

استخدامات الطلبة الجامعيين لشبكة الإنترنت دراسة ميدانية على جمهور الطلبة بجامعة سطيف وبسكرة (الجزائر)

ياسين قرناني (*)

أستاذ قسم علوم الإعلام والاتصال،
جامعة فرحات عباس، سطيف - الجزائر.

ملخص الدراسة

تندرج هذه الدراسة ضمن الدراسات التي تعني بعلاقة الجمهور باستخدام تكنولوجيا الاتصال والإعلام استناداً إلى نظرية الاستخدامات والإشباع التي تصف الفرد المعاصر بالنشاط والسيطرة والتحكم في استخدام تكنولوجيا الاتصال، ومنها الإنترنت. وأجرى الباحث في هذه الدراسة «استخدام الطلبة الجامعيين لشبكة الإنترنت» دراسة ميدانية على جمهور الطلبة بجامعة سطيف وبسكرة على عيّنة دراسية قوامها ٣٠٠ مفردة. تنتمي إلى الجامعتين السابقتين، ومثل الذكور بـ ١٥٥ مفردة، ما نسبته ٦٦, ٥١ بالمئة والإناث ١٤٥ مفردة، ما نسبته ٤٨, ٣٤ بالمئة واستخدم الباحث في هذه الدراسة منهج المسح الوصفي، واعتمد استمارة الاستبيان كأداة لجمع البيانات. وتوزعت أسئلة الاستمارة على ثلاثة محاور كبرى، وبلغ عدد الأسئلة ٤٨ سؤالاً واستهدفت أسئلة المحور الأول عادات وأنماط استخدام المبحوثين للإنترنت من حيث: زمن الاستخدام، مكان الاستخدام، عدد ساعات الاستخدام، الأوقات المفصلة للاستخدام والفرق بين الذكور والإناث في ذلك، واستهدفت أسئلة المحور الثاني: دوافع (motive) استخدام الشبكة لمعرفة الميول والرغبات أو الأسباب التي جعلت الأفراد يستخدمون خدمة معينة، أو يفضلون موقفاً معيناً أو ملفات معينة. أما المحور الثالث فكان حول آثار الاستخدام، واستهدفت أسئلة الانعكاسات الثقافية والاجتماعية والصحية التي خلفها استخدام الشبكة. وأنجز الباحث هذه الدراسة في الفترة الممتدة من شهر أيلول/سبتمبر ٢٠٠٨ إلى شهر تشرين الأول/أكتوبر ٢٠٠٩.

مقدمة

شهد مسار الإعلام والاتصال تطوراً سريعاً بفضل التقنيات أو الوسائل التكنولوجية الهائلة، لاسيما في منتصف القرن العشرين مع ظهور الراديو والتلفزيون والبعث المباشر وتطور أجيال الكمبيوتر وظهور شبكة الإنترنت كمعجزة اتصالية وإعلامية أخذت لنفسها مكاناً ودوراً في المجتمعات الإنسانية، وأثبتت هذه الوسائل تفوق الإنسان على نفسه، حتى غدا هذا العصر يسمى بعصر الاتصال الإلكتروني. ويعتبر الزمن المعاصر مميزاً من حيث إقبال الجماهير على استخدام وسائل الإعلام والاتصال الإلكتروني التي اختصرت المكان والزمان، وجعلتنا نعيش في بناية واحدة معلومة الأبعاد والحدود على حد قول الباحث الإيطالي: «تشارلز بلاك» حيث أصبح العالم يفكر ويكتب، كما يفعل سكان أمريكا الشمالية في أغلب الأنماط والعادات والسلوكيات في حياتهم اليومية.

ومن بين هذه الوسائل التكنولوجية المعاصرة شبكة الإنترنت التي تعتبر وسيلة اتصالية وإعلامية فرضت نفسها في الواقع المعيش بحيث يتجاوز الحديث عنها اليوم عن نشأتها وماهيتها إلى خدماتها في مختلف المجالات، فقد أصبحت الإنترنت تنسج خيوطها المتينة كالعنكبوت، وتجعل العالم تحت أصابع الناس.

ومع هذا الانتشار السريع والإقبال الكبير من الجماهير على استخدام شبكة الإنترنت، ظهر تحد جديد يتمثل في الخوف من ذوبان ثقافات الشعوب الفقيرة داخل هذه الحضارة الإلكترونية فإذا كان «غورسمان» صاحب كتاب **الحوار الإلكتروني** يجلب انتباه المجتمع الأمريكي إلى مخاطر الجمهورية الإلكترونية، فإن أكثر من مليار مسلم سيكونون من دون شك فريسة سهلة لمخاطرها، خاصة إذا أسيء استخدامها. وقد أحدثت شبكة الإنترنت أثراً كبيراً في كثير من مجالات استخدامها، وتزايدت اهتمامات المسؤولين بكيفية الاستفادة منها في الجوانب الثقافية والأمنية والاقتصادية والسياسية، ولذلك تأتي هذه الدراسة لتبرز الدور الكبير الذي أصبحت تحظى به الشبكة العنكبوتية لدى الأفراد من خلال ما تقدمه من خدمات متعددة، وفي شتى المجالات.

١ - إشكالية الدراسة

عرف النصف الثاني من القرن العشرين تطوراً تكنولوجياً هائلاً في مجال الاتصال والإعلام أدى إلى تغييرات جذرية في نمط حياة الشعوب، وأثر في الهيكل الذي قامت عليه المكونات الاقتصادية والسياسية والنفسية، واستقرت عليه حياته فترة طويلة من الزمن منذ بداية الثورة الصناعية وثورة الاتصالات والمعلومات في القرن التاسع عشر. وبالرغم من الهزة العنيفة التي شهدتها المجتمع الإنساني نتيجة لهذه الثورات وما أعقبها من تطور مطرد في التكنولوجيا الاتصالية والهندسية والصناعية، فإن كيانه لم يضطرب ولم يهتز بمثل ما اضطرب واهتز في النصف الثاني من هذا القرن، ذلك أن التطورات التقنية كانت تتقدم بسرعة تجعل الإنسان يلهث وراءها محاولاً أن يستوعب كل خطوة قبل الانتقال إلى الخطوة التالية ليواكب هذا النمو السريع وهو في هذه الحالة يتهيأ للتطلع إلى المرحلة التالية المبنية

على ما أنجزه من المراحل السابقة وهو تسلسل منطقي ومقبول ولكنه مرهق للبشر (شمو، ٢٠٠٢: ٢٢٥).

لقد أضحى استخدام تكنولوجيا الاتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة الهواء الذي نتنفسه والماء الذي نشربه، لا نستطيع العيش من دون الراديو، والتلفزيون والهاتف، والفاكس، واختراع شبكة الإنترنت التي تعد أعظم ثورة وانجاز في تكنولوجيا الاتصال والمعلومات، ذلك أنها غيرت العالم وجعلته قرية صغيرة، وألغت الحواجز والحدود الجغرافية والزمنية، وأصبحت الجماهير تتصل ببعضها بعضاً في جميع أنحاء المعمورة على اختلاف ألسنتهم وألوانهم وعقائدهم وثقافتهم. هذا وقد جمعت شبكة الإنترنت حولها ملايين المستخدمين في وقت وجيز، وتزايد الإقبال عليها يوماً بعد يوم، ويعود هذا الاهتمام الكبير بالشبكة إلى عدة عوامل من أهمها التفاعلية الكبيرة والمعلومات الغزيرة والأفكار المتنوعة، والنصائح والإرشادات حول مواضيع عديدة وإشباعاً لرغبات متباينة.

كما تتميز الشبكة بفرص التواصل بين مستخدميها بدون عناء، وتوفر لهم خدمات عديدة كالحصول على المعلومات والأخبار والتسلية والهروب من الواقع، ومازاد من الإقبال على شبكة الإنترنت توفرها على خدمات البريد الإلكتروني والأخبار و«الدردشة» عبر الهاتف، لاسيما إذا علمنا انخفاض تكاليفها ودخولها إلى البيوت.

لقد استقطبت شبكة الإنترنت ملايين المستخدمين عبر العالم بسبب تدفق المعلومات وسرعة الحصول عليها وتنوعها وحرية الأفراد في المشاركة في عملية الاتصال. ومن دون شك فإن هذا الكم المعرفي والمعلومات والصور والبيانات يعبر عن ثقافات متباينة ومتنوعة. وحين يستخدم الأفراد شبكة الإنترنت لا يكونون بمنأى عن تصفحها واستيعابها والتأثر بها؛ «ولما كانت الثقافة هي مجموعة السمات الخصوصية، الروحانية والمادية والفكرية والشعورية التي تميز مجتمعاً أو مجموعة اجتماعية، فإن طرح عالمية الثقافة، أضحت هذه الأخيرة سلعة كباقي السلع الأخرى، وبحكم تناسق حاجات المستهلكين تحت ضغط التكنولوجيا الجديدة ووسائل الإعلام ودورها في التسويق لسلع مختلفة وقيم وعادات وأذواق وسلوكيات متنوعة» (اليحياوي، ٢٠٠٢: ٣٢).

إن الإقبال الكبير والاستخدام الواسع لشبكة الإنترنت خلق نوعاً من الحيرة والقلق في المجتمعات الإنسانية، حيث أضحت تخاف على عاداتها وعلى ثقافتها ومن الاندثار جراء الكم الهائل من الصور والأفكار والمعلومات التي تتداول داخل الشبكة.

والجزائر جزء من هذا العالم تتأثر كما تتأثر الشعوب الأخرى، خاصة وأنه كثر الحديث عن إيجابيات الشبكة في الحصول على الأخبار والمعلومات من جهة وخطرها وتأثيرها في ثقافة وسلوك الأفراد من جهة أخرى.

٢ - فرضية الدراسة

يستخدم الطلبة الجامعيون شبكة الإنترنت بشكل كثيف. لكن استخدامهم لها في مجال البحث العلمي والتثقيف قليل.

٣ - أهداف الدراسة

تكمن أهمية هذه الدراسة في التحديات والرهانات والانعكاسات والتداعيات الكثيرة والكبيرة لشبكة الإنترنت على الطلبة الجامعيين، لا سيما إذا علمنا أنها هي الفئة الأكثر تفاعلاً واستخداماً مع الإنترنت، وقد يكون هذا الاستخدام له آثار كبيرة نتيجة الفضول وحب التقليد والخروج عن المعتاد وتبني الابتكارات والمستجدات والأفكار الدخيلة.

إن التعرف على أنماط وعادات الاستخدام الإنترنت من قبل الطلبة الجامعيين من حيث ساعات الاستخدام والمكان والمواقع ودوافع الاستخدام كلها عوامل تساعد على تحديد الاتجاه الذي يأخذه الطلبة الجامعيون في الجزائر في تفاعلهم مع شبكة الإنترنت.

والسؤال الذي يثير اهتمام الباحث: هل يستعمل الطلبة الجامعيون شبكة الإنترنت بطريقة رشيدة وإيجابية، وهل يستغلونها لزيادة معارفهم، ومهاراتهم وتحصيلهم العلمي؟

تتلخص أهداف الدراسة في النقاط التالية :

- التعرف بشبكة الإنترنت، انتشارها، خدماتها، ووظائفها إيجابياتها وسلبياتها.
- إثبات الحقيقة العلمية عن دوافع استخدام الطلبة جامعيين لشبكة الإنترنت من خلال الدراسة الميدانية، بعيداً عن الأحكام الانطباعية المسبقة.
- التعرف إلى نوع الإشباع التي يرغب الطلبة الجامعيون في تحصيلها أثناء استخدامهم لشبكة الإنترنت.
- قياس وبيان درجة التعرض لدى الطلبة الجامعيين من خلال زمن التعرض وأشكاله.
- توجيه الطلبة الجامعيين إلى الاستخدام العقلاني والإيجابي من أجل المحافظة على قيمهم الثقافية ومسؤولياتهم الاجتماعية.
- لفت انتباه العلماء والباحثين إلى تعريف الجماهير في العالم الإسلامي بشبكة الإنترنت، وبيان أفضل الطرائق والأساليب للاستفادة منها في الخدمة الحركة العلمية وكشف خبايا ومخاطر الشبكة.

أولاً: المدخل النظري لموضوع الدراسة

١ - مدخل الاستخدامات والإشباع

وهي إحدى النظريات التي تهتم بدراسة الاتصال الجماهيري دراسة وظيفية منظمة، فخلال عقد الثلاثينيات والأربعينيات من القرن العشرين أدى إدراك عواقب الفروق الفردية والتباين الاجتماعي على إدراك السلوك المرتبط بوسائل الإعلام إلى بداية منظور جديد للعلاقة بين الجماهير ووسائل الإعلام، وكان ذلك تحولاً من رؤية الجماهير على أنها عنصر سلبي غير فعال إلى رؤيتها على أنها فعالة في انتقاء أفرادها لوسائل ومضمون مفضل من وسائل الإعلام (مكاوي والسيد، ٢٠٠٣: ٢٣٩)

ويعدّ مدخل الاستخدامات والإشباع (Uses and Gratification) بمثابة نقلة فكرية في مجال دراسة تأثير وسائل الاتصال، حيث يعد النموذج البديل لنموذج التأثيرات التقليدية الذي يركز على كيفية تأثير وسائل الاتصال في تغيير المعرفة والاتجاه والسلوك، بينما يركز مدخل الاستخدامات والإشباع على كيفية استجابة وسائل الاتصال لدوافع واحتياجات الجمهور الإنسانية، ويتميز الجمهور في إطار هذا المدخل بالنشاط والإيجابية، والقدرة على الاختيار الواعي والتفكير، وبذلك يتغير المفهوم التقليدي للتأثير الذي يعنى بما تتفعله وسائل الإعلام بالجمهور، إلى دراسة ماذا يفعل الجمهور بالوسيلة (أمين، ٢٠٠٧: ٣٣).

ومقارنة بالدراسات التقليدية لتأثير وسائل الإعلام والاتصال فإن هذا المدخل يأخذ في الاعتبار زبون وسيلة الإعلام (الملتقى) كنقطة بدء بدلاً من أن تكون الرسالة الإعلامية هي نقطة البدء، ثم نخبرنا عن سلوكه الاتصالي فيما يتعلق بتجربة الفرد المباشرة مع وسائل الاتصال.

ويرى الباحثون أن الأفراد يوظفون بفعالية مضامين رسائل الإعلام والاتصال بدلاً من أن يتصرفوا سلبياً تجاهها، ومن ثم فإن هذا المدخل لا يفترض وجود علاقة مباشرة بين الرسائل والتأثيرات في الجمهور، ويفترض بدلاً من ذلك أن الجمهور يستخدمون الرسائل لأمر كثيرة، وتلك الاستخدامات تلعب كعوامل وسيطة في عملية التأثير.

«ويؤمن مدخل الاستخدامات والإشباع أن للجمهور إرادة يستطيع من خلالها تحديد أي الوسائل يستخدم وأي محتوى يختاره، ويركز المدخل على الدوافع الخاصة، ويفترض أن المحتوى الأكثر فعالية لوسائل الاتصال لا يستطيع التأثير في الشخص غير المستخدم الوسيلة في الإطار النفسي الاجتماعي الذي يعيش فيه، حيث تمثل قيم واهتمامات وأدوار الأفراد الاجتماعية العامل الحاسم في اختيار الأفراد لوسيلة الاتصال ولنوع المضمون المقدم من خلالها» (مكي ومحمد، ١٩٩٥: ١٠٣).

وتقول هذه النظرية «إن الفرد يولي اهتماماً للرسائل التي تجلب له السرور أو تلك التي تساعد على اتباع احتياجاته ورغباته، فالرسائل التي من هذا النوع يهتم بها الفرد ويستقبلها ويتذكرها، حتى ولو كانت هذه الرسائل لا تتفق مع أفكار الفرد، فإنه يتعرض لها إذا توقع أنها مفيدة، أو إذا اعتقد أنها ستحقق له نوعاً من الإشباع» (أمين، ٢٠٠٧: ٣٣).

وعلى هذا الأساس فإن هذا المدخل يوفر لنا مجالاً رحباً لاختيار السلوك الاتصالي الفردي، مضافاً إلى مجالات البحث المستمرة عن الطرق التي بها يخلق البشر حاجاتهم ويشبعونها، حتى الآن يمكن وصف الكثير من الحاجات التي تم دراستها باعتبارها إشباع الحاجات ذات العلاقة بوسائل الإعلام والاتصال.

٢ - تاريخ ظهور نظرية الاستخدامات والإشباع

يشير ويرنر وتانكرد (Werner and Tankard) إلى أن البحث في أنواع الاحتياجات التي يحققها استخدام وسائل الإعلام قد بدأ منذ وقت مبكر في الثلاثينيات، حيث أجريت دراسات عديدة من هذا المنظور على: قراءة الكتب ومسلسلات الراديو والصحف اليومية

والموسيقى الشعبية وأفلام السينما، وذلك للتعرف على أسباب استخدام الناس لوسائل الإعلام والنتائج التي تترتب على ذلك للرأي العام، وخلال سنوات الحرب العالمية الثانية أصبح هناك كم وفير من المعلومات حول استخدام وسائل الإعلام والإشباع التي تحققها (مكاوي والسيد، ٢٠٠٣: ٢٤٠). واستمر الاهتمام بهذه الدراسات في الأربعينيات في أعمال لازرسفيلد وستاتون وبيرلسون، وفي الخمسينيات في أعمال ريليز فريد سون وماكوبي، وفي الستينيات في أعمال شرام، ليل وباركر.

لكن يبقى الوجود الفعلي والبارز لنظرية الاستخدامات والإشباع إلى الأربعينيات من هذا القرن عندما درس الباحثون أسباب استماع الجمهور إلى الإذاعة، وكيف يستخدمونها في حياتهم اليومية، كما تضمنت بعض أبحاث الاستخدامات والإشباع تأثير الكتب الروائية في الأطفال، وتأثير الصحف في القراء، وكذلك تأثير التلفزيون في الأطفال والمراهقين. وقد ظهرت في الأربعينيات بعض الأفكار التي ساعدت على تأصيل نظرية الاستخدامات والإشباع، من ذلك مثلاً: ما توصل إليه الباحثون من أنه بينما تقدم بعض المحطات الإذاعية مسلسلات من أجل الترفيه عن المستمعين إلا أن الدراسة الميدانية بينت أن ٤١ بالمئة من المبحوثين أفادوا بأنهم يستمعون إلى هذه المسلسلات للحصول على الموعظة والنصيحة بشأن الاحتفاظ بالأسرة والأصدقاء ومواجهة مخاطر الشيخوخة وغيرها من المشكلات، فكان الجمهور يستخدم مضمون وسائل الاتصال بطريقة لا يتوقعها المصدر (مكي ومحمد، ١٩٩٥: ١٠٤).

٣ - تطور مدخل الاستخدامات والإشباع

بعد نهاية الحرب العالمية الثانية وتزامناً مع تطور تكنولوجيا الاتصال، ازدادت حاجة الناس إلى استخدام وسائل الإعلام والاتصال، في تلك الأثناء وبالضبط في سنة ١٩٥٩ طرح إلياهو كاتز (eliu Katz) مقالاً ردّ فيه على رؤية برنارد برلسون (bernard berlsion) بموت حقل أبحاث الإعلام، وقال إن حقل الأبحاث المرتبطة بالإقناع هو الذي مات، حيث استهدفت أغلب الأبحاث في ذلك الوقت، اختبار تأثير الحملات الإقناعية في الجماهير بمعرفة ماذا تفعل الوسيلة بالناس؟ وأظهرت نتائج الأبحاث ضعف تأثير الاتصال الجماهيري في إقناع الجمهور، واقترح كاتز التحول إلى التساؤل حول ماذا يفعل الناس بالوسيلة الاتصالية؟

وتطور مفهوم الاستخدامات والإشباع في دراسة بلومر (Bloomer) و كاتز سنة ١٩٦٩ لانتخابات العامة البريطانية التي جرت ١٩٦٤ والتعرف إلى أسباب مشاهدة أو تجنب الحملات الانتخابية، وحدد الباحثان بلومر وكاتز وغير فانتش ١٩٧٤، «اختصاص مدخل الاستخدامات والإشباع بالأسول النفسية والاجتماعية للاحتياجات والتوقعات من وسائل الاتصال والمصادر الأخرى، والتي تؤدي إلى نماذج مختلفة للتعرض للوسيلة والاندماج في أنشطة تنتج من الاحتياجات والإشباع، بالإضافة إلى نتائج أخرى لم يكن مخططاً لها» (أمين، ٢٠٠٧: ٣٤).

وتطورت أبحاث الاستخدامات والإشباع في فترة الثمانينيات في إطار المنهج

التجريبي من خلال دراسة ريكومني وستانفورد (Riccomini and Stanford) وزيلمار وبرانت (Zillmar and Briant)، حيث أفادت النتائج بارتفاع تفضيل المبحوثين للوسيلة والتعرض لها في حالة توافق الإشباع المتوقع من الإشباع التي تم الحصول عليها.

ومع حلول التسعينيات وانتشار تكنولوجيا الاتصال بشكل كبير وزيادة طلب الجمهور على استخداماتها، تقدم مدخل الاستخدامات والإشباع خطوات عملاقة إلى الأمام، وإلا كيف تفسر البحوث والدراسات التي أجريت على الجمهور المستخدمين للوسائل الاتصال الجماهيري، فأجريت في الولايات المتحدة الأمريكية دراسات عديدة حول اكتشاف الدوافع الاجتماعية لاستخدام الإنترنت، ودراسات غولديبيرغ (Goldberg) حول إدمان الإنترنت، ودراسات حول الدافع إلى التعرض إلى المواد الإباحية بالإنترنت وأثر ذلك في السلوك الاجتماعي.

وفي الصين أجريت عدة دراسات حول تبني واستخدام الإنترنت في المجتمع، والنتائج الإيجابية لاستخدام الإنترنت، قام بها الباحث أنجيس (Angus) مطلع سنة ٢٠٠٠.

وفي التايوان أجريت الدراسة على ٢٠٠٠ شاب، تحت عنوان (أثر استخدام الإنترنت في التفاعل الاجتماعي) قدمها الباحث ونغ (Wong) سنة ٢٠٠٠، وفي هونغ كونغ أجريت الدراسة حول (أثر العوامل الاقتصادية والاجتماعية والثقافية واللغوية في تبني الإنترنت).

وسرعان ما تفتنُّ الباحثون في الوطن العربي لمدخل الاستخدامات والإشباع فأجريت دراسات عديدة منها (استخدام الجمهور المصري للإعلام التلفزيوني وإشباعاته)، استخدامات الصفوة المصرية للراديو والتلفزيون، استخدامات الشباب السوري للبرامج الثقافية في الراديو والتلفزيون، استخدامات الشباب الجزائري للإنترنت... (حمادة، ٢٠٠٨: ١٢٣ - ١٢٤).

٤ - فروض مدخل الاستخدامات والإشباع

«بيني مدخل الاستخدامات والإشباع على فكرة مؤداها أن حاجات مرتبطة بوسائل الاتصال، والتي تنشأ في ظل بيئة اجتماعية ونفسية معينة تخلق لدى الفرد دوافع للتعرض لوسائل الاتصال، فضلاً عن وسائل أخرى غير وسائل الاتصال حيث يتوقع الفرد أن تتحقق له هذه المصادر وإشباع هذه الحاجات، وقد تنجح وسائل الاتصال في تحقيق هذه الإشباع، وقد لا تنجح في ذلك» (أمين، ٢٠٠٧: ٣٥).

ويمكن أن نحدد الحاجات الشخصية للجمهور (Audience Needs) في:

أ - حاجات معرفية (Cognitive Needs): وهي حاجات متعلقة بتعزيز المعلومات والمعرفة والفهم المتكامل لبيئة الفرد، هذه الحاجات تكون مبنية على رغبة الفرد لفهم ومحاولة التحكم في البيئة المحيطة به، هذا بالإضافة إلى إشباع الفضول ورغبة الاستكشاف.

ب - حاجات وجدانية (Affective Needs): وهي حاجات نابغة من الرغبة في إشباع الذوق الجمالي وإشباع الحاجات العاطفية والترفيهية.

ج - **حاجات شخصية** (Personal Integrative Needs): تتعلق بتعزيز مصداقية وثقة وثبات ومكانة الفرد، وتكون هذه الحاجات مستمدة من رغبة الفرد بالارتقاء الذاتي.

د - **حاجات اجتماعية** (Social Integrative Needs): وتعلق بتقوية العلاقات الاجتماعية مع الآخرين، وهذا يتضمن أفراد الأسرة والأصدقاء والمجتمع، وكل هذه الحاجات مستمدة من الرغبة والانتماء.

هـ - **الهروب من الواقع** (Escapist Needs): وهي «حاجات متعلقة بالشروء الذهني وتخفيف حدة التوتر النفسي والرغبة في التسلية والترفيه» (الشنوي [وآخرون]، ١٩٩٥: ٤٧٣ - ٤٧٤). «يمكن أن نلخص فروض مدخل الاستخدامات والإشباع في النقاط التالية:

● أن السلوك الاتصالي سلوك هادف (Purposive) وذو دوافع (Motivated) حيث يسعى جمهور وسائل الإعلام بإيجابية إلى تحقيق أهداف محددة من خلال استخدام هذه الوسائل.

● يتخذ الجمهور مبادرة انتقاء واستخدام وسائل الاتصال لإشباع حاجاتهم ورغباتهم الشخصية، فقد يكون استخدام الجمهور لوسائل الإعلام هو استجابة لاحتياجاتهم الأساسية، ولكنه من ناحية أخرى يشبع حاجاتهم ويلبّي رغباتهم كالبحت عن المعلومات لحل مشكلة ما.

● يتأثر السلوك الاتصالي لجمهور وسائل الإعلام بمجموعة من العوامل الاجتماعية والنفسية التي تعمل بمثابة المتغير الوسيط بين الوسيلة وجمهورها، فهذه العوامل تعمل بمثابة المرشح (Filter) لاستجابات الفرد السلوكية اتجاه وسائل الإعلام.

● قد تؤثر وسائل الإعلام في سمات الفرد من ناحية، أو في البناء الاجتماعي والثقافي والسياسي والاقتصادي للمجتمع من ناحية أخرى، ومن ثمة يمكن الاستدلال على المعايير الاجتماعية والثقافية السائدة في مجتمع ما، من خلال استخدام أفرادها لوسائل الإعلام.

● تتنافس وسائل الإعلام مع أشكال الاتصال على عمليات الانتباه والانتقاء والاستخدام التي يجريها الجمهور لإشباع حاجاته ورغباته، فهناك علاقة مؤكدة ما بين الاتصال الشخصي الجماهيري، حيث إن الطريقة التي تلبي بها وسائل الإعلام، الاحتياجات تختلف من فرد إلى آخر، باختلاف الظروف الاجتماعية والنفسية المحيطة بكل فرد» (أمين، ٢٠٠٧: ٣٥ - ٣٦).

ثانياً: تحديد مفاهيم الدراسة

يتمحور موضوع هذه الدراسة حول مفهومين رئيسيين هما الاستخدام وشبكة الإنترنت، ومفاهيم أخرى مرتبطة بموضوع الدراسة وهي: تكنولوجيا الاتصال، مجتمع المعلومات، الحاسوب والتفاعلية.

● الاستخدام

الاستخدام في اللغة العربية مأخوذ من: استخدم (الرجل غيره) استخدمه استخداماً فهو مستخدم، والآخر مستخدم، أي اتخذه خادماً، طلب منه أن يخدمه، واستخدم الإنسان الآلة أو السيارة... استعمالها في خدمة نفسه (شفيق، ١٩٩٨: ١١٢). والاستخدام يعني الاستعمال في اللغة الفرنسية:

emploi, utilization, usage, sous option Exploitation, application, استعمال: استخدام
candidature

ويأتي الاستخدام في اللغة الإنكليزية بمعنى: الاستعمال والتوظيف:

استخدام بمعنى: استعمال: to employ, to hire, taking on, use

استخدام بمعنى: توظيف: to engage, to recruit

وعلى هذا الأساس فإن الاستخدام لا يخرج عن معنى الاستعمال والتوظيف في اللغات المذكورة.

أما الاستخدام اصطلاحاً: فهو استعمال شيء ما أداة أو وسيلة أو عدة أشياء، واستغلالها لتلبية حاجات معينة لدى الأفراد في حياتهم. «ويبدو مفهوم الاستخدام من خلال النظرة العامة مفهوماً واضحاً بسيط المعنى غير ذي حاجة إلى جهد أو نشاط يتوخى ضبطه، غير أن أية محاولة تستهدف ضبط المعاني والدلالات النظرية والتطبيقية له تصطدم بمفهوم ومعنى غامض ومتنوع يحمل الكثير من الدلالات المختلفة باختلاف ما هو اجتماعي وما هو تقني داخل تركيبة هذا الهجين الاتصالي الإنترنت في حد ذاته، فالغموض الذي يحيط باللفظ مرده إلى استعماله في تعيين وتقرير وتحليل مجموعة من السلوكيات والمظاهر المرتبطة بتكنولوجيا الاتصال» (بن مرسل، ٢٠٠٧: ١٧٢).

إن العلاقة القائمة بين الإنسان أو المستخدم وشبكة الإنترنت علاقة مركبة ومتداخلة يكاد يستحيل تواجدها خارج الممارسة المباشرة هذه المباشرة المستمرة هي التي تضمن الاستخدام كفعل اتصالي بمعنى اجتماعي تقني، فقد ينصرف المعنى إلى الأداء التقني فيصبح المعنى معلقاً على التحكم وإدارة النظم المختلفة لهذه التكنولوجيا، من تشغيل وإبحار على النسيج والقدرة على انتقاء المحتوى المتوقع خلف العقد والروابط، ثم القدرة على معالجته تخزينياً واسترجاعاً أو إنتاجاً للمحتوى، وكذا إعادة إنتاج محتوى آخر.

كما يمكن أن يعالج المفهوم كنشاط ذي طابع اجتماعي وثقافي داخل على المنظومة السلوكية السابقة الوجود، حينئذ لا يصبح الاستخدام مجرد فعل عابر منفصل عن التكوين النفسي والمادي لشخصية الفرد المستخدم، بل يتخذ بشكل نماذج استخدامية تتجلى أساساً في التكرار والاستمرار الذي يحيلها إلى عادات متكاملة مع باقي ممارسات الحياة اليومية للمستخدم، بهدف فرضها ودمجها واقعياً في إطار الموروثات الثقافية المسبقة، كممارسة نوعية قد تندمج فيها أو تتباين عنها في مقابل ممارسات منافسة أو متصلة بها^(١)

وتعددت تسميات المستخدم للإنترنت، فهناك من يسميه المستخدم أو المستعمل وكذا المبحر، ويقابلها في اللغة الفرنسية *utilisateur, internaute, citoyen du net*، أما في اللغة الإنكليزية فيسمى *user net*، وهي تشير كلها إلى مستخدم الإنترنت^(٢).

< <http://www.grm.uqam.ca/cmo2001/lacroix.htm> > .

(١)

Internaute, < <http://fr.wikipedia.org/wiki/> >, 15/3/2003.

(٢)

إننا بصدد الحديث عن نماذج سلوكية أو عملية (procès) بين المستخدم وشبكة الإنترنت، فإذا كان الاتصال في اتجاهين (Two-way Communication) وهو شبه تفاعلي حيث تعتبر الاستجابة رد فعل (Reactive) أثناء تلقي الرسالة والرد عليها، بينما الاتصال أثناء استخدام الشبكة يعتبر تفاعلياً، فلا يكتفي المستخدم بعملية التلقي والرد فقط بل يسمح أيضاً للمتلقي أو المستخدم بالمشاركة والتدخل في بناء المحتوى بالتعليق وإبداء الرأي وليس القول أو العزوف فقط، فمصطلح الاستخدام لم يعد له ذلك المعنى الكلاسيكي مع شبكة الإنترنت، حيث أضحي مصطلح الاستخدام ذا معانٍ عدة:

- **الانتقال**، من نماذج تقليدية طبعت عمليات الاتصال الجماهير إلى نموذج مختلف يرتكز على تكنولوجيا الاتصال والإعلام الحديثة التي خرقت شروط الاتصال الجماهيري لتبديله بنمط قائم على التفاعلية والبيئية (Interactivity) كأساس للعلاقة القائمة بين الفاعلية وعلى الشبكية (Net Working) كخاصية أساسية أيضاً لنشر وتوزيع المحتوى والتواصل الجغرافي. فالتفاعلية أضافت ثراءً وتعقيداً بما يسمح بتصميم وسائل التجوال بفاعلية بين آلاف الصور والفيديو والنصوص والصوت في تآلف كمصدر واحد للمعلومات (عبد الحميد، ٢٠٠٧: ٦٣).

- **الاندماج والاحتواء**، فيما بين مختلف الوسائط الاتصالية والمكتوبة والمسموعة والمرئية والشفهية لتشكل مجتمعة دعائم وسيط اتصالي هجين (Hybrid) والذي يضيف إليها تقنيات وبنى خاصة تضيف عليه طابع التفرد والخصوصية، هذا الاندماج يجعل استخدام هذا الوسيط بمثابة استخدام الوسيلة من وسائل أي واحد من كثير، أما الاحتواء فيجعل سلوك التعرض - الاستخدام - الفردي أو الجمعي سلوكاً هجيناً يحتمل أي فعل من أفعال الاتصال فقد يكون إرسالاً، استقبالياً، إنتاجاً، استهلاكاً وغيرها من نماذج الاستخدام الممكن.

ومعنى هذا أنه لا يمكننا الحديث عن عملية اتصال بالمدلول الجماهيري حيث الأعداد الفقيرة تتلقى نفس المحتوى من نفس المرسل في نفس الوقت، إذ يختلف الموقف في الاتصال الشبكي الذي يقوم على تفتيت الجماهير حيث المستخدمون كثيرون يتعرضون ويستغلون محتويات شتى من منتجين شتى، أي اللاجماهيرية واللامركزية في إنتاج واستهلاك المحتوى، ولذلك يصعب التمييز بين المرسل والمستقبل، إذ النقطة الثورية هنا أن الفاعل هو مستقبل ومرسل في آن واحد، نَشِطٌ وفعَّال (Bardini et Proulx, 1999).

- **الاستخدام سلوك اتصالي**، لم يعد الفرد في الزمن المعاصر في ظل تكنولوجيا الاتصال مجرد متلقٍ سلبي بل أضحي الفرد مستخدماً نشيطاً يتميز بالانتقاء والاختيار والمشاركة، خاصة أثناء استخدامه لشبكة الإنترنت حيث يسعى المستخدم إلى:

«السيطرة والتحكم»: وتعني سيطرة المستقبل على العملية الاتصالية، وتأخذ السيطرة في هذه الدراسة شكلين هما: التحكم في التصفح والإبحار، والتحكم في الاختيار بين البدائل المتاحة.

الاختيار: ويعني أن الفرد يجد حرية تامة في الاختيار بين البدائل المختلفة على المواقع العلمية الاقتصادية السياسية... والإعلامية، وكذلك اختيار طبيعة تصفح المواقع المختلفة، ويتمثل الاختيار في السرعة واللغة، وكذلك البدائل المختلفة كافة.

الارتباط: ويعني الشعور بالقرب وإمكانية الإبحار داخل الموقع وخارجه، ويتمثل هذا البعد في إتاحة الموقع المعلومات عنه ومعلومات عن المنتج، الشركة صاحبة الموقع، والوصلات الفائقة.

الوقت: وهو عنصر مهم من عناصر الاتصال التفاعلي، ويعتبر أحد مقوماته الأساسية، فالمستخدم يسعى إلى استثمار وقت محدد، ويعني هذا مدى السرعة التي يتم بها إرسال المعلومات للمستقبل، وكذلك الوقت الذي يستغرقه المستقبل في تحميل المحتوى المعروض على الموقع» (اللبان، ٢٠٠٥: ٨٨ - ٩٠).

والعلاقة بين المستخدم والشبكة لا تعني المظهر التقني للآلة وإنما في قواعد استعمالها «وإرادة الفاعلين على إدارة مشروع مشترك، أي مهمتنا في البحث فيما إذا كان هناك إلى جانب هذه المنشآت التكنولوجية التي تملك ثقافة ندرك بها قواعد وإرادة قادرة على التحكم في إدارة هذه التكنولوجيا» (قاللة، ١٩٩٦: ٤٧).

فالاستخدام ليس مجرد وضعية فيزيائية بل هو عملية معقدة تتألف من الفاعلين (Acteur) كالذين ينشئون فضاءات، مواقع ويب قوائم بريدية خدمات تجارية... قابلة للاستخدام، سواء كانوا أفراداً، مؤسسات، شركات، جمعيات وهؤلاء كلهم يستخدمون واسطة أو وسيلة اتصالية تبادلية تفاعلية (الإنترنت) بحيث تسمح لهم من استقبال المحتوى (رموز/لغة/صور...).

لكن السؤال الذي يستوقفنا هو كيف يتم الاستخدام؟

من البديهي أن استخدام أي وسيلة تكنولوجية يتطلب منا معرفة قواعد وأنظمة وطرائق الاستخدام، وشبكة الإنترنت من تتطلب المستخدم معرفة أنظمة الاتصال المتوفرة بها، لاسيما إذا علمنا أن شبكة الإنترنت تضم: (الشبكات الأم الكبرى المنتشرة في الدول الصناعية الكبرى كأمريكا وكندا وبريطانيا واليابان)، التي تعد بمثابة القلب في عالم المعلومات والشبكات المحلية الخاصة بكل مجتمع من المجتمعات ولها خصوصيات ذلك المجتمع الذي تتواجد فيه، وأخيراً الشبكات المشتركة التي ينشؤها الأفراد والمؤسسات ويستخدمها الأفراد في كل الدول ويتبادلون الأدوار فيما بينهم.

وعلى هذا الأساس فقد يستخدم الفرد الشبكة وفق محرقة آلية روتينية محددة مع الحاسوب وفتح نوافذ الويب، وهذا يعتبر انطواءً عن المضامين والمحتويات الأخرى، وقد يستخدم جهاز الحاسوب من باب العادة فحسب، وقد يكون استخدامه انتهازياً يتحين الفرص للذهاب بعيداً عن القواعد العامة للاستخدام كمحاولات التحسين وسرقة الملفات واختراق أرصدة الأفراد والمؤسسات، وهناك استخدامات أخرى أكثر إيجابية يكون المستخدم فيها متفتحاً وإيجابياً حين ينشئ علاقات اتصالية مع الآخرين ويثير مواضيع تهمه ويدخل مع

مستخدمين آخرين في حلقة من النقاش، فيكون سلوكه ضمن عملية اتصالية فنياً وتقنياً، وأثناء هذا الاستخدام قد يتميز عن الآخرين أو الذين يتفاعل معهم فيستخدم معاني ورموزاً يفضلها هو ويتميز بها من الآخرين، وقد يشارك في عمليات الاتصال فيحاكيهم بدون أن يتميز منهم في استخدام التقنيات، وأكثر من ذلك قد يحمل ثقافتهم وسلوكياتهم.

التعريف الإجرائي للمستخدم

المستخدم هو كل من يقوم باستغلال شبكة الإنترنت - الشبكة الدولية للمعلومات - سواء كانوا أفراداً أو شركات أو منظمات أو هيئات رسمية، إمّا منتجاً للمعلومات والخدمات وإما مستهلكاً لما ينتجه غيره، متفاعلاً في ذلك مع آخرين غير محددين جغرافياً، ثقافياً واجتماعياً تفاعلاً حراً بواسطة نظام ورموز مشتركة (إيقونات Icônes، لغة، برمجات...) يكون في وسعه انتقاء وتخزين المواد التي يصادفها أو التي يقصدها بالبحث، ويحدد موقعه في العملية الاتصالية، مراسلاً أو متلقياً، حسب نوع ودرجة المشاركة التي تطبع استخدامها، ويمتاز المستخدم بالنشاط (Active) والمشاركة (Participant)، والسيطرة (control) والتحكم (User Drive) ويكتسب من خلال هذا الاستخدام مهارات متعددة (عبد الحميد، ٢٠٠٧: ٦٤).

ثالثاً: مجتمع الدراسة الميدانية

«تعتبر مرحلة تحديد مجتمع البحث من أهم الخطوات المنهجية في البحوث الاجتماعية، وهي تتطلب من الباحث دقة بالغة، حيث يتوقف عليها إجراء البحث وتصميمه وكفاءة نتائجه.

ويواجه الباحث عند شروعه في القيام ببحثه مشكلة تحديد نطاق العمل، أي اختيار مجتمع البحث أو العيّنة التي سيجري عليها دراسته وتحديدها» (شروخ: ٢٠٠٣: ٢٩). ولمعرفة مجتمع البحث يجب أولاً تحديد حجم مجتمع البحث الأصلي وما يحتويه من مفردات إلى جانب التعرف على تكوينه الداخلي تعرفاً دقيقاً يشمل طبيعة وحداته، هل هي متجانسة أم متباينة؟ هل هي موزعة في شكل فئات وطبقات أو غير ذلك؟

١ - عيّنة الدراسة وطريقة اختيارها

من خلال الدراسة حددنا مجتمع دراستنا الميدانية على طلبة جامعتي بسكرة وسطيف وهو مجتمع واسع وكبير جداً لا يمكن لنا أن نحيط به كله، فلا بد من اختيار عيّنة ممثلة عن المجتمع الأصلي. «فالعيّنة جزء من الظاهرة الواسعة معبّرة عنه كله، تستخدم كأساس لتقدير الكل الذي يصعب أو يستحيل دراسته بصورة كلية لأسباب تتعلق بواقع الظاهرة أو بالكلفة أو الوقت، بحيث يمكن تعميم نتائج دراسة العيّنة على الظاهرة كلها».

ونظراً إلى صعوبة القيام بدراسة شاملة لجميع مفردات مجتمع البحث، قمنا باختيار أسلوب العيّنة، حيث اكتفينا بعدد من المفردات، أخذناها في حدود الوقت والجهد والإمكانات.

وعلى هذا الأساس فإن مجتمع الدراسة يشمل مفردات الجامعتين السابق ذكرهما، وبما أن الجامعتين تضمان كليات عديدة بها تخصصات مختلفة، فإننا نختار مفردات من كليات

للعلوم الإنسانية، ومفردات من كليات للعلوم التقنية والتطبيقية، حتى تكون العيّنة ممثلة لكليات الجامعتين.

٢ - طريقة اختيار العيّنة

لقد اعتمدت في دراستي على طريقة العيّنة العشوائية متعددة المراحل، لأن الباحث بصدد دراسة ظاهرة منتشرة في مجتمع كبير، وطريقة العيّنة العشوائية البسيطة أو الطبقية تكون متعبة لما تكلفه للباحث من جهد ومال الأمر الذي يجعل طريقة العيّنة متعددة المراحل أجدى في مثل هذه الحالات.

اختر الباحث من جامعة سطيف كليتين، واحدة للعلوم الإنسانية وأخرى للعلوم التقنية، واختار من كل كلية قسمين، ومن كل قسم تخصصين، وتم اختيار ثلاث كليات من جامعة بسكرة، كلية في مجال العلوم الإنسانية، واخترنا منها تخصصين، وكليتين للعلوم التقنية، أخذنا من كل كلية قسمين، ومن كل قسم تخصصين، وتم اختيار السنوات النهائية للتخصصات بطريقة قصدية، لأن أفرادها أشد حاجة إلى استخدام الإنترنت من أجل تحضير مشاريع التخرج، فاخترنا أفواج السنوات الرابعة في العلوم الإنسانية وأفواج السنوات الخامسة بالنسبة إلى العلوم التقنية والعلمية.

رابعاً: نتائج الدراسة

استهدفت هذه الدراسة التعرف إلى استخدامات الطلبة الجامعيين لشبكة الإنترنت من خلال معرفة عادات وأنماط وأشكال الاستخدام وتفضيلات المبحوثين للمضامين المتاحة على الشبكة والدوافع الحقيقية للاستخدام والإشباع المحققة من هذا الاستخدام وآثارها الصحية والثقافية والسلوكية والاتجاه العام لأفراد العيّنة نحو خدمات شبكة الإنترنت.

وقد أسفرت الدراسة عن النتائج التالية:

● في ما يتعلق بعادات وأنماط الاستخدام:

١ - أن هناك تقارباً كبيراً بين عدد الذكور والإناث للعيّنة المدروسة، حيث بلغ عدد الذكور ١٥٥ مفردة، ما نسبته ٦٦، ٥١ بالمئة وبلغ عدد الإناث ١٤٥ مفردة ونسبتها، ٣٤، ٤٨ بالمئة من أفراد العيّنة.

٢ - توصلت الدراسة أن نسبة كبيرة من أفراد العيّنة يستخدمون شبكة الإنترنت، حيث بلغت نسبة ٢١، ٨٧ بالمئة وأجاب ٢٦، ٦٣ بالمئة من العيّنة أن شبكة الإنترنت مفيدة جداً، بينما أجاب ٧٩، ١٢ بالمئة أنهم لا يستخدمون الشبكة لأسباب عدة منها عدم امتلاكهم لجهاز حاسوب، حيث أجاب بذلك ٣٢ بالمئة، وعدم تعلم مهارة استخدام الحاسوب، حيث أجاب بذلك ٢٦ بالمئة، ويفضل ٦٨، ٥٨ بالمئة استخدام الشبكة بمفردهم و٧، ٣٥ بالمئة مع زملائهم، ٢٢، ٦ بالمئة فقط مع العائلة.

٣ - أثبتت الدراسة خبرة زمنية قليلة في استخدام أفراد العيّنة لشبكة الإنترنت، حيث

بلغت أعلى نسبة ٨٦, ٢٧ بالمئة عند من يستخدمها من ستة أشهر إلى سنة، و٩٦, ٢١ بالمئة عند من يستخدمها من سنة إلى سنتين، وهناك تشابه في النسبة بين الأقل والأكثر خبرة، ١٤ بالمئة وبلغ متوسط الخبرة الزمنية عند الذكور ٢٨ شهراً، وعند الإناث ٢٢ شهراً.

٤ - كشفت الدراسة أن الحجم الزمني لاستخدام أفراد العينة للشبكة يومياً مقبول، حيث أجاب ٨٤, ٢٨ بالمئة أنهم يستخدمون الشبكة من ساعة إلى ساعتين، وأجاب ٩١, ٢٤ بالمئة أنهم يستخدمونها ساعة يومياً، وانخفضت النسبة عند من يستخدمونها من ثلاث ساعات إلى أربع حيث بلغت ٥٤, ٧ بالمئة، وخمس ساعات فأكثر بنسبة ١٩, ٢ بالمئة.

وبلغ المتوسط العام عند الذكور ٨, ٣ سا، وعند الإناث ١٤, ٢ سا، أما عدد مرات الاستخدام في الأسبوع فقد بلغت ٤١, ٣٤ بالمئة عند من يستخدمها مرة في الأسبوع، و٤٥, ٣٢ بالمئة عند من يستخدمها من مرتين إلى ثلاث مرات، وانخفضت النسبة عند من يستخدمها أكثر من ذلك. وبلغ متوسط المرات عند الذكور ٨٤, ١ مرة وعند الإناث ١٥, ٢ مرتين.

٥ - بيّنت الدراسة ترتيب أيام الاستخدام على النحو التالي: الرتبة ١ الخميس ٦٠, ٢٧ بالمئة، الرتبة ٢ الاثنين ٦٥, ١٧ بالمئة، الرتبة ٣ الجمعة ٢٠, ١٦ بالمئة، ثم تأتي الأيام الأخرى. أما ترتيب خدمات الإنترنت فكانت على النحو التالي: (١) البريد الإلكتروني. (٢) النسيج العالمي (WEB)، (٣) المحادثة، وجاء ترتيب المواقع حسب أفضليتها: (١) المواقع العلمية، (٢) الألعاب، (٣) الرياضية، (٤) الثقافية.

٦ - كشفت الدراسة أن محركات البحث الأكثر تفضيلاً هي: Google حيث أجاب بذلك ٤٣, ٩٣ بالمئة ثم Yahoo ٤٧, ٥١ بالمئة.

● في ما يتعلق بدوافع الاستخدام:

٧ - توصلت الدراسة إلى أن أكبر دافع لاستخدام الشبكة عند أفراد العينة هو إقامة الصداقات، حيث أجاب بذلك ٦٩, ٥٧ بالمئة، تلاه إنجاز البحوث ٥٣, ٤٧ بالمئة، ثم المتعة والترفيه واكتساب معارف ومهارات جديدة بـ ٦٦, ٣٩ بالمئة، أما فيما يتعلق بترتيب دوافع استخدام الشبكة فجاءت على النحو التالي: (١) الدوافع الترفيهية ٤٩, ٣٠ بالمئة، (٢) الدوافع العلمية ٢٧, ٢٦ بالمئة، (٣) الاجتماعية ٢٧, ١٥ بالمئة.

٨ - تركزت الدوافع السياسية لدى أفراد العينة في التعرف إلى مختلف الأخبار، حيث أجاب بذلك ٣٠, ٦١ بالمئة ومتابعة القضايا السياسية ٥٨, ٢٤ بالمئة، أما الدوافع الاعتقادية لاستخدام الشبكة فتمثلت في البحث عن فرص عمل، حيث أجاب بذلك ١٢, ٥٢ بالمئة ونسخ الملفات وبيعها، حيث أجاب بذلك ٢٢, ٢٦ بالمئة.

وتمثلت الدوافع الاجتماعية في الهروب من الملل والفراغ حيث أجاب بذلك ٨٨, ٦٦ بالمئة، وأجاب ٢٣, ٢٥ بالمئة بدافع تكوين صداقات جديدة، و٩, ١٤ بالمئة بدافع البحث عن كفيات الهجرة، و٤٨, ١٠ بالمئة بدافع إقامة علاقات عاطفية.

٩ - بيّنت الدراسة أن نسبة الدوافع الجنسية بلغت ٢٠, ١٠ بالمئة، وتمثلت أشكالها في: البحث عن المواقع الجنسية حيث أجاب بذلك ٠٤, ١٧ بالمئة، البحث عن الأفلام الجنسية

حيث أجاب بذلك ١٣,٧٦ بالمئة، وأجاب ٥,٥٦ بالمئة بدافع نسخ ملفات جنسية و٨,٥٢ بالمئة بمشاهدة لقطات جنسية متحركة.

١٠ - كشفت الدراسة أن الدوافع الإعلامية قليلة ومحدودة عند أفراد العيّنة، حيث أجاب ٥٤,٧٤ بالمئة أنه ليس لديهم دوافع إعلامية، و٢٦,٤٥ بالمئة لديهم دوافع إعلامية، وتمثلت في إجراء المراسلات والحوارات الشخصية ٧٦,٤٥، نشر المقالات ٨٧,٢٢ بالمئة، وجاء اطلاع العيّنة على مواقع الصحف الإلكترونية قليلاً، حيث ٢٧,٠٢ بالمئة أحياناً، و٥٧,٢٧ بالمئة دائماً، وهناك نسبة كبيرة من أفراد العيّنة يطلعون على الرسائل الإعلامية الجزائرية (الإذاعة والتلفزيون) أحياناً وبلغت ٦٨,٦٠ بالمئة.

● وفي ما يتعلق بآثار الاستخدام:

١١ - كشفت الدراسة أن ١٥,١١ بالمئة من أفراد العيّنة يشعرون بالصداع بعد نهاية الاستخدام دائماً، وأجاب ٣٩,٥٦ بالمئة أنهم يشعرون بذلك أحياناً، وأجاب ٢٩,٢٢ بالمئة أنهم يشعرون بالأم الظهر والرقبة دائماً، و١٣,٥٢ بالمئة يشعرون بذلك أحياناً، أما حالة العيون فكانت طبيعية عند ١٣,٣٢ بالمئة منهم، وأجاب ٤٦,٥٢ بالمئة أنهم يشعرون بتعب العين.

١٢ - بيّنت الدراسة أن ١٧,٩ بالمئة من أفراد العيّنة يتصفحون المواقع الجنسية دائماً، و٩٢,٢٣ بالمئة يتصفحونها أحياناً، وتمثلت كصفات التصفح في فتح المواقع الخاصة بالجنس حيث أجاب بذلك ٦١,٢٢ بالمئة، وأجاب ٠٦,١٦ بالمئة أنهم يعرجون على المواقع الجنسية من حين إلى آخر أثناء الاستخدام، بينما أجاب ٥٤,٤٦ بالمئة أنهم لا يتصفحون المواقع الجنسية بسبب الوازع الديني.

١٣ - أجاب ٧٤,١٤ بالمئة من أفراد العيّنة أنهم يشعرون بقلق كبير أثناء الاستخدام (قلق جداً)، وأجاب ٢٩,٢٢ بالمئة بالشعور بالقلق (قلق) ويرجع سبب ذلك إلى بطء فتح المواقع عند ٣١,٤١ بالمئة والانقطاع المتكرر للاتصال عند ٢٥,٢٤ بالمئة من أفراد العيّنة.

١٤ - اتضح من خلال الدراسة أن ٠٥,١٦ بالمئة أجابوا بأن شبكة الإنترنت بدّلت حياتهم كثيراً، ٨١,٥٠ بالمئة قليلاً، وتمثلت زوايا التبدّل في تبني أفكار جديدة في الحياة، حيث أجاب بذلك ٤٨,٧٠ بالمئة من أفراد العيّنة، واكتساب عادات وتقاليد جديدة، حيث أجاب بذلك ٧٦,١٣ بالمئة.

١٥ - بيّنت الدراسة أن الاتجاه العام لأفراد العيّنة نحو مدى رضاهم عن خدمات الإنترنت هو تجاه إيجابي ٣٦,٣.

خامساً: التحليل والتفسير

١ - بالنظر إلى إجابة المبحوثين: إن أسباب استخدامهم للشبكة هي مفيدة جداً، تبين هذه النسبة أن نظرة أفراد العيّنة إلى استخدام شبكة الإنترنت نظرة إيجابية، نظراً إلى فوائدها الجمة والحصول على المعلومات المتنوعة.

٢ - من خلال الدراسة أثبت أفراد العيّنة خبرة زمنية قليلة ٨١,١٠ بالمئة عند من

يستخدم الشبكة من سنتين إلى ثلاث سنوات، مقارنة بدراسات عربية أخرى مثل دراسة عبد الواحد أمين «استخدامات النخبة المصرية للصحافة الإلكترونية» حيث توصلت الدراسة أن ٥, ٣٧ بالمئة من أفراد العينة يستخدمون الشبكة من سنتين إلى ثلاث سنوات، وهي نسبة معقولة.

وأظهرت الدراسة التي قام بها عبد الرحمن عزي ومحمد عايش «استخدامات وإشباعات الإنترنت» (عزي وعايش، ٢٠٠٦) دراسة ميدانية على شباب الإمارات، أن ٨, ٤٧ بالمئة من العينة يستخدمون الشبكة من سنتين إلى ثلاث سنوات، ويرجع السبب في هذا الفارق الكبير في الخبرة كون أن شبكة الإنترنت دخلت على الجزائر متأخرة نوعاً ما وعدم مواكبة الطلبة الجامعيين لتكنولوجيا الاتصال والإعلام مبكراً، أضف إلى ذلك الظروف الاقتصادية للمبحوثين.

٣ - أجاب ٦٦, ٣٩ بالمئة من أفراد العينة أنهم يستخدمون الشبكة لتحميل الدروس والمحاضرات وهذا مؤشر إيجابي على الاهتمام بالبحث العلمي، بينما أجاب ٢٢, ٢٦ بالمئة من العينة أنهم يستمعون إلى الأغاني ويحملونها من الشبكة، وهذا أسلوب يدل على إدمان الطلبة الجامعيين على الاستماع للغناء على حساب واجباتهم العلمية والاجتماعية في أغلب الأحيان.

٤ - أجاب في هذه الدراسة ١٢, ١٢ بالمئة فقط من أفراد العينة أنهم يستخدمون الشبكة بدافع التعلم، لاسيما إذا علمنا ارتفاع النسب في الدوافع الأخرى، فمثلاً جاءت نسبة الدافع الترفيهية ٦٦, ٣٩ بالمئة، وهذا مؤشر خطير لأنه إذا كان التعلم آخر شيء يفكر فيه الطلبة الجامعيون فهذا مرض خطير يحتاج إلى علاج سريع.

٥ - أجاب ٨٨, ٦٦ بالمئة من أفراد العينة أنهم يستخدمون الشبكة بدافع الهروب من الملل وال الفراغ.

٦ - أجاب ٠٤, ١٧ بالمئة من أفراد العينة أنهم يستخدمون الشبكة بغية البحث عن المواقع الجنسية، وأجاب ٧٦, ١٣ بالمئة أنهم يبحثون عن الأفلام الجنسية، وهذه نسب كبيرة جداً مقارنة بدراسة أحمد عبدلي «مستخدمو الإنترنت» حيث أجاب ٨١, ٧ بالمئة أن لديهم دوافع جنسية عند الذكور، ولم تسجل الإناث أي نسبة (عبدلي، ٢٠٠١ - ٢٠٠٢)، علماً أن دراسة أجريت على الجمهور بمختلف شرائحه بمدينة سطيح وقسنطينة، وهذه حقيقة مرة وخطيرة تدل على مدى الفساد الأخلاقي الكبير والانحدار في سلم القيم لدى الطلبة الجامعيين وعدم الالتزام بأخلاق وصفات طالب العلم.

٧ - كشفت الدراسة أن ٦, ٢٢ بالمئة من أفراد العينة يتعرضون للمواقع الجنسية، وذلك بفتح مواقع خاصة بالجنس، ونسبة ٠٦, ١٦ بالمئة يفتحونها من حين إلى آخر أثناء العمل، وتعتبر النسب المرتفعة لإقبال أفراد العينة على المواقع الجنسية من أخطر تداعيات استخدام الشبكة، لأنها أصبحت سبباً مباشراً لحدوث الانحرافات الأخلاقية والسلوكية بما يحتويه من آلاف المواقع التي تدعو إلى الرذيلة والفسق والدعارة وتفتن في تصويرها على أنها نشوة لا توصف، وتزداد الخطورة أكثر كون أن شبكة الإنترنت تحتوي على أكثر من ٢٣

ألف موقع إباحي، يتضاعف الإقبال عليها يوماً بعد يوم، ويزورها ٠٣٤, ٢٨٠ ألف زائر في اليوم الواحد (الجلاف، ٢٠٠٦، ٩٧). ووجد الباحثون بجامعة كارتيجي مبلون، أن في دراسة على ٤٠ دولة، أن نصف الصور المرسله بين الأشخاص هي صور إباحية.

٨ - كشفت الدراسة أن ٥٤, ٤٦ بالمئة من أفراد العينة لا يتصفحون المواقع الجنسية بسبب الوازع الديني وهذا مبدأ وموقف وسلوك إيجابي لأنه نابع من عقيدة وأخلاق المسلم، ذلك أن الوازع الديني هو الضابط لسلوك الأفراد والحاجز المنيع ضد إغراءات الصورة وسحر وفتنة النساء.

إن شبكة الإنترنت ليست خيراً كلها وليست شراً كلها، فهي تحتوي على المعلومات العلمية المفيدة والأرقام المهمة والثقافات والأديان والفلسفة والتاريخ والطب... كما تحتوي على معلومات عقيمة لا فائدة ترحى منها، ومعلومات أخرى تضليلية ينشرها بعض الأفراد والخصوم في بعض المواقع بغرض التشويه والتهويل والإرباك والتضليل، لذلك تلعب شخصية المستخدم وخلفيته الثقافية والاجتماعية محددات لنوع الاستخدام وكيفيته ودوافعه.

وبما أن الشبكة تتضمن كثيراً من المواقع التي تشكل تهديداً للقيم الدينية والثقافية على أفراد مجتمعنا فإن المسؤولية أشد على الأسرة والمدرسة والجمعيات الثقافية ووسائل الإعلام في توجيه أفراد المجتمع إلى الاستخدام الواعي المتبصر والإيجابي للاستفادة من الشبكة في شتى العلوم وتوعيتهم وتحذيرهم من الاستخدام السلبي للشبكة (كثرة اللعب، الاستغراق في الترفيه والجنس وربط علاقات عاطفية وهمية) حفاظاً على قيمهم الدينية وعاداتهم الاجتماعية.

ومع الاتفاق بين الباحثين حول حقيقة أن الإنترنت كوسيلة اتصال جماهيري جديدة في طريقها إلى تحقيق تغييرات جذرية في الحياة الاقتصادية والثقافية والاجتماعية للأفراد والمجتمعات والدول على حدٍ سواء، إلا أن نتائج الدراسات لاتزال غير حاسمة، وهناك اختلاف وتعارض بينها، فهناك من يرى أن الإنترنت تعمل على عزل الفرد اجتماعياً وإبعاده عن العلاقات الاجتماعية الحقيقية مقابل من يرون أن الإنترنت تعمل على تحسين العلاقات الاجتماعية من خلال تحرير الفرد من القيود الجغرافية، حيث تعمل على بناء علاقات اجتماعية قائمة على أساس الاهتمامات المشتركة وليس وفق معيار آخر.

المراجع

أمين، رضا عبد الواحد (٢٠٠٧). الصحافة الإلكترونية. القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع.

بن مرسل، أحمد (٢٠٠٧). مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال. الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية.

الجلاف، عيسى سالم (٢٠٠٦)، ورقة قدمت إلى: ثقافة الإنترنت وأثرها على الشباب: وقائع ندوة علمية. الشارقة: دائرة الثقافة والإعلام.

- حمادة، بسيوني إبراهيم (٢٠٠٨). دراسات في الإعلام وتكنولوجيا الاتصال والرأي العام. القاهرة: عالم الكتب.
- شروخ، صلاح الدين (٢٠٠٣). منهجية البحث العلمي للجامعيين. عنابة: دار العلوم للنشر.
- شفيق، محمد (١٩٩٨). البحث العلمي: الخطوات المنهجية لإعداد البحوث الاجتماعية. القاهرة: المكتب الجامعي الحديث.
- شمو، محمد علي (٢٠٠٢). الاتصال الدولي والتكنولوجيا الحديثة. الإسكندرية: مكتبة الإشعاع.
- الشنوي، المنصف [وآخرون] (١٩٩٥). دراسات إعلامية. الكويت: ذات السلاسل.
- عبد الحميد، محمد (٢٠٠٧). الاتصال والإعلام على شبكة الإنترنت. القاهرة: عالم الكتب.
- عبد الرحمن، عزي ومحمد عايش (٢٠٠٦). استخدامات وإشباعات الإنترنت. الشارقة: دائرة الثقافة والإعلام.
- عبدلي، أحمد (٢٠٠١ - ٢٠٠٢). «مستخدمو الإنترنت». (رسالة ماجستير، غير منشورة، جامعة الأمير عبدالقادر، قسنطينة - الجزائر).
- قلالة، محمد سليم (١٩٩٦). «المعلوماتية والمجتمع جدلية التأثير والتأثر». علوم وتكنولوجيا: العدد ٣٨، كانون الأول/ديسمبر.
- اللبان، شريف درويش (٢٠٠٥). الصحافة الإلكترونية. القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.
- مكاوي، حسن عماد ووللى حسين السيد (٢٠٠٣). الاتصال ونظرياته المعاصرة. ط ٣. القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.
- مكي، حسن إبراهيم وبركات عبد العزيز محمد (١٩٩٥). المدخل إلى علم الاتصال. الكويت: ذات السلاسل.
- اليحياوي، يحيى (٢٠٠٢). العولمة والتكنولوجيا والثقافة. بيروت: دار الطليعة للطباعة والنشر.

Bardini, Thierry et Serge Proulx (1999). «Des nouvelles de l'interacteur: Phénomènes de convergence entre la télévision et internet,» papier présentation au premier Colloque international du Centre de recherche sur l'intermédialité: «La Nouvelle sphère intermédialité», Musée d'art contemporain de Montréal, 2 au 6 mars, < <http://grm.uqam.ca/recherches?q=interacteur> > .