقواعد الدينية. وقد أوضحت النتائج التفصيلية بين نوع الباحثين وبين المواقع التي يفضلون ارتيادها على شبكة الإنترنت ما يلي:-

1. تتراجع أفضلية استخدام المواقع (القريبة من تخصصي) على شبكة الإنترنت لدى الإناث عن الذكور بمعدل ترتيب (1-3)، والفارق دال بمستوى ثقة (99%)، حيث بلغت قيمة ($Z = 4.9$) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58).

2. تتراجع أفضلية استخدام المواقع (الدينية) على شبكة الإنترنت لدى الذكور عن الإناث بمعدل ترتيب (3-1)، والفارق دال بمستوى ثقة (99%)، حيث بلغت قيمة ($Z = 6.7$) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58).

3. تتساوى أفضلية استخدام المواقع (الاجتماعية) على شبكة الإنترنت لدى الذكور و الإناث بمعدل ترتيب (2-2)، والفارق دال بمستوى ثقة (99%)، حيث بلغت قيمة ($Z = 6.3$) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58).

4. تتراجع أفضلية استخدام المواقع (الثقافية) على شبكة الإنترنت لدى الذكور عن الإناث بمعدل ترتيب (7-4)، والفارق دال بمستوى ثقة (99%)، حيث بلغت قيمة ($Z = 7.3$) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58).

5. تتراجع أفضلية استخدام المواقع (الرياضية) على شبكة الإنترنت لدى الإناث عن الذكور بمعدل ترتيب (6-4)، والفارق دال بمستوى ثقة (99%)، حيث بلغت قيمة ($Z = 6$) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58).

6. تتراجع أفضلية استخدام المواقع (الفنية) على شبكة الإنترنت لدى الإناث عن الذكور بمعدل ترتيب (8-5)، والفارق دال بمستوى ثقة (99%)، حيث بلغت قيمة ($Z = 5.9$) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58).

7. تتراجع أفضلية استخدام المواقع (الترفيهية) على شبكة الإنترنت لدى الذكور عن الإناث بمعدل ترتيب (9-5)، والفارق دال بمستوى ثقة (99%)، حيث بلغت قيمة ($Z = 5.9$) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58).

8. تتراجع أفضلية استخدام المواقع (السياسية) على شبكة الإنترنت لدى الإناث عن الذكور بمعدل ترتيب (7-6)، والفارق دال بمستوى ثقة (99%)، حيث بلغت قيمة ($Z = 6.8$) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58).

9. تتساوى أفضلية استخدام المواقع (العلمية) على شبكة الإنترنت لدى الذكور والإناث بمعدل ترتيب (9-9)، والفارق دال بمستوى ثقة (99%)، حيث بلغت قيمة ($Z = 6.8$) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58).

10. تتراجع أفضلية استخدام المواقع (الاقتصادية) على شبكة الإنترنت لدى الإناث عن الذكور بمعدل ترتيب (10-8)، والفارق دال بمستوى ثقة (99%)، حيث بلغت قيمة ($Z = 6.7$) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58).

وقد أكد اختبار (χ^2) وجود علاقة دالة إحصائياً بين نوع المبحوثين وبين المواقع التي يفضلون ارتيادها على شبكة الإنترنت، حيث بلغت قيمته (182.2)، عند مستوى دلالة (0.00)، وتعتبر شدة العلاقة ضعيفة حيث بلغ معامل التوافق (0.13).

وتختلف هذه النتيجة مع دراسة سامي طابع، و عثمان فكري، وهبة بهي الدين، وهبة شاهين والتي أكدت جميعها على أن مواقع البريد الإلكتروني تأتي في مقدمة المواقع التي يفضلها المبحوثين ويطالعونها بانتظام.

وكذلك دراسة علا الخواجة التي خلصت إلى أن المواقع الإخبارية لا تمثل أحد الاستخدامات الكثيفة للإنترنت من قبل الشباب في مصر حيث بلغت نسبة استخدام الذكور للمواقع الإخبارية (5.9%) مقابل (2.7%) للإناث.

دراسة محمود سعد عبد الحلیم والتي توصلت إلى أن مواقع الدردشة تحتل المرتبة الأولى لدى المبحوثين على شبكة الإنترنت بنسبة (21.1%)، يليها المواقع الترفيهية والألعاب بنسبة (17.4%)، ثم المواقع الرياضية بنسبة (14.7%)، يليها المواقع الإعلامية بنسبة (13.7%)، ثم المواقع الدينية ومواقع الموضة ومواقع الوظائف والمواقع الجنسية بنسبة (12.1%) إلى (2%) من إجمالي عينة الدراسة¹ ودراسة شيماء العزب والتي توصلت إلى أن مواقع البريد الإلكتروني هي التي تصدرت المواقع من حيث اهتمام المبحوثين بالدخول إليها بانتظام بنسبة (67.3%)، ثم المواقع الإخبارية². وكذلك دراسة نيرمين عبد العزيز التي توصلت إلى أن الموضوعات الترفيهية هي أهم الموضوعات التي يهتم بها الطلاب عبر شبكة الإنترنت بنسبة (38.8%) ثم الموضوعات التعليمية بنسبة (25.3%)³.

وتتفق هذه النتيجة أيضا ما أشارت إليه دراسة "روبين، باباكاريسي" Rubin, Papacharissi "2000: والتي أكدت على أن المعلومات العلمية في المركز الأول من حيث الاستخدام تلا ذلك المعلومات الاجتماعية والثقافية ثم الترفيه، وأخيراً المعلومات الفنية ولم تظهر النتائج أي اختلافات جوهرية بين الذكور والإناث وكان المبحوثين في مصر أكثر جدية من حيث البحث عن المعلومات، في حين أن المبحوثين من الخليج العربي أكثر بحثاً عن التسلية والترفيه⁴.

وكذلك دراسة " ماجد سالم تريان 2002" والتي توصلت إلى إن انتشار الانترنت في المجتمع أدى إلى زيادة دوافع استخدامه، ومن أهم دوافع الانترنت هو زيادة المعرفة في بعض المجالات المتخصصة⁵.

1. محمود سعد عبد الحلیم جمعة، الاتصال الإلكتروني "الإنترنت" وتأثيره على العلاقات الاجتماعية.
2. الشيماء العزب حسين، تأثير التعرض لشبكة الإنترنت على إدراك الشباب لمجتمع المعلومات.
3. نرمين عصام محمد عبد العزيز، دراسة اتجاهات الشباب الجامعي نحو استخدام الإنترنت وعلاقتها بسماتهم الشخصية وتوافقهم الاجتماعي.

4 Zizi Papacharissi & Alan M. Rubin " predictor of Internet Use " Journal of Broadcasting and Electronic Media – (vol 44 – no 2 – 2000)

5 ماجدا سالم تريان " استخدام أعضاء هيئة التدريس وطلاب الجامعات الفلسطينية لشبكة المعلومات الالكترونية " رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة الدول العربية للتربية والثقافة والعلوم، معهد البحوث والدراسات العربية، 2002)

جدول رقم (24) توزيع عينة الدراسة طبقا للمواقع المفضلة على شبكة الإنترنت

Z	الإجمالي				فئة العينة						المواقع الإلكترونية
	الذكور		الإناث		الذكور		الإناث				
د	ن	ت	%	ك	ت	%	ك	ت	%	ك	
0.00	11.5	1	22.3	500	3	12.3	276	1	10	224	مواقع شخصية
0.00	17	4	27.6	618	2	15.7	352	4	11.9	266	مواقع وطنية
0.00	15.3	3	25.6	574	1	14.4	323	2	11.1	251	مواقع عربية
0.00	9.5	2	24.5	550	4	13.3	297	3	11.3	253	مواقع دولية
			100	2242		55.7	1248		44.3	994	الإجمالي

يتضح من بيانات الجدول السابق أن المواقع الشخصية تأتي في مقدمة المواقع التي يفضل المبحوثين الدخول عليها بنسبة (22.3%)، ويعزو الباحث هذه النتيجة إلى قدرة هذه المواقع في التعبير عن اتجاهات المبحوثين وآرائهم الشخصية تجاه الأحداث الجارية، خاصة وأن هذه المواقع غالبا ما تمثل ثمرة للإنتاج الشخصي باعتبارها مدونات أو صفحات شخصية للمبحوثين على مواقع التواصل الاجتماعي أو المواقع المجانية التي تتيح لمستخدمي الإنترنت إنشاء صفحات ترويجية لدعم دوائرها التسويقية.

يليها المواقع الدولية بنسبة (24.5%)، ثم المواقع العربية بنسبة (25.6%)، وذلك مقابل المواقع الوطنية التي جاءت في مؤخرة ترتيب الأولوية بنسبة (27.6%) من إجمالي عينة الدراسة. وقد أوضحت النتائج التفصيلية بين نوع المبحوثين وبين المواقع التي يفضلون الدخول عليها على شبكة الإنترنت ما يلي:-

1. تتراجع أفضلية الدخول على المواقع (الشخصية) على شبكة الإنترنت لدى الإناث عن الذكور بمعدل ترتيب (1-3)، والفارق دال بمستوى ثقة (99%)، حيث بلغت قيمة ($Z = 11.5$) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58).

2. تتراجع أفضلية الدخول على المواقع (الدولية) على شبكة الإنترنت لدى الإناث عن الذكور بمعدل ترتيب (3-4)، والفارق دال بمستوى ثقة (99%)، حيث بلغت قيمة ($Z = 9.5$) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58).

3. تتراجع أفضلية الدخول على المواقع (العربية) على شبكة الإنترنت لدى الذكور عن الإناث بمعدل ترتيب (1-2)، والفارق دال بمستوى ثقة (99%)، حيث بلغت قيمة ($Z = 15.3$) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58).

4. تتراجع أفضلية الدخول على المواقع (الوطنية) على شبكة الإنترنت لدى الذكور عن الإناث بمعدل ترتيب (2-4)، والفارق دال بمستوى ثقة (99%)، حيث بلغت قيمة ($Z = 17$) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58).

وقد أكد اختبار (كا²) وجود علاقة دالة إحصائية بين نوع المبحوثين وبين المواقع التي يفضلون الدخول عليها على شبكة الإنترنت، حيث بلغت قيمته (38.9)، عند مستوى دلالة (0.00)، وتعتبر شدة العلاقة ضعيفة حيث بلغ معامل التوافق (0.13).

جدول رقم (25) توزيع عينة الدراسة طبقاً للمواقع التي تتبّع وسائل إعلامية أخرى

Z	الإجمالي		فئة العينة				المواقع التي تتبّع وسائل إعلامية أخرى	
			الإناث		الذكور			
د	ن	%	ك	%	ك	%	ك	
0.00	6.8	38.1	189	21	104	17.2	85	مواقع الصحف
0.00	6.4	33.1	164	14.9	74	18.2	90	مواقع للتلفزيونات
0.56	0.6	14.4	71	7.3	36	7.1	35	مواقع الإذاعات
0.00	14.6	14.4	71	4.7	23	9.7	48	مواقع الوكالات
		100	495	47.9	237	52.1	258	الإجمالي

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن اتجاهات المبحوثين نحو المواقع الإلكترونية التي تتبّع وسائل إعلامية أخرى تتمثل على الترتيب كآتي:- أولاً: مواقع الصحف بنسبة (38.1%)، ثانياً: مواقع التلفزيون بنسبة (33.1%)، ثالثاً: مواقع الإذاعات والوكالات بنسبة (14.4%) لكل منهما على حدة من إجمالي عينة الدراسة.

يستدل من ذلك أن مواقع الصحف - الصحف التي يتم إصدارها ونشرها على شبكة الإنترنت، سواء أكانت هذه الصحف بمثابة نسخ أو إصدارات إلكترونية لصحف ورقية مطبوعة " Electronic Edition"، أو موجز لأهم محتويات النسخ الورقية، أو كجرائد إلكترونية ليست لها إصدارات عادية مطبوعة على الورق "Online Newspaper"، وتتضمن مزيجاً من الرسائل الإخبارية والقصص والمقالات والتعليقات على الصور والخدمات المرجعية- تمثل أولى المواقع الإلكترونية التي يفضل المبحوثون الدخول عليها وتصفحها، وذلك لما تتسم به من الشمول والعموم والجمع بين مزايا المواقع الأخرى سواء الإذاعات أو وكالات الأنباء أو التلفزيون وذلك من خلال توفير الكلمة المكتوبة والصوت والصورة للأحداث الهامة، والقدرة على معالجتها لحظة بلحظة، والسماح للقراء بالتفاعل مع كتابها ومحرريها وذلك على العكس من وسائل الإعلام سواء المذكورة آنفاً أو الأخرى عامة. 1 وقد أوضحت النتائج التفصيلية بين نوع المبحوثين وبين المواقع التي تتبّع وسائل إعلامية أخرى ما يلي:-

1. تزداد نسبة الإناث عن الذكور بالنسبة لأولوية الدخول على مواقع (الصحف) بمعدل (21%، 17.2%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (99%)، حيث بلغت قيمة (Z = 6.8) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58).

1 . وليد عبد الفتاح ، (2007): دور الصحف المصرية الإلكترونية في التنشيط السياسي للمراهقين: دراسة تطبيقية، ماجستير غير منشورة، قسم الإعلام وثقافة الطفل، جامعة عين شمس، ص:5.

2. تزداد نسبة الذكور عن الإناث بالنسبة لأولوية الدخول على مواقع (التلفزيون) بمعدل (18.2%)، (14.9%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (99%)، حيث بلغت قيمة ($Z = 6.4$) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58).

3. تتقارب نسبة الإناث مع الذكور بالنسبة لأولوية الدخول على مواقع (الإذاعات) بمعدل (7.3%)، (7.1%) لكل منهما على التوالي، والفارق غير دال بمستوى ثقة (95%)، حيث بلغت قيمة ($Z = 0.6$) وهي أقل من القيمة الجدولية (1.96).

4. تزداد نسبة الذكور عن الإناث بالنسبة لأولوية الدخول على مواقع (الوكالات) بمعدل (9.7%)، (4.7%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (99%)، حيث بلغت قيمة ($Z = 14.6$) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58).

وقد أكد اختبار (χ^2) وجود علاقة دالة إحصائياً بين نوع المبحوثين وبين المواقع التي تتبع وسائل إعلامية أخرى على شبكة الإنترنت، حيث بلغت قيمته (11.7)، عند مستوى دلالة (0.01)، وتعتبر شدة العلاقة ضعيفة حيث بلغ معامل التوافق (0.15).

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة " سامي عبد الرؤوف طابع " والتي أشارت نتائجها إلى أن مواقع الجرائد والمجلات هي المصدر الأول للمعلومات على شبكة الإنترنت.

جدول رقم (26) توزيع عينة الدراسة طبقاً لمحرك البحث المفضلة لديهم

Z	الإجمالي		فئة العينة				محرك البحث	
			الإناث		الذكور			
د	ن	%	ك	%	ك	%	ك	
0.00	18.5	41.2	243	25.6	151	15.6	92	جوجل
0.00	8.3	14.9	88	6.1	36	8.8	52	ياهو
0.43	0.8	9	53	4.4	26	4.6	27	هوت ميل
0.00	13.8	5.8	34	1.5	9	4.3	25	أين
0.00	5.4	3.9	23	1.5	9	2.4	14	أبحث
0.00	38.7	25.1	148	20.7	122	4.4	26	أوبرا
		100	589	59.9	353	40.1	236	الإجمالي

يتضح من بيانات الجدول السابق أن جوجل يأتي في مقدمة محركات البحث التي يفضل المبحوثين استخدامها على شبكة الإنترنت بنسبة (41.2%)، يليه محرك أوبرا بنسبة (25.1%)، ثم محرك ياهو بنسبة (14.9%)، ثم محرك هوت ميل بنسبة (9%)، ثم محرك أين بنسبة (5.8%)، وأخيراً جاء محرك أبحث (3.9%) من إجمالي عينة الدراسة.

ويعزو الباحث أفضلية جوجل باعتباره متصفح قوى جدا ويمتاز بسرعة عالية ويحتوى على واجه بسيطة جدا وسهلة، كما يعد من أسرع المتصفحات الموجودة حالياً مقارنة بأي متصفح آخر وأكثرهم أمان، من حيث الاختراق، ويكثر الإقبال على استخدامه حيث يستحوذ على عدد هائل من المستخدمين؛ بسبب إمكانياته المذهلة والتي تعمل شركة جوجل دائماً على تطويرها، ومن أهم الخدمات التي يشتمل عليها محرك البحث جوجل:-

1. أخبار جوجل Google news :- يوجد لها مكان في أعلى محرك البحث وهذه الخدمة هي خدمة إخبارية يقدمها جوجل عن كل الإخبار العالمية وهي تحدد الإخبار التي تظهر لك حسب دولتك وتظهر أيضا إذا تصفحت جوجل من خلال الموبيل.
2. أماكن جوجل Google Places :- طريقة جميلة لمعرفة أماكن المحال التجارية والفنادق والمطاعم والشركات أيضا فإذا كنت لديك شركة او محال تجارى في خدمة جوجل للأماكن وقم بإضافة صور وفيديوهات للمكان التجاري و لاحظ سوف يأتي إليك زوار من تلك الخدمة من خلال البحث وذلك مهم جدا لأصحاب النشاطات الصغيرة لتثبيت علامتهم التجارية.
3. خرائط جوجل Google maps :- عبارة عن خرائط لدول العالم يتم التقاطها عن طريق الأقمار الصناعية ويمكنك أيضا التقريب من دال الدول والمدن أيضا بل ويمكن رؤية الشوارع التي توجد فيها ومنها يمكنك ايجاد أي مكان ما تبحث عن وهي تعتبر مميزة جدا ويمكنك إذا كنت تريد ان تعرف مكان معين كما يمكنك إضافة موقعك على الخريطة أيضا.
4. جوجل ادورد Google adwords هي خدمة تمكنك من عمل إعلان على جوجل مقابل مبلغ من المال وتقوم الإعلانات بالظهور في محرك البحث عندما يتم البحث عن شيء له علاقة بإعلانك ويمكنك أيضا الإعلان على اليوتيوب أو الإعلان على مواقع أخر مشتركة في برنامج جوجل ادسنس ولها علاقة بمحتوى موقعك.
5. جوجل ادسنس Google adsense :- هو البرنامج الإعلاني الخاص بجوجل يمكن لأصحاب المواقع والمدونات أو المنتديات أن يقوم بالاشتراك فيه من اجل عمل إعلانات لمواقع أخرى على مواقعهم ويمكنك من الحصول على المال حسب كل نقرة على الإعلان في موقعك وجوجل تلعب دور الوسيط بين صاحب الموقع والمعلن من خلال برنامج الإعلان على جوجل ادورد
6. تحليلات جوجل Google analytics :- جوجل اناليتكس هو برنامج مجاني من جوجل وهو هام جدا بالنسبة لأصحاب المواقع وهو يمكنهم من معرفة عدد زوار مواقعهم وما هي الصفحات الأكثر زيارة وما هي مصادر الزيارات الخاصة بموقعك وهو يساعد على إدارة حملات التسويق الإلكتروني معرفة عدد الباحثين عن كلمات معينة في محرك البحث سواء شهريا أو عالميا وهي مفيدة جدا عن اختيار الكلمات المفتاحية وأيضا عندما تريد أن تقوم بعمل إعلان على جوجل لتختار الكلمات المناسبة لإعلانك
7. جوجل بلس Google Plus :- خدمة جديدة لجول للمنافسة على مواقع التواصل الاجتماعي وهي يوجد بها عدة تطبيقات تم دمجها معا مثل خدمة المحادثة الجماعية و Buzz Google وهي تعتمد على Circles لعمل تصنيف للأصحاب وزملاء العمل يمكن التحكم في تلك التصنيفات حسب الرغبة كما انها قامت بربط عدة خدمات ببعض من اجل عمل نظام شبة متكامل من الخدمات كما أن تلك الخدمة توجد أيضا لأصحاب الهواتف المحمولة ومستخدمين نظام اندرويد الخاص بجوجل.
8. جوجل إيرث Google Earth يعتبر نسخة اقوي من خرائط جوجل لأنها تعمل بتقنية الـd3 لكي تتمكن من مشاهدة الأرض بدقة اعلي وروية أماكن لم ترها من قبل من خلال جوجل إيرث.

9. جوجل سكاى Google Sky خدمة إضافية تكون مع جوجل ايرث لمشاهدة الفضاء الخارجي وكل ما يتحرك من أجسام في هذا العالم الجميل
10. جوجل مون Google Moon خدمة مميزة من جوجل لمن يريد مشاهدة سطح القمر و هو عبارة عن تطبيق يتم تحميله مع جوجل ايرث
11. جوجل مارس Google Mars خدمة مميزة من جوجل لمن يريد مشاهدة اي منطقة لسطح المريخ وهو موقع يمكن من البحث ومشاهدة كوكب المريخ بدقة عالية جدا
12. ترجمة جوجل Google Translate خدمة مميزة من شركة جوجل لترجمة اللغات وهى تتيح لك ترجمة عدد كبير من اللغات لكي تستطيع قراءتها بلغتك أنت ولكن هذه الخدمة مازلت تحتاج إلى تطوير كبير وجهد اكبر من ذلك لكي تكون أكثر فاعلية فى ترجمة النصوص.
13. إجابات جوجل ومجموعات جوجل Google answers مجموعات تقدم خدمة جميلة جدا تتيح ل كان تسأل في شى معين ويجب عليك شخص آخر يهتم او يعرف إجابة سؤالك وهى متاحة لكل لكي يعرضوا آرائهم وتجاربهم وتخلق نوع من التعاون وتبادل الخبرات بين الأشخاص وتمكنك أيضا من تقييم الإجابات التي أعجبتك لكي تكون إجابة مميزة تظهر لمن يسأل مثال سؤالك.
14. جوجل بلوجور Google Blog يعتبر نظام ملك لشركة جوجل وتم إطلاق موقع بلوجر عام 1999 وهو يقدم خدمة تتيح لك عمل مدونة خاصة بك لتنتشر فيها اى معلومات سواء كانت شخصية او عامة وتكون استضافة المدونة على خوادم موقع بلوجر ويتكون دومين المدونة من الاسم الذي تختاره ثم هذا الدومين blogspot.com وتكون هذه المدونة مجانية وذلك لمساعدة الأشخاص على نشر المحتوى على الانترنت.
15. جوجل للبحث عن المدونات فقط: خدمة مميزة جدا من جوجل تتيح للمستخدمين البحث عن المدونات فقط سواء المدونات الشخصية او المدونات العامة
16. جوجل العاب Google Play : متجر خاص بالألعاب الخاصة بجوجل والعباب وتطبيقات اندرويد وتقوم شركة جوجل ببيع تلك التطبيقات لأصحاب الهواتف الذين يريدون تجربة تلك التطبيقات هى تطبيقات مميزة جدا تمكنك من استخدام هاتفك بشكل أفضل وهو يحتوى على عدد هائل من التطبيقات والألعاب أيضا وكلها مصنفة حسب نوعها
17. جوجل درايف Google Drive خدمة جديدة أطلقتها شركة جوجل عام 2012 وهى تتيح للمستخدمين إمكانية عمل ملفات سواء ملفات عادية او ملفات الجداول وتقوم جوجل بتخزين تلك الملفات على الخوادم الخاصة بها وتتيح لك مشاركة تلك الملفات مع اى شخص اخر لدية حساب على جوجل وهى تعتبر مثل حزمة أوفيس ولكن على الانترنت وتتيح الخدمة مساحة تخزينية 5 جيجا ويمكن طلب مساحة اكبر من ذلك ولكن تكون بمقابل مادي.
18. موقع اليوتيوب youtube الكل يستخدم هذا الموقع لأنة الأشهر في رفع ونشر ملفات الفيديو وقد اشترته شركة جوجل عام 2009 لينضم الى باقي خدماتها وهو يحتوى على عدد هائل جدا من الفيديوهات

التي لا حصر لها وهو يتيح لكل من يملك حساب عليا ان يرفع الملفات التي يريد ان يراها الأشخاص الآخرون حول العالم.

19. جوجل بوكس books هي خدمة مميزة جدا من جوجل تتيح للمستخدمين البحث عن الكتب فقط وتنشر لك الكتب والمؤلفين لتلك الكتب وتنشر لك بعض من محتوى تلك الكتب

20. اندرويد Android نظام مميز جدا أطلقته شركة جوجل للهواتف الذكية ويتيح لك هذا النظام استخدام عدد كبير من التطبيقات والألعاب ويعتبر طفرة هائلة في عالم أنظمة الهواتف لأنه انتشر بسرعة كبيرة جدا لان شركة جوجل تتيح لا احد التعديل وعمل تطبيقات يمكن استخدامها للهواتف

21. جوجل كود Google Code خدمة من جوجل غير معروفة لعامة الأشخاص ويعرفها اغلب المبرمجين ومطورين البرامج وهي تحتوى على اكواد Source code Open من اجل التعديل عليها ويمكنك أيضا البحث على كود معين بداخلها

22. جوجل الصحة Google Health يقدم نصائح طبية ونصائح للعناية بالصحة للمستخدمين

23. جوجل موقع Google Sites خدمة من جوجل تتيح لك عمل موقع مشاركته على الانترنت ويكون رابط الموقع يتكون من لاسم الذى قمت باختياره كلمة Google sites

24. جوجل توك Google Talk خدمة جديدة من خدمات جوجل تتيح لك التحدث ومشاهدة من تتحدث مع على الانترنت وهو موجود أيضا للهواتف التي تستخدم نظام اندرويد الخاص بجوجل وهو يعتبر برنامج محادثة مثل بقية برامج المحادثة المشهورة

25. جوجل مختبرات Google Labs موقع تابع لجوجل تعرض فيه المشاريع التي ينون إطلاقها ولكنها ليست مكتملة لكي تعرف آراء المستخدمين وعيوب هذه المنتجات او الخدمات

26. جوجل ريدير Google Reader خدمة من جوجل تتيح لك متابعة أكثر من موقع دون أن تلجا إلى فتح كل واحد في علامة تبويب وتمكنك من ترتيب وجدولة المواقع المفضلة لك لعرضها عليك

27. جوجل ديسك توب Google Desktop برنامج يتم تحميله مجانا ويعمل على جميع أنظمة الكمبيوتر يمكنك من خلاله عمل محادثات وسماع الموسيقى ومشاهدة الأفلام وبة أدوات أخرى مميزة

28. جوجل يقوم بالعمليات الحسابية إذا قمت بكتابة 5*5 في محرك البحث جوجل سوف يظهر لك نتيجة حاصل ضرب خمسة في خمسة

29. جوجل نول Knol موقع يكتب فيه الأشخاص مقالاتهم وهو يشبه الموسوعة ويمكن لأي شخص الكتابة في أي موضوع وهذه الخدمة متاحة أيضا بالعربية وهي تهدف إلى ثراء المحتوى على الانترنت

30. جوجل Picasa برنامج لتنظيم الصور الخاصة بك وتعديلها أيضا وقص الصور وإزالة اللون الأحمر من العيون الناتج عن التصوير ومميزات أخرى كثيرة

31. جوجل موبيل mobile تمكن هذه الخدمة من إرسال رسائل مجانية من خلال ايميل جوجل تقوم بإرسال رسالة لهاتف محمول او استخدام متصفح جوجل على الموبيل او استخدام برامج الاندرويد وحتى

يمكنك استخدام خرائط جوجل

32. جوجل *weather* خدمة من جوجل تمكنك من معرفة أحوال الطقس فى اى دولة حول العالم واى مدينة أيضا
33. تقويم جوجل *Google Calendar* تطبيق على الانترنت لترتيب المهام والمواعيد فهو ينبهك ما تريد فعلة قبل الموعد حسب رغبتك وهو مفيد لاي شخص وحتى الطلاب لأنه يقوم بإرسال رسائل لكن عن طريق الهاتف
34. جوجل *gmail* خدمة مميزة من جوجل تمكنك من عمل بريد الكتروني وإرسال واستقبال الرسائل ومميزات أخرى أكثر من ذلك
35. جوجل *Grants* خدمة للمساعدة الجمعيات الخيرية التي تساعد الأشخاص حول العالم الإعلان على جوجل من خلال البرنامج الإعلاني جوجل ادورد
36. جوجل *time* تايم خدمة يقدمها جوجل من اجل معرف التوقيت في مدينة معينة يمكنك تجربتها بكتابة كلمة *time* ثم اكتب بعدها اسم المدينة مثل *time Cairo* وسوف يظهر لك التوقيت الخاص بالمدينة
37. جوجل لتحويل العملات *financeconverter* يقوم محرك البحث جوجل بتحويل اى عملة تريد أن تعرف سعرها مقابل عمرة أخرى كما هو موضح فى الصورة يمكنك التجربة بنفسك
38. جوجل لمعرفة سعر أسهم البورصة خدمة مميزة من جوجل تمكنك من معرف سعر اسم معينة فى البورصة كل ما عليك فعلة هو كتابة كود الشركة التي تريد ان تعرف سعر السهم الخاص بها
39. جوجل لتحويل وحدات القياس يمكنك كتابة اى وحدة قياس وتحويلها إلى وحدة قياس أخرى من خلال محرك البحث جوجل تكون الصيغة بتلك الطريقة *120 cm in inches*
40. جوجل للبحث عن المقالات *Google Scholar* خدمة تمكنك من البحث عن المقالات الموجودة على الانترنت فى موضوع معين وهى خدمة تخدم كل من يريد قراءة المقالات العامية من اجل الأبحاث العلمية وتحضير الدكتوراه
41. جوجل *SketchUp* برنامج مجاني يمكنك من عمل رسومات ثلاثية الأبعاد حسب رغبتك ويمكنك من عمل تصميمات مثل تصميم البيوت والمزارع ويمكن الاعتماد عليه فى عمل تصور لمشروع معين
42. جوجل للبحث الصوتي *Voice Search – Google* يمكنك محرك البحث جوجل من البحث فيه عن طريق التحدث وهذه الخدمة متاحة لأصحاب هواتف المحمول وتظهر نتائج عادية ويمكنها ان تظهر نتائج لا إجابات شفوية.
- وقد أوضحت النتائج التفصيلية بين نوع المبحوثين وبين محركات البحث التي يفضلون استخدامها على شبكة الإنترنت ما يلي:-
1. تزداد نسبة الإناث عن الذكور بالنسبة لأولوية محرك البحث (جوجل) بمعدل (25%، 15.6%) لكل منهما على التوالي، والفرق دال بمستوى ثقة (99%)، حيث بلغت قيمة ($Z = 18.5$) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58).

2. تزداد نسبة الإناث عن الذكور بالنسبة لأولوية محرك البحث (أويرا) بمعدل (20.7%، 4.4%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (99%)، حيث بلغت قيمة ($Z = 38.7$) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58).

3. تزداد نسبة الذكور عن الإناث بالنسبة لأولوية محرك البحث (ياهو) بمعدل (8.8%، 6.1%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (99%)، حيث بلغت قيمة ($Z = 8.3$) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58).

4. تتقارب نسبة الذكور مع الإناث بالنسبة لأولوية محرك البحث (هوت ميل) بمعدل (4.6%، 4.4%) لكل منهما على التوالي، والفارق غير دال بمستوى ثقة (95%)، حيث بلغت قيمة ($Z = 0.8$) وهي أقل من القيمة الجدولية (1.96).

5. تزداد نسبة الذكور عن الإناث بالنسبة لأولوية محرك البحث (أين) بمعدل (4.3%، 1.5%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (99%)، حيث بلغت قيمة ($Z = 13.8$) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58).

6. تزداد نسبة الذكور عن الإناث بالنسبة لأولوية محرك البحث (أبحث) بمعدل (2.4%، 1.5%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (99%)، حيث بلغت قيمة ($Z = 5.4$) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58).

وقد أكد اختبار (ك²) وجود علاقة دالة إحصائياً بين نوع المبحوثين وبين محركات البحث التي يفضلون استخدامها على شبكة الإنترنت، حيث بلغت قيمته (92.2)، عند مستوى دلالة (0.00)، وتعتبر شدة العلاقة متوسطة حيث بلغ معامل التوافق (0.37).

جدول رقم (27) توزيع عينة الدراسة طبقاً لمدى مشاركتهم بالتعليق فيما تتصفحها في الإنترنت

Z	الإجمالي		فئة العينة				الاتجاه	
			الإناث		الذكور			
د	ن	%	ك	%	ك	%	ك	
0.00	11.7	31	124	12.3	49	18.8	75	أعلق دائما
0.00	11.7	35.5	142	21.3	85	14.3	57	أعلق أحيانا
0.00	5.5	21	84	9.3	37	11.8	47	نادرا ما أعلق
0.00	5.7	12.5	50	7.3	29	5.3	21	لا أعلق
		100	400	50	200	50	200	الإجمالي

يتضح من بيانات الجدول السابق أن اتجاهات المبحوثين حول المشاركة بالتعليق فيما يتصفحونه على شبكة الإنترنت تتراوح كالاتي:- أولا: أعلق أحيانا بنسبة (35.5%)، ثانيا: ذهب بعضهم بنسبة (31%) إلى التعليق دائما، بينما ذهب آخرون بنسبة (21%) إلى التعليق بشكل نادر، وأخيراً أفاد ما نسبته (12.5%) من المبحوثين إلى عدم مشاركتهم بالتعليق على فيما يتصفحونه على شبكة الإنترنت.

ويستدل من ذلك على قدرة المبحوثين على التجاوب مع المضامين والرسائل المنشورة على شبكة الإنترنت، ويطلق على تلك السمة التفاعل والتي تركز طبقاً للخدمات التي تقدمها نظم الاتصال عبر الإنترنت في خدمات ثلاث هي:¹

1. **الاتصال:** فالإتصال عبر الإنترنت يتم بأشكال ومواقف مختلفة من فرد لأخر، أو من فرد لجماعة أو جماعات أخرى ومن جماعة لمجموعات أخرى، لأغراض علمية تتمثل في: البحث والدراسة أو شخصية كتبادل الحوار والنقاش.

2. **التفاعل:** الذي يلجأ الأفراد فيها لاستخدام الإنترنت من أجل التسلية، أو التعلم، وغالبا ما يتم اللجوء إلى أشكال التفاعل لدوافع اجتماعية كالتواصل والتثقيف.

3. **الإعلام والمعلومات:** يستخدم الأفراد الإنترنت لنشر واسترجاع المعلومات، التي تغطي مجال واسع من الأنشطة الإنسانية والمعرفية.

وقد أوضحت النتائج التفصيلية بين نوع المبحوثين وبين مدى مشاركتهم بالتعليق على ما يتصفحونه على شبكة الإنترنت ما يلي:-

1. تزداد نسبة الإناث عن الذكور لمشاركتهم أحيانا بالتعليق على ما يتصفحونه على شبكة الإنترنت بمعدل (21.3%، 14.3%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (99%)، حيث بلغت قيمة $Z=11.7$ وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58).

2. تزداد نسبة الذكور عن الإناث لمشاركتهم بالتعليق دائما على ما يتصفحونه على شبكة الإنترنت بمعدل (18.8%، 12.3%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (99%)، حيث بلغت قيمة $Z=11.7$ وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58).

3. تزداد نسبة الذكور عن الإناث لمشاركتهم بالتعليق نادرا على ما يتصفحونه على شبكة الإنترنت بمعدل (11.8%، 9.3%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (99%)، حيث بلغت قيمة $Z=5.5$ وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58).

4. تزداد نسبة الإناث عن الذكور لمشاركتهم بعدم التعليق على ما يتصفحونه على شبكة الإنترنت بمعدل (7.3%، 5.3%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (99%)، حيث بلغت قيمة $Z=5.7$ وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58).

وقد أكد اختبار (ك²) وجود علاقة دالة إحصائيا بين نوع المبحوثين وبين مدى مشاركتهم بالتعليق على ما يتصفحونه على شبكة الإنترنت، حيث بلغت قيمته (13.4)، عند مستوى دلالة (0.00)، وتعتبر شدة العلاقة ضعيفة حيث بلغ معامل التوافق (0.18).

1. حنان جنيد، تكنولوجيا الاتصال التفاعلي (الإنترنت) وعلاقته بدرجة الوعي السياسي لدى طلاب الجامعات المصرية. م.س. ص:6.

جدول رقم (28) توزيع عينة الدراسة طبقاً لأسباب تفضيلهم مواقع بعينها على شبكة الإنترنت

Z	الإجمالي		فئة العينة				أسباب التفضيل	
			الإناث		الذكور			
د	ن	%	ك	%	ك	%	ك	
0.01	2.6	38.1	171	19.8	89	18.3	82	الشكل الجيد
0.00	3.8	19.4	87	8.9	40	10.5	47	الشهرة الواسعة
0.00	17.5	20.5	92	6.5	29	14	63	توافق اهتمامي
0.00	22.5	22.1	99	16	72	6	27	الثقة والموضوعية
		100	449	51.2	230	48.8	219	الإجمالي

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن الشكل الجيد يأتي في مقدمة أسباب تفضيل الباحثين للمواقع التي يفضلون تصفحها على شبكة الإنترنت بنسبة (38.1%)، يلي ذلك الثقة والموضوعية بنسبة (22.1%)، ثم توافق اهتمامي بنسبة (20.5%)، بفارق طفيف عن الشهرة الواسعة كإحدى أسباب التفضيل بنسبة (19.4%) من إجمالي عينة الباحثين.

يستدل من ذلك أن الشكل الجيد يمثل السمة الأبرز لتفضيل الباحثين للمواقع التي يرتادونها على شبكة الإنترنت، ويعزو الباحث هذه النتيجة إلى مدى تأثير هذه السمة في نفوس الباحثين سواء من حيث عنصر الإنقرائية الذي يكسب عين القارئ الهدوء والقدرة على التنقل بين السطور بسلاسة ويسر، ومن ثم استقطاب المستخدمين ودفعهم إلى المواظبة والحرص على استخدام هذه المواقع والاشتراك فيها والتفاعل معها، وحرى بنا التأكيد على أن الشكل الجيد للموقع ما هو إلا نتيجة حية للتصميم الجيد الذي يركز بدوره على بعدين أساسيين أولاً: التنسيق بين التصميم والمحتوى بحيث يجب ألا يتداخل التصميم في المحتوى و يجعل قراءته صعبة، وأن ألا تمنع أرضية التصميم قراءة المحتوى أو تشوش عليه، وألا يصحب التصميم عائناً للقراءة السلسلة للمحتوى، وثانياً: سهولة التصفح بمعنى يجب أن يكون نظام التصفح سهل و واضح للمستخدم و لا يحتاج منة جهد للوصول إلى الصفحة المراد الوصول إليها، وأن يكون وصلات التصفح نفسها واضحة في الصفحة في مكان بارز، وأن يعلم المستخدم هو في أي صفحة من صفحات الموقع بتوضيح العنوان في مكان ظاهر له أو بتغيير لون وصلة الصفحة الراهنة.. وقد أوضحت النتائج التفصيلية بين نوع الباحثين وبين أسباب تفضيلهم لمواقع بعينها على شبكة الإنترنت ما يلي:-

1. تزداد نسبة الإناث عن الذكور من حيث أولوية (الشكل الجيد) كسبب لتفضيلهم مواقع بعينها على شبكة الإنترنت بمعدل (19.8%، 18.3%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (99%)، حيث بلغت قيمة (Z=2.6) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58).
2. تزداد نسبة الإناث عن الذكور من حيث أولوية (الثقة والموضوعية) كسبب لتفضيلهم مواقع بعينها على شبكة الإنترنت بمعدل (16%، 6%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (99%)، حيث بلغت قيمة (Z=22.5) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58).

3. تزداد نسبة الذكور عن الإناث من حيث أولوية (توافق اهتمامي) كسبب لتفضيلهم مواقع بعينها على شبكة الإنترنت بمعدل (14%، 6.5%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (99%)، حيث بلغت قيمة ($Z=17.5$) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58).

4. تزداد نسبة الذكور عن الإناث من حيث أولوية (الشهرة الواسعة) كسبب لتفضيلهم مواقع بعينها على شبكة الإنترنت بمعدل (10.5%، 8.9%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (99%)، حيث بلغت قيمة ($Z=3.8$) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58).

وقد أكد اختبار (كا2) وجود علاقة دالة إحصائياً بين نوع المبحوثين وبين أسباب تفضيلهم على مواقع بعينها على شبكة الإنترنت، حيث بلغت قيمته (34.4)، عند مستوى دلالة (0.00)، وتعتبر شدة العلاقة ضعيفة حيث بلغ معامل التوافق (0.27).

جدول رقم (29) توزيع عينة الدراسة طبقا لدوافع استخدام شبكة الانترنت

Z	الإجمالي		فئة العينة				الاتجاه	دوافع استخدام الإنترنت	
			الإناث		الذكور				
د	ن	%	ك	%	ك	%	ك		
0.00	11.1	55.8	223	32.3	129	23.5	94	أوافق	الشعور بالراحة النفسية
0.00	13.9	33	132	12.5	50	20.5	82	إلى حد ما	
0.04	2.1	11.3	45	5.3	21	6	24	لا أوافق	
0.00	14.6	51.5	206	31	124	20.5	82	أوافق	متابعة علاقات ليبيا مع الدول العربية
0.00	10.2	31.3	125	12.8	51	18.5	74	إلى حد ما	
0.00	11.3	17.3	69	6.3	25	11	44	لا أوافق	
0.00	14.2	51.8	207	31	124	20.8	83	أوافق	معرفة كل ما يتعلق باختصاصي في ليبيا
0.00	18	35.3	141	12.3	49	23	92	إلى حد ما	
0.17	1.4	13.1	52	6.8	27	6.3	25	لا أوافق	
0.00	5.8	36.5	146	20	80	16.5	66	أوافق	متابعة الإعلانات الحكومية والعامه
0.00	13	35.8	143	14	56	21.8	87	إلى حد ما	
0.00	8	27.8	112	16	64	11.8	47	لا أوافق	
0.00	24	44.6	178	30.3	121	14.3	57	أوافق	معرفة التوجهات السياسية للحكومة والعامه
0.00	19.7	40.1	160	13.8	55	26.3	105	إلى حد ما	
0.00	8.4	15.3	61	6	24	9.3	37	لا أوافق	
0.00	13.4	35.6	142	21.8	87	13.8	55	أوافق	معرفة أخبار الأحزاب التي انتمى أو أويدها
0.00	7.3	34.3	137	15	60	19.3	77	إلى حد ما	
0.00	6.4	30.1	120	13.3	53	16.8	67	لا أوافق	
0.01	2.7	55	220	26.5	106	28.5	114	أوافق	معرفة أخبار الأندية الرياضية والمنتخب القومي الليبي
0.00	11.5	27.3	109	10.5	42	16.8	67	إلى حد ما	
0.00	19.4	17.8	71	13	52	4.8	19	لا أوافق	
0.18	1.4	54.8	219	26.8	107	28	112	أوافق	معرفة الأخبار الفنية الليبية
0.00	11.1	29	116	11.5	46	17.5	70	إلى حد ما	
0.00	18.1	16.3	65	11.8	47	4.5	18	لا أوافق	
0.00	13.2	54.8	219	32.3	129	22.5	90	أوافق	متابعة أخبار الانتخابات والأحداث السياسية في ليبيا
0.00	14.9	29	116	10.5	42	18.5	74	إلى حد ما	
0.00	3.7	16.1	64	7.3	29	8.8	35	لا أوافق	
0.00	15.9	62.5	250	34.5	138	28	112	أوافق	متابعة الأوضاع الأمنية في ليبيا
0.00	21	28.8	115	12.5	50	16.3	65	إلى حد ما	
0.00	15.1	8.5	34	3	12	5.5	22	لا أوافق	

جدول رقم (30) توزيع عينة الدراسة طبقاً لدوافع استخدام الإنترنت

معامل التوافق	مستوى الدلالة	كا	المتوسط الحسابي	الوزن النسبي	دوافع استخدام الإنترنت
0.29	0.00	37.4	2.6	85.3	الحصول على الجديد في الأحداث اليومية الليبية
0.31	0.00	41.8	2.50	83.2	الإحاطة بكل ما يدور في ليبيا
0.27	0.00	30.5	2.5	83.4	معرفة التحليلات ووجهات النظر المختلفة للقضايا الليبية
0.19	0.00	14.3	2.58	85.9	معرفة الأخبار والوقائع المحلية في ليبيا
0.28	0.00	34.4	2.24	74.6	البحث عن الأخبار الاقتصادية الليبية
0.27	0.00	32.5	2.16	72	لتعديل سلوكي حول بعض القضايا
0.23	0.00	22.5	2.05	68.3	معرفة قوانين الابتعاث والاستثمار الليبية
0.24	0.00	23.4	2.33	77.5	التعرف على الوضع السياسي في ليبيا
0.17	0.01	12.2	2.31	77.1	الحاجة لمعرفة أخبار الجهات التي اتبعتها في ليبيا
0.10	0.25	4.1	2.64	88	معرفة أخبار منطقتي في ليبيا
0.18	0.01	12.8	2.45	82	الشعور بالراحة النفسية
0.21	0.00	18	2.42	81	متابعة علاقات ليبيا مع الدول العربية
0.22	0.00	21.3	2.39	80	معرفة كل ما يتعلق باختصاصي في ليبيا
0.16	0.01	10.7	2.08	69	متابعة الإعلانات الحكومية والعامّة
0.31	0.00	41.4	2.29	76	معرفة التوجهات السياسية للحكومة والعامّة
0.16	0.01	11	2.05	68	معرفة أخبار الأحزاب التي انتمى أو أويدها
0.22	0.00	21	2.37	79	معرفة أخبار الأندية الرياضية والمنتخب القومي الليبي
0.21	0.00	18	2.38	79	معرفة الأخبار الفنية الليبية
0.20	0.00	16.3	1.90	63	متابعة أخبار الانتخابات والأحداث السياسية في ليبيا
0.29	0.00	37.1	2.51	84	متابعة الأوضاع الأمنية في ليبيا

ينضح من بيانات الجدول السابق أن دوافع استخدام الإنترنت لدى المبحوثين تتمثل على الترتيب فيما يلي:- **أولاً:**- معرفة أخبار منطقتي في ليبيا بوزن نسبي (88%)، ومتوسط حسابي (2.64)، وتراوحت درجات الموافقة بين المبحوثين على النحو التالي: أولاً: موافق بنسبة (70.5%) لصالح الإناث عن الذكور بنسبة (37.5% إلى 33%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (99%)، حيث بلغت قيمة ($Z = 5.4$) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58)، ثانياً: موافق إلى حد ما بنسبة (23%) لصالح الذكور عن الإناث بنسبة (13.5%، 9.5%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (99%)، حيث بلغت قيمة ($Z = 8.3$) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58)، ثالثاً: غير موافق بنسبة (6.5%) لصالح الذكور عن الإناث بنسبة (3.5%، 3%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (95%)، حيث بلغت قيمة ($Z = 2$) وهي أكبر من القيمة الجدولية (1.96)، وقد أكد اختبار (K^2) على وجود علاقة غير دالة إحصائياً بين نوع المبحوثين واتجاهاتهم نحو استخدام الإنترنت بدافع معرفة أخبار منطقتهم في ليبيا، حيث بلغت قيمته (4.1)، عند مستوى دلالة (0.25)، وتعتبر شدة العلاقة ضعيفة حيث بلغت قيمة معامل التوافق (0.10).

ثانياً: معرفة الأخبار والوقائع المحلية في ليبيا بوزن نسبي (85.9%)، ومتوسط حسابي (2.58)، وتراوحت درجات الموافقة بين المبحوثين على النحو التالي: أولاً: موافق بنسبة (65%) لصالح الإناث عن الذكور بنسبة (37% إلى 28%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (99%)، حيث بلغت

قيمة ($Z = 11.2$) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58)، ثانياً: موافق إلى حد ما بنسبة (27.8%) لصالح الذكور عن الإناث بنسبة (17.3%، 10.5%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (99%)، حيث بلغت قيمة ($Z = 12.9$) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58)، ثالثاً: غير موافق بنسبة (7.3%) لصالح الذكور عن الإناث بنسبة (4.8%، 2.5%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (99%)، حيث بلغت قيمة ($Z = 8.5$) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58)، وقد أكد اختبار (كا²) على وجود علاقة دالة إحصائياً بين نوع المبحوثين واتجاهاتهم نحو استخدام الإنترنت بدافع م معرفة الأخبار والوقائع المحلية في ليبيا، حيث بلغت قيمته (14.3)، عند مستوى دلالة (0.00)، وتعتبر شدة العلاقة ضعيفة حيث بلغت قيمة معامل التوافق (0.19).

ثالثاً: الحصول على الجديد في الأحداث اليومية الليبية بوزن نسبي (85.3%)، ومتوسط حسابي (2.6)، وتراوحت درجات الموافقة بين المبحوثين على النحو التالي: أولاً: موافق بنسبة (63.3%) لصالح الإناث عن الذكور بنسبة (39% إلى 24.3%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (99%)، حيث بلغت قيمة ($Z = 15.8$) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58)، ثانياً: موافق إلى حد ما بنسبة (29.3%) لصالح الذكور عن الإناث بنسبة (20.5%، 8.8%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (99%)، حيث بلغت قيمة ($Z = 21.6$) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58)، ثالثاً: غير موافق بنسبة (7.6%) لصالح الذكور عن الإناث بنسبة (5.3%، 2.3%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (99%)، حيث بلغت قيمة ($Z = 7.6$) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58)، وقد أكد اختبار (كا²) على وجود علاقة دالة إحصائياً بين نوع المبحوثين واتجاهاتهم نحو استخدام الإنترنت بدافع الحصول على الجديد في الأحداث اليومية الليبية، حيث بلغت قيمته (37.4)، عند مستوى دلالة (0.00)، وتعتبر شدة العلاقة متوسطة حيث بلغت قيمة معامل التوافق (0.29).

رابعاً: متابعة الأوضاع الأمنية في ليبيا بوزن نسبي (84%)، ومتوسط حسابي (2.51)، وتراوحت درجات الموافقة بين المبحوثين على النحو التالي: أولاً: موافق بنسبة (63.3%) لصالح الإناث عن الذكور بنسبة (34.5% إلى 28%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (99%)، حيث بلغت قيمة ($Z = 15.9$) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58)، ثانياً: موافق إلى حد ما بنسبة (28.8%) لصالح الذكور عن الإناث بنسبة (16.3%، 12.5%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (99%)، حيث بلغت قيمة ($Z = 28.8$) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58)، ثالثاً: غير موافق بنسبة (8.7%) لصالح الذكور عن الإناث بنسبة (5.5%، 3.3%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (99%)، حيث بلغت قيمة ($Z = 15.1$) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58)، وقد أكد اختبار (كا²) على وجود علاقة دالة إحصائياً بين نوع المبحوثين واتجاهاتهم نحو استخدام الإنترنت بدافع متابعة الأوضاع الأمنية في ليبيا، حيث بلغت قيمته (37.1)، عند مستوى دلالة (0.00)، وتعتبر شدة العلاقة متوسطة حيث بلغت قيمة معامل التوافق (0.29).

خامساً: معرفة التحليلات ووجهات النظر المختلفة للقضايا الليبية بوزن نسبي (83.4%)، ومتوسط حسابي (2.5)، وتراوحت درجات الموافقة بين المبحوثين على النحو التالي:- أولاً: موافق بنسبة (60.1%) لصالح الإناث عن الذكور بنسبة (36.8% إلى 23.3%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (99%)، حيث بلغت قيمة ($Z = 17.4$) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58)، ثانياً: موافق إلى حد ما بنسبة (30.3%) لصالح الذكور عن الإناث بنسبة (20%، 10.3%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (99%)، حيث بلغت قيمة ($Z = 17.6$) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58)، ثالثاً: غير موافق بنسبة (9.8%) لصالح الذكور عن الإناث بنسبة (6.8%، 3%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (99%)، حيث بلغت قيمة ($Z = 12.1$) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58)، وقد أكد اختبار (K^2) على وجود علاقة دالة إحصائية بين نوع المبحوثين واتجاهاتهم نحو استخدام الإنترنت بدافع معرفة التحليلات ووجهات النظر المختلفة للقضايا الليبية، حيث بلغت قيمته (30.5)، عند مستوى دلالة (0.00)، وتعتبر شدة العلاقة ضعيفة حيث بلغت قيمة معامل التوافق (0.27).

سادساً: الإحاطة بكل ما يدور في ليبيا بوزن نسبي (83.2%)، ومتوسط حسابي (2.50)، وتراوحت درجات الموافقة بين المبحوثين على النحو التالي: أولاً: موافق بنسبة (55.8%) لصالح الإناث عن الذكور بنسبة (35.8% إلى 20%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (99%)، حيث بلغت قيمة ($Z = 21.2$) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58)، ثانياً: موافق إلى حد ما بنسبة (38%) لصالح الذكور عن الإناث بنسبة (26.5%، 11.5%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (99%)، حيث بلغت قيمة ($Z = 24.3$) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58)، ثالثاً: غير موافق بنسبة (6.3%) لصالح الذكور عن الإناث بنسبة (3.5%، 2.8%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (99%)، حيث بلغت قيمة ($Z = 2.8$) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58)، وقد أكد اختبار (K^2) على وجود علاقة دالة إحصائية بين نوع المبحوثين واتجاهاتهم نحو استخدام الإنترنت بدافع الإحاطة بكل ما يدور في ليبيا، حيث بلغت قيمته (41.8)، عند مستوى دلالة (0.00)، وتعتبر شدة العلاقة ضعيفة حيث بلغت قيمة معامل التوافق (0.31).

سابعاً: الشعور بالراحة النفسية بوزن نسبي (82%)، ومتوسط حسابي (2.45)، وتراوحت درجات الموافقة بين المبحوثين على النحو التالي: أولاً: موافق بنسبة (55.8%) لصالح الإناث عن الذكور بنسبة (32.3% إلى 23.5%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (99%)، حيث بلغت قيمة ($Z = 11.1$) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58)، ثانياً: موافق إلى حد ما بنسبة (33%) لصالح الذكور عن الإناث بنسبة (20.5%، 12.5%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (99%)، حيث بلغت قيمة ($Z = 13.9$) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58)، ثالثاً: غير موافق بنسبة (11.3%) لصالح الذكور عن الإناث بنسبة (6%، 5.3%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (95%)، حيث بلغت قيمة ($Z = 2.1$) وهي أقل من القيمة الجدولية (1.96)، وقد أكد اختبار (K^2) على وجود علاقة دالة إحصائية بين نوع المبحوثين واتجاهاتهم نحو استخدام الإنترنت بدافع الشعور بالراحة النفسية، حيث بلغت

قيمه (12.8)، عند مستوى دلالة (0.01)، وتعتبر شدة العلاقة ضعيفة حيث بلغت قيمة معامل التوافق (0.18).

ثامناً: متابعة علاقات ليبيا مع الدول العربية بوزن نسبي (81%)، ومتوسط حسابي (2.42)، وتراوحت درجات الموافقة بين المبحوثين على النحو التالي: أولاً: موافق بنسبة (51.5%) لصالح الإناث عن الذكور بنسبة (31% إلى 20.5%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (99%)، حيث بلغت قيمة ($Z = 14.6$) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58)، ثانياً: موافق إلى حد ما بنسبة (31.3%) لصالح الذكور عن الإناث بنسبة (18.5%، 12.8%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (99%)، حيث بلغت قيمة ($Z = 10.2$) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58)، ثالثاً: غير موافق بنسبة (17.3%) لصالح الذكور عن الإناث بنسبة (11%، 6.3%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (99%)، حيث بلغت قيمة ($Z = 11.3$) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58)، وقد أكد اختبار (χ^2) على وجود علاقة دالة إحصائياً بين نوع المبحوثين واتجاهاتهم نحو استخدام الإنترنت بدافع متابعة علاقات ليبيا مع الدول العربية، حيث بلغت قيمته (18)، عند مستوى دلالة (0.00)، وتعتبر شدة العلاقة ضعيفة حيث بلغت قيمة معامل التوافق (0.21).

تاسعاً: معرفة كل ما يتعلق باختصاصي في ليبيا بوزن نسبي (80%)، ومتوسط حسابي (2.39)، وتراوحت درجات الموافقة بين المبحوثين على النحو التالي: - أولاً: موافق بنسبة (51.8%) لصالح الإناث عن الذكور بنسبة (31% إلى 20.8%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (99%)، حيث بلغت قيمة ($Z = 14.2$) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58)، ثانياً: موافق إلى حد ما بنسبة (35.3%) لصالح الذكور عن الإناث بنسبة (23%، 12.3%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (99%)، حيث بلغت قيمة ($Z = 18$) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58)، ثالثاً: غير موافق بنسبة (13.1%) لصالح الإناث عن الذكور بنسبة (6.8%، 6.3%) لكل منهما على التوالي، والفارق غير دال بمستوى ثقة (95%)، حيث بلغت قيمة ($Z = 1.4$) وهي أقل من القيمة الجدولية (1.96)، وقد أكد اختبار (χ^2) على وجود علاقة دالة إحصائياً بين نوع المبحوثين واتجاهاتهم نحو استخدام الإنترنت بدافع معرفة كل ما يتعلق باختصاصي في ليبيا، حيث بلغت قيمته (21.3)، عند مستوى دلالة (0.00)، وتعتبر شدة العلاقة ضعيفة حيث بلغت قيمة معامل التوافق (0.22).

عاشراً: معرفة أخبار الأندية الرياضية والمنتخب القومي الليبي بوزن نسبي (79%)، ومتوسط حسابي (2.37)، وتراوحت درجات الموافقة بين المبحوثين على النحو التالي: أولاً: موافق بنسبة (55%) لصالح الذكور عن الإناث بنسبة (28.5% إلى 26.5%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (99%)، حيث بلغت قيمة ($Z = 2.7$) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58)، ثانياً: موافق إلى حد ما بنسبة (27.3%) لصالح الذكور عن الإناث بنسبة (16.8%، 10.5%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (99%)، حيث بلغت قيمة ($Z = 11.5$) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58)، ثالثاً: غير موافق بنسبة (13%) لصالح الإناث عن الذكور بنسبة (13%، 4.8%) لكل منهما على التوالي، والفارق

دال بمستوى ثقة (99%)، حيث بلغت قيمة ($Z = 19.4$) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58)، وقد أكد اختبار (K^2) على وجود علاقة دالة إحصائياً بين نوع المبحوثين واتجاهاتهم نحو استخدام الإنترنت بدافع معرفة أخبار الأندية الرياضية والمنتخب القومي الليبي، حيث بلغت قيمته (21)، عند مستوى دلالة (0.00)، وتعتبر شدة العلاقة ضعيفة حيث بلغت قيمة معامل التوافق (0.22).

وكذلك أيضاً: معرفة الأخبار الفنية الليبية بوزن نسبي (79%)، ومتوسط حسابي (2.38)، وتراوحت درجات الموافقة بين المبحوثين على النحو التالي:- أولاً: موافق بنسبة (54.8%) لصالح الذكور عن الإناث بنسبة (28% إلى 26.8%) لكل منهما على التوالي، والفارق غير دال بمستوى ثقة (95%)، حيث بلغت قيمة ($Z = 1.4$) وهي أقل من القيمة الجدولية (1.96)، ثانياً: موافق إلى حد ما بنسبة (29%) لصالح الذكور عن الإناث بنسبة (17.5%، 11.5%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (99%)، حيث بلغت قيمة ($Z = 11.1$) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58)، ثالثاً: غير موافق بنسبة (16.3%) لصالح الإناث عن الذكور بنسبة (11.8%، 4.5%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (99%)، حيث بلغت قيمة ($Z = 18.1$) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58)، وقد أكد اختبار (K^2) على وجود علاقة دالة إحصائياً بين نوع المبحوثين واتجاهاتهم نحو استخدام الإنترنت بدافع معرفة الأخبار الفنية الليبية، حيث بلغت قيمته (18)، عند مستوى دلالة (0.00)، وتعتبر شدة العلاقة ضعيفة حيث بلغت قيمة معامل التوافق (0.21).

الحادي عشر: التعرف على الوضع السياسي في ليبيا بوزن نسبي (77.5%)، ومتوسط حسابي (2.33)، وتراوحت درجات الموافقة بين المبحوثين على النحو التالي:- أولاً: موافق بنسبة (48%) لصالح الإناث عن الذكور بنسبة (30% إلى 18%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (99%)، حيث بلغت قيمة ($Z = 17.3$) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58)، ثانياً: موافق إلى حد ما بنسبة (36.5%) لصالح الذكور عن الإناث بنسبة (22%، 14.5%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (99%)، حيث بلغت قيمة ($Z = 12.4$) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58)، ثالثاً: غير موافق بنسبة (15.5%) لصالح الذكور عن الإناث بنسبة (10%، 5.5%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (99%)، حيث بلغت قيمة ($Z = 11.4$) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58)، وقد أكد اختبار (K^2) على وجود علاقة دالة إحصائياً بين نوع المبحوثين واتجاهاتهم نحو استخدام الإنترنت بدافع التعرف على الوضع السياسي في ليبيا، حيث بلغت قيمته (23.4)، عند مستوى دلالة (0.00)، وتعتبر شدة العلاقة ضعيفة حيث بلغت قيمة معامل التوافق (0.24).

الثاني عشر: الحاجة لمعرفة أخبار الجهات التي اتبعتها في ليبيا بوزن نسبي (77.1%)، ومتوسط حسابي (2.31)، وتراوحت درجات الموافقة بين المبحوثين على النحو التالي: أولاً: موافق بنسبة (48.3%) لصالح الإناث عن الذكور بنسبة (26.8% إلى 21.5%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (99%)، حيث بلغت قيمة ($Z = 48.3$) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58)، ثانياً: موافق إلى حد ما بنسبة (34.8%) لصالح الذكور عن الإناث بنسبة (21.5%، 13.3%) لكل منهما على التوالي، والفارق

دال بمستوى ثقة (99%)، حيث بلغت قيمة ($Z = 13.9$) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58)، ثالثاً: غير موافق بنسبة (17%) لصالح الذكور عن الإناث بنسبة (10%، 7%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (99%)، حيث بلغت قيمة ($Z = 7.3$) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58)، وقد أكد اختبار (كا²) على وجود علاقة دالة إحصائياً بين نوع المبحوثين واتجاهاتهم نحو استخدام الإنترنت بدافع الحاجة لمعرفة أخبار الجهات التي اتبعتها في ليبيا، حيث بلغت قيمته (12.2)، عند مستوى دلالة (0.01)، وتعتبر شدة العلاقة ضعيفة حيث بلغت قيمة معامل التوافق (0.17).

الثالث عشر: معرفة التوجهات السياسية للحكومة والعامّة بوزن نسبي (76%)، ومتوسط حسابي (2.29)، وتراوحت درجات الموافقة بين المبحوثين على النحو التالي:- أولاً: موافق بنسبة (44.7%) لصالح الإناث عن الذكور بنسبة (30.3% إلى 14.5%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (99%)، حيث بلغت قيمة ($Z = 24$) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58)، ثانياً: موافق إلى حد ما بنسبة (40.1%) لصالح الذكور عن الإناث بنسبة (26.3%، 13.8%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (99%)، حيث بلغت قيمة ($Z = 19.7$) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58)، ثالثاً: غير موافق بنسبة (15.3.8%) لصالح الذكور عن الإناث بنسبة (9.3%، 6%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (99%)، حيث بلغت قيمة ($Z = 8.4$) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58)، وقد أكد اختبار (كا²) على وجود علاقة دالة إحصائياً بين نوع المبحوثين واتجاهاتهم نحو استخدام الإنترنت بدافع معرفة التوجهات السياسية للحكومة والعامّة، حيث بلغت قيمته (41.4)، عند مستوى دلالة (0.00)، وتعتبر شدة العلاقة متوسطة حيث بلغت قيمة معامل التوافق (0.31).

الرابع عشر: البحث عن الأخبار الاقتصادية الليبية بوزن نسبي (74.6%)، ومتوسط حسابي (2.24)، وتراوحت درجات الموافقة بين المبحوثين على النحو التالي:- أولاً: موافق إلى حد ما بنسبة (41.8%) لصالح الذكور عن الإناث بنسبة (23.3% إلى 18.5%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (99%)، حيث بلغت قيمة ($Z = 7.4$) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58)، ثانياً: موافق بنسبة (41%) لصالح الإناث عن الذكور بنسبة (27%، 14%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (99%)، حيث بلغت قيمة ($Z = 20.3$) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58)، ثالثاً: غير موافق بنسبة (17.5%) لصالح الذكور عن الإناث بنسبة (12.8%، 4.5%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (99%)، حيث بلغت قيمة ($Z = 20$) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58)، وقد أكد اختبار (كا²) على وجود علاقة دالة إحصائياً بين نوع المبحوثين واتجاهاتهم نحو استخدام الإنترنت بدافع البحث عن الأخبار الاقتصادية الليبية، حيث بلغت قيمته (34.4)، عند مستوى دلالة (0.00)، وتعتبر شدة العلاقة متوسطة حيث بلغت قيمة معامل التوافق (0.28).

الخامس عشر: تعديل سلوكي حول بعض القضايا بوزن نسبي (72%)، ومتوسط حسابي (2.16)، وتراوحت درجات الموافقة بين المبحوثين على النحو التالي:- أولاً: موافق إلى حد ما بنسبة (41.5%) لصالح الذكور عن الإناث بنسبة (25% إلى 16.5%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة

(99%)، حيث بلغت قيمة ($Z=13.2$) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58)، ثانياً: موافق بنسبة (37.3%) لصالح الإناث عن الذكور بنسبة (25.5%، 11.8%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (99%)، حيث بلغت قيمة ($Z=22.4$) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58)، ثالثاً: غير موافق بنسبة (21.3%) لصالح الذكور عن الإناث بنسبة (13.3%، 8%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (99%)، حيث بلغت قيمة ($Z=11.5$) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58)، وقد أكد اختبار (χ^2) على وجود علاقة دالة إحصائية بين نوع المبحوثين واتجاهاتهم نحو استخدام الإنترنت بدافع تعديل سلوكي حول بعض القضايا، حيث بلغت قيمته (32.5)، عند مستوى دلالة (0.00)، وتعتبر شدة العلاقة ضعيفة حيث بلغت قيمة معامل التوافق (0.27).

السادس عشر: متابعة الإعلانات الحكومية والعامّة بوزن نسبي (69%)، ومتوسط حسابي (2.08)، وتراوحت درجات الموافقة بين المبحوثين على النحو التالي:- أولاً: موافق بنسبة (36.5%) لصالح الإناث عن الذكور بنسبة (20% إلى 16.5%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (99%)، حيث بلغت قيمة ($Z=5.8$) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58)، ثانياً: موافق إلى حد ما بنسبة (35.8%) لصالح الذكور عن الإناث بنسبة (21.8%، 14%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (99%)، حيث بلغت قيمة ($Z=13$) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58)، ثالثاً: غير موافق بنسبة (27.8%) لصالح الإناث عن الذكور بنسبة (16%، 11.8%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (99%)، حيث بلغت قيمة ($Z=8$) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58)، وقد أكد اختبار (χ^2) على وجود علاقة دالة إحصائية بين نوع المبحوثين واتجاهاتهم نحو استخدام الإنترنت بدافع متابعة الإعلانات الحكومية والعامّة، حيث بلغت قيمته (10.7)، عند مستوى دلالة (0.01)، وتعتبر شدة العلاقة ضعيفة حيث بلغت قيمة معامل التوافق (0.16).

السابع عشر: معرفة قوانين الابتعاث والاستثمار الليبية بوزن نسبي (68.3%)، ومتوسط حسابي (2.05)، وتراوحت درجات الموافقة بين المبحوثين على النحو التالي:- أولاً: موافق إلى حد ما بنسبة (37.8%) لصالح الذكور عن الإناث بنسبة (24.5% إلى 13.3%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (99%)، حيث بلغت قيمة ($Z=18.2$) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58)، ثانياً: موافق بنسبة (33.6%) لصالح الإناث عن الذكور بنسبة (20.8%، 12.8%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (99%)، حيث بلغت قيمة ($Z=13.8$) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58)، ثالثاً: غير موافق بنسبة (28.8%) لصالح الإناث عن الذكور بنسبة (16%، 12.8%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (99%)، حيث بلغت قيمة ($Z=6$) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58)، وقد أكد اختبار (χ^2) على وجود علاقة دالة إحصائية بين نوع المبحوثين واتجاهاتهم نحو استخدام الإنترنت بدافع معرفة قوانين الابتعاث والاستثمار الليبية، حيث بلغت قيمته (22.5)، عند مستوى دلالة (0.00)، وتعتبر شدة العلاقة ضعيفة حيث بلغت قيمة معامل التوافق (0.23).

الثامن عشر: معرفة أخبار الأحزاب التي انتمي أو أويدها بوزن نسبي (68%)، ومتوسط حسابي (2.05)، وتراوحت درجات الموافقة بين المبحوثين على النحو التالي:- أولاً: موافق بنسبة (35.6%) لصالح الذكور عن الإناث بنسبة (24.5% إلى 13.3%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (99%)، حيث بلغت قيمة ($Z = 13.4$) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58)، ثانياً: موافق إلى حد ما بنسبة (34.3%) لصالح الذكور عن الإناث بنسبة (21.7%، 13.8%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (99%)، حيث بلغت قيمة ($Z = 7.3$) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58)، ثالثاً: غير موافق بنسبة (30.1%) لصالح الذكور عن الإناث بنسبة (16.8%، 13.3%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (99%)، حيث بلغت قيمة ($Z = 6.4$) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58)، وقد أكد اختبار (χ^2) على وجود علاقة دالة إحصائية بين نوع المبحوثين واتجاهاتهم نحو استخدام الإنترنت بدافع معرفة أخبار الأحزاب التي انتمي أو أويدها، حيث بلغت قيمته (11)، عند مستوى دلالة (0.01)، وتعتبر شدة العلاقة ضعيفة حيث بلغت قيمة معامل التوافق (0.16).

التاسع عشر: متابعة أخبار الانتخابات والأحداث السياسية في ليبيا بوزن نسبي (63%)، ومتوسط حسابي (1.90)، وتراوحت درجات الموافقة بين المبحوثين على النحو التالي:- أولاً: موافق بنسبة (54.8%) لصالح الإناث عن الذكور بنسبة (32.3% إلى 22.5%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (99%)، حيث بلغت قيمة ($Z = 13.2$) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58)، ثانياً: موافق إلى حد ما بنسبة (29%) لصالح الذكور عن الإناث بنسبة (18.5%، 10.5%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (99%)، حيث بلغت قيمة ($Z = 14.9$) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58)، ثالثاً: غير موافق بنسبة (16.1%) لصالح الذكور عن الإناث بنسبة (8.8%، 7.3%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (99%)، حيث بلغت قيمة ($Z = 3.7$) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58)، وقد أكد اختبار (χ^2) على وجود علاقة دالة إحصائية بين نوع المبحوثين واتجاهاتهم نحو استخدام الإنترنت بدافع متابعة أخبار الانتخابات والأحداث السياسية في ليبيا، حيث بلغت قيمته (16.3)، عند مستوى دلالة (0.00)، وتعتبر شدة العلاقة ضعيفة حيث بلغت قيمة معامل التوافق (0.20).

ويستدل من ذلك أن أهم دوافع استخدام شبكة الإنترنت لدى الجاليات الليبية المقيمة في مصر تتضح في متابعة الأحداث التي تجري في ليبيا سواء على صعيد محل إقامة المبحوثين -القرية، المدينة، المحافظة- أو على المستوى العام للدولة؛ وهذا ما أكدت عليه نتائج على الترتيب طبقاً لما أفاد به المبحوثين ب معرفة أخبار منطقتي في ليبيا أولاً، ومعرفة الأخبار والوقائع المحلية في ليبيا ثانياً، والحصول على الجديد في الأحداث اليومية الليبية، وذلك مقارنة بالأحداث السياسية والتي تتراجع أولويتها حيث متابعة أخبار الانتخابات والأحداث السياسية في ليبيا، ومعرفة أخبار الأحزاب التي انتمي أو أويدها...إلخ.

وتتفق هذه النتائج مع أولاً: دراسة سامي طابع والتي توصلت إلى أن شبكة الإنترنت تعتبر مصدراً هاماً للأخبار والحصول على المعلومات بنسبة (91.5%)، ثم قضاء وقت الفراغ بنسبة (88.7%)¹. وثانياً: دراسة محمود أحمد مزيد والتي توصلت إلى أن أهم أوجه استخدامات الشباب للإنترنت هو الحصول على المعلومات بنسبة (85.7%)، ثم قضاء وقت الفراغ بنسبة (53.3%). وثالثاً: دراسة شيماء العزب حسين والتي توصلت إلى أن أكثر الأوقات التي يزداد خلالها استخدام الشباب عينة الدراسة لشبكة الإنترنت هي عند البحث عن المعلومات بنسبة (75.3%) ثم شغل أوقات الفراغ بنسبة (68.8%)². وكذلك دراسة روبين ، باباكاريسي Rubin & Papacharissi والتي توصلت إلى أن الجماهير الذين يشعرون بالرضا عن الحياة والأمان المادي يفضلون استخدام الإنترنت كأداة نفعية كمثل البحث عن المعلومات، أما من هم أقل رضا فيشعرون أنهم أقل من أقرانهم في الاتصال الشخصي لذلك فهم يستخدمون الإنترنت كبديل وظيفي للاتصال الشخصي وقضاء الوقت وليس كأداة نفعية ضرورية للتطور.³

1. سامي عبد الرؤوف طابع، استخدام الإنترنت في العالم العربي.

2. الشيماء العزب حسين، تأثير التعرض لشبكة الإنترنت على إدراك الشباب لمجتمع المعلومات.

3. Zizi Papacharissi & Alan M. Rubin " predictor of Internet Use " Journal of Broadcasting and Electronic Media – (vol 44 – no 2 – 2000)

جدول رقم (31) توزيع عينة الدراسة طبقاً لأسباب استخدام شبكة الإنترنت

Z	الإجمالي		فئة العينة				الاتجاه	أسباب استخدام الإنترنت
			الإناث		الذكور			
د	ن	%	ك	%	ك	%	ك	
0.00	13.1	52.5	210	31	124	21.5	86	أوافق
0.00	12.4	3.3	153	15.3	61	23	92	إلى حد ما
0.00	5.6	9.3	37	3.8	15	5.5	22	لا أوافق
0.00	11.1	49.8	199	28.8	115	21	84	أوافق
0.00	9.1	40.8	163	17.5	70	23.3	93	إلى حد ما
0.00	6.5	9.5	38	3.8	15	5.8	23	لا أوافق
0.00	6.3	63.5	254	34.3	137	29.3	117	أوافق
0.00	8.4	31.3	125	13.3	53	18	72	إلى حد ما
0.19	1.3	5.3	21	2.5	10	2.8	11	لا أوافق
0.00	4.9	66.5	266	35.3	141	31.3	125	أوافق
0.00	5.1	24.5	98	11	44	13.5	54	إلى حد ما
0.00	5	9	36	3.8	15	5.3	21	لا أوافق
0.00	12.6	63	252	36.5	146	26.5	106	أوافق
0.00	21	27.5	110	8.3	33	19.3	77	إلى حد ما
0.00	3.2	9.5	38	5.3	21	4.3	17	لا أوافق
0.00	12.6	59.3	237	34.5	138	24.8	99	أوافق
0.00	16.9	33.8	135	12	48	21.8	87	إلى حد ما
1.00	0	7	28	3.5	14	3.5	14	لا أوافق
0.00	24	48.8	195	32.8	131	16	64	أوافق
0.00	18.5	33.3	133	11.3	45	22	88	إلى حد ما
0.00	14.1	18	72	6	24	12	48	لا أوافق
0.00	12.8	61	244	35.5	142	25.5	102	أوافق
0.00	14.7	29.5	118	10.8	43	18.8	75	إلى حد ما
0.00	6.5	9.5	38	3.8	15	5.8	23	لا أوافق
0.28	1.1	55.8	223	27.5	110	28.3	113	أوافق
0.00	5	30.8	123	14	56	16.8	67	إلى حد ما
0.00	10.4	13.5	54	8.5	34	5	20	لا أوافق
0.00	12.7	59.8	239	34.8	139	25	100	أوافق
0.00	14.5	30.5	122	11.3	45	19.3	77	إلى حد ما
0.00	5.7	9.8	39	4	16	5.8	23	لا أوافق

يوضح من بيانات الجدول السابق أن أسباب استخدام شبكة الإنترنت لدى المبحوثين تتمثل على الترتيب فيما يلي:- أولاً:- معرفة أشياء جديدة لم أكن أعرفها بوزن نسبي (86%)، ومتوسط حسابي (2.59)، وتراوحت درجات الموافقة بين المبحوثين على النحو التالي:- أولاً: موافق بنسبة (66.3%) لصالح الإناث عن الذكور بنسبة (35.5%، 30.8%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (99%)، حيث بلغت قيمة (Z = 5.8) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58)، ثانياً: موافق إلى حد ما بنسبة (26.8%) لصالح الذكور عن الإناث بنسبة (15.8%، 11%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (99%)، حيث بلغت قيمة (Z = 9.3) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58)، ثالثاً: غير موافق بنسبة (7%) لصالح الذكور والإناث بنسبة (3.5%) لكل منهما على حدة، والفارق غير دال بمستوى ثقة

(95%)، حيث بلغت قيمة ($Z=0$) وهي أقل من القيمة الجدولية (1.96)، وقد أكد اختبار (Ka^2) على وجود علاقة غير دالة إحصائياً بين نوع المبحوثين واتجاهاتهم نحو " معرفة أشياء جديدة لم أكن أعرفها " كسبب رئيسي لاستخدام الإنترنت، حيث بلغت قيمته (4.7)، عند مستوى دلالة (0.19)، وتعتبر شدة العلاقة ضعيفة حيث بلغت قيمة معامل التوافق (0.11).

ثانياً:- تكوين علاقات اجتماعية جديدة بوزن نسبي (86%)، ومتوسط حسابي (2.58)، وتراوحت درجات الموافقة بين المبحوثين على النحو التالي:- أولاً: موافق بنسبة (66.5%) لصالح الإناث عن الذكور بنسبة (35.3%، 31.3%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (99%)، حيث بلغت قيمة ($Z=4.9$) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58)، ثانياً: موافق إلى حد ما بنسبة (24.5%) لصالح الذكور عن الإناث بنسبة (13.5%، 11%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (99%)، حيث بلغت قيمة ($Z=5.1$) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58)، ثالثاً: غير موافق بنسبة (9%) لصالح الذكور عن الإناث بنسبة (5.3%، 3.8%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (99%)، حيث بلغت قيمة ($Z=5$) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58)، وقد أكد اختبار (Ka^2) على وجود علاقة غير دالة إحصائياً بين نوع المبحوثين واتجاهاتهم نحو " تكوين علاقات اجتماعية جديدة " كسبب رئيسي لاستخدام الإنترنت، حيث بلغت قيمته (3)، عند مستوى دلالة (0.39)، وتعتبر شدة العلاقة ضعيفة حيث بلغت قيمة معامل التوافق (0.09).

ثالثاً:- التواصل مع الأصدقاء القدامى بوزن نسبي (86%)، ومتوسط حسابي (2.58)، وتراوحت درجات الموافقة بين المبحوثين على النحو التالي:- أولاً: موافق بنسبة (63.5%) لصالح الإناث عن الذكور بنسبة (34.3%، 29.3%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (99%)، حيث بلغت قيمة ($Z=6.3$) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58)، ثانياً: موافق إلى حد ما بنسبة (31.3%) لصالح الإناث عن الذكور بنسبة (13.3%، 18%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (99%)، حيث بلغت قيمة ($Z=8.4$) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58)، ثالثاً: غير موافق بنسبة (5.3%) لصالح الذكور عن الإناث بنسبة (2.8%، 2.5%) لكل منهما على التوالي، والفارق غير دال بمستوى ثقة (95%)، حيث بلغت قيمة ($Z=1.3$) وهي أقل من القيمة الجدولية (1.96)، وقد أكد اختبار (Ka^2) على وجود علاقة غير دالة إحصائياً بين نوع المبحوثين واتجاهاتهم نحو " التواصل مع الأصدقاء القدامى " كسبب رئيسي لاستخدام الإنترنت، حيث بلغت قيمته (4.5)، عند مستوى دلالة (0.21)، وتعتبر شدة العلاقة ضعيفة حيث بلغت قيمة معامل التوافق (0.11).

رابعاً:- دعم القدرة على التواصل مع الآخرين بوزن نسبي (85%)، ومتوسط حسابي (2.54)، وتراوحت درجات الموافقة بين المبحوثين على النحو التالي:- أولاً: موافق بنسبة (63%) لصالح الإناث عن الذكور بنسبة (36.5%، 26.5%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (99%)، حيث بلغت قيمة ($Z=12.6$) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58)، ثانياً: موافق إلى حد ما بنسبة (27.5%) لصالح الذكور عن الإناث بنسبة (19.3%، 8.3%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة

(99%)، حيث بلغت قيمة ($Z=21$) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58)، ثالثاً: غير موافق بنسبة (9.5%) لصالح الإناث عن الذكور بنسبة (5.3%، 4.3%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (99%)، حيث بلغت قيمة ($Z=3.2$) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58)، وقد أكد اختبار (K^2) على وجود علاقة دالة إحصائية بين نوع المبحوثين واتجاهاتهم نحو "دعم القدرة على التواصل مع الآخرين" كسبب رئيسي لاستخدام الإنترنت، حيث بلغت قيمته (24.4)، عند مستوى دلالة (0.00)، وتعتبر شدة العلاقة ضعيفة حيث بلغت قيمة معامل التوافق (0.24).

خامساً:- الاستراحة من نشاط العمل اليومي بوزن نسبي (84%)، ومتوسط حسابي (2.52)، وتراوحت درجات الموافقة بين المبحوثين على النحو التالي:- أولاً: موافق بنسبة (59.3%) لصالح الإناث عن الذكور بنسبة (34.5%، 24.8%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (99%)، حيث بلغت قيمة ($Z=12.6$) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58)، ثانياً: موافق إلى حد ما بنسبة (33.8%) لصالح الذكور عن الإناث بنسبة (21.8%، 12%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (99%)، حيث بلغت قيمة ($Z=33.8$) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58)، ثالثاً: غير موافق بنسبة (7%) لصالح الذكور والإناث بنسبة (3.5%) لكل منهما على حدة، والفارق غير دال بمستوى ثقة (95%)، حيث بلغت قيمة ($Z=0$) وهي أقل من القيمة الجدولية (1.96)، وقد أكد اختبار (K^2) على وجود علاقة دالة إحصائية بين نوع المبحوثين واتجاهاتهم نحو "الاستراحة من نشاط العمل اليومي" كسبب رئيسي لاستخدام الإنترنت، حيث بلغت قيمته (17.7)، عند مستوى دلالة (0.00)، وتعتبر شدة العلاقة ضعيفة حيث بلغت قيمة معامل التوافق (0.21).

وكذلك:- لتدعيم صلتني بكل جديد في الوطن بوزن نسبي (84%)، ومتوسط حسابي (2.52)، وتراوحت درجات الموافقة بين المبحوثين على النحو التالي:- أولاً: موافق بنسبة (61%) لصالح الإناث عن الذكور بنسبة (35.5%، 25.5%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (99%)، حيث بلغت قيمة ($Z=12.8$) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58)، ثانياً: موافق إلى حد ما بنسبة (29.5%) لصالح الذكور عن الإناث بنسبة (18.8%، 10.8%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (99%)، حيث بلغت قيمة ($Z=14.7$) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58)، ثالثاً: غير موافق بنسبة (9.5%) لصالح الذكور عن الإناث بنسبة (5.8%، 3.8%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (99%)، حيث بلغت قيمة ($Z=6.5$) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58)، وقد أكد اختبار (K^2) على وجود علاقة دالة إحصائية بين نوع المبحوثين واتجاهاتهم نحو "تدعيم صلتني بكل جديد في الوطن" كسبب رئيسي لاستخدام الإنترنت، حيث بلغت قيمته (16.9)، عند مستوى دلالة (0.00)، وتعتبر شدة العلاقة ضعيفة حيث بلغت قيمة معامل التوافق (0.20).

سادساً:- تجديد نشاطي وقدرتي على مواصلة العمل بوزن نسبي (83%)، ومتوسط حسابي (2.50)، وتراوحت درجات الموافقة بين المبحوثين على النحو التالي:- أولاً: موافق بنسبة (60%) لصالح الإناث عن الذكور بنسبة (33.3%، 26.8%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (99%)، حيث

بلغت قيمة ($Z=8.4$) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58)، ثانياً: موافق إلى حد ما بنسبة (30%) لصالح الذكور عن الإناث بنسبة (18.3%، 11.8%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (99%)، حيث بلغت قيمة ($Z=11.9$) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58)، ثالثاً: غير موافق بنسبة (10%) لصالح الذكور والإناث بنسبة (5%) لكل منهما على حدة، والفارق غير دال بمستوى ثقة (95%)، حيث بلغت قيمة ($Z=$ صفر) وهي أقل من القيمة الجدولية (1.96)، وقد أكد اختبار (K^2) على وجود علاقة دالة إحصائياً بين نوع المبحوثين واتجاهاتهم نحو "تجديد نشاطي وقدرتي على مواصلة العمل" كسبب رئيسي لاستخدام الإنترنت، حيث بلغت قيمته (8.5)، عند مستوى دلالة (0.04)، وتعتبر شدة العلاقة ضعيفة حيث بلغت قيمة معامل التوافق (0.14).

وكذلك:- الإحساس بالانتماء للوطن ومتابعة الأحداث بوزن نسبي (83%)، ومتوسط حسابي (2.50)، وتراوحت درجات الموافقة بين المبحوثين على النحو التالي:- أولاً: موافق بنسبة (59.8%) لصالح الإناث عن الذكور بنسبة (33.5%، 26.3%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (99%)، حيث بلغت قيمة ($Z=9.3$) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58)، ثانياً: موافق إلى حد ما بنسبة (30.5%) لصالح الذكور عن الإناث بنسبة (18%، 12.5%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (99%)، حيث بلغت قيمة ($Z=10$) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58)، ثالثاً: غير موافق بنسبة (9.8%) لصالح الإناث عن الذكور بنسبة (5.8%، 4%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (99%)، حيث بلغت قيمة ($Z=5.7$) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58)، وقد أكد اختبار (K^2) على وجود علاقة دالة إحصائياً بين نوع المبحوثين واتجاهاتهم نحو "الإحساس بالانتماء للوطن ومتابعة الأحداث" كسبب رئيسي لاستخدام الإنترنت، حيث بلغت قيمته (8.7)، عند مستوى دلالة (0.03)، وتعتبر شدة العلاقة ضعيفة حيث بلغت قيمة معامل التوافق (0.15).

سابعاً:- التعرف على الجديد في مجال عملي بوزن نسبي (82%)، ومتوسط حسابي (2.46)، وتراوحت درجات الموافقة بين المبحوثين على النحو التالي:- أولاً: موافق بنسبة (55.8%) لصالح الذكور عن الإناث بنسبة (28.3%، 27.5%) لكل منهما على التوالي، والفارق غير دال بمستوى ثقة (95%)، حيث بلغت قيمة ($Z=1.1$) وهي أقل من القيمة الجدولية (1.96)، ثانياً: موافق إلى حد ما بنسبة (30.8%) لصالح الذكور عن الإناث بنسبة (16.8%، 14%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (99%)، حيث بلغت قيمة ($Z=5$) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58)، ثالثاً: غير موافق بنسبة (13.5%) لصالح الإناث عن الذكور بنسبة (8.5%، 5%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (99%)، حيث بلغت قيمة ($Z=10.4$) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58)، وقد أكد اختبار (K^2) على وجود علاقة دالة إحصائياً بين نوع المبحوثين واتجاهاتهم نحو "التعرف على الجديد في مجال عملي" كسبب رئيسي لاستخدام الإنترنت، حيث بلغت قيمته (7.2)، عند مستوى دلالة (0.07)، وتعتبر شدة العلاقة ضعيفة حيث بلغت قيمة معامل التوافق (0.13).

ثامناً:- تشغل أوقات فراغي بوزن نسبي (81%)، ومتوسط حسابي (2.43)، وتراوحت درجات الموافقة بين المبحوثين على النحو التالي:- أولاً: موافق بنسبة (52.5%) لصالح الإناث عن الذكور بنسبة (31%، 21.5%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (99%)، حيث بلغت قيمة (Z=13.1) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58)، ثانياً: موافق إلى حد ما بنسبة (38.3%) لصالح الذكور عن الإناث بنسبة (23%، 15.3%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (99%)، حيث بلغت قيمة (Z=12.4) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58)، ثالثاً: غير موافق بنسبة (9.3%) لصالح الذكور عن الإناث بنسبة (5.5%، 3.8%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (99%)، حيث بلغت قيمة (Z=5.6) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58)، وقد أكد اختبار (كا²) على وجود علاقة دالة إحصائية بين نوع المبحوثين واتجاهاتهم نحو " تشغل أوقات فراغي " كسبب رئيسي لاستخدام الإنترنت، حيث بلغت قيمته (14.5)، عند مستوى دلالة (0.00)، وتعتبر شدة العلاقة ضعيفة حيث بلغت قيمة معامل التوافق (0.19).

وكذلك :- للتواصل مع الأسرة عبر وسائل الإنترنت المختلفة بوزن نسبي (81%)، ومتوسط حسابي (2.44)، وتراوحت درجات الموافقة بين المبحوثين على النحو التالي:- أولاً: موافق بنسبة (64.5%) لصالح الإناث عن الذكور بنسبة (37.3%، 27.3%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (99%)، حيث بلغت قيمة (Z=12.5) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58)، ثانياً: موافق إلى حد ما بنسبة (28.8%) لصالح الذكور عن الإناث بنسبة (18.8%، 10%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (99%)، حيث بلغت قيمة (Z=16.4) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58)، ثالثاً: غير موافق بنسبة (6.8%) لصالح الذكور عن الإناث بنسبة (4%، 2.8%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (99%)، حيث بلغت قيمة (Z=4.6) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58)، وقد أكد اختبار (كا²) على وجود علاقة دالة إحصائية بين نوع المبحوثين واتجاهاتهم نحو " للتواصل مع الأسرة عبر وسائل الإنترنت المختلفة " كسبب رئيسي لاستخدام الإنترنت، حيث بلغت قيمته (17.8)، عند مستوى دلالة (0.00)، وتعتبر شدة العلاقة ضعيفة حيث بلغت قيمة معامل التوافق (0.21).

تاسعاً:- وسيلة للهروب من روتين الحياة بوزن نسبي (80%)، ومتوسط حسابي (2.40)، وتراوحت درجات الموافقة بين المبحوثين على النحو التالي:- أولاً: موافق بنسبة (49.8%) لصالح الإناث عن الذكور بنسبة (28.8%، 21%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (99%)، حيث بلغت قيمة (Z=11.1) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58)، ثانياً: موافق إلى حد ما بنسبة (40.8%) لصالح الذكور عن الإناث بنسبة (23.3%، 17.5%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (99%)، حيث بلغت قيمة (Z=9.1) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58)، ثالثاً: غير موافق بنسبة (9.5%) لصالح الذكور عن الإناث بنسبة (5.8%، 3.8%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (99%)، حيث بلغت قيمة (Z=6.5) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58)، وقد أكد اختبار (كا²) على وجود علاقة دالة إحصائية بين نوع المبحوثين واتجاهاتهم نحو " وسيلة للهروب من روتين الحياة " كسبب

رئيسي لاستخدام الإنترنت، حيث بلغت قيمته (14.5)، عند مستوى دلالة (0.02)، وتعتبر شدة العلاقة ضعيفة حيث بلغت قيمة معامل التوافق (0.15).

عاشراً:- الاهتمام بالقضايا السياسية بوزن نسبي (80%)، ومتوسط حسابي (2.39)، وتراوحت درجات الموافقة بين المبحوثين على النحو التالي:- أولاً: موافق بنسبة (54.5%) لصالح الإناث عن الذكور بنسبة (30.8%، 21.5%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (99%)، حيث بلغت قيمة ($Z=12.6$) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58)، ثانياً: موافق إلى حد ما بنسبة (30.3%) لصالح الذكور عن الإناث بنسبة (17.3%، 13%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (99%)، حيث بلغت قيمة ($Z=7.8$) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58)، ثالثاً: غير موافق بنسبة (15.3%) لصالح الذكور عن الإناث بنسبة (11.3%، 4%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (99%)، حيث بلغت قيمة ($Z=18.7$) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58)، وقد أكد اختبار (كا²) على وجود علاقة دالة إحصائية بين نوع المبحوثين واتجاهاتهم نحو "الاهتمام بالقضايا السياسية" كسبب رئيسي لاستخدام الإنترنت، حيث بلغت قيمته (25.9)، عند مستوى دلالة (0.00)، وتعتبر شدة العلاقة ضعيفة حيث بلغت قيمة معامل التوافق (0.25).

الحادي عشر:- لتعلم مهارات جديدة بوزن نسبي (79%)، ومتوسط حسابي (2.36)، وتراوحت درجات الموافقة بين المبحوثين على النحو التالي:- أولاً: موافق بنسبة (52.3%) لصالح الذكور عن الإناث بنسبة (28.3%، 24%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (99%)، حيث بلغت قيمة ($Z=5.9$) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58)، ثانياً: موافق إلى حد ما بنسبة (31.3%) لصالح الذكور عن الإناث بنسبة (18.3%، 13%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (99%)، حيث بلغت قيمة ($Z=9.5$) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58)، ثالثاً: غير موافق بنسبة (16.3%) لصالح الذكور عن الإناث بنسبة (3.5%، 13%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (99%)، حيث بلغت قيمة ($Z=23.5$) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58)، وقد أكد اختبار (كا²) على وجود علاقة دالة إحصائية بين نوع المبحوثين واتجاهاتهم نحو "لتعلم مهارات جديدة" كسبب رئيسي لاستخدام الإنترنت، حيث بلغت قيمته (26.8)، عند مستوى دلالة (0.00)، وتعتبر شدة العلاقة ضعيفة حيث بلغت قيمة معامل التوافق (0.25).

الثاني عشر:- للتمييز عن زملائي بوزن نسبي (77%)، ومتوسط حسابي (2.31)، وتراوحت درجات الموافقة بين المبحوثين على النحو التالي:- أولاً: موافق بنسبة (48.8%) لصالح الإناث عن الذكور بنسبة (32.8%، 16%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (99%)، حيث بلغت قيمة ($Z=24$) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58)، ثانياً: موافق إلى حد ما بنسبة (33.3%) لصالح الذكور عن الإناث بنسبة (22%، 11.3%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (99%)، حيث بلغت قيمة ($Z=18.5$) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58)، ثالثاً: غير موافق بنسبة (18%) لصالح الذكور عن الإناث بنسبة (12%، 6%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (99%)، حيث بلغت

قيمة ($Z=14.1$) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58)، وقد أكد اختبار (Ka^2) على وجود علاقة دالة إحصائياً بين نوع المبحوثين واتجاهاتهم نحو " للتمييز عن زملائي " كسبب رئيسي لاستخدام الإنترنت، حيث بلغت قيمته (44.9)، عند مستوى دلالة (0.00)، وتعتبر شدة العلاقة ضعيفة حيث بلغت قيمة معامل التوافق (0.32).

وكذلك :- مكافحة الملل بوزن نسبي (77%)، ومتوسط حسابي (2.31)، وتراوحت درجات الموافقة بين المبحوثين على النحو التالي:- أولاً: موافق بنسبة (47.5%) لصالح الإناث عن الذكور بنسبة (27.8%، 19.8%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (99%)، حيث بلغت قيمة ($Z=24.7$) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58)، ثانياً: موافق إلى حد ما بنسبة (36.3%) لصالح الذكور عن الإناث بنسبة (19.8%، 16.5%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (99%)، حيث بلغت قيمة ($Z=5.5$) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58)، ثالثاً: غير موافق بنسبة (16.3%) لصالح الذكور عن الإناث بنسبة (10.5%، 5.8%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (99%)، حيث بلغت قيمة ($Z=11.6$) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58)، وقد أكد اختبار (Ka^2) على وجود علاقة دالة إحصائياً بين نوع المبحوثين واتجاهاتهم نحو "مكافحة الملل " كسبب رئيسي لاستخدام الإنترنت، حيث بلغت قيمته (83.7)، عند مستوى دلالة (0.00)، وتعتبر شدة العلاقة متوسطة حيث بلغت قيمة معامل التوافق (0.42).

الثالث عشر:- للتخلص من الشعور بالوحدة بوزن نسبي (77%)، ومتوسط حسابي (2.30)، وتراوحت درجات الموافقة بين المبحوثين على النحو التالي:- أولاً: موافق بنسبة (45.3%) لصالح الإناث عن الذكور بنسبة (27.3%، 18%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (99%)، حيث بلغت قيمة ($Z=13.8$) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58)، ثانياً: موافق إلى حد ما بنسبة (39.3%) لصالح الذكور عن الإناث بنسبة (25%، 14.3%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (99%)، حيث بلغت قيمة ($Z=17.1$) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58)، ثالثاً: غير موافق بنسبة (15.5%) لصالح الذكور عن الإناث بنسبة (8.5%، 7%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (99%)، حيث بلغت قيمة ($Z=3.8$) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58)، وقد أكد اختبار (Ka^2) على وجود علاقة دالة إحصائياً بين نوع المبحوثين واتجاهاتهم نحو " للتخلص من الشعور بالوحدة " كسبب رئيسي لاستخدام الإنترنت، حيث بلغت قيمته (19.9)، عند مستوى دلالة (0.00)، وتعتبر شدة العلاقة ضعيفة حيث بلغت قيمة معامل التوافق (0.22).

الرابع عشر:- مجرد عادة فقط بوزن نسبي (64%)، ومتوسط حسابي (1.92)، وتراوحت درجات الموافقة بين المبحوثين على النحو التالي:- أولاً: غير موافق بنسبة (38.8%) لصالح الإناث عن الذكور بنسبة (20.8%، 18%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (99%)، حيث بلغت قيمة ($Z=4.5$) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58)، ثانياً: موافق إلى حد ما بنسبة (30.8%) لصالح الذكور عن الإناث بنسبة (20%، 10.8%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (99%)،

حيث بلغت قيمة ($Z=16.6$) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58)، ثالثاً: موافق بنسبة (30.5%) لصالح الإناث عن الذكور بنسبة (18.5%، 12%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (99%)، حيث بلغت قيمة ($Z=11.8$) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58)، وقد أكد اختبار (χ^2) على وجود علاقة دالة إحصائياً بين نوع المبحوثين واتجاهاتهم نحو " مجرد عادة فقط " كسبب رئيسي لاستخدام الإنترنت، حيث بلغت قيمته (17.5)، عند مستوى دلالة (0.00)، وتعتبر شدة العلاقة ضعيفة حيث بلغت قيمة معامل التوافق (0.20).

ويستدل من ذلك أن أهم أسباب استخدام الإنترنت لدى أبناء الجاليات الليبية المقيمون في مصر تتضح في:- معرفة الأشياء الجديدة غير معروفة، وتكوين علاقات اجتماعية جديدة، والتواصل مع الأصدقاء القدامى، وتشير فحوى هذه النتيجة إلى الطبيعة الثقافية لشبكة الإنترنت، القائمة على التفاعل الاجتماعي بمنظوره العام الذي يتسم بالشمول والعموم، والقدرة على عرض المعارف والثقافات المختلفة التي تسهم في التعرف على الشعوب والانفتاح على المجتمعات الإنسانية عبر تقاليدھا وأعرافها المتباينة، فعلى سبيل المثال أتاحت شبكة الإنترنت لمستخدميها عامة وأبناء الجاليات الليبية والمواطن العربي خاصة التعرف على الآخر بقراءة ثقافته ومطالعة أحداثه اليومية وسبل قضاء أوقاته؛ مما يسمح لهم بالوقوف على المنهج الحياتي الذي يتبعونه وبمقارنة هذا المنهج بمنهجهم اليومي تتضح لهم الفروق بين الحياتين واثرت ذلك على ما يعاصرونه من مراحل تنموية أو غير ذلك، فبالنظر إلى المجتمع الياباني، الذي نسمع عنه دائماً أنه يتسم بالجد والنشاط ويقدم العمل وتشكلت في أذهاننا صورة ثرية تدفعنا إلى احترامه، والنظر إليه كقدوة للانضباط والعمل والحرص على أداء الواجب وإتقانه، عكست لنا شبكة الإنترنت هذه القيمة وجسدتها بشيء من الواقع وعالجت طبيعتها بالمشاهد الحية التي رسخت الصورة الذهنية بشكل ايجابي.... وذلك مقابل تراجع كل من الأسباب التالية: مجرد عادة فقط، والتخلص من الشعور بالوحدة ومكافحة الملل، والتي تعكس الآثار السلبية لاستخدام الإنترنت من إدمان الإنترنت والشعور بالوحدة والاعتزاز بالناجمين على استخدام الإنترنت والإبحار فيها بدافع التسلية والترفيه....

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة نيفين محمد المهدي التي توصلت إلى أن أبرز دوافع استخدام الإنترنت هي الثقافة العامة بنسبة (39.5%) يليها استخدام البريد الإلكتروني بنسبة (37.8%) ثم المقررات الدراسية بنسبة (34%)¹. ودراسة نيرمين محمد عبد العزيز التي أشارت إلى أن الثقافة العامة أهم دوافع استخدام الطلاب للشبكة بنسبة بلغت (39.5%)، يليها إرسال واستقبال الرسائل باستخدام البريد الإلكتروني بنسبة (37.8%)، ثم استخدامها بدافع دعم المقررات الدراسية بنسبة (34%) من إجمالي العينة².

1. نيفين محمد المهدي، استخدام طلاب الجامعات لشبكة الإنترنت.
2. نرمين عصام محمد عبد العزيز، دراسة اتجاهات الشباب الجامعي نحو استخدام الإنترنت وعلاقتها بسماتهم الشخصية وتوافقهم الاجتماعي.

ودراسة حاتم محمد عاطف، وهبة بهي الدين، وعلا الخواجة، ودراسة "أنور إبراهيم" التي توصلت إلى أن الدافع الأساسي لمطالعة الإنترنت هو الحوار والدرشة بنسبة (57.7%)، ثم الاهتمامات العلمية بنسبة (23.3%)، والاهتمامات التجارية بنسبة (9.7%)، وأخيرا الموضوعات السياسية بنسبة (4.3%)¹. وكذلك دراسة شيرين عبد الحفيظ التي توصلت إلى أن أهم أسباب استخدام الإنترنت هي استخدام البريد الإلكتروني بنسبة (20%)، ثم المحادثات بين هذه الأفراد مع الأصدقاء والزملاء والأقارب بنسبة (16.7%)².

جدول رقم (32) توزيع عينة الدراسة طبقا للمنافع التي يحققها لك تصفح الإنترنت

Z	الإجمالي		فئة العينة				نوع المنفعة	
			الإناث		الذكور			
د	ن	%	ك	%	ك	%	ك	
0.00	21.1	16.8	87	12.2	63	4.6	24	المنافع الإعلامية
0.00	13.9	22.4	116	8.3	43	14.1	73	المنافع المعرفية
0.00	5.7	29.3	152	16	83	13.3	69	المنافع الاجتماعية
0.00	7.9	12	62	4.8	25	7.2	37	المنافع النفسية
0.00	5.1	14.1	73	7.9	41	6.2	32	المنافع الدينية
0.05	1.96	5.4	28	2.5	13	2.9	15	المنافع الاقتصادية
		100	518	51.7	268	48.3	250	الإجمالي

تشير بيانات الجدول رقم (32) إلى ان المنافع الاجتماعية تحتل المرتبة الأولى بنسبة (29.3%)، يليها في المرتبة الثانية المنافع المعرفية بنسبة (22.4%)، بينما جاءت المنافع الإعلامية في المرتبة الثالثة بنسبة (16.8%)، وفي المرتبة الرابعة جاءت المنافع الدينية بنسبة (14.1%)، وفي الخامسة جاءت المنافع النفسية بنسبة (12%)، وفي مقابل ذلك جاءت المنافع الاقتصادية في المرتبة الأخيرة بنسبة (5.4%) من إجمالي عينة المبحوثين.

ويعزو الباحث أولوية المنافع الاجتماعية إلى الطبيعة الاتصالية لشبكة الإنترنت والتي ساهمت في دعم عملية التفاعل الاجتماعي من خلال التواصل مع الأصدقاء والأقارب وكسر الحاجز المكاني الذي عجزت العديد من وسائل الإعلام التغلب عليه، وكذلك الحاجز المادي الباهظ، فالإنترنت وسيلة اتصال زهيدة التكلفة، حققت التفاعل بين الأفراد وبعضهم البعض، بل وفتحت قناة الحوار أمام المستخدمين والعالم أجمع على التعارف وتكوين الصداقات ونقل المعارف، والبحث عن الحلول للعديد من المشكلات الاجتماعية التي تواجه الفرد والمجتمع والمبادرة الجادة في الاستفادة من آراء الخبراء والمتخصصين ومناقشتهم حول مدى ملائمة هذه الحلول في ضوء الإمكانيات المادية والمعنوية لهم، وكذلك الاستفادة منها في التعرف على

1. أنور إبراهيم محمد إبراهيم، الآثار الاجتماعية للثورة المعلوماتية على الأسرة المصرية: دراسة ميدانية على عينة من مستخدمي الإنترنت.
2. شيرين عبد الحفيظ عبد القادر البحيري، المهارات الإعلامية المكتسبة من شبكة المعلومات الدولية.

طرق تقويم السلوك الاجتماعي لكسب ثقة الآخرين وتحقيق الشخصية المستقلة والمتوازنة اجتماعيا ونفسيا بعيدا عن الاندفاع والتهور، والعمل على دعم آليات القبول والاندماج والتكيف مع الجماعة وتعزيز مبادئ المسؤولية الاجتماعية وصورها التي تسهم في تنمية وتطوير المجتمع كل هذا استطاعت شبكة الإنترنت أن تسهم في دعم عملية البناء المعرفي وتوفير البنية التحتية التي تشكل عملية الوعي لمستخدميها الباحثين. وقد أوضحت النتائج التفصيلية بين نوع المبحوثين وبين المنافع التي يحققها لهم تصفح شبكة الإنترنت ما يلي:-

1. تزداد نسبة الإناث عن الذكور من حيث أولوية (المنافع الاجتماعية) بمعدل (16%، 13.3%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (99%)، حيث بلغت قيمة ($Z = 5.7$) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58).

2. تزداد نسبة الذكور عن الإناث من حيث أولوية (المنافع المعرفية) بمعدل (14.1%، 8.3%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (99%)، حيث بلغت قيمة ($Z = 13.9$) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58).

3. تزداد نسبة الإناث عن الذكور من حيث أولوية (المنافع الإعلامية) بمعدل (12.2%، 4.6%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (99%)، حيث بلغت قيمة ($Z = 21.1$) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58).

4. تزداد نسبة الإناث عن الذكور من حيث أولوية (المنافع الدينية) بمعدل (7.9%، 6.2%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (99%)، حيث بلغت قيمة ($Z = 5.1$) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58).

5. تزداد نسبة الإناث عن الذكور من حيث أولوية (المنافع النفسية) بمعدل (7.2%، 4.8%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (99%)، حيث بلغت قيمة ($Z = 7.9$) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58).

6. تزداد نسبة الذكور عن الإناث من حيث أولوية (المنافع الاقتصادية) بمعدل (2.9%، 2.5%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (95%)، حيث بلغت قيمة ($Z = 1.96$) وهي مساوية للقيمة الجدولية (1.96).

وقد أكد اختبار (χ^2) وجود علاقة دالة إحصائيا بين نوع المبحوثين وبين المنافع التي يحققها لهم تصفح شبكة الإنترنت، حيث بلغت قيمته (30.9)، عند مستوى دلالة (0.00)، وتعتبر شدة العلاقة ضعيفة حيث بلغ معامل التوافق (0.24).

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة "سامي عبد الرؤوف طابع" والتي أوضحت أن المعلومات هي أهم فائدة يحصل عليها الأفراد من الانترنت ثم التسلية والترفيه في المرتبة الثانية.

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة "حسين أبو شنب، ماجد سالم تريان" والتي أشارت نتائجها إلى أن أهم دوافع المبحوثين لاستخدام وسائل الاتصال هي التي تساعد علي اكتساب المعلومات الجديدة وتنمية المهارات والاستفادة من خبرات وتجارب الآخرين.

جدول رقم (33) توزيع عينة الدراسة طبقاً لما تقدمه شبكة الإنترنت للمبحوثين في الجانب الإعلامي

Z	الإجمالي		فئة العينة				المؤشر	
			الإناث		الذكور			
د	ن	%	ك	%	ك	%	ك	
0.00	8.6	42.9	196	18.8	86	24.1	110	الإلمام بالأحداث المحلية
0.00	13.4	41.8	191	25	114	16.9	77	الإلمام بالأحداث الإقليمية
0.00	3.5	15.3	70	8.3	38	7	32	الإلمام بالأحداث الدولية
		100	457	52.1	238	47.9	219	الإجمالي

يتضح من بيانات الجدول السابق أن الإلمام بالأحداث المحلية يأتي في مقدمة المنافع التي يسعى المبحوثين لإشباعها من استخدام الإنترنت على المستوى الإعلامي بنسبة (42.9%)، يلي ذلك الإلمام بالأحداث الإقليمية بنسبة (41.8%)، بينما ذهب بعض المبحوثين بنسبة (15.3%) من إجمالي المبحوثين إلى التأكيد على أهمية الإلمام بالأحداث الدولية.

ويعزو الباحث هذه النتيجة إلى طبيعة الأحداث التي كانت تمر بها ليبيا أثناء الثورة وكذلك البلدان العربية وخاصة دول الشرق الأوسط، في ظل عجز العديد من الوسائل عن عرض الحقائق بوضوح وشفافية مثلما عرضت شبكة الإنترنت، خاصة في ظل عمليات التدوين التي قام بها العديد من الأفراد الذين عاصروا الأحداث لحظة بلحظة وقاموا بنشرها على شبكة الإنترنت لإخبار العالم ما يحدث إقليمياً؛ ومن ثم مثلت شبكة الإنترنت للمبحوثين أهم مصادر المعرفة وتشكيل الوعي الاجتماعي نحو الأحداث الجارية. وقد أوضحت النتائج التفصيلية بين نوع المبحوثين وبين إشباعات المتحققة من استخدام شبكة الإنترنت على المستوى الإعلامي ما يلي:-

1. تزداد نسبة الذكور عن الإناث من حيث أولوية (الإلمام بالأحداث المحلية) بمعدل (24.1%، 18.8%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (99%)، حيث بلغت قيمة ($Z=8.6$) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58).

2. تزداد نسبة الإناث عن الذكور من حيث أولوية (الإلمام بالأحداث الإقليمية) بمعدل (16.9%، 25%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (99%)، حيث بلغت قيمة ($Z=13.4$) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58).

3. تزداد نسبة الإناث عن الذكور من حيث أولوية (الإلمام بالأحداث الدولية) بمعدل (8.3%، 7%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (99%)، حيث بلغت قيمة ($Z=15.3$) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58).

وقد أكد اختبار (كا²) وجود علاقة دالة إحصائية بين نوع المبحوثين وبين إشباعات المتحقة من استخدام شبكة الإنترنت على المستوى الإعلامي، حيث بلغت قيمته (11.4)، عند مستوى دلالة (0.00)، وتعتبر شدة العلاقة ضعيفة حيث بلغ معامل التوافق (0.16).

وتتفق هذه النتيجة مع نتائج إحدى الدراسات المسحية بالولايات المتحدة الأمريكية والتي أجريت عام (1996م) والتي توصلت إلى أن ترتيب استخدامات الإنترنت لدى عينة الأفراد تقدر بـ (500) مفردة، وأن الاستخدام الرئيسي للشبكة يتمثل في جمع الأخبار والمعلومات بنسبة (82.5%)، يليه البريد الإلكتروني بنسبة (80.5%)، ثم البحث العلمي بنسبة (69.5%)، وتصفح مواقع الشبكة بنسبة (66.9%) وأخيراً: المحادثة والألعاب والتسويق بنسبة: و(25.8%)، و(23.8%)، و(14.9%) على الترتيب.¹

جدول رقم (34) توزيع عينة الدراسة طبقاً لما تقدمه شبكة الإنترنت للمبحوثين في الجانب الثقافي

Z	الإجمالي		فئة العينة				المؤشر	
			الإناث		الذكور			
د	ن	%	ك	%	ك	%	ك	
0.00	18.3	51.6	225	32.1	140	19.5	85	زيادة الثقافة العامة
0.00	14.4	24.3	106	7.8	34	16.5	72	التعلم عن بعد
0.14	1.5	24.1	105	11.7	51	12.4	54	انجاز البحوث العلمية
		100	436	51.6	225	48.4	211	الإجمالي

يتضح من بيانات الجدول السابق أن زيادة الثقافة العامة تأتي في مقدمة الإشباعات المحققة من استخدام الإنترنت على المستوى الثقافي بنسبة (51.6%)، يليها التعلم عن بعد بنسبة (24.3%)، بفارق طفيف عن إنجازات البحوث العلمية بنسبة (24.1%) من إجمالي العينة الدراسة. يستدل من ذلك أن شبكة الإنترنت تمثل مصدراً لاكتساب المعرفة وتنمية الوعي للمبحوثين، ويعزو الباحث هذه النتيجة إلى ما تحويه شبكة الإنترنت من معارف ومعلومات وبيانات مرنة سواء أكانت في نصها المرئي- صور، مقاطع فيديو... إلخ- أو مقروءة -كتب، تقارير، نشرات، أخبار، بحوث... إلخ- يتسع نطاقها لتشمل كافة المجالات الحياتية، ويتسم العديد منها بالجدة والحدثة والإبداع والتي لعل من أبرز أمثلتها قواعد البيانات والمكتبات الإلكترونية والتي تقوم المؤسسات العلمية العالمية بتزويدها بالمزيد من الأوعية العلمية والثقافية والأدبية بشكل دوري يغلب عليه الطابع اليومي.

ومن أبرز مظاهر التنمية الثقافي التي أتاحتها شبكة الإنترنت إمكانية الحصول على هذه الأوعية، وإمكانية نشر الإنتاج الثقافي الشخصي للأفراد المستخدمين، بالإضافة إلى التوصل مع الكتاب والنقاد وجماهير القراء والتفاعل معهم حول المواد الثقافية المنشورة على تطبيقات الإنترنت. وقد أوضحت النتائج

1 . نهى سمير محبوب، تأثير مضمون الرسالة الإعلامية على اكتساب المعرفة في الوسائل الإلكترونية. م. س.

التفصيلية بين نوع المبحوثين وبين الإشباعات المتحققة من استخدام شبكة الإنترنت على المستوى الثقافي ما يلي:-

1. تزداد نسبة الإناث عن الذكور من حيث أولوية (زيادة الثقافة العامة) بمعدل (32.1%، 19.5%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (99%)، حيث بلغت قيمة ($Z = 18.3$) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58).

2. تزداد نسبة الذكور عن الإناث من حيث أولوية (التعلم عن بعد) بمعدل (16.5%، 7.8%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (99%)، حيث بلغت قيمة ($Z = 14.4$) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58).

3. تزداد نسبة الذكور عن الإناث من حيث أولوية (انجاز البحوث العلمية) بمعدل (12.4%، 11.7%) لكل منهما على التوالي، والفارق غير دال بمستوى ثقة (95%)، حيث بلغت قيمة ($Z = 1.5$) وهي أقل من القيمة الجدولية (1.96).

وقد أكد اختبار (كا²) وجود علاقة دالة إحصائية بين نوع المبحوثين وبين الإشباعات المتحققة من استخدام شبكة الإنترنت على المستوى الإعلامي، حيث بلغت قيمته (11.4)، عند مستوى دلالة (0.00)، وتعتبر شدة العلاقة ضعيفة حيث بلغ معامل التوافق (0.16).

وتتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة "نجوى عبد السلام" والتي أظهرت أن عملية استخدام الإنترنت تخلق دافعاً متصلاً للمزيد من الاستخدام، كما أن دافع الحصول على المعلومات مثل أهم الدوافع التي يستهدف الشباب إشباعها على مستوى التخصص أو المستوى العام.⁽¹⁾

(1) نجوى عبد السلام: أنماط ودوافع استخدام الشباب المصري لشبكة الانترنت، المؤتمر العلمي الرابع - الإعلام وقضايا الشباب، (جامعة القاهرة، كلية الإعلام مايو 1998م)، ص 13.

جدول رقم (35) توزيع عينة الدراسة طبقاً لما تقدمه شبكة الإنترنت للمبحوثين في الجانب الاجتماعي

Z	الإجمالي		فئة العينة				المؤشر	
			الإناث		الذكور			
د	ن	%	ك	%	ك	%	ك	
0.00	17.8	49.7	221	30.8	137	18.9	84	ربط علاقات صداقة
0.00	7.8	27	120	9.2	40	18	80	ربط علاقات مع الجنس الآخر
0.00	3	23.4	104	12.4	55	11	49	إيجاد حلول للمشكلات
		100	445	52.1	232	47.9	213	الإجمالي

يتضح من بيانات الجدول السابق أن الإشباعات المتحققة من استخدام شبكة الإنترنت على المستوى الاجتماعي تتمثل على الترتيب في:- أولاً: ربط علاقات صداقة بنسبة (49.7%)، ثانياً: ربط علاقات مع الجنس الآخر بنسبة (27%)، ثالثاً: إيجاد حلول للمشكلات بنسبة (23.4%) من إجمالي عينة الدراسة. يستدل من ذلك أن ربط علاقات صداقة مع الآخرين تمثل أبرز الآثار الاجتماعية لشبكة الإنترنت على مستوى المبحوثين، ويعزو الباحث هذه النتيجة إلى ثراء التطبيقات الاتصالية التي تشتمل عليها شبكة الإنترنت سواء في صورتها العامة من مواقع ومنتديات الدردشة الجماعية، أو الصفحات والبرامج الشخصية التي توفر لمستخدميها نوع من الخصوصية لتبادل الأحاديث والملفات الشخصية بين طرفي الحوار.

وتشير التجربة الشخصية للباحث أن شبكة الإنترنت تمثل مصدر حيوي لكسب المزيد من الأصدقاء في شتى المجالات الحياتية، فعلى سبيل المثال منذ استخدامي لشبكة الإنترنت عامة وشبكات التواصل الاجتماعية خاصة، كالفايس بوك والتويتر، تم التعرف على العديد من الأصدقاء سواء في مجال اختصاصي أو المجالات الأخرى يتبنون نفس الاتجاه والميول للقضايا العامة التي تمثل القاسم المشترك بيننا. وقد أوضحت النتائج التفصيلية بين نوع المبحوثين وبين الإشباعات المتحققة من استخدام شبكة الإنترنت على المستوى الاجتماعي ما يلي:-

1. تزداد نسبة الإناث عن الذكور من حيث أولوية (ربط علاقات صداقة) بمعدل (30.8%، 18.9%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (99%)، حيث بلغت قيمة ($Z = 17.8$) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58).

2. تزداد نسبة الذكور عن الإناث من حيث أولوية (ربط علاقات مع الجنس الآخر) بمعدل (18%)، (9.2%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (99%)، حيث بلغت قيمة ($Z = 7.8$) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58).

3. تزداد نسبة الإناث عن الذكور من حيث أولوية (إيجاد حلول للمشكلات) بمعدل (12.4%، 11%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (99%)، حيث بلغت قيمة ($Z = 3$) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58).

وقد أكد اختبار (كا²) وجود علاقة دالة إحصائياً بين نوع المبحوثين وبين الإشباعات المتحققة من استخدام شبكة الإنترنت على المستوى الاجتماعي، حيث بلغت قيمته (27.1)، عند مستوى دلالة (0.00)، وتعتبر شدة العلاقة ضعيفة حيث بلغ معامل التوافق (0.24).

وتتفق هذه النتيجة مع نتائج الدراسات التالية:- أولاً: دراسة سامي طابع، وعثمان فكري، وهبة بهي الدين، وهبة شاهين والتي أكدت جميعها أولوية استخدام شبكة الإنترنت بدافع الصداقة وتحقيق العلاقات الاجتماعية من خلال مواقع البريد الإلكتروني والتي تأتي في مقدمة المواقع التي يفضلها المبحوثين ويطالعونها بانتظام، بالإضافة إلى دراسة شيماء العزب والتي توصلت إلى أن مواقع البريد الإلكتروني هي التي تصدرت المواقع من حيث اهتمام المبحوثين بالدخول إليها بانتظام بنسبة (67.3%)¹.

وثانياً: دراسة محمود سعد عبد الحليم والتي توصلت إلى أن مواقع الدردشة تحتل المرتبة الأولى لدى المبحوثين على شبكة الإنترنت بنسبة (21.1%)، يليها المواقع الترفيهية والألعاب بنسبة (17.4%)، ثم المواقع الرياضية بنسبة (14.7%)، يليها المواقع الإعلامية بنسبة (13.7%)، ثم المواقع الدينية ومواقع الموضة ومواقع الوظائف والمواقع الجنسية بنسبة (12.1%) إلى (2%) من إجمالي عينة الدراسة.² وثالثاً: دراسة حاتم سليم العلاونة والتي أكدت على أهمية الشبكات الاجتماعية وتوصلت إلى أن الفيس بوك جاء في مقدمة مواقع شبكات التواصل الاجتماعي التي يستخدمها النقيبون بما نسبته (50.6%)، تلاه موقع تويتر بما نسبته (27.1%) ثم موقع يوتيوب بنسبة (22.3%)، وحول تحليل هذه النتيجة أشار الباحث إلى أن ما نسبته (74.7%) من النقيبين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي، و(24.3%) منهم يستخدمونها لأنها تتيح الفرصة للتعبير عن الآراء بحرية، منوهاً إلى أن أبرز الدوافع التي تكمن وراء استخدام هذه المواقع دون غيرها من المواقع تتمثل في: التواصل مع الأصدقاء بما نسبته (28.5%)، ثم حرية التعبير عن الآراء بما نسبته (21.8%)، والتنوع في عرض أنشطة مختلفة بنسبة (15.8%)، ثم توفير الحماية للمعلومات الشخصية بنسبة (14.2%)، وحادثة الموقع بنسبة (10.1%)، ثم نظراً لغرابية الموقع بنسبة (9.6%)³.

ورابعاً دراسة "عبد الكريم العجمي الزيان" أن الهدف الأساسي لاستخدام موقع فيس بوك بالنسبة للشباب الليبي هو تكوين صداقات والبقاء على تواصل مع الأصدقاء أضافه إلى التسلية والترفيه.⁴

وتتفق كذلك مع دراسة "خالد بن فيصل بن عبد المحسن" والتي أشارت نتائجها إلى "أن الإشباعات التي تحققها الشبكة لدى الجمهور المستخدم في مدينة الرياض هي بالترتيب التالي: معرفية فعاظية فاجتماعية فترفيهية ف تجارية."⁵

1. الشيماء العزب حسين، تأثير التعرض لشبكة الإنترنت على إدراك الشباب لمجتمع المعلومات. م. س.
2. محمود سعد عبد الحليم جمعة، الاتصال الإلكتروني "الإنترنت" وتأثيره على العلاقات الاجتماعية. م. س.
3. حاتم سليم العلاونة، (2012): دور مواقع التواصل الاجتماعي في تحفيز المواطنين الأردنيين على المشاركة في الحراك الجماهيري، "دراسة ميدانية على النقيبين في إربد"، ورقة مقدمة للمؤتمر العلمي السابع عشر بعنوان "ثقافة التغيير"، كلية الآداب، جامعة فيلادلفيا، عمان، الأردن. ص: 19-20.
4. عبد الكريم العجمي الزيان، استخدامات و تمثيلات الشباب الليبي لشبكات التواصل الاجتماعي والإشباعات المتحققة منها دراسة ميدانية لعينه من طلاب جامعتي طرابلس الزيتونة، 2010
5. قدمت هذه الدراسة استكمالاً لمتطلبات درجة الماجستير في قسم الإعلام - كلية الآداب - جامعة الملك سعود 1422هـ، ص

جدول رقم (36) توزيع عينة الدراسة طبقا لما تقدمه شبكة الإنترنت للمبحوثين في الجانب الديني

Z	الإجمالي		فئة العينة				المؤشر	
			الإناث		الذكور			
د	ن	%	ك	%	ك	%	ك	
0.00	9.7	40.5	176	23.2	101	17.3	75	الإطلاع على الفتاوى
0.00	4.3	30.8	134	16.6	72	14.3	62	معرفة أصول الدين
0.00	9.3	28.7	125	12	52	16.8	73	تجنب الأفكار الهدامة
		100	435	51.7	225	48.3	210	الإجمالي

يتضح من بيانات الجدول السابق أن الإشباعات المتحققة من استخدام شبكة الإنترنت على المستوى الديني تتمثل على الترتيب في:- أولاً: الإطلاع على الفتاوى بنسبة (40.5%)، ثانياً: معرفة أصول الدين بنسبة (30.8%)، ثالثاً: تجنب الأفكار الهدامة بنسبة (28.7%) من إجمالي عينة الدراسة.

ويستدل من ذلك أن الإطلاع على الفتاوى تأتي في مقدمة الجانب الديني الذي تأثر بها المبحوثين نتيجة استخدامهم لشبكة الإنترنت، ويعزو الباحث هذه النتيجة إلى أثر الاهتمام المخول من الهيئات والمؤسسات الدينية لشبكة ومدى الاعتماد عليها كمصدر لنشر الوعي الديني سواء من خلال التوعية بالمبادئ والقواعد والأصول الدينية، أو التعريف بالاجتهاد الديني التي تصدرها لجان الإفتاء لمواكبة الأهداف وما نجم عنها من استفسارات وإشكاليات عدة لدى الجماهير سواء على الصعيد المحلي أو العالمي.

وعطفاً على ما سبق فإن شبكة الإنترنت تزخر أيضاً بالعديد من المواقع الشخصية لرجال الدين والدعوة والمطبوعات الناشطة في هذا المجال؛ بهدف تنمية الوعي الديني وإتاحة المعارف التي من شأنها تعزيز الثوابت العقائدية في نفوس الأبناء لخلق جيل مستنير مسلح بالقيم والأصول الأخلاقية والدينية السمحاء. وقد أوضحت النتائج التفصيلية بين نوع المبحوثين وبين الإشباعات المتحققة من استخدام شبكة الإنترنت على المستوى الديني ما يلي:-

1. تزداد نسبة الإناث عن الذكور من حيث أولوية (الإطلاع على الفتاوى) بمعدل (23.2%، 17.3%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (99%)، حيث بلغت قيمة ($Z = 9.7$) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58).

2. تزداد نسبة الإناث عن الذكور من حيث أولوية (معرفة أصول الدين) بمعدل (16.6%، 14.3%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (99%)، حيث بلغت قيمة ($Z = 4.3$) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58).

3. تزداد نسبة الذكور عن الإناث من حيث أولوية (تجنب الأفكار الهدامة) بمعدل (16.8%، 12%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (99%)، حيث بلغت قيمة ($Z = 9.3$) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58).

وقد أكد اختبار (كا²) وجود علاقة دالة إحصائياً بين نوع المبحوثين وبين الإشباعات المتحققة من استخدام شبكة الإنترنت على المستوى الديني، حيث بلغت قيمته (8.7)، عند مستوى دلالة (0.01)، وتعتبر شدة العلاقة ضعيفة حيث بلغ معامل التوافق (0.14).

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة "نهى سمير محجوب" والتي أشارت نتائجها إلى أنه يرتفع معدل اكتساب المعرفة من المعلومات المقروءة من الإنترنت عن تلك المشاهدة في التلفاز"، وقد أثبتت صحة هذا الفرض بسبب خدمات التفاعلية التي يوفرها الإنترنت، حيث تشترك كل الحواس في التعرض للمعلومات (نصوص، صوت، صورة، فيديو).

جدول رقم (37) توزيع عينة الدراسة طبقاً لما تقدمه شبكة الإنترنت للمبحوثين في الجانب النفسي

Z	الإجمالي		فئة العينة				المؤشر	
			الإناث		الذكور			
د	ن	%	ك	%	ك	%	ك	
0.00	18.9	53.9	236	33.6	147	20.3	89	التخلص من الروتين
0.00	15.2	30.4	133	11.2	49	19.2	84	التخلص من الوحدة
0.00	3.2	15.8	69	7.3	32	8.5	37	تحقيق العادة
		100	438	52.1	228	48	210	الإجمالي

يتضح من بيانات الجدول السابق أن الإشباعات المتحققة من استخدام شبكة الإنترنت على المستوى النفسي تتمثل على الترتيب في:- أولاً: التخلص من الروتين بنسبة (53.9%)، ثانياً: التخلص من الوحدة بنسبة (30.4%)، ثالثاً: تحقيق العادة بنسبة (15.8%) من إجمالي عينة الدراسة.

يستدل من ذلك على أن التخلص من الروتين اليومي يمثل أبرز المنافع المتحققة للمبحوثين على مستوى الجانب النفسي، ويعزو الباحث هذه النتيجة إلى ثراء تطبيقات شبكة الإنترنت والتي أتاحت لمستخدميها ممارسة العديد من الأنشطة الثقافية والاجتماعية والاقتصادية التي أتاحت لهم نوعاً من التجديد وكسر حاجز الزمان والحصول على الخدمات التي تلبي دوافعهم واهتماماتهم بأيسر الطرق تزامن مع اقتصاد الزمان، بالإضافة إلى الخدمات والتطبيقات الترفيهية التي ساهمت في استغلال أوقات الفراغ في العدد من المجالات كالمسابقات التي تتعقد بشكل دائم على صفحات الشبكة، وكذلك الألعاب الإلكترونية التي تستحوذ على اهتمام العديد من الأفراد وتمثل مصدراً حيوياً للتسلية والترفيه، أضف إلى ذلك البرامج والمضامين الإعلامية التي تقدمها الشبكة بدافع التسلية من الأفلام والمسلسلات والأغاني والأناشيد بشتى أنواعها ويسعى العديد من المستخدمين التعرض المباشر لها أو الحصول عليها من خلال خاصية التحميل على الجهاز الشخصي لهم والتعرض لها في أي وقت.

وقد أوضحت النتائج التفصيلية بين نوع المبحوثين وبين الإشباعات المتحققة من استخدام شبكة الإنترنت على المستوى النفسي ما يلي:-

1. تزداد نسبة الإناث عن الذكور من حيث أولوية (التخلص من الروتين) بمعدل (33.6%، 20.3%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (99%)، حيث بلغت قيمة ($Z = 18.9$) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58).

2. تزداد نسبة الذكور عن الإناث من حيث أولوية (التخلص من الوحدة) بمعدل (19.2%، 11.2%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (99%)، حيث بلغت قيمة ($Z = 15.2$) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58).

3. تزداد نسبة الذكور عن الإناث من حيث أولوية (تحقيق العادة) بمعدل (8.5%، 7.3%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (99%)، حيث بلغت قيمة ($Z = 3.2$) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58).

وقد أكد اختبار (χ^2) وجود علاقة دالة إحصائياً بين نوع المبحوثين وبين الإشباع المتحققة من استخدام شبكة الإنترنت على المستوى النفسي، حيث بلغت قيمته (24.5)، عند مستوى دلالة (0.00)، وتعتبر شدة العلاقة ضعيفة حيث بلغ معامل التوافق (0.23).

وتتفق هذه النتائج مع دراسة نيفين محمد المهدي والتي توصلت إلى أن الموضوعات الترفيهية هي أكثر الموضوعات التي يهتم بها إجمالي الطلاب عينة الدراسة بجامعة القاهرة وعين شمس معا بنسبة (38.3%) يلي ذلك التعليم بنسبة (25.3%)¹.

ودراسة "خالد محمد حسنين" والتي أشارت إلى أن أبرز المواقع التي يفضلها الشباب الجامعي هي مواقع الدردشة والمواقع الجنسية بنسبة (425) لكل منهما، ثم المواقع الترفيهية والرياضية والإعلامية بنسبة (5%) لكل منهما، وأخيراً المواقع العلمية بنسبة (1%)².

ودراسة نيرمين عبد العزيز التي توصلت إلى أن الموضوعات الترفيهية هي أهم الموضوعات التي يهتم بها الطلاب عبر شبكة الإنترنت بنسبة (38.8%) ثم الموضوعات التعليمية بنسبة (25.3%)³.

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة "سامي عبد الرؤوف طابع" والتي أوضحت أن الأفراد ينظرون إلى شبكة الانترنت الآن على أساس أنها أسرع مصر للمعلومات، وهذا يؤدي إلى تزايد مستمر في الوقت الذي يقضيه الفرد في استخدام الانترنت، وهذا يؤدي بدوره إلى تناقص الاعتماد على مصادر المعلومات الأخرى بما فيها الاتصال الشخصي.

1 . نيفين محمد المهدي، استخدام طلاب خالد محمد السيد حسنين، استخدام المدخل المعرفي السلوكي من منظور طريقة خدمة الجماعة وتعديل اتجاهات الشباب الجامعي نحو استخدام شبكة الإنترنت. م. س.

2 . خالد محمد السيد حسنين، استخدام المدخل المعرفي السلوكي من منظور طريقة خدمة الجماعة وتعديل اتجاهات الشباب الجامعي نحو استخدام شبكة الإنترنت. م. س.

3 . نرمين عصام محمد عبد العزيز، دراسة اتجاهات الشباب الجامعي نحو استخدام الإنترنت وعلاقتها بسماتهم الشخصية وتوافقهم الاجتماعي. م. س.

جدول رقم (38) توزيع عينة الدراسة طبقاً لشعور المبحوثين أثناء استخدامهم شبكة الإنترنت

Z	الإجمالي		فئة العينة				المؤشر	
			الإناث		الذكور			
د	ن	%	ك	%	ك	%	ك	
0.00	17.9	54.4	228	33.7	141	20.8	87	ينتهي الإحساس بالفراغ
0.00	18.2	15	63	4.1	17	11	46	الإحساس بالاضطراب
0.00	14.1	30.6	128	11.5	48	19.1	80	لم انتبه لذلك
		100	419	49.2	206	50.8	213	الإجمالي

ينضح من بيانات الجدول السابق أن شعور المبحوثين أثناء استخدامهم شبكة الإنترنت يتمثل على الترتيب في:- أولاً: ينتهي الإحساس بالفراغ بنسبة (54.4%)، ثانياً: لم انتبه لذلك بنسبة (15%)، ثالثاً: الإحساس بالاضطراب بنسبة (28.7%) من إجمالي عينة الدراسة.

يستدل من ذلك على أن استخدام شبكة الإنترنت يقضي على الإحساس بالفراغ لدى المبحوثين، ويعزو الباحث هذه النتيجة إلى ما تحويه الشبكة من تطبيقات وخدمات ومعارف تمتد لتشمل كافة التخصصات العلمية والحياتية، الأمر الذي انعكس على المستخدمين بجذب انتباههم ودفعهم إلى خاصية التبحر والاستغراق في ممارستها، فعلى سبيل المثال قد نجد أحد الباحثين يستخدم الشبكة للحصول على أحد المواد العلمية المنشور حول تكنولوجيا الاتصال والبحث والتدقيق يتبين له أن هناك المزيد من المعلومات التي تتفاوت من حيث التوجه الفكري والعلمي والمنهجي، ويركز كل منها على جانب يضيف عليها رونقا من المعرفة، ومن ثم لا يملك الباحث سوى أن يستمر بالبحث والتدقيق شيئا فشيئا ليجد نفسه في نهاية المطاف قد قضى المزيد من الوقت عن المعدل المطلوب، وعلى غرار ذلك تشير نتائج الملاحظة الشخصية لاستخدام المراهقين لشبكة الإنترنت يقضون معظم أوقات فراغهم إن لم يكن كل الوقت في ممارسة الألعاب ومواقع الدردشة وشبكات التواصل الاجتماعي، بل وممارسة العديد من الأنشطة الإلكترونية كالاطلاع على المواقع الخيرية أو الثقافية، وسماع المواد الصوتية، وبالسؤال عن إحساسهم بالفراغ أثناء تلك الممارسة تمثلت إجاباتهم في انتهى الفراغ، وعلى الرغم من أهمية هذه النتيجة كمؤشر إيجابي ينم عن قدرات شبكة الإنترنت، إلا أن الوجه الآخر للحقيقة يؤكد على أن استمرار هذا الأمر من المتوقع أن يقود هؤلاء الأفراد إلى الوقوع في براثن الإدمان والعديد من الظواهر السلبية كالاغتراب والوحدة والعزلة الاجتماعية، والتي سوف تتضح أثارها على الفرد وعملية التكيف مع الجماعات الفعلية له بالتدرج شيئا فشيئاً وقد أوضحت النتائج التفصيلية بين نوع المبحوثين وبين شعورهم أثناء استخدام شبكة الإنترنت ما يلي:-

1. تزداد نسبة الإناث عن الذكور من حيث أولوية (ينتهي الإحساس بالفراغ) بمعدل (33.7%، 20.8%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (99%)، حيث بلغت قيمة ($Z = 17.9$) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58).

2. تزداد نسبة الذكور عن الإناث من حيث أولوية (لم انتبه لذلك) بمعدل (19.1%، 11.5%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (99%)، حيث بلغت قيمة ($Z = 14.1$) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58).

3. تزداد نسبة الذكور عن الإناث من حيث أولوية (الإحساس بالاضطراب) بمعدل (11%، 4.1%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (99%)، حيث بلغت قيمة ($Z = 18.2$) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58).

وقد أكد اختبار (كا²) وجود علاقة دالة إحصائياً بين نوع المبحوثين وبين شعورهم أثناء استخدامهم شبكة الإنترنت، حيث بلغت قيمته (34)، عند مستوى دلالة (0.00)، وتعتبر شدة العلاقة ضعيفة حيث بلغ معامل التوافق (0.27).

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة "نايف بن ثنيان آل سعود" والتي أشارت إلى أن شبكة المعلومات لها دور في تحقيق إشباع رغبات الشباب في المراسلة، والمحادثة، وتوفير المعلومات المتنوعة، والترفيه ... وغيرها، وأنه بقدر ما للإنترنت من فوائد جمة تعود بالإيجاب على مستخدميها إلا أن لها سلبيات وأضرار صحية واجتماعية ... وغيرها. وكذلك دراسة "ميرفت محمد كامل أطرابيبيشي" والتي توصلت نتائجها إلى أن الترفيه أحد الأسباب الرئيسية للتعرض.

جدول رقم (39) توزيع عينة الدراسة طبقاً لأثر استخدام شبكة الإنترنت على وسائل الإعلام الأخرى

Z	الإجمالي		فئة العينة				المؤشر	
			الإناث		الذكور			
د	ن	%	ك	%	ك	%	ك	
0.01	2.5	35.8	143	19	76	17.5	70	تستغنى عنها تماماً
0.00	5.9	40.8	163	22.3	89	18.5	74	يقل استخدامها لها
0.00	11.8	11.5	46	3.8	15	7.8	31	يزيد استخدامها لها
0.00	5.8	12	48	5	20	7	28	لا يتغير مطلقاً
		100	400	50	200	50	200	الإجمالي

يتضح من بيانات الجدول السابق أن تأثير استخدام شبكة الإنترنت على وسائل الإعلام يتراوح بين أربعة درجات أساسية على النحو التالي:- الدرجة الأولى التأثير سلبي إلى حد ما بقلة استخدامها بنسبة (40.8%)، الدرجة الثانية: الاستغناء بالإنترنت عن وسائل الإعلام الأخرى بشكل تام بنسبة (35.8%)، الدرجة الثالثة: المحايدة بمعنى عدم التغيير مطلقاً بنسبة (12%)، الدرجة الرابعة التأثير الايجابي بزيادة استخدامها بنسبة (11.5%) من إجمالي عينة الباحثين.

يستدل من ذلك أن استخدام الباحثين لشبكة الإنترنت أثر سلبي على الوسائل الإعلامية الأخرى بقلة الاستخدام، ويعزو الباحث هذه النتيجة إلى الطبيعة التقنية العامة لشبكة الإنترنت والتي أتاحت لها الجمع بين العديد من خدمات وسائل الإعلام فعلى سبيل المثال حققت وظائف الصحافة المطبوعة وتغلّبت عليها في مواكبة الأحداث وتغطيتها بشكل آني، وكذلك تقديم المواد الإذاعية بل وأكسبتها طابعاً من المرونة بتوفير الصور والمقاطع المرئية التي حدثت من عملية الإرهاق الذهني للعديد من جماهيرها، وكذلك تقديم المواد المرئية التي يقدمها التلفاز بل وأسرت المشاهدين بإمكانية الاحتفاظ بالبرامج والمضامين الإعلامية المنشورة والتعرض لها مرات ومرات، إلى غير من خدمات الإطلاع وعقد المؤتمرات الإلكترونية، والندوات والفعاليات والأنشطة الاتصالية الأخرى.

وقد أوضحت النتائج التفصيلية بين نوع الباحثين وبين أثر استخدام شبكة الإنترنت على وسائل الإعلام الأخرى ما يلي:-

1. تزداد نسبة الإناث عن الذكور من حيث (قلة استخدام وسائل الإعلام الأخرى نتيجة استخدام شبكة الإنترنت) بمعدل (22.3%، 18.5%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (99%)، حيث بلغت قيمة (Z = 5.9) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58).

2. تزداد نسبة الإناث عن الذكور من حيث (الاستغناء عن وسائل الإعلام نتيجة استخدام شبكة الإنترنت) بمعدل (19%، 17.5%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (99%)، حيث بلغت قيمة (Z = 2.5) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58).

3. تزداد نسبة الذكور عن الإناث من حيث (عدم تأثير استخدام شبكة الإنترنت على وسائل الإعلام الأخرى مطلقاً) بمعدل (7%، 5%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (99%)، حيث بلغت قيمة ($Z=5.8$) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58).

4. تزداد نسبة الذكور عن الإناث من حيث (تؤثر استخدام شبكة الإنترنت على وسائل الإعلام الأخرى بزيادة الاستخدام) بمعدل (7.8%، 3.8%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (99%)، حيث بلغت قيمة ($Z=11.8$) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58).

وقد أكد اختبار (χ^2) وجود علاقة دالة إحصائياً بين نوع المبحوثين وبين أثر استخدام شبكة الإنترنت على وسائل الإعلام الأخرى، حيث بلغت قيمته (8.6)، عند مستوى دلالة (0.04)، وتعتبر شدة العلاقة ضعيفة حيث بلغ معامل التوافق (0.15).

وتتفق هذه النتيجة مع كل من الدراسات التالية:- أولاً: دراسة شيماء النحاس والتي توصلت إلى تفاوت تأثير الإنترنت الذي أحدثه في وسائل الاتصال الجماهيرية المختلفة المستخدمة في المجتمع المصري خاصة لدى الأسرة الحضرية المقيمة بمدينة القاهرة حيث بلغ أقصى درجاته في حالات السينما (60.5%)، والكتب بنسبة (59%)، والتلفاز بنسبة (55%)، والراديو بنسبة (49.5%)، والصحف بنسبة (44.5%) من عينة الدراسة¹ وثانياً: دراسة أنور إبراهيم والتي توصلت إلى أن استخدام شبكة الإنترنت أدى إلى قلة مشاهدتهم للتلفزيون بنسبة (51.3%) من إجمالي العينة².

وكذلك دراسة إبراهيم منصور والتي أكدت على تفاوت تأثير الإنترنت الذي أحدثته في وسائل الاتصال المختلفة التي يستخدمها الشباب الجامعي بمدينة الإسكندرية والبحيرة حيث بلغ أقصى درجاته على التوالي في حالات: التلفاز بنسبة (29.5%)، والصحف والراديو بنسبة (28%) لكل منهما، والسينما بنسبة (26%)، الكتب بنسبة (19.5%)، وأخيراً الهاتف بنسبة (6%) من المبحوثين³.

ودراسة " John Dimmick , Lura Stafford , Susan L. Kline " والتي أكدت على تفوق البريد الإلكتروني على الهاتف في تحقيق فرص الإشباع الخاصة بالاتصال الشخصي مع الأفراد في الخارج، بينما وجد إن الهاتف أكثر تأثيراً بالنسبة لإشباعات الاجتماعية وأكثر حميمة⁴. ودراسة "نايف بن ثنيان آل سعود" والتي أشارت إلى أن شبكة الإنترنت أثر استخدامها على تعرضهم لوسائل الاتصال الجماهيرية الأخرى.

1. شيماء محمد السعيد النحاس، ثقافة الإنترنت لدى الأسرة الحضرية. م. س.
2. أنور إبراهيم محمد، الآثار الاجتماعية للثورة المعلوماتية على الأسرة المصرية: دراسة ميدانية على عينة من مستخدمي الإنترنت. م. س.

3. إبراهيم منصور عبد اللطيف الغيطي، اتجاهات الجمهور نحو دور الإنترنت في تهديد الأمن الاجتماعي، مرجع سابق.
4. John Dimmick , Lura Stafford , Susan L. Kline " The Gratification Niches Of Personal E-Mail And Telephone " Communication Research (Vol 27 , No 2 , April , 2000)

وتتفق كذلك مع دراسة " خالد بن فيصل بن عبد المحسن" والتي أشارت نتائجها إلى أن شبكة الإنترنت أثرت على حجم الزمن الذي يخصصه المستخدم لقراءة الصحف التقليدية.¹

بينما تختلف هذه النتيجة مع دراسة "بيرنت، هاجروف، ستيمل " Hargrove , stempel, 2000 , Bernt" والتي تناولت العلاقة بين تزايد الانترنت والتحديات التي يواجهها استخدام وسائل الإعلام التقليدية في المجتمع الأمريكي ما بين عامي (1995- 1999) وقد ظهرت المقارنة بين مستخدمي الانترنت وغير المستخدمين أن المستخدمين أكثر احتمالاً لقراءة الصحف والاستماع للراديو ومشاهدة الأخبار التلفزيونية عدا ذلك فلا توجد فروق ذات دلالة ما بين المستخدمين، ومن ثم فمن الواضح أن شبكة الانترنت لا تعد سبباً في تراجع وسائل الاتصال الأخرى.² ودراسة "عبيد محمد حمدي" والتي أشارت إلى أنه كلما زاد استخدام الأفراد للانترنت كلما انخفضت درجة الاعتماد أو الاستخدام للراديو والتلفاز.

جدول رقم (40) توزيع عينة الدراسة طبقاً لمصادقية ما تقدمه شبكة الإنترنت

Z	الإجمالي		فئة العينة				المؤشر	
			الإناث		الذكور			
د	ن	%	ك	%	ك	%	ك	
0.00	5.7	31.8	127	14.3	57	17.5	70	ثقة مطلقة
0.00	3.8	51.3	205	27	108	24.3	97	حسب مصداقية الموقع
0.23	1.2	17	68	8.8	35	8.3	33	لا أثق أبداً
		100	200	50	200	50	200	الإجمالي

يتضح من بيانات الجدول السابق أن ما يزيد عن نصف عينة الباحثين بنسبة (51.3%) تتوقف درجة ثقتهم في ما تقدمه شبكة الإنترنت حسب مصداقية الموقع، يليها الثقة المطلقة بنسبة (30.8%)، بينما ذهب بعضهم إلى الإفادة بعدم ثقتهم في ما تقدمه شبكة الإنترنت بنسبة (17%) من إجمالي عينة الدراسة.

يستدل من ذلك أن العامل الأساسي لثقة الباحثين فيما يقدم على شبكة الإنترنت من مواد ومضامين يتمثل في التوجه السياسية والاجتماعي والفكري للمواقع، ويعزو الباحث هذه النتيجة إلى وجود العديد من المواقع مجهولة المصدر التي من شأنها إثارة البلبلة ونشر الإشاعات المغرضة الهادفة إلى إذاعة الفوضى والتناحر بين الأفراد وكذلك المعلومات غير الموضوعية والأفكار والقيم الدخيلة على مجتمعاتنا العربية من الثقافات الإباحية التي ينفرها المجتمع العربي وينظر إليها من المنطلق الديني بوصفها نوعاً من الرزيلة التي تتعارض مع المبادئ الدينية والقيم الأخلاقية الحميدة إلى غير ذلك الأمور التي تهدف في مجملها إلى

1. قدمت هذه الدراسة استكمالاً لمتطلبات درجة الماجستير في قسم الإعلام - كلية الآداب - جامعة الملك سعود 1422هـ، ص19.

2 Guido Stempel , Thomas Hargrove And Joseph Bernt " Relation Of Growth Of Use The To Change In Media Use From 1995 – 1999 " – Journalism And Mass Communication Quarterl – (Vol 77 – No 12000)

صناعة الأزمات؛ ومن ثم تهديد الأمن الاجتماعي العام. وقد أوضحت النتائج التفصيلية بين نوع المبحوثين وبين اتجاهاتهم نحو مصداقية ما تقدمه شبكة الإنترنت من عدمها يلي:-

1. تزداد نسبة الإناث عن الذكور من حيث (توقف مصداقية ما تقدمه شبكة الإنترنت حسب مصداقية الموقع) بمعدل (27%، 24.3%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (99%)، حيث بلغت قيمة (Z=3.8) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58).

2. تزداد نسبة الذكور عن الإناث من حيث (الثقة المطلقة فيما تقدمه شبكة الإنترنت) بمعدل (17.5%)، (14.3%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (99%)، حيث بلغت قيمة (Z=5.7) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58).

3. تزداد نسبة الإناث عن الذكور من حيث (عدم الثقة المطلقة فيما تقدمه شبكة الإنترنت) بمعدل (8.8%)، (8.3%) لكل منهما على التوالي، والفارق غير دال بمستوى ثقة (95%)، حيث بلغت قيمة (Z=1.2) وهي أقل من القيمة الجدولية (1.96).

وقد أكد اختبار (كا²) وجود علاقة غير دالة إحصائياً بين نوع المبحوثين وبين اتجاهاتهم نحو مصداقية ما تقدمه شبكة الإنترنت من عدمها، حيث بلغت قيمته (2)، عند مستوى دلالة (0.37)، وتعتبر شدة العلاقة ضعيفة حيث بلغ معامل التوافق (0.07).

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة "ميرفت محمد كامل أطراييشي" والتي أثبتت صحة فروض حول تزايد درجة مصداقية الانترنت مقابل الوسائل الأخرى، وتزايد درجة الاعتماد على معلومات الانترنت مقابل الوسائل الأخرى.

جدول رقم (41) توزيع عينة الدراسة طبقاً لمستقبل استخدام شبكة الإنترنت

Z	الإجمالي		فئة العينة				المؤشر	
			الإناث		الذكور			
د	ن	%	ك	%	ك	%	ك	
0.00	3.8	61.5	246	32.3	129	29.3	117	زيادة الاستخدام
0.00	8.4	17.5	70	7	28	10.5	42	سينقص الاستخدام
0.26	1.1	19.5	78	10	40	9.5	38	إبقاء الاستخدام الحالي
0.00	صفر	1.5	6	0.8	3	0.8	3	الكف عن الاستخدام
		100	400	50	200	50	200	الإجمالي

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن اتجاهات المبحوثين نحو مستقبل استخدام شبكة الإنترنت يتراوح ما بين:- أولاً: زيادة استخدام شبكة الإنترنت بنسبة (61.5%)، ثانياً: إبقاء استخدام شبكة الإنترنت على وضعها الحالي بنسبة (19.5%)، ثالثاً: سينقص استخدام شبكة الإنترنت بنسبة (17.5%)، رابعاً: الكف عن استخدام شبكة الإنترنت في المستقبل بنسبة (1.5%) من إجمالي عينة الدراسة.

وتؤكد هذه النتيجة على أن المؤشرات المستقبلية للشبكة الإنترنت تنم طبقا لاتجاهات المبحوثين عن توقع زيادة الاستخدام، ويعزو الباحث هذه النتيجة إلى اتساع رقعة خدمات وتطبيقات شبكة الإنترنت وتطورها التقني المتلاحق، والذي أدى بشكل كبير إلى جذب المؤسسات وهيئات الأعمال بمختلف انتماؤها المهني إلى استثمار خدماتها عبر الإنترنت بهدف استقطاب العملاء وتنمية أنشطتها، بالإضافة إلى استحداث العديد من الخدمات التقنية مثل خدمات وبرامج الاتصال الدولية التي ساهمت بشكل كبير في تحقيق التواصل الاجتماعي بين الأفراد، مثل الفايبر والواتس آب.....إلخ.

وجدير بالذكر أن هذا المؤشر -زيادة الاستخدام- يحتاج إلى المزيد من الآليات التي تسهم في تقنين وترشيد عملية الاستخدام ودفع مسار النمو إلى المنحنى الإيجابي الذي من شأنه الحد من مخاطر الإنترنت وأثارها السلبية والتي يأتي في مقدمتها تعريف المستخدمين خاصة والأفراد داخل المجتمع عامة، مع التركيز فئات الشباب والمراهقين بالآليات استخدام الإنترنت والحقوق والواجبات الأساسية التي تمثل جوهر ترشيد عملية الاستخدام. وقد أوضحت النتائج التفصيلية بين نوع المبحوثين وبين اتجاهاتهم نحو مستقبل استخدام شبكة الإنترنت يلي:-

1. تزداد نسبة الإناث عن الذكور من حيث (زيادة الاستخدام) بمعدل (32.3%، 29.3%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (99%)، حيث بلغت قيمة ($Z = 3.8$) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58).

2. تزداد نسبة الإناث عن الذكور من حيث (إبقاء الاستخدام الحالي) بمعدل (10%، 9.5%) لكل منهما على التوالي، والفارق غير دال بمستوى ثقة (95%)، حيث بلغت قيمة ($Z = 1.1$) وهي أقل من القيمة الجدولية (1.96).

3. تزداد نسبة الذكور عن الإناث من حيث (سينقص الاستخدام) بمعدل (10.5%، 7%) لكل منهما على التوالي، والفارق دال بمستوى ثقة (99%)، حيث بلغت قيمة ($Z = 8.4$) وهي أكبر من القيمة الجدولية (2.58).

4. تزداد نسبة الذكور عن الإناث من حيث (الكف عن الاستخدام) بمعدل (0.8%) لكل منهما على حدة، والفارق غير دال بمستوى ثقة (95%)، حيث بلغت قيمة ($Z =$ صفر) وهي أقل من القيمة الجدولية (1.96).

وقد أكد اختبار (K^2) وجود علاقة غير دالة إحصائياً بين نوع المبحوثين وبين اتجاهاتهم نحو مستقبل استخدام شبكة الإنترنت ، حيث بلغت قيمته (3.4)، عند مستوى دلالة (0.33)، وتعتبر شدة العلاقة ضعيفة حيث بلغ معامل التوافق (0.09).

سادسا: فروض الدراسة:-

بناء على الإجابات التي سيقدمها البحث عن أسئلة الدراسة يختبر الباحث عدداً من الفروض العلمية التالية:-
الفرض الأول: يختلف معدل تعرض أبناء الجالية الليبية في مصر للإنترنت باختلاف المتغيرات الديموغرافية (النوع – المستوى التعليمي – الحالة الوظيفية – طبيعة الإقامة – مدة الإقامة).

جدول رقم (42) يوضح العلاقة بين نوع المبحوثين ومعدل تعرضهم لشبكة الإنترنت

الإجمالي		فئة العينة				معدل الاستخدام
		الإناث		الذكور		
%	ك	%	ك	%	ك	
60.3	241	27.8	111	32.5	130	يومية
14.8	59	9.8	39	5	20	من 5 إلى 6 مرات أسبوعياً
20.5	82	10.8	43	9.8	39	من 2 إلى 4 مرات في الأسبوع
4.5	18	1.8	7	2.8	11	أقل من مرتين في الأسبوع
100	400	50	200	50	200	الإجمالي

تشير نتائج المعاملات الإحصائية في الجدول السابق (42) إلى وجود علاقة دالة بين نوع المبحوثين وبين معدل استخدام شبكة الإنترنت، حيث بلغت قيمة (كا) المحسوبة (8.7)، عند مستوى دلالة (0.03)، وتعتبر شدة العلاقة ضعيفة حيث بلغ معامل التوافق (0.15).

جدول رقم (43) يوضح العلاقة بين المستوى التعليمي للمبحوثين ومعدل تعرضهم لشبكة الإنترنت

الإجمالي		معدل الاستخدام في الأسبوع								المستوى التعليمي
		أقل من مرتين		من 2 إلى 4 مرات		من 5 إلى 6 مرات		يومية		
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
10.8	43	1	4	3.3	13	1.3	5	5.3	21	دراسات عليا
26.5	106	0.8	3	2	8	5	20	18.8	75	جامعي
50	200	2.3	9	11.3	45	6.8	27	29.8	119	ثانوي
10	40	0.5	2	3	12	1	4	5.5	22	أساسي
3.3	13	0	0	1	4	0.8	3	1.5	6	يقرأ ويكتب
100	400	4.5	18	20.5	82	14.8	59	60.3	241	الإجمالي

تشير نتائج المعاملات الإحصائية في الجدول السابق (43) إلى وجود علاقة دالة بين المستوى التعليمي وبين معدل استخدام شبكة الإنترنت، حيث بلغت قيمة (كا²) المحسوبة (14.3)، عند مستوى دلالة (0.01)، وتعتبر شدة العلاقة ضعيفة حيث بلغ معامل التوافق (0.21).

جدول رقم (44) يوضح العلاقة بين الحالة المهنية للمبحوثين ومعدل تعرضهم لشبكة الإنترنت

الإجمالي		معدل الاستخدام في الأسبوع								الحالة الوظيفية
		أقل من مرتين		من 2 إلى 4 مرات		من 5 إلى 6 مرات		يوميًا		
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
23	92	0.8	3	2.8	11	4.8	19	14.8	59	طالب
17.5	70	0	0	2.3	9	2.8	11	12.5	50	موظف
17.5	70	0.5	2	6.3	25	2.5	10	8.3	33	أعمال حرة
2.8	11	0	0	0	0	0	0	2.8	11	إعلامي
14	56	1.3	5	4.3	17	2	8	6.5	26	مدرس
1.5	6	0.8	3	0	0	0.3	1	0.5	2	متقاعد
12.5	50	1	4	2.5	10	1.5	6	7.5	30	ربة منزل
7.5	30	0	0	1	4	1	4	5.5	22	مهنة فنية عليا
3.8	15	0.3	1	1.5	6	0	0	2	8	مهن إدارية متوسطة
100	400	4.5	18	20.5	82	14.8	59	60.3	241	الإجمالي

تشير نتائج المعاملات الإحصائية في الجدول السابق (44) إلى وجود علاقة دالة بين الحالة المهنية للمبحوثين وبين معدل استخدام شبكة الإنترنت، حيث بلغت قيمة (كا²) المحسوبة (35.4)، عند مستوى دلالة (0.00)، وتعتبر شدة العلاقة ضعيفة حيث بلغ معامل التوافق (0.25).

جدول رقم (45) يوضح العلاقة بين طبيعة الإقامة ومعدل تعرضهم لشبكة الإنترنت

الإجمالي		معدل الاستخدام في الأسبوع								المستوى التعليمي
		أقل من مرتين		من 2 إلى 4 مرات		من 5 إلى 6 مرات		يوميًا		
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
16.8	67	1.3	5	4.8	19	2.5	10	8.3	33	أعيش بمفردتي بصورة مستمرة
52.8	211	2.5	6	3.5	14	7.3	29		162	أعيش مع الأسرة بصفة مستمرة
22	88	1.8	7	36.3	37	4	16	7	28	تتردد عائلتي لزياتي
8.5	34	0	0	3	12	1	4	4.5	18	أذهب لزيارة أسرتي في ليبيا
100	400	4.5	18	20.5	82	14.8	59	60.3	241	الإجمالي

تشير نتائج المعاملات الإحصائية في الجدول السابق (45) إلى وجود علاقة دالة بين طبيعة الإقامة وبين معدل استخدام شبكة الإنترنت، حيث بلغت قيمة (كا²) المحسوبة (47.1)، عند مستوى دلالة (0.00)، وتعتبر شدة العلاقة متوسطة حيث بلغ معامل التوافق (0.29).

جدول رقم (46) يوضح العلاقة بين مدة الإقامة ومعدل تعرضهم لشبكة الإنترنت

الإجمالي		معدل الاستخدام في الأسبوع								المستوى التعليمي
		أقل من مرتين		من 2 إلى 4 مرات		من 5 إلى 6 مرات		يوميًا		
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
21.5	86	0.5	2	4.5	18	5.8	23	10.8	43	منذ أقل من سنة
49.5	198	1.3	5	11.8	47	5.3	21	31.3	125	من سنة إلى 4 سنوات
21	84	2	8	3.3	13	2.5	10	13.3	53	من 4 إلى 8 سنوات
8	32	0.8	3	1	4	1.3	5	5	20	منذ 8 سنوات فأكثر
100	400	4.5	18	20.5	82	14.8	59	60.3	241	الإجمالي

تشير نتائج المعاملات الإحصائية في الجدول السابق (46) إلى وجود علاقة دالة بين طبيعة الإقامة وبين معدل استخدام شبكة الإنترنت، حيث بلغت قيمة (كا²) المحسوبة (39.5)، عند مستوى دلالة (0.00)، وتعتبر شدة العلاقة متوسطة حيث بلغ معامل التوافق (0.17).

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة جامعة ميشيغان عن (الاستخدام التجاري للشبكة) والتي ركزت على خصائص استخدامات الشبكة ألعنكبوتية، التبادل التجاري الإلكتروني، مصادر المعلومات وقنوات التسويق، الاختيارات والتصورات، وبينت نتائجها التي أجريت إلكترونياً على الإنترنت تشابه الدراسات التي تمت خارج الشبكة، مما يعني أن عينة هذه الدراسة ممثلة إلى حد كبير، وقد أوضحت الدراسة أن هناك علاقة بين استخدام الشبكة ومتغيرات السن والجنس والدخل والحالة الاجتماعية والمنطقة الجغرافية (أمريكا وأوروبا).⁽¹⁾

الفرض الثاني: توجد فروق دالة إحصائية بين المتغيرات الديموجرافية (النوع- الحالة الوظيفية) لأفراد الجالية الليبية وكمية التعرض للإنترنت.

(1)Hermes @ Cochrane . Bus. Umic. Edu.

جدول رقم (47) يوضح العلاقة بين نوع المبحوثين وكمية تعرضهم لشبكة الإنترنت

الإجمالي	معدل الاستخدام								الحالة الوظيفية	
	ثلاث ساعات فأكثر		أكثر من ساعتين لأقل من ثلاث ساعات		أكثر من ساعة لأقل من ساعتين		ساعة واحدة فأقل			
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%		
طالب	92	23	15	3.8	29	7.3	37	9.3	11	2.8
موظف	70	17.5	6	1.5	15	3.8	42	10.5	7	1.8
أعمال حرة	70	17.5	12	3	15	3.8	38	9.5	5	1.3
إعلامي	11	2.8	7	1.8	3	0.8	1	0.3	0	0
مدرس	56	14	2	0.5	18	6.5	24	6	12	3
متقاعد	6	1.5	1	0.3	5	1.3	0	0	0	0
ربة منزل	50	12.5	0	0	18	4.5	10	2.5	22	5.5
مهنة فنية عليا	30	7.5	15	3.8	9	2.3	0	0	6	1.5
مهن إدارية متوسطة	15	3.8	6	1.4	3	0.8	5	1.3	1	0.3
الإجمالي	400	100	64	16	115	28.8	157	39.3	64	16

تشير نتائج المعاملات الإحصائية في الجدول السابق (47) إلى وجود علاقة دالة إحصائية بين نوع المبحوثين وبين معدل استخدام شبكة الإنترنت يومياً، حيث بلغت قيمته اختبار (كا²) المحسوبة (11.3)، عند مستوى دلالة (0.01)، وتعتبر شدة العلاقة ضعيفة حيث بلغ معامل التوافق (0.17).

جدول رقم (48) يوضح العلاقة بين الحالة الوظيفية للمبحوثين وكمية تعرضهم لشبكة الإنترنت

الإجمالي	فئة العينة				مدة الاستخدام يوميا	
	الإناث		الذكور			
	ك	%	ك	%	ك	%
ساعة واحدة فأقل	64	16	22	5.5	42	10.5
أكثر من ساعة لأقل من ساعتين	157	39.3	92	23	65	16.3
أكثر من ساعتين لأقل من ثلاث ساعات	115	28.8	54	13.5	61	15.3
ثلاث ساعات فأكثر	64	16	32	8	32	8
الإجمالي	400	100	200	50	200	50

تشير نتائج المعاملات الإحصائية في الجدول السابق (48) إلى وجود علاقة دالة غير إحصائية بين الحالة الوظيفية للمبحوثين وبين معدل استخدام شبكة الإنترنت يومياً، حيث بلغت قيمته اختبار (كا²) المحسوبة (8.3)، عند مستوى دلالة (0.07)، وتعتبر شدة العلاقة ضعيفة حيث بلغ معامل التوافق (0.11).
الفرض الثالث: تختلف نوعية المضامين المفضلة لدى أفراد الجالية الليبية في مصر باختلاف المتغيرات الديموجرافية (النوع – المستوى التعليمي – الحالة الوظيفية).

جدول رقم (49) يوضح العلاقة بين نوع المبحوثين ونوعية المضامين المفضلة على شبكة الإنترنت

الإجمالي	فئة العينة				المستوى التعليمي	
	الفئة الثانية		الفئة الأولى			
%	ك	%	ك	%	ك	
35.4	3612	21.3	2170	14.2	1442	دراسات عليا
29	2953	16.3	1655	12.8	1298	جامعي
16.4	1667	7.5	767	8.9	900	ثانوي
12.2	1237	4.9	500	7.3	737	أساسي
7	708	2.8	285	4.2	423	يقرأ ويكتب
100	10177	52.8	5377	47.2	4800	الإجمالي

تشير نتائج المعاملات الإحصائية في الجدول السابق (49) إلى وجود علاقة دالة إحصائية بين نوع المبحوثين وبين نوعية التي يفضلون ارتيادها على شبكة الإنترنت، حيث بلغت اختبار (كا²) المحسوبة (182.2)، عند مستوى دلالة (0.00)، وتعتبر شدة العلاقة ضعيفة حيث بلغ معامل التوافق (0.13).

جدول رقم (50) يوضح العلاقة بين المستوى التعليمي ونوعية المضامين المفضلة على شبكة الإنترنت

Z	الإجمالي				فئة العينة						المضامين المقدمة على شبكة الإنترنت
	د	ن	ت	%	الإناث			الذكور			
ك					ك	ك	ك	ك	ك	ك	ك
0.00	4.9	1	7.9	807	3	5.1	523	1	2.8	284	القريبة من تخصصي
0.00	6.8	8	11	1120	7	6.4	655	6	4.6	465	المواقع السياسية
0.00	6.3	3	8	811	2	4.4	449	2	3.6	362	المواقع الاجتماعية
0.00	7.3	4	10	1011	4	5.3	535	7	4.7	476	المواقع الثقافية
0.00	6	5	10.3	1051	6	6.4	654	4	3.9	397	المواقع الرياضية
0.00	6.7	10	11.9	1209	10	7.2	732	8	4.7	477	المواقع الاقتصادية
0.00	6.7	2	7.9	798	1	4.1	412	3	3.8	386	المواقع الدينية
0.00	6.8	9	11.6	1177	9	6.9	698	9	4.7	479	المواقع العلمية
0.00	5.9	6	10.6	1079	8	6.7	681	5	3.9	398	المواقع الفنية
0.00	7	7	10.9	1114	5	6.2	635	9	4.7	479	المواقع الترفيهية
			100	10177		58.7	5974		41.3	4203	الإجمالي

تشير نتائج المعاملات الإحصائية في الجدول السابق (50) إلى وجود علاقة دالة إحصائية بين المستوى التعليمي وبين نوعية التي يفضلون ارتيادها على شبكة الإنترنت، حيث بلغت اختبار (كا²) المحسوبة (294.7)، عند مستوى دلالة (0.00)، وتعتبر شدة العلاقة متوسطة حيث بلغ معامل التوافق (0.51).

جدول رقم (51) يوضح العلاقة بين الحالة الوظيفية ونوعية المضامين المفضلة على شبكة الإنترنت

الإجمالي	فئة العينة						دوافع تعرض المبحوثين للإنترنت
	الذكور		الإناث				
%	ك	%	ك	%	ك		
69.3	277	41	164	28.3	113		دوافع الدرجة الأولى
30.8	123	9	36	21.8	87		دوافع الدرجة الثانية
100	400	50	200	50	200		الإجمالي

تشير نتائج المعاملات الإحصائية في الجدول السابق (51) إلى وجود علاقة دالة إحصائية بين الحالة الوظيفية وبين نوعية التي يفضلون ارتيادها على شبكة الإنترنت، حيث بلغت اختبار (كا²) المحسوبة (1416.9)، عند مستوى دلالة (0.00)، وتعتبر شدة العلاقة متوسطة حيث بلغ معامل التوافق (0.35).

الفرض الرابع: توجد فروق دالة إحصائية بين المبحوثين طبقاً للمتغيرات الديموغرافية (النوع والمستوى التعليمي والحالة الوظيفية وطبيعة الإقامة) ودوافع تعرض أفراد الجالية الليبية الانترنت والإشباع المتحققة منها.

ثامناً: توصيات النتائج:-

1. العمل الجاد على إعداد برامج نشر الوعي التقني والمعلوماتي بسبل ترشيد استخدام شبكة الإنترنت لدى أبناء الجاليات الليبية المقيمون في مصر.
2. الحث على ضرورة تذليل الصعوبات التي تواجه أبناء الجاليات الليبية أثناء استخدام شبكة الإنترنت والتي يأتي في مقدمتها بطء الاتصال، وارتفاع ثمن الاستخدام....إلخ.
3. الحث على توفير خدمات الاتصال بشبكة الإنترنت لدى المبحوثين - أبناء الجاليات الليبية - في مختلف الأماكن التي يقطنون بها داخل جمهورية مصر العربية.
4. الحث على ضرورة التوعية بالمخاطر والآثار السلبية الناجمة عن الاستخدام السيئ لشبكة الإنترنت والتي يأتي في مقدمتها إدمان الإنترنت، والعزلة، والاغتراب الاجتماعي، الدخول على المواقع غير الأخلاقية....إلخ.
5. العمل على إنشاء مواقع متخصصة تلبي احتياجات أبناء الجاليات الليبية فيما يتعلق بأخبار الوطن بشكل موضوعي بعيداً عن تزييف الحقائق والأهواء الشخصية.
6. ضرورة الاستفادة من شبكة الإنترنت في تنمية الوعي الثقافي للمبحوثين وذلك من خلال اكتساب المزيد من المعارف والمعلومات العامة والمتخصصة.
7. تأهيل الباحثين من أبناء الجاليات الليبية بسبل استخدام مواقع البحث وقواعد البيانات التي تفي بالاستفادة منها في الحصول على المعلومات والبيانات الخاصة ببحوثهم ودراساتهم العلمية.

المراجع العربية

أ. القرآن الكريم.

1. القرآن الكريم، سورة آل عمران.
2. القرآن الكريم، سورة النساء.
3. القرآن الكريم، سورة الأحزاب.

ب. الكتب

1. إبراهيم إمام، الإعلام والاتصال بالجماهير، مكتبة الانجلو المصرية، القاهرة، 1984.
2. أماني عمر حافظ " الدراما التلفزيونية وأثرها في حياة أطفالنا، ط 1، القاهرة، عالم الكتب، 2005 .
3. برهان شابي، مدخل في الاتصال الجماهيري ونظرياته، دار الكندي، اريد، 2003.
4. بسنت عبد المحسن عبد اللطيف، تصميم صحيفة الكترونية لتلاميذ المرحلة الإعدادية.
5. تشارلز رايت، المنظور الاجتماعي للاتصال الجماهيري، ترجمة محمد فتحي، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، 1983.
6. جون ر. بيتتر، مدخل الاتصال الجماهيري، ترجمة: عمر الخطيب، بيروت، المؤسسة العربية للدراسات والنشر، 1987.
7. حاتم محمد عاطف، العلاقة بين استخدام المراهقين للإنترنت وهويتهم الثقافية.
8. حامد عبد السلام زهران، علم النفس الاجتماعي، عالم الكتب، القاهرة، 1977.
9. حسن عماد مكاوي، سامي الشريف، نظريات الإعلام مصر، مركز القاهرة للتعليم المفتوح، 2000.
10. حسن عماد، ليلي السيد، " الاتصال ونظرياته المعاصرة " ط 1، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، 1998.
11. حسني الخزاعي، مهارات الاتصال في الخدمة الاجتماعية، عمان، دار البركة للنشر والتوزيع، 2004.
12. حسني محمد نصر، مقدمة في الاتصال الجماهيري: المداخل والوسائل، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، بيروت، 2001.
13. خالد محمد السيد حسنين، استخدام المدخل المعرفي السلوكي من منظور طريقة خدمة الجماعة وتعديل اتجاهات الشباب الجامعي نحو استخدام شبكة الإنترنت.
14. د. سمير محمد حسين، بحوث الإعلام، القاهرة، عالم الكتب، ج2، 1999 .
15. د. عقيل حسين عقيل، فلسفة مناهج البحث العلمي، مكتبة مدبولي - القاهرة ، 1999 .
16. د. محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، القاهرة، عالم الكتب، 2000.
17. رضا عبد الواحد أمين، الصحافة الإلكترونية، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2007.
18. زينب محمد حامد حسن، صورة الإسلام كما تعرضها المواقع العربية على شبكة الإنترنت.
19. سعيد الغريب النجار، استخدامات الشباب للصحف الإلكترونية.
20. شاهيناز طلعت، وسائل الإعلام والتنمية الاجتماعية، مكتبة الانجلو المصرية، القاهرة، 1980.
21. شرين عبد الحفيظ البحيري، المهارات الإعلامية المكتسبة من شبكة المعلومات الدولية لدى طلاب الإعلام التربوي بكليات التربية النوعية.
22. شعبان عبد العزيز خليفة، المحاورات في مناهج البحث في علم المكتبات والمعلومات، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 1997.
23. شيماء السعيد النحاس، ثقافة الإنترنت لدى الأسرة الحضرية.
24. شيماء العزب حسين، تأثير التعرض لشبكة الإنترنت على إدراك الشباب لمجتمع المعلومات.
25. عبد الرحمن عدس نايفة قطامي، مبادئ علم النفس، دار الفكر للطباعة والنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2000.
26. عبد العزيز شرف، العربية لغة الإعلام، دار الرفاعي للنشر والتوزيع، الرياض، 1983.
27. عبد العزيز محمد العيد، استخدامات الجمهور في مملكة البحرين لوسائل الإعلام والإشباع المتحققة منها.
28. عربي عبد العزيز الطوخي، معالجة الصحف المصرية لبعض القضايا السياسية وعلاقتها بالتنشئة السياسية لدى المراهقين.

29. على بن محمد جميل دويدي، عائشة بليهبش محمد العمري، واقع استخدام الطلاب والطالبات لمقاهي الإنترنت في المدينة المنورة، كلية التربية والعلوم الإنسانية، جامعة طيبة، المملكة العربية السعودية، 2008.
30. فرج الكامل، بحوث الإعلام والرأي العام ك تصميمها ولأجزائها وتحليلها، القاهرة، دار النشر للجامعات، 2001.
31. فرج الكامل، تأثير وسائل الاتصال الأسس النفسية والاجتماعية، دار الفكر العربي، القاهرة، 1985.
32. فرج عبد القادر طه، أصول علم النفس الحديث، ط 3، القاهرة، عين للدراسات والبحوث، 1999.
33. فريال مهنا، علوم الاتصال والمجتمعات الرقمية، دار الفكر المعاصر، بيروت، 2002.
34. لسان العرب 120/11، لابن منظور، دار صادر، الطبعة الثالثة، 1414هـ.
35. ليلي حسين السيد، استخدامات الأطفال الموهوبين لتكنولوجيا الاتصال، الإعلام المعاصر والهوية العربية، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2004.
36. محمد الدروبي، الصحافة والصحفي المعاصر، دار الفارس للنشر والتوزيع، عمان، 1996.
37. محمد أمين الرومي، جرائم الكمبيوتر والإنترنت، دار المطبوعات الجامعية، الإسكندرية، مصر، 2003م.
38. محمد بن سعود، البشر مقدمة في الاتصال السياسي، الرياض، مكتبة العبيكان، 1997.
39. محمد سعد الشربيني، أساليب تصميم مجالات الأطفال الإلكترونية على شبكة الإنترنت وعلاقتها بتعرض الأطفال لهذه المجالات.
40. محمد عاطف غيث، قاموس علم الاجتماع، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، 1979.
41. محمد عبد الحميد، الاتصال والإعلام على شبكة الإنترنت، ط1، عالم الكتب، القاهرة، 2007.
42. محمد عبد القادر، دور الإعلام في التنمية، سلسلة دراسات، العدد 314، وزارة الثقافة والإعلام، بغداد، 1982.
43. محمد فريد الصحن، الإعلان، الدار الجامعية، مصر، 1988.
44. محمد منير حجاب، الإعلام الإسلامي، المبادئ النظرية التطبيقية، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2003.
45. محمد يسري دعبس، الاتصال والسلوك الإنساني، الإسكندرية، البيطاش سنتر للنشر والتوزيع، سلسلة علم الإنسان وقضايا المجتمع، 1999.
46. محمود حسن إسماعيل، مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير، ط1، الدار العالمية للنشر والتوزيع، القاهرة، 2004.
47. محمود سعد عبد الحلیم جمعة، الاتصال الإلكتروني "الإنترنت" وتأثيره على العلاقات الاجتماعية.
48. ملفين ل. ديفلير وساندرا بول، نظريات وسائل الإعلام، ترجمة: كمال عبد الرؤوف، الدار الدولية للنشر والتوزيع، القاهرة، 1999.
49. منال أبو الحسن، دوافع استخدام الأطفال لشبكة الإنترنت والإشباع المتحققة.
50. ميشيل هارا لامبوس، اتجاهات جديدة في علم الاجتماع، ترجمة: إحسان محمد الحسن وآخرون، بيت الحكمة، بغداد.
51. نبيل محمد توفيق السمالوطي، الإسلام وقضايا علم النفس الحديث، دار الشروق، جدة، 1987.
52. نزار طالب وكامل الويس، علم النفس الرياضي، كلية التربية الرياضية، جامعة بغداد، 2000.
53. نهى عاطف العبد، أطفالنا والقنوات الفضائية العربية، دار الفكر العربي، القاهرة، 2005.
54. هادي نعمان الهيتي، الاتصال الجماهيري "المنظور الجديد"، بغداد، دار الشؤون الثقافية، 1998.
55. هبة مصطفى، علاقة المراهقين بكل من الصحف الورقية والإلكترونية.
56. هناء عبد الحلیم سعيد، الإعلان والترويج، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، (د.ت).
57. هناء كمال أبو اليزيد، الآثار النفسية والاجتماعية لتعرض الجمهور المصري لشبكة الإنترنت.

ج- المجالات

1. أماني فهمي، "دوافع استخدام المرأة المصرية لقنوات التلفزيون الدولي واشباعاتها"، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد الثاني، ابريل - يونيو 1997.
2. بارعة حمزة شقير، استخدام أساتذة جامعة دمشق للإنترنت والإشباع المتحققة منها، مجلة جامعة دمشق، المجلد 25، العدد الأول والثاني، 2009.
3. زكي الجابر، الإعلام والمؤسسة التعليمية، مجلة رسالة الخليج العربي، العدد (7)، 1983.

4. زياد بركات، صعوبات استخدام (الإنترنت) لدى طلبة جامعة القدس المفتوحة في طولكرم، مجلة الجامعة الإسلامية للدراسات التربوية والنفسية، ع1، مج20، فلسطين.
5. السيد بخيت، الاستخدامات المتخصصة للإنترنت لدى أساتذة الاتصال، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، عدد9، أكتوبر- ديسمبر، 2000.
6. شاهيناز طلعت، تأثير بيئة وسائل الإعلام على الاستخدامات وإشباع الحاجات، دراسة مقارنة على الشباب المصري والأمريكي، القاهرة، مجلة الدراسات الإعلامية، العدد47، أبريل 1987م.
7. عدلي سيد رضا، استخدام جمهور المتعلمين لقناة المعلومات المرئية بالتلفزيون المصري، مجلة كلية التربية النوعية بدمياط، عدد 21، جامعة المنصورة، 1994م.
8. عربي عبد العزيز الطوخي، دوافع استخدام الأطفال لشبكة الانترنت للإشباع المتحققة منها، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد الرابع، 2002.
9. فريد أبو ظهير، بعنوان : استخدام طلبة الصحافة في جامعة النجاح الوطنية لشبكة الانترنت والإشباع المتحققة منها في تعزيز قدراتهم الصحفية ، مجلة الجامعة الإسلامية للبحوث الإنسانية المجلد العشرين العدد الأول ، يناير 2012 .
10. محمود أحمد محمود مزيد، استخدام الأطفال لقنواتهم الفضائية والإشباع المتحققة لهم، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، العدد 2، المجلد الخامس، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، يونيو- ديسمبر، 2004.
11. محمود احمد مزيد، اتجاهات شباب الجامعات الليبية نحو شبكة الانترنت، مجلة الرأي العام، العدد 1 يناير - يونيو، 2005.
12. محمود شمال حسن، مسالة التظليل في الخطاب التلفزيوني، مجلة الإذاعات العربية، العدد1، اتحاد إذاعات الدول العربية، تونس، 2001 .
13. ميرفت محمد كامل الطرابيشي، العوامل المؤثرة في تعرض الشباب المصري للمواقع الالكترونية على الانترنت، مجلة كلية الآداب، جامعة حلوان، عدد 6، يوليو 1999.
14. هبه الله بهجت السمري، استخدام الأطفال للإنترنت "العلاقة التفاعلية بين الإباء والأبناء" المجلة المصرية لبحوث الإعلام، عدد12، يناير - مارس 2003.

د. الرسائل العلمية

1. أبو بكر مصطفى الوصيف، " استخدام المرأة للتلفزيون الليبي والإشباع المتحققة " رسالة ماجستير غير منشورة (كلية الإعلام جامعة القاهرة 2004).
2. احمد سمير محمد عبد الغني حما " استخدامات الجمهور المصري لشبكة الانترنت: دراسة ميدانه مقارنة على عينه الجمهور العام والقائمين بالاتصال في وسائل الإعلام غير منشوره ، كلية اللغة العربية ، جامعة الأزهر ، 2003 .
3. اشرف جلال حسن، العلاقة بين ملكية وسائل الإعلام وطبيعة ومستوي الحرية في القنوات المصرية والخاصة "المؤتمر العلمي السنوي الحادي عشر" الجزء الثاني، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، مايو 2005.
4. أمنية السيد علي نور الدين - استخدام الشباب المصري للمواد المقدمة على الأقراص المدمجة CD-Rom والإشباع المتحققة منها - رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، 2004.
5. انجي رجب شعبان ،استخدامات الشباب الجامعي للاذعتي نجوم أف أم وراديو مصر والإشباع المتحققة ،رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة حلوان، كلية الآداب، قسم الإعلام، 2012.
6. أنور إبراهيم محمد إبراهيم، الآثار الاجتماعية للثورة المعلوماتية على الأسرة المصرية: دراسة ميدانية على عينة من مستخدمي الإنترنت.
7. ايناس محمد سعيد فهمي سرج، " أثر استخدام وسائل الاتصال الحديثة في تكوين الرأي العام المصري تجاه القضايا الدولية"، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2006.
8. برانت قابيل " تأثير سمات الشخصية على الأنشطة الاتصالية " رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2002.

9. حاتم سليم العلاونة، (2012): دور مواقع التواصل الاجتماعي في تحفيز المواطنين الأردنيين على المشاركة في الحراك الجماهيري، "دراسة ميدانية على النقابيين في إربد"، المؤتمر العلمي السابع عشر بعنوان "ثقافة التغيير"، كلية الآداب، جامعة فيلادلفيا، الأردن.
10. حسن عماد مكاوي، استخدامات التلفزيون وإشباعاته في سلطنة عمان، دراسة مسحية مقارنة لعينة من طلاب الجامعة، مجلة بحوث الاتصال، العدد الثامن، جامعة القاهرة، 1992.
11. حسين أبو شنب، ماجد سالم تربيان، استخدامات ذوي الاحتياجات الخاصة لوسائل الاتصال في فلسطين والإشباعات المتحققة، المؤتمر العلمي الدولي السادس عشر، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، يناير 2010.
12. حمد بن علي بن حمد بهوان المخيني، استخدامات الجمهور العمالي للصحافة والإشباعات المتحققة، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الدول العربية، المنظمة العربية والثقافة والعلوم، معهد البحوث والدراسات العربية، 2006.
13. زكريا ابراهيم الدسوقي، استخدامات أطفال العشوائيات لوسائل الاعلام والاشباعات التي تحققها لهم، رسالة دكتوراه غير منشورة، معهد الدراسات العليا للطفولة، 2008.
14. سامي عبد الرؤوف طيع، " استخدام الانترنت في العالم العربي .. دراسة ميدانية على عينة من الشباب العربي، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، عدد4، 2000.
15. سعيد راشد العابدي، دور التواصل الاجتماعي عبر شبكة الإنترنت في تعزيز ثقافة الحوار الوطني، ماجستير غير منشورة، كلية الآداب، جامعة الإسكندرية، 2013.
16. سهير عثمان عبد الحليم، علاقة تعرض الشباب للصحافة المطبوعة والإلكترونية باتجاهاتهم نحو ظاهرة الإرهاب، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2006.
17. سوزان محمد عبده جميل، استخدامات طلاب الجامعات لمواقع الصحافة المصرية على شبكة الإنترنت والإشباعات المتحققة منها، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية التربية النوعية، جامعة طنطا، 2006.
18. السيد بخيت، أنماط وعادات استخدام شبكة الانترنت لدى أساتذة الجامعات وتأثيراتها، بحث مقدم إلى المؤتمر العلمي الثالث لكلية الإعلام، الإعلام بين المحلية والعالمية، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، مايو 1997م.
19. السيد عبد الغني موسى، استخدامات طلاب الجامعات للبرامج الأديبية بالراديو المصري والإشباعات التي تحققها، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام جامعة القاهرة، 2002.
20. صابر سليمان عسران، استخدامات وإشباعات التلفزيون لدى أئمة المساجد في محافظة القاهرة، دراسة ميدانية، القاهرة، جامعة الأزهر، مجلة البحوث الإعلامية 1994م.
21. صفا فوزي علي محمد عبد الله، علاقة الطفل المصري بوسائل الاتصال الإلكترونية، دراسة على عينة من أطفال الريف والحضر، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2003).
22. طارق محمود يوسف الشوربجي، استخدامات المراهقين في الريف المصري للتلفزيون والإشباعات المتحققة لهم، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2001.
23. عائشة بنت سعيد بن محمد الغياشي، استخدامات المرأة العمانية لوسائل الإعلام والإشباعات المتحققة، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2002.
24. عائشة سعد البوسميط، استخدام الجمهور للتلفزيون الكابلي في دولة الإمارات العربية المتحدة وتأثيره على التعرض لوسائل الاتصال الجماهيري، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2004.
25. عبد الرحمن محمد سعيد الشامي، استخدامات القنوات التلفزيونية المحلية والدولية : الدوافع والإشباعات، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية اللغة العربية جامعة الأزهر، 2002.
26. عبد الرحيم أحمد سليمان، تعرض المراهقين للأفلام السينمائية والإشباعات التي تحققها، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 1997.
27. عبد العزيز جاسم قبلا، اثر التعرض للتلفزيون على التفاعل الاجتماعي، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 1998.
28. عبد الكريم العجمي الزباني، استخدامات وتماتلات الشباب الليبي لشبكات التواصل الاجتماعي والإشباعات المتحققة منها، دراسة ميدانية لعينه من طلاب جامعتي طرابلس الزيتونة، 2010.

29. عبد الله أحمد بن علي آل عيسى الغامدي، تردد المراهقين على مقاهي الإنترنت وعلاقته ببعض المشكلات النفسية، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم علم النفس، كلية التربية، جامعة أم القرى، المملكة العربية السعودية، 2009.
30. عبير محمد حمدي، دور الانترنت والراديو والتلفزيون في إمداد الجمهور المصري بالمعلومات، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون، 2001.
31. عثمان فكري عبد الباقي " استخدامات النخبة العلمية المصرية لوسائل الاتصال " رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام جامعة القاهرة، 2006.
32. علي محمد رحومه، الانترنت والمنظومة التكنو- اجتماعية، ليبيا، أطروحة دكتوراه مقدمة لجامعة طرابلس، علم الاجتماع، 2005.
33. علياء علي محمد عنتر، علاقة طلاب المرحلتين الإعدادية والثانوية بالإذاعة التعليمية في مصر، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2005.
34. ليلي حسين محمد السيد، استخدامات الأسرة المصرية لوسائل الاتصال الإلكترونية ومدى الإشباع الذي تحققه، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 1993.
35. ماجد سالم تريان، استخدام أعضاء هيئة التدريس وطلاب الجامعات الفلسطينية لشبكة المعلومات الالكترونية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الدول العربية للتربية والثقافة والعلوم، معهد البحوث والدراسات العربية، 2002.
36. محمد معوض، دور التلفزيون العربي في التنمية الاجتماعية في الريف المصري، دراسة تطبيقية على بعض قرى الريف المصري، ماجستير، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 1979.
37. المركز العربي للبحوث، خصائص وعادات الجمهور العربي في التعرض للإذاعة، اتحاد إذاعات الدول العربية، بغداد.
38. مريم ناريمان نومار، استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيره في العلاقات الاجتماعية، دراسة عينة من مستخدمي موقع الفيس بوك في الجزائر، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الأخضر باتنة، الجزائر، 2012.
39. مها عبد المجيد صالح، استخدامات الجمهور المصري للصحف اليومية الإلكترونية على شبكة الإنترنت، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2004.
40. نجلاء عبد الحميد فهمي الجمال، دوافع استخدام الصفوة الثقافية للوسائل الإعلامية المتخصصة والإشباع المتحققة لهم، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2006.
41. نجوى رجب شعبان، استخدامات الشباب الجامعي لإذاعي نجوم أف أم ورايو مصر والإشباع المتحققة، دراسة تحليلية ميدانية، جامعة حلوان، كلية الآداب، قسم الإعلام، دراسة ماجستير غير منشورة، 2012.
42. نجوى عبد السلام، أنماط ودوافع استخدام الشباب المصري لشبكة الانترنت، بحث مقدم إلى المؤتمر العلمي الرابع لكلية الإعلام - الإعلام وقضايا الشباب-، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، مايو 1998م.
43. ندى محي الدين الساعي، استخدام شبكات المعلومات واثره على معدلات التعرض للتلفزيون، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 1997.
44. نرمين زكريا إسماعيل خضر، استخدام الانترنت وعلاقته بالتفاعل الاجتماعي بالتفاعل الاجتماعي والسياسي لذوي الاحتياجات الخاصة في مصر، "دراسة ميدانية"، ورقة بحثية مقدمة الى مؤتمر الاعلام والاصلاح والواقع وتحديات العصر، جامعة القاهرة، كلية الاعلام، يوليو 2009.
45. نرمين عصام محمد عبد العزيز، دراسة اتجاهات الشباب الجامعي نحو استخدام الإنترنت وعلاقتها بسماتهم الشخصية وتوافقهم الاجتماعي.
46. نسرين عبد المطلب موسى، سلوك الباحثين المصريين نحو المعلومات الصحية على شبكة الإنترنت، دراسة في الإفادة والاستخدام.
47. نصر سفيان محسن الروماني، (علاقة المراهقين بالقنوات الفضائية)، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الدول العربية، المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، معهد البحوث والدراسات العربية، 2005.
48. نعيم فيصل المصري، استخدامات الإعلاميون الفلسطينيين لشبكة الانترنت، رسالة ماجستير غير منشوره، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2003.

49. نهى سمير محجوب، تأثير مضمون الرسالة الإعلامية على اكتساب المعرفة في الوسائل الالكترونية، دليل رسائل كلية الاعلام، قسم الاذاعة والتلفزيون، 2005.
50. نهى عاطف عدلي العبد، علاقة الطفل المصري بالقنوات الفضائية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الاعلام، جامعة القاهرة، 2003.
51. نوال عبد العزيز الصفتي، أثر التعرض للصحف الالكترونية على إدراك الشباب الجامعي للقضايا السياسية العربية، دراسة ماجستير غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الاعلام، قسم الصحافة، 2000.
52. نورالدين هادف، التكنولوجيا الحديثة الاعلام والاتصال " الاستخدامات والإشباعات"، دراسة تطبيقية حول استخدام مصادر المعلومات في وسائل الاعلام الجزائرية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الجزائر بن يوسف بن خدة، كلية العلوم السياسية والاعلام، قسم علوم الاعلام والاتصال، 2008.
53. نيرمين السيد حنفي، أثر استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة علي أنماط الاتصال الأسري في مصر، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الاعلام، جامعة القاهرة، 2003.
54. نيفين محمد المهدي، استخدام طلاب الجامعات لشبكة الإنترنت، دراسة ميدانية على جامعتي القاهرة وعين شمس.
55. هادي نعمان الهيبي، الاتصال الجماهيري في العراق ووسائله واتجاهاته السياسية وأساليبه الحديثة، 1978-1980 اطروحة دكتوراه، جامعة القاهرة، كلية الاعلام، 1980.
56. وليد عبد الفتاح، دور الصحف المصرية الإلكترونية في التنقيف السياسي للمراهقين "دراسة تطبيقية" رسالة ماجستير غير منشورة، قسم الاعلام وثقافة الطفل، جامعة عين شمس، 2007.

د شبكة الاتصال الالكترونية

1. Sharon A. Angleman uses and gratifications and internet profile t
<http://www.jrily.com/literaryIllusions/internetGratificationStudyIndex.html>
2. Sharon A. Angleman " uses and gratifications and internet profile
<http://www.jrily.com/LiteraryIllusions/InternetGratificationStudyIntroduction.html>
3. Samuel Rbersole "uses and gratification of the web among students" Journal of Computer-Mediated Communication (vol 6, no 1, September, 2000)
<http://jcmc.indiana. Edu/vol6/ebersole.htm>
4. communication theory/uses and oratifications
http://en.wikibooks.org/wiki/Communication_Theory/Uses_and_Gratifications
5. Merrill Morris, Christine Ogan "the internet as mass medium" Journal of Computer-Mediated Communication "(vol 1, no 4, March, 1996
<http://jcmc.indiana.edu/vol1/issue4/morris.html>
6. نظريات التأثير الإعلامية
<http://www.minshawi.com/vb/showthread.php>
7. نعيم فيصل المصري، استخدامات الطلبة الجامعيين لمواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على وسائل الإعلام الأخرى، دنيا الوطن الإلكترونية، رام الله، بيتونيا، فلسطين.
<http://www.alwatanvoice.com/feedback>

المراجع الاجنبية

1. Adolescents Alan M. Rubin " Television Usage Attitudes and Viewing Behaviors of Children and "Journal of Broadcasting " Vol 12, Summer 1977, pp. 355 – 369
2. Alan M. Rubin and Rebecca B. Rubin " Age , context and Television use " , Journal of Broadcasting , No. 25, Winter , 1981 , pp. 1 - 13
3. Alan M. Rubin " Television Uses and Gratification: The Interaction of Viewing and Pattern Motivation "Journal of Broadcasting "No. 27, winter 1983, pp. 37 — 51.
4. B.S. Greenberg " Gratification of television Viewing and their correlates for British Children " J. G. Blumer and E. Katz (Editor 5) The uses of mass communication , current prespectiveson , Gratification- tions research (London : Beveriy Hills, Sage , 1974) pp71- 81.
5. Babrow, Austin S. " theory and method in research on audience motive " journal of broadcasting and electronic media (vo132, no4, 1988) p. 472
6. Bernd Henning & Peter Vorderer . predicting the amount of television viewing by need for cognition . In : journal of communication . No.21. oxford university press . march 2001. Vol.7.p.101.
7. communication theory/uses and gratifications { online} at [http:// en.wikibooks.org/wiki/ Communication _ Theory/ Uses – and – Gratifications](http://en.wikibooks.org/wiki/Communication_Theory/Uses_and_Gratifications) (2007 – 06 – 05)
8. Demiel J.Canary , Brain H. Spitzberg " loneliness and media gratification " communication research (vo120,n6, 1993) pp.800- 802
9. Demise Mcquail " McQial 's mass communication theory " 4 " ed (SAFE publications , London, thousand Oakes, new Delhi , 2000) p. 390
10. Denis Mcquail " mass communication theory- an introduction " 3" rd (London , sage publications , 1998)p.p 316,323
11. Denis McQuail " Mass Communication Theory" – 4 th edition (Britain, Alden press- 2000.) p 381
12. Douglas A.Ferguson and Elizabeth M.Perers " the wide world web as a functional alternative to television "journal of broadcasation and electronic media.(vol 44 ,No.22 ,2000)
13. F.C. Bartlett, remembering," study in experimental and social psychology" , London ,Cambridge university press , 1940 , p 59 .
14. Guido Stempel , Thomas Hargove and Joseph Bernt " Relation of Growth of use the to change in media use from 1995 – 1999 " – journalism and mass communication quarterl – (vol 77 – No 12000)
15. Harold Mendelson " Listening to Radio " Inlewis Dexter and David M. white (Editor d) Socity and communication (New York : Free Press 1969 pp. 241 - 248
16. Hesham Mahmud Mesbah " Uses and Gratification of Television Viewing among Egyptian Adults" Unpublished Masters Thesis (Cairo : AUC Journalism Department, 1991), P. 13.
<http://jcmc.indiana.edu/voll/issue4/december.html>
17. james Watson " media communication an introduction to theory and process "1" st ed (MACMILLAN press LTD, London) p.62

18. John December "Units of analysis for Internet communication "John of Computer – Mediated Communication (vol.1,No.4,March,1996
19. John Dimmick , Lura Stafford , Susan L. Kline " The Gratification Niches Of Personal E-Mail And Telephone " Communication Research (Vol 27 , No 2 , April , 2000)
20. Joseph C.Conway , Alan M. Rubin " psychological predictors of television viewing motivation communication research (vo 118 , no7, 1991)p.443
21. K. Schrader , k . Drotner , S kline, C. Murray " researching audiences "1 st ed (Oxford university press Inc, USA) p. 38
22. Matthew Lombard, Theresa Detonate the heart of it all ""John of Computer – Mediated Communication ((<http://jcmc.indiana.edu/vol13/issue2/December>)) ..
23. Seth Finn " origin of media exposure: linking personality traits to TV, radio, print, and film use" communication research (vo124, no5, 1997) p.509
24. Stanley j baran , Dennis k. Davis " mass communication theory : foundations , ferment , and future "3" edition (Canada , holly j Allen , 2003) p 266
25. Susan T. Eastman, "Uses of Television Viewing and Consumer Life Styles, A multi Variate Analysis ." Jjournal of Broadcasting Vol 23, No. 4, fall, 1974,pp. 491-499.
26. Wolfram Peiser & Jochen peter . Third- person perception of television : viewing behavior .In : journal of communication . No. 1 oxford university press .vol 50 . p.27.
27. Zizi Papacharissi & Alan M. Rubin " predictor of Internet Use " Journal of Broadcasting and Electronic Media – (vol 44 – no 2 – 2000)

Study summary

... This study aimed at explaining how the Libyan community residing in Egypt, the subject of the study, used the Internet to satisfy their needs, based on the concept of the active audience, which is one of the elements of the entrance, which is based on the fact that individuals are looking for the media that suits their desires and popularizes them. Their need for this medium and thus identify the different gratifications that can be achieved through exposure to the Internet.

And explain the motives and patterns of exposure to the Internet and the different forms of interaction that occur as a result of exposure

And knowing the role of mutual variables between usage motives and patterns of exposure to the Internet and the resulting gratifications

The uses and gratifications entrance was relied upon to study the uses of the Internet and the gratifications achieved from it, a field study on the Libyan community in Egypt, where the entrance is an application of the concept of the individual job that deals with the media from the point of view of the individual.

The main objective of the study is to find out the motives of exposure of the Libyan community in Egypt to the Internet and the gratifications achieved from it. In order to achieve this main objective, there are a set of sub-objectives:

- 1- Knowing the features and demographic characteristics of the study sample members who are exposed to the Internet from the Libyan community in the Egyptian lands.
- 2- Knowing the type of sites preferred by members of the Libyan community residing in Egypt
- 3- Knowing the quality of the contents of the sites that interest the members of the Libyan community from among the internet sites
- 4- Knowing the rates of exposure of the Libyan community members to the Egyptian Internet, the times and means of exposure
- 5- Knowing the utilitarian and ritualistic motives for exposing the Libyan community to the Internet
- 6- Knowing the patterns and gratifications achieved by members of the Libyan community as a result of their exposure to the Internet

Based on the answers that the research will provide for the study questions, the researcher will test a number of the following scientific hypotheses

The first hypothesis: The rate of exposure of the Libyan community in Egypt to the Internet differs according to the demographic variables (type - educational level - employment status - nature of residence - duration of residence)

The second hypothesis: There are statistically significant differences between the demographic variables (gender - job status - duration of residence of the respondents) for members of the Libyan community and the amount of internet exposure.

The third hypothesis: the type of content preferred by members of the Libyan community in Egypt varies according to demographic variables (gender - educational level - employment status)

The fourth hypothesis: There are statistically significant differences between the respondents according to the demographic variables (gender, educational level, employment status, and the nature of residence) and the motives of exposure of the Libyan community to the Internet and the gratifications achieved from it.

The fifth hypothesis: There are statistically significant differences between the motives of exposure (ritual and expediency) for members of the Libyan community in Egypt and the contents presented on different internet sites.

The sixth hypothesis: There is a statistically significant correlation between the utilitarian motives for exposure of individuals

The Libyan community in Egypt, the Internet and the achieved content satisfactions
The seventh hypothesis: There is a statistically significant correlation between the ritual motives of exposure of the Libyan community in Egypt to the Internet and the satisfactions of the process.

This study belongs to the field of descriptive studies, and this research is descriptive because it aims "in general to record and describe incidents as well as presenting the characteristics of the subject in an accurate, objective scientific manner. Descriptive research acquires special importance in scientific research thanks to its precise scientific steps and its wide scope. Through interest in knowing the characteristics that distinguish members of the Libyan community in Egypt who are exposed to the Internet,

In its methodological procedures, the study relied on the use of a sample survey in the data collection process, where a questionnaire was prepared and subjected to the accepted methodological rules in terms of design, pre-test, and post-test.

The study concluded that it is necessary to work hard on preparing programs to spread technical and informational awareness of ways to rationalize the use of the Internet among the Libyan communities residing in Egypt.

Urging the necessity of overcoming the obstacles facing the Libyan communities while using the Internet, foremost of which is the slow connection, the high cost of use...etc. To provide internet connection services to the respondents - members of the Libyan communities - in the various places in which they live within the Arab Republic of Egypt.

And raising awareness of the dangers and negative effects resulting from the misuse of the Internet, foremost among which is Internet addiction, isolation, social alienation, access to immoral websites, etc.

Work on creating specialized websites that meet the needs of the Libyan communities regarding news of the homeland in an objective manner, away from falsifying facts and personal whims.

The need to take advantage of the Internet to develop the cultural awareness of the respondents through the acquisition of more general and specialized knowledge and information.

Rehabilitation of researchers from the Libyan communities with ways to use research sites and databases that meet the benefit of them in obtaining information and data related to their research and scientific studies.



**Benghazi University
Mass Communication
Radio and television department**

**Uses of the Internet and the
gratifications achieved from it, a field
study on the Libyan community in Egypt**

**submitted by:
Baher Mohammed Khaled Salem Al-Awkali**

**Under supervision:
A . Dr . Al-Lafi Idris Al-Rafadi**

This thesis was submitted in fulfillment of the requirements for
obtaining a Master's degree in Mass Communication