



داخل العدد

- الإعلام العربي في مواجهة تشويه صورة العرب والمسلمين « رؤية مستقبلية »
- الخطاب الصحفي حول حوار الحضارات في الطبعة الإلكترونية لصحيفتى الأهرام والشرق الأوسط عام ٢٠٠١م.
- اتجاهات الطلاب نحو البرامج التدريسية في تخصص العلاقات العامة والإعلان بالجامعات المصرية « دراسة ميدانية مقارنة بين الجامعات الحكومية والخاصة »
- إصدارات الصحف السعودية المطبوعة على الإنترنت في ضوء السمات الاتصالية للصحافة الإلكترونية. (دراسة تقييمية)
- معالجة الصحف القومية لقضايا الفساد « دراسة تحليلية لعينة من القضايا المنشورة بجريدة الأهرام عام ٢٠٠٢ ».
- آراء الإعلاميين السعوديين نحو جامعة الملك عبد العزيز « دراسة ميدانية »
- اتجاهات القائمين بالاتصال في السينما نحو أخلاقيات ممارسة العمل السينمائي في مصر. « دراسة ميدانية »
- تغطية لصحافة الفلسطينية لقضايا الطفل في النفاضة الأقصى « دراسة تحليلية مقارنة لعينة من الصحف اليومية ».
- استخدام الشباب الجامعي للإنترنت وعلاقته باتجاهاتهم نحو بعض المفاهيم السلوكية.
- دور الاتصال في صناعة القرار السياسي الأمريكي « دراسة تطبيقية على قرار ضرب أفغانستان في أكتوبر ٢٠٠١ »

العدد
التاسع عشر
يناير ٢٠٠٣م

قواعد النشر

تقوم المجلة بنشر البحوث والدراسات ومراجعات الكتب والتقارير والترجمات وفق القواعد التالية :

- أن لا يكون البحث قد سبق نشره في أى مكان آخر .
- أن يكون مطبوعاً على الكمبيوتر وخالياً من الأخطاء اللغوية .
- لا يقل البحث عن خمسة آلاف كلمة ولا يزيد عن عشرة آلاف كلمة .
- يزود الباحث المجلة بثلاث نسخ من البحث على أن يكتب اسم الباحث وعنوان البحث على غلاف مستقل .
- أن توضع قائمة المصادر والمراجع التي اعتمدها الباحث في آخر الدراسة أو البحث لا في أسفل الصفحة .
- يعتمد النشر على رأى اثنين من المحكمين المتخصصين فى تحديد صلاحية المادة للنشر .
- ترد الأبحاث التى لا تقبل النشر لأصحابها .
- تحتفظ المجلة بكافة حقوق النشر ، ويلزم الحصول على موافقة كتابية قبل إعادة نشر مادة نشرت فيها .
- بالنسبة للبحوث المحكمة والصالحة للنشر تلتزم المجلة بإشعار الباحث بصلاحية بحثه للنشر خلال أسبوعين من استلام ردود المحكمين .

دار البياض



للطباعة
والنشر
والتوزيع



٧،٤ عمارات الجبل الأخضر

أمام نادي السكة الحديد

مدينة نصر

تليفاكس: ٣٤٢٥٤٨٧

ت : ٣٤٢٦٣٢٧

رقم الإيداع :

٦٥٥٥

العدد التاسع عشر

م ٢٠٠٣

مجلة

البحوث الإعلامية

جريدة علمية محكمة تصدر عن جامعة الأزهر



رئيس مجلس الإدارة

الأستاذ الدكتور أحمد عمر هاشم



توجه باسم الدكتور / مدير التحرير عن عنواني التالي

جامعة الأزهر - كلية اللغة العربية بالقاهرة قسم الصحافة والإعلام

تلفون: ١٤٦٦٠٠١

الطبعة الأولى: ١٩٧٦
الطبعة الثانية: ١٩٧٧
الطبعة الثالثة: ١٩٧٨
الطبعة الرابعة: ١٩٧٩
الطبعة الخامسة: ١٩٨٠
الطبعة السادسة: ١٩٨١
الطبعة السابعة: ١٩٨٢
الطبعة الثامنة: ١٩٨٣
الطبعة التاسعة: ١٩٨٤
الطبعة العاشرة: ١٩٨٥

مجلة



البحوث الإعلامية

دورية علمية محكمة تصدر عن جامعة الأزهر

رئيس مجلس الإدارة

الأستاذ الدكتور: أحمد عمر هاشم

رئيس التحرير

أ.د. محيي الدين عبد الحلیم

مدير التحرير

أ.د. شعبان أبو اليزید شمس

رئيس قسم الصحافة والإعلام

سكرتير التحرير

د. أحمد منصور هيبية

توجه باسم الدكتور / مدير التحرير على العنوان التالي

جامعة الأزهر - كلية اللغة العربية بالقاهرة قسم الصحافة والإعلام

تليفون ٥١٠١٤٦٦٠

المراسلات

هيئة تحكيم المجلة

أ.د. جيهان رشدي

أ.د. فاروق أبو زيد

أ.د. علي عوجة

أ.د. محيي الدين عبد الحليم

أ.د. ماجي الحواني

أ.د. عادل رضا

أ.د. حمدي حسن محمود

أ.د. أشرف صالح

أ.د. محمود يوسف مصطفى

أ.د. شعبان أبو اليزيد شمس

جميع الآراء الواردة في هذه المجلة تعبر عن رأي صاحبها ولا تعبر عن رأي المجلة.

أحمد عمر هاشم

العدد

التاسع عشريناير ٢٠٠٣ م رئيس جامعة الأزهر

مقدمة
بعد الإنترنت وبشكل الإجمالي، وتوسعها انتشارها في قنوات النشر

استخدام الشباب الجامعي للإنترنت وعلاقته باتجاهاتهم نحو بعض المفاهيم السلوكية

د/ محمد رضا أحمد محمد

المدرس بقسم الإعلام التربوي

كلية التربية النوعية

جامعة المنصورة

Wilson Diaz فيقول إن
الإنترنت هي عامل رئيسي في إعادة تعريف وسائل الاتصال الجماهيري
هذا الإنترنت أصبح بمثابة أرقام متزايد بما يفوق من حيث عدد
بمنزلة لأن وسيلة اتصال أقوى من أي وقت مضى نظائرها في الاتصال وتكون
تستخدم في كثير من المجالات لها إمكانات أكثر من غيرها من الاتصال لأن
إذا كانت ثقافة الاتصال باعتبارها "أصوباً خالصاً" Almost pure
content حيث لا توجد علاقة حوارية Dialogical Relationship فيعرف
المستخدمون بين جامعيهم، فإن الإنترنت قد أعادت الفرصة للناس بصيغها

مقدمة:

تعد الإنترنت أحدث وسائل الإتصال وأسرعها إنتشارا في السنوات العشر الأخيرة من القرن العشرين وأوائل القرن الحادي والعشرين " فحتى أوائل التسعينات كان قليل من الناس العاديين قد سمع عن الإنترنت أو الشبكة الدولية للمعلومات " (١) "Internet and the world wide web" ولكنها انتشرت بشكل كبير خلال سنوات، ففي دراسة أجراها Katz. Rice and Aspden (٢٠٠١)، أشار الباحثون إلى أن ٨% (من المجتمع من البالغين) كانوا يستخدمون الإنترنت بالولايات المتحدة عام ١٩٩٥م، بينما يستخدم الإنترنت ٦٥% (من مجتمع البحث من البالغين) عام ٢٠٠٠م، وتشير التقديرات إلى أن متوسط استخدام الفرد للإنترنت بالولايات المتحدة قد بلغ ٩ ساعات أسبوعيا عام ٢٠٠٢م (٢). وتشير التوقعات إلى أن نسبة مستخدمي الإنترنت بالمنزل قد وصلت إلى ٧٠% من المنازل بالولايات المتحدة عام ٢٠٠٢م بعد أن كانت أقل من ٢٠% عام ١٩٩٨م (٣).

وعلى المستوى العربي تشير الدراسات إلى الإنتشار السريع للإنترنت، فقد ازداد عدد مستخدمي الإنترنت بنسبة ١٠٤% بين عامي ١٩٩٨ و ١٩٩٩م، وازاد عدد مواقع " الوب" العربية بنسبة ٢٢٥% لنفس الفترة (٤) هذا النمو دفع أحد خبراء تكنولوجيا الإتصال عام ١٩٩٣ م وهو Wilson Dizard إلى القول: "أن الإنترنت هي عامل رئيسي في إعادة تعريف وسائل الإتصال الجماهيري" (٥).

هذا الإنتشار السريع صاحبه اهتمام متزايد بما تقدمه من خدمات غير متيسرة لأي وسيلة اتصال أخرى، فالإنترنت تمثل نظاما مرنا للإتصال ومفتوح نسبيا، فهي تقدم فرصا جديدة لها دلالتها لأشكال أكثر مساواة في الإتصال (٦). وإذا كانت النظرة لوسائل الإعلام باعتبارها "مضمونا خالصا" Almost pure content حيث لا توجد علاقة حوارية Dialogical Relationship فينزعز المنتجون عن جماهيرهم، فإن الإنترنت قد أعطت الفرصة للناس يصبحوا

منتجيين وموزعين لمنتجات ثقافتهم الخاصة، فالإنترنت هي مكان حيث يجد الناس صوتهم ويتحدثون إلى أنفسهم بطريقة عامة^(٧). لقد أتاحت الإنترنت الفرصة لعملية اتصال أكثر تفاعلية وإلى مشاركة كاملة وقورية بين المرسل والمتلقي، وقدمت الإنترنت أشكالاً جديدة في مجال الاتصال تعتمد على المشاركة النشطة من جانب الجمهور وساهمت في تقديم بنى اجتماعية جديدة لم تكن لتحدث لولا التيسيرات التي قدمتها الإنترنت لقيام مثل هذه التجمعات.

الإطار النظري والمعرفي للدراسة :

تخطت تأثيرات الإنترنت حدود إسهاماتها كوسيلة اتصال، وامتدت لتشمل المجال الاجتماعي والنفسي والمعرفي لمستخدميها، وبصفة خاصة إذا كانت الخدمات التي تقدمها ذات طابع يدفع الفرد إلى عضوية جماعات متعددة في نفس الوقت، بما لها من خصائص وسمات، ولقد ذهب بعض العلماء إلى حد تشبيه الإنترنت بالمكان الثالث "The Third Place" " فإذا كان المنزل هو المكان الأول، والعمل هو المكان الثاني، فالمكان الثالث يختلف عن كليهما، وقد وصف Ray Oldenburg كيف يستخدم الناس المكان الثالث، مثل المقاهي والمجمعات Community Centers ومحال التجميل والمحال العامة والأماكن الأخرى التي يترددون عليها "hangouts" لقضاء يومهم فهي جزء مكمل للحياة الاجتماعية، وقد بدأ العلماء ينتظرون للإنترنت نظرة مطابقة، وتبنى الكثيرون إطاراً تحليلياً "Analysis Frame" " يعتبر الإنترنت تشبه واحداً من هذه الأماكن^(٨). حيث يتسع المناخ العام للتفاعل الاجتماعي، ويتبارى الناس ويندمجون اجتماعياً فالعلماء يدرسون كيف يتصرف الأفراد والجماعات الصغيرة من منظور الاستخدام المتعدد (MUDS) Multi-user dimensions وهو ما أشار إليه ١٩٩٨، Sudweeks^(٩).

إن الشبكة تقدم للناس الفرصة لكي ينتجوا ويبتكروا وينشروا لجامهير كونية، وقد جمعت الشبكة الناس معاً في بناء مجتمعات جديدة، ومنذ أن نشر Haward Rheingold كتابه المجتمع الافتراضي "Virtual Community" عام ١٩٩٣، كتب كثيرون عن الإنترنت والمجتمع، وكيف تبدو تلك المجتمعات لأعضاء لا يرون بعضهم بعضاً^(١٠).

فإذا كان تعريف المجتمع على أنه مجموعة من الناس يعيشون معاً في مكان واحد، ولهم اهتمامات مشتركة، يتشابهون، ولهم ذاتية وثقافة مشتركة وعلاقات إجتماعية، فإن كل هذه الصفات تنطبق على المجتمعات الافتراضية، بل أن هناك تخوف من اختفاء المجتمع الطبيعي، فالتكنولوجيا تضعف الاحساس بالمجتمع، ويسبب ذلك سبباً ظاهراً لماذا أصبحت المجتمعات الافتراضية أكثر شعبية، ففيها أنت حر ليس فقط في اختيار الجماعة التي تنضم إليها، ولكنك حر في تحديد ذاتك، فالأعضاء متحررون من القيود ومن العنف الطبيعي فلا أشكال صلبة من العقاب^(١١)، وقطاع الشباب في مقدمة الفئات الاجتماعية التي ينتشر فيها استخدام الإنترنت وتنوع تلك الاستخدامات وتعدد أماكنها، وقد انتشر في المجتمع المصري ما يعرف بإسم "مقاهي الإنترنت" "Cyber Café أو Internet Café"، وهي أماكن مجهزة لاستخدام الإنترنت ترتادها فئات عمرية مختلفة معظمهم من الشباب والمراهقين، يهدف الدخول والتصفح والإستخدام المتنوع للإنترنت، كما أن استخدام الإنترنت نتج عنه وصاحبه بعض أنماط السلوك الإجتماعي لدى تلك الفئة من الجماهير.

وقد إتجه بعض علماء الاجتماع نحو تسمية المجتمعات الافتراضية بالشبكات الاجتماعية "Socail networks" (ومنهم Wellman ١٩٩٧ wellman et. Al ١٩٩٦ وبدأ علماء الإنترنتوبولوجي في صياغة مجال فرعي جديد "New subfield" يسمى "أنثروبولوجي الفضاء الافتراضي" "Cyborg anthropology" وهو يبحث في التفاعل بين الأفراد والمجتمع. وشبكات

الكومبيوتر ومنهم^(١٢) (Dumit ١٩٩٨, Escobar ١٩٩٦) ويلاحظ التأثير المتزايد للإنترنت على مستخدميها في مجالات عديدة.

وتستند هذه الدراسة على عدة مداخل نظرية ، أولها مدخل الاستخدامات والاشباعات فإذا كان جمهور وسائل الاعلام لديه إطاراً للحاجات النفسية والاجتماعية يتم إشباعها من خلال استخدام وسائل الاعلام، فإن هذه النقطة قد أصبحت جوهر بحوث الاستخدامات الاشباعات، حيث تم إعادة النظر في تعريف المتغيرات، فبينما كان ينظر إلى سيكولوجية الجمهور كمتغير تابع لاستخدام وسائل الاعلام، أصبح ينظر إليه كمتغير مستقل يحدد الإستخدام الفعلي لوسائل الاعلام، بالإضافة إلى أن التأثير الاجتماعي لوسائل الاعلام^(١٣). فافتراض الجمهور النشط هو أحد العناصر الأساسية في النظرية، وهذا ينطبق على جمهور الانترنت الذي يختار ما يشبع حاجاته، فالعرض يتم باختيار مطلق من الجمهور. كما أن محتوى الرسالة يرتبط بالاشباع المتحققة منها، حيث يحقق المحتوى نوعين من الاشباعات التوجيهية والاجتماعية، أما اشباعات العملية وهي الاشباعات شبه التوجيهية Para-Orientalional وما تحققه من تخفيف الإحساس بالتوتر والدفاع عن الذات، والاشباعات شبه الاجتماعية Para-social وتتحقق من توحيد الشخص مع وسائل الإعلام وتزيد مع ضعف علاقات الفرد الاجتماعية وزيادة إحساسه بالعزلة^(١٤). ينطبق ذلك على استخدام الجمهور للإنترنت.

كما يسترشد البحث بمفاهيم نظرية الاعتماد على وسائل الاعلام، في إطار الاعتماد المتبادل بين الأفراد ووسائل الاعلام، حيث يسعى الأفراد لتحقيق أهداف ثلاثة من وسائل الاعلام وهي: الفهم والتوجيه والتسلية^(١٥). وينطبق ذلك على تعامل الجمهور مع الانترنت، مع الأخذ في الاعتبار أن البحوث التي تتناول تأثير قضاء الوقت على الانترنت ما زالت في مرحلة الصياغة، وأن اتجاهاتها الأساسية تتحصر في ثلاثة محاور هي:

أ - إدمان الإنترنت.

ب - تأثير استخدام الإنترنت على وسائل الاعلام الأخرى.

ج - العلاقة بين استخدام الإنترنت والاندماج (الاستغراق) الاجتماعي^(١٦) وتدرج هذه الدراسة تحت المحور الأخير من دراسات الإنترنت.
مشكلة البحث:

يعتقد كثير من العلماء أن الإنترنت على قد غيرت من شكل الحياة الاجتماعية والاقتصادية ومنهم Andrson & Bikson , Law & Mitchell ١٩٩٥, attewellurule ١٩٩٤ وعلى الرغم من ان المحللين لم يتفقوا على طبيعة هذه التغييرات وما إذا كانت للأفضل أم للأسوأ. فبعض العلماء يؤكدون على أن الإنترنت قد دفعت الناس لأن يصبحوا معزولين اجتماعياً ومنقطعين عند العلاقات الاجتماعية الحقيقية ومنهم Tukle ١٩٩٦, Stall ١٩٩٥, بينما يجادل آخرون على أنها قد أدت إلى زيادة وتحسن العلاقات الاجتماعية بتحرير الناس من العوائق الجغرافية والعزلة لأسباب مختلفة، وطبقاً لهم فإن الإنترنت قد سمحت للناس بالانضمام لجماعات على أساس الاهتمامات المشتركة بالإضافة إلى التوافق والملازمة، ومنهم rhengold, katz & aspden ١٩٩٧, ١٩٩٣^(١٧).

ويرتبط تحديد المشكلة البحثية بأبعاد متعددة منها ما تجمعه الإنترنت من مميزات كوسيلة اتصالية، كما أنها تحتاج لمهارات معينة لاستخدامها وتحقيق اشباعات متعددة لمستخدميها، ومنها ما يرتبط بفكرة المكان الثالث لدى طلاب الجامعات لتمضية وقت الفراغ وتحقيق إضافة معرفية وتأكيد الذات. وفي حدود مجتمع البحث.

فإن مشكلة الدراسة: تتبلور في السعي لتحديد أنماط استخدام الإنترنت وكثافته وأماكن استخدامها لدى عينة الدراسة ومدى التشابه بينها وبعض الأماكن التي يمكن أن يرتادها الطلاب، والعلاقة بين الاستخدام الكثيف للإنترنت وبعض المفاهيم السلوكية المرتبطة بظروف الاستخدام، وما تضيفه الإنترنت معرفياً للطلاب عينة الدراسة.

الدراسات السابقة:

حتى بداية التسعينيات من القرن العشرين لم تكن الإنترنت قد انتشرت على المستوى الجماهيري ومع انتشارها بدأت الدراسات تتوالى في مجالات عديدة ترتبط بها كوسيلة أو بتأثيراتها في المجالات المتصلة بها، ويقدم الباحث فيما يلي عرضاً للدراسات المرتبطة بمجال البحث وفي ضوء محدداته.

١ - أجرى (١٨) Erica Heitner (٢٠٠٢) دراسة بعنوان:

"The Relationship between use of the internet and social development in adolescence:

" العلاقة بين استخدام الإنترنت والنمو الاجتماعي في المراهقة "

واختبرت الدراسة العلاقة بين استخدام الإنترنت والنمو الاجتماعي لدى المراهقين، حيث أنهم أكثر الفئات نمواً في استخدام الإنترنت داخل الولايات المتحدة.

وتم جمع البيانات عن طريق استبيان للأنشطة، وسرعة وأنماط الاستخدام أخذاً في الاعتبار مستوى الاندماج الذي يحتاجه كل نشاط من سبعة أنشطة هي البريد الإلكتروني والدرشة " واللعب الفردي والجماعي والاتصال مع الآخرين، وتصفح المواقع على الشبكة، وأشارت النتائج إلى أن الوقت الذي يقضيه المراهق على الشبكة يرتبط ارتباطاً سلبياً دالاً مع المكانة المحدودة بين الأقران "Limited peers status".

- كما أن الوقت الذي يقضيه المراهق على الشبكة يرتبط ارتباطاً إيجابياً دالاً بنقص (عجز) المهارات الاجتماعية لديه *social skills deficits*.

٢ - وأجرى (١٩) G raig Pawark (٢٠٠٢) دراسة بعنوان :

Correlates of internet use and Addiction in adolescents.

" العلاقة بين استخدام الإنترنت والإدمان لدى المراهقين "

والهدف الرئيسي لهذه الدراسة هو اختبار العلاقة بين الوحدة Loneless والمساندة الاجتماعية 'social support' وإدمان الإنترنت، والهدف الثانوي هو اختيار نمط الشخصية ومتوسط التحصيل الدراسي والنوع وعلاقتهم بإدمان الإنترنت بين طلاب المدارس الثانوية، وطبقت الدراسة على عينة قوامها ٢٠٢ مفردة.

- أشارت النتائج إلى وجود علاقة إرتباطية بين "الوحدة" و"المساندة الاجتماعية"، وإدمان الإنترنت، فطلاب العينة لديهم مستوى عال من الوحدة ومستوى منخفض من المساندة الاجتماعية، وكثير منهم تحول نحو الإنترنت لتجنب هذه المشاعر، فالإحساس بالوحدة ونقص المساندة الاجتماعية ربما تقود الطلاب نحو إدمان الإنترنت. أما العلاقة بين نمط الشخصية ومتوسط التحصيل والنوع وإدمان الإنترنت فإنها غير دالة.

٣ - وأجرى (٢٠) John waller Cords (٢٠٠٢) دراسة بعنوان:

Time and conscitonsness: An exploratory study of meanings among users of News media"

" الوقت والإدراك : دراسة استطلاعية للمعاني بين مستخدمي الأخبار في وسائل الاتصال"

تختبر هذه الدراسة مفهوم الوقت والعلاقة بينه وسرعة إيقاع الحياة، والتغير الشخصي والإجتماعي في الشعور بالوقت مع استخدام أخبار الوسائل الاتصالية : الإنترنت - التلفزيون - الصحف - الراديو، وذلك خلال الفترة من أكتوبر حتى ديسمبر ١٩٩٩، وأشارت النتائج إلى أن ٥٦% من مستخدمي أخبار الإنترنت قالوا أن الوقت يمر بسرعة أعلى مما هو معتاد عندما نستخدم وسائل أخرى كمصادر للأخبار، بالإضافة إلى أن مستخدمي الإنترنت يكونون أقل قدرة من مستخدمي الوسائل الأخرى على تحديد مقدار الوقت الذي يقضونه عند استخدام الشبكة كمصدر للأخبار.

٤ - أجرى Jonio walak k Kimberly J. mitcheel and

(٢٠٠٢) David Krakeler^(٢١)

دراسة بعنوان : *Close online relationships in a national sample*

of adolescents "العلاقات الحميمة عبر الإنترنت لدى عينة من

المراهقين"

- يستخدم هذا البحث معلومات مستمدة من بحث قومي طبق على ١٥٠١ مفردة

من البالغين مستخدمي الإنترنت ليصف العلاقات عبر الإنترنت، وقد أجاب

١٤% من الشباب الذين شملهم البحث أنهم أقاموا "علاقات حميمة" *Close*

Online Friendship وأجاب ٧% من العينة بأنهم التقوا وجها لوجه مع

أصدقاء الإنترنت، ويقال ٢% أنهم أقاموا علاقات عاطفية عبر الإنترنت "

Online Romances'

- وأجرى Hanna Adoni and Hillal Nassek (٢٠٠٠)^(٢٢)

دراسة بعنوان *The new Media Consumers : Media*

Convergence and he displacement effect"

"مستهلكوا وسائل الاتصال الجديدة : تأثير التقارب والابدال في وسائل الاعلام "

تبحث هذه الدراسة في الإحلال المحتمل للتكنولوجيا الحديثة محل التقليدية وما إذا

كانت الإنترنت ستقلل من استهلاك أو استخدام الوسائل التقليدية، وأشارت نتائج

المقارنة بين من يملكون ومن لا يملكون الكمبيوتر والإنترنت، إلى أن من يملكون

هم مستهلكون أعلى للكتب الوسائل المطبوعة الأخرى في نفس الوقت وللسينما

وأنشطة أخرى في وقت الفراغ، ومن جانب آخر فإن نسبة المشاهدة الكثيفة

للتلفزيون بين من يملكون وجدت منخفضة، ويبدو والتلفزيون والإنترنت وقد

طورا درجة عالية من إمكانية تبادل الوظائف بينهما.

٦ - وأجرى Deborah wleeler (٢٠٠١)^(٢٣) دراسة بعنوان:

" The internet and Public culture in Kawait"

" الإنترنت والثقافة العامة في الكويت " يرصد هذا البحث تطور وتأثير الإنترنت في الكويت، ويؤكد أن استخدام الإنترنت يتشكل من خلال " مرشحات " ثقافية مهمة "Cultural Filters" ويشير إلى أنه قد حدثت علاقات اجتماعية جديدة في " الحيز الافتراضي " "Cyberspace" وبصفة خاصة بين الشباب. وتشير النتائج إلى أن المؤشر الأكثر دلالة على التغيير يأتي من استخدام الطلاب للإنترنت لانتهاك القيود المرتبطة بالجنس.

٧ - وأجرى (٢٤) Samuel E. Ebersole, (٢٠٠٠) دراسة بعنوان :
" Adolescents use of the world wide web in ten public schools : A uses and gratifications Approach"
"إستخدام المراهقين لشبكة المعلومات الدولية في عشر مدارس عامة باستخدام مدخل الاستخدامات والإشباع".

وقد تم تحليل اتجاهات وآراء المراهقين نحو شبكة المعلومات الدولية WWW لاكتشاف كيفية استخدامهم لهذه الوسيلة وأشارت النتائج إلى أن العينة ترى أن الشبكة تعد مصدرا للمعلومات وأداة للاتصال وأنها وسيلة للتسلية والتفاعل الاجتماعي.

— كما أشارت إلى وجود فروق دالة في إستخدام الشبكة تعود للجنس، وأشارت عينة الدراسة إلى أنهم يقضون ٥٢% من الوقت على الشبكة في البحث والتعلم.

٨ - وأجرى سامي طايح (٢٥) (٢٠٠٠) دراسة بعنوان :

" إستخدام الإنترنت في العالم العربي - دراسة ميدانية على عينة من الشباب العربي ".

وهدفت الدراسة إلى التعرف على استخدامات الشباب العربي للإنترنت وأجريت على عينة مكونة من (٥٠٠) مفردة من خمس دول هي مصر والسعودية والإمارات والبحرين الكويت. ومن أهم نتائجها أن ٧٢,٦% من اجمالي العينة

يستخدمون الإنترنت، وأهم مجالات الاستخدام : مصدر للمعلومات (٩١%)
التسليه (٨٨,٨%)، الاتصال الداخلي (٤٥,٥%)، الاتصال الدولي (١٣,٣%)
والتسويق ١,٩%.

٩ - وأجرت نجوى عبد السلام (١٩٩٨) ^(٢٦) دراسة بعنوان :

"أنماط ودوافع استخدام الشباب المصري لشبكة الإنترنت - دراسة استطلاعية".
وهدف الدراسة إلى التعرف على مجالات ودوافع استخدام الشباب المصري
لشبكة الإنترنت واختبرت عدة فروض، ومن أهم نتائجها - أن دوافع الاستخدام
هي: الحصول على المعلومات ٧٢,٥%، التسليه والترفيه ٤٧%، إقامة صداقات
٤٢,٣%، شغل وقت الفراغ ٦%، كما أثبتت الدراسة عدم وجود فروق دالة بين
الذكور والاناث في دوافع الاستخدام للشبكة.

١٠ - وأجرى ^(٢٧) Robert Kraut et.al ١٩٩٨ دراسة بعنوان :

Internet Paradox: A social technology that
reduce social involvenet ant psychological
wellbeing

"إشكالية الإنترنت: التكنولوجيا الاجتماعية التي حدثت من الاندماج الاجتماعي
والصحة النفسية".

يختبر هذا البحث التأثير الاجتماعي والنفسي للإنترنت على عينة قوامها ١٦٩
مفردة من مستخدمي الإنترنت بالمنزل خلال السنة الأولى والثانية من استخدامهم
لها، واستخدم الباحثون بيانات تتبعية لدراسة تأثيرات الإنترنت على الاندماج
(الاستغراق) الاجتماعي والصحة النفسية، وأظهرت نتائج التحليل وجود ارتباط
ضعيف ولكنه دال إحصائيا بين الاستخدام الكبير للإنترنت والاندمج الاجتماعي
والاتصال داخل الأسرة، وحجم شبكة العلاقات الاجتماعية المحلية، كما أشارت
النتائج إلى وجود علاقة ارتباطية بين الاستخدام الكبير للإنترنت والشعور
بالاحباط والاحساس بالوحدة، وبالنسبة لتحليل الاتصال داخل الأسرة أظهرت

النتائج أن المراهقين يستخدمون الإنترنت ساعات أكثر من الراشدين، ولكن لا يتوقع أن تكون الوحدة Loneliness من مستتبعات استخدام الإنترنت، فهي ثابتة مع الوقت، كما يشير تحليل النتائج إلى أن استخدام الإنترنت يقلل من الاندماج الاجتماعي "Social involvement" والصحة النفسية وليس العكس.

ومن استعراض تلك الدراسات يتبين:

- تركيز الدراسات العربية المرتبطة بالإنترنت على الاستخدامات ودوافع الاستخدام، ويبدو ذلك منطقياً بالنظر إلى حداثة العهد بالإنترنت عالمياً ومحدودية استخدامه عربياً من حيث المجالات والانتشار داخل الدول العربية.

- تتناول الدراسات الأجنبية مجالات مختلفة تركز بعضها على إيمان الإنترنت، وربط البعض الآخر بين الاستخدام والسلوك الاجتماعي للأفراد وبصفة خاصة الاندماج مع الجماعة والوحدة ولكن لم توضح هذه الدراسات ما إذا كانت هذه الصفات ناتجة عن الاستخدام أم سابقة عليه، ولم تبين النتائج ما إذا كان استخدام الإنترنت يدعم هذه الصفات أم يحد منها، ويحتاج ذلك لمزيد من الدراسات التي تتناول هذه الجوانب لأهميتها ولأن الإنترنت تعتمد على فردية الاستخدام أكثر من أي وسيلة اتصال أخرى.

أهداف الدراسة: تهدف الدراسة إلى:

١ - توجيه الاهتمام نحو التأثيرات الاجتماعية للإنترنت وبصفة خاصة في إطار الظروف المصاحبة للإستخدام، ومدى إحساس الفرد بالعزلة أو الاندماج مع الآخرين في المجتمع وفي ظل ندرة الدراسات التي تتناول التأثيرات الاجتماعية للإنترنت كوسيلة اتصال جديدة.

٢ - اكتشاف أوجه التشابه بين الإنترنت وبعض الأماكن التي يمكن أن يرتادها الطلاب. وما إذا كان الإنترنت مكاناً للهروب أم للتواصل مع الآخرين.

- ٣ - تأطير استخدامات الإنترنت لدى طلاب الجامعات المصرية والمجالات المعرفية التي تضيف إليها.
- ٤ - بيان حدود تأثير الإنترنت على قرارات مستخدميها في أمور حياتهم اليومية.

تساؤلات الدراسة:

- وتسعى الدراسة للإجابة على التساؤلات الآتية:
- ما معدل الاستخدام الأسبوعي للإنترنت لدى عينة الدراسة؟
 - ما توقيتات الدخول على الإنترنت لدى طلاب الجامعات عينة الدراسة؟
 - ما العلاقة بين الاستخدام الكثيف للإنترنت وبعض مفاهيم السلوك الاجتماعية لعينة الدراسة؟
 - ما مدى التشابه بين الإنترنت وبعض الأماكن التي يمكن أن يرتادها الأفراد كما تتركها العينة؟
 - ما المجالات المعرفية التي تضيف إليها الإنترنت كما تتركها العينة؟
 - ما تأثير الإنترنت على قرارات مستخدميها كما تتركها العينة؟
 - ما الحاجات التي يشبعها الأفراد من استخدام الإنترنت؟
 - ما الأماكن التي يستخدم فيها أفراد العينة الإنترنت؟
- نوع الدراسة ومنهجها:

تندرج هذه الدراسة ضمن البحوث الوصفية حيث تسعى لتوصيف أنماط استخدام جمهور العينة للإنترنت، وقياس العلاقة الارتباطية بين استخدام الإنترنت وبعض السلوكيات الاجتماعية المصاحبة لهذا الاستخدام، وتستخدم الدراسة أساليب المنهج الوصفي في جمع البيانات وتحليلها وعرضها واستخلاص النتائج.

عينة الدراسة:

تم اختيار العينة من طلاب الجامعات المصرية بطريقة عمدية وقوامها مائتي مفردة في ضوء المحددات الآتية:

- ١ - أن يكون جميع مفردات العينة من مستخدمي الإنترنت.
- ٢ - أن تمثل الكليات العملية والنظرية.
- ٣ - أن تتوزع مناصفة بين الذكور والإناث.
- ٤ - تتوزع مناصفة بين الجامعات الإقليمية باعتبارها تقترب من المجتمع الريفي، والجامعات المنتشرة بالقاهرة الكبرى باعتبارها تمثل المجتمع الحضري، تحقيقاً لتنوع وانتشار العينة بين قطاعات المجتمع المستهدف، وعلى هذا تم اختيار العينة من كليات الحاسبات والمعلومات والطب والتربية النوعية والآداب بجامعة المنصورة، والطب والتجارة والتربية النوعية والآداب بجامعة عين شمس، بواقع مائة مفردة من كل جامعة (٢٥ من كل كلية).

أدوات الدراسة:

اعتمدت الدراسة على صحيفة استبيان تم إعدادها لتحقيق أهداف البحث وتم تقسيمها إلى المحاور الآتية:

المحور الأول: معدل استخدام العينة للإنترنت، وتشمل:

أ - معدل الدخول الأسبوعي:

١ - أكثر من مرة. ٢ - مرة واحدة أسبوعياً. ٣ - أقل من هذا المعدل.

ب - إجمالي ساعات الدخول في كل مرة:

١ - أكثر من ساعتين. ٢ - من ساعة إلى أقل من ساعتين.

٢ - أقل من ساعة.

ج - كثافة الاستخدام وتقاس من خلال المحورين (أ) و (ب) السابقين معاً

كالتالي:

١ - استخدام كثيف ويشمل فئات ثلاث هي:-

١ (أ) × ١ (ب).

١ (أ) × ٢ (ب).

٢ (أ) × ١ (ب).

٢ - استخدام متوسط ويشمل فئات ثلاث هي : ١ - ٢ - ٣

٢ (أ) × ٢ (ب).

٣ (أ) × ١ (ب).

٢ (أ) × ٣ (ب).

ج- استخدام محدود ويشمل فئات ثلاث هي : ١ - ٢ - ٣

٢ (أ) × ٣ (ب).

٣ (أ) × ٢ (ب).

٣ (أ) × ٣ (ب).

لكي تعطي هذه القيم مؤشرات موضوعية لاستخدام الإنترنت.

المحور الثاني: أوجه التشابه بين الإنترنت والأماكن التي يمكن أن يتردد عليها

من يرغب في تضييق الوقت أو لتحقيق إشباع معين من طلاب الجامعات.

المحور الثالث: أوجه التشابه بين أنشطة الإنترنت والأنشطة التي يمارسها

المبحوثون في حياتهم اليومية.

المحور الرابع: بعض أنماط السلوك الاجتماعي ومدى تواجدها لدى المبحوثين

بشكل عام وعند استخدامهم للإنترنت.

المحور الخامس: يرتبط بأماكن استخدام الإنترنت، والبيانات الشخصية

والديموجرافية للمبحوثين.

واحتوت الصحيفة على ثمانية عشر سؤالاً ومكونة من ٧٤ بنداً فرعياً.

التوقيت: تم تنفيذ الدراسة الميدانية في نوفمبر ٢٠٠٢م.

إختباري الصدق والثبات:

لقياس الصدق اعتمد الباحث على صدق المحكمين، حيث تم عرض الصحيفة على ستة محكمين من أساتذة الإعلام وعلم الاجتماع وعلم النفس بجامعة المنصورة والقاهرة، ويتم إجراء بعض التعديلات التي أوصى بها المحكمون على أسئلة الصحيفة لتحقيق أهداف البحث.

الثبات: وقياس الثبات قام الباحث بإعادة تطبيق الصحيفة على ١٠% من عينة الدراسة بعد فترة زمنية مناسبة، وبحساب معامل الثبات وجد = ٠,٩٤٦ وهي درجة ثبات عالية تمنح الثقة في نتائج الدراسة.

نتائج الدراسة:

١ - معدل استخدام الإنترنت وكثافته :

أ - استخدام الإنترنت

أجاب ٤٧% من إجمالي العينة بأنهم يستخدمون الإنترنت أكثر من مرة أسبوعيا، ترتفع النسبة بين الذكور إلى ٥٢% بينما تنخفض بين الإناث إلى ٤٢%، بينما يستخدم الإنترنت بمعدل مرة واحدة أسبوعيا ٣٨% من العينة، وتبلغ النسبة بين الذكور ٣٦% بين الإناث ٤٠%.

بينما أجاب ١٥% من العينة بأنهم يستخدمون الإنترنت بمعدلات تقل عن مرة واحدة أسبوعيا، وتوزعت النسبة ١٢% بين الذكور، و ١٨% بين الإناث، (البيانات بجدول رقم ١ بالملاحق).

ب - متوسط ساعات استخدام الإنترنت:

- يستخدم الإنترنت بمتوسط أكثر من ساعتين في المرة الواحدة ٢٨% من العينة، تتوزع بنسبة ٣٢% بين الذكور و ٢٤% بين الإناث، بينما يستخدمه بمتوسط من ساعة إلى ساعتين في المرة الواحدة ٦٥% من إجمالي العينة (٦٠% بين الذكور، و ٧٠% بين الإناث)، ويستخدم بمتوسط أقل من ساعة في

المررة الواحدة ٧% من إجمالي العينة ٨% بين الذكور، ٦% بين الإناث، (البيانات بجدول رقم ٢ بملاحق الدراسة).

- وبسؤال العينة حول وقت استخدامهم للإنترنت أجاب ٢٢,٥% أنهم يستخدمون الإنترنت نهارا بينما أجاب ٥٣% أنهم يستخدمونه ليلا، وأجاب ٢٤,٥% بأنهم يستخدمونه " حسب الظروف " ليلا أو نهارا. (البيانات بجدول رقم ٣ بملاحق الدراسة).

ج- كثافة استخدام الإنترنت بين أفراد العينة:

- وفقا لمقياس كثافة التعرض المعروف بالإطار المنهجي ومصفوفة النتائج المعروضة بجدول رقم (٤) بملاحق الدراسة يوضح الجدول التالي كثافة استخدام العينة للإنترنت.

جدول رقم (١)

كثافة استخدام الإنترنت بين أفراد العينة

جملة التعرض	إناث		ذكور		استخدام كثيف
	ك	%	ك	%	
استخدام كثيف	١١٢	٥٦	٤٤	٦٨	٦٨
استخدام متوسط	٥٥	٢٧,٥	٢٩	٢٦	٢٦
استخدام محدود	٣٣	١٦,٥	١٧	١٦	١٦
إجمالي العينة	٢٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠

نستنتج من بيانات هذا الجدول:-

- بلغت نسبة التعرض الكثيف ٥٦% من إجمالي العينة ترتفع إلى ٦٨% بين الذكور، بينما تبلغ ٤٤% بين الإناث، ووفقا لمقياس التعرض فإن هذه النسبة تشمل من يتعرض أكثر من مرة أسبوعيا ولأكثر من ساعتين في كل مرة،

بالإضافة إلى من يتعرضون لمرة واحدة أسبوعيا لمدة أكثر من ساعتين، ثم من يتعرضون أكثر من مرة لمدة ما بين ساعة وساعتين في كل مرة.

— أما التعرض المتوسط فبلغت نسبة ٢٧,٥% من إجمالي العينة موزعة بنسبة ٢٦% بين الذكور و ٢٩% بين الإناث، وتشمل النسبة وفقا للمقياس من يتعرضون مرة واحدة أسبوعيا لمدة من ساعة إلى أقل من ساعتين ومن يتعرضون أكثر من مرة أسبوعيا لمدة أقل من ساعة، ومن يتعرضون لأكثر من ساعتين ولكن استخدامهم على فترات أقل من مرة واحدة أسبوعياً.

— أما التعرض المحدود فقد بلغت نسبته ١٦,٥% من إجمالي العينة، وتبلغ النسبة بين الذكور ١٦% وبين الإناث ١٧%، وتشمل هذه الفئة من يتعرضون لمرة واحدة أسبوعيا لأقل من ساعة، ومن يتعرضون ما بين ساعة إلى أقل من ساعتين ولكنهم يستخدمون الإنترنت على فترات أقل من مرة واحدة أسبوعيا، وتشمل من يستخدمون الإنترنت لأقل من ساعة على فترات أقل من مرة أسبوعيا (البيانات بجدول رقم ٤ بالملاحق).

— يلاحظ تباين التكرارات في الاستخدام الكثيف بين مجموعتي الذكور والإناث، فبينما يستخدم الإنترنت بكثافة ٦٨% م الذكور يستخدمها بكثافة ٤٤% من الإناث، ولحساب مدى دلالة الفروق بين الذكور والإناث في استخدام الإنترنت تم استخدام الإختبار التائي Test ويوضح الجدول التالي الفروق بين مجموعتي الذكور والإناث في استخدام الإنترنت.

جدول رقم (٢)

الفروق بين مجموعتي الذكور والإناث في كثافة استخدام الإنترنت

المجموعة	ن	م	ع	د. ح	ت
الذكور	١٠٠	٤,٦٤	٠,٩٥٩	١٩٨	١,٦٦٢
الإناث	١٠٠	٤,٤٢	٠,٩١٢١		

وبحساب قيمة (ت) كما هو موضح بالجدول وجدت = ١,٦٦٢ وهي أقل من القيمة الجدولية وبالتالي فهي غير دالة، بما يعني أن الفروق الظاهرة ليست فروقا معنوية في استخدام الإنترنت لدى مجموعتي الذكور والإناث عينة الدراسة.

٢ - مفهوم الإنترنت كما تدركها عينة الدراسة:

جدول رقم (٣)

مفهوم الإنترنت كما تدركها عينة الدراسة

م	العبرة (المفهوم)	أوافق تماما		أوافق		لا أوافق		إجمالي العينة	
		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك
١	مكان للحصول على المعلومات	٧٩,٥	١٥٩	٤١	٢٠,٥	-	-	٢٠٠	١٠٠
٢	شبكة اتصال كبيرة	٦٩	١٢٨	٥٦	٢٨	٦	٣	٢٠٠	١٠٠
٣	مكان للتعلم	٥٢,٥	١٠٥	٦٥	٢٢,٥	٢٣	١٥	٢٠٠	١٠٠
٤	مكان للحصول على الأخبار	٤٣	٨٦	٨٥	٤٢,٥	٢٩	١٤,٥	٢٠٠	١٠٠
٥	سوق عالمي	٤٢,٥	٨٥	٨٨	٤٤	٢٧	١٣,٥	٢٠٠	١٠٠
٦	مكان للتواصل مع الأصدقاء	٤٠	٨٠	٨٨	٤٤	٣٢	١٦	٢٠٠	١٠٠
٧	مكان للبحث عن أصدقاء	٣٤	٦٨	٩١	٤٥,٥	٤١	٢٠,٥	٢٠٠	١٠٠
٨	مكان للترفيه والتسلية	٢٥	٥٠	١٠٩	٥٤,٥	٤١	٢٠,٥	٢٠٠	١٠٠
٩	مكان للهروب من مشكلات المجتمع	٠,٢٣	٤٦	٦٧	٣٣,٥	٨٧	٤٣,٥	٢٠٠	١٠٠
١٠	مكان للعب	١٢,٥	٢٥	٦١	٣٠,٥	١١٤	٥٧	٢٠٠	١٠٠

ومن بيانات الجدول السابق نستنتج:

- أن مفهوم الإنترنت كمكان للحصول على المعلومات جاء في الترتيب الأول في فئة "أوافق تماماً" بنسبة ٧٩,٥% من إجمالي العينة، وفي فئة "أوافق" جاءت النسبة ٢٠,٥%، بينما لم يرفضه أحد من العينة، وتتفق هذه النتائج مع دراسات سابقة في هذا المجال ومنها دراسة سامي طابع (٢٠٠٠) (٢٨) ونجوى عبد السلام (١٩٩٨) (٢٩).

- أما عن المجالات التي يحصلون فيها على معلومات من الإنترنت فقد جاءت كما يلي: المجالات الثقافية وذكرها ٧٢% من العينة، مجال التكنولوجيا ٦٧% من العينة، المجال العلمي التخصصي ٥٩,٥%، المجالات الرياضية ٥٠,٥%، المجالات الفنية ٥٠%، المجالات الصحية ٤٢,٥%، مجال الموضة (٣٢%)، المجال السياسي ٢٦% من العينة، (جدول رقم ٥ بملاحق الدراسة).

- في الترتيب الثاني كونها "شبكة اتصال كبيرة"، وذكرها ٦٩% من العينة في فئة "أوافق تماماً"، و ٢٨% في فئة "أوافق" بينما لم يوافق على هذا المفهوم ٣% من العينة.

- أما مفهومها "مكان للتعليم" فقد ذكره ٥٢,٥% من العينة في فئة "أوافق تماماً" و ٣٢,٥% في فئة "أوافق"، ولم يوافق عليه ١٥% من العينة.

- يليه مفهوم الإنترنت "مكان للحصول على الأخبار"، وذكره ٤٣% في فئة "أوافق تماماً" و ٤٢,٥% في فئة "أوافق" بينما لم يوافق عليه ١٤,٥% من إجمالي العينة، وتعود عدم الموافقة على اعتبار الإنترنت "وسيلة إخبارية" هنا إلى طبيعة استخدام هذه الفئة من العينة للإنترنت.

- في الترتيب التالي الإنترنت باعتبارها "سوق عالمي" وورد بنسبة ٤٢,٥% في فئة "أوافق تماماً"، و ٤٤% في فئة "أوافق" بينما لم يوافق على هذا المفهوم ١٣,٥% من إجمالي العينة، ومفهوم الإنترنت كمكان للتسوق - أو السوق العالمية يتفق مع ما وفره الإنترنت من فرص للتجارة الإلكترونية E-Commerce حيث تشير الدراسات إلى أن حجم التجارة الإلكترونية على

الإنترنت قد ارتفع من لا شيء في بداية التسعينات إلى ٢٠ مليار دولار عام ٢٠٠٠م، وقد تضاعف حجم الانفاق في التجارة الإلكترونية بين عامي ١٩٩٩ م، ٢٠٠٠م^(٣٠) ويبدو مفهوم الطلاب لهذا المجال تجاوبا مع ما يلاحظونه في تجوالهم بالإنترنت واستخدامها، أكثر من ممارستهم الفعلية لهذا النشاط.

- في الترتيب التالي الإنترنت باعتبارها "مكانا للتواصل مع الأصدقاء"، وورد بنسبة ٤٠% في فئة "أوافق تماما"، و ٤٤% في فئة "أوافق" بينما لم يوافق على ذلك ١٦% من إجمالي العينة، وتعتبر أنشطة التواصل مع الآخرين في مقدمة ما يقوم به مستخدموا الإنترنت في هذا السن، وقد أشارت لذلك دراسات كثيرة منها على سبيل دراسة *Graig*^(٣١) *Pawak* ٢٠٠٢، ودراسة *Erica Heitner*، ٢٠٠٢، التي أشارت إلى أن غرف الدردشة *Chat Rooms*، والرسائل الفورية *Instant Measages*، والبريد الإلكتروني في مقدمة الأنشطة التي يقوم بها المراهقون على الإنترنت.

- يلي ذلك في الترتيب، " الإنترنت باعتباره " مكان للبحث عن أصدقاء، وورد بنسبة ٣٤% في فئة "أوافق تماما"، و ٥٤,٥% في فئة "أوافق"، ولم يوافق على هذا المفهوم ٢٠,٥% من إجمالي العينة، وقد أصبح من المؤلف إقامة الصداقات عبر الإنترنت، فقد أشار *Katz and Aspden's* ١٩٩٧ إلى أن ٢٢% من المستجيبين من مستخدمي الإنترنت لمدة عامين أو أكثر قد أقاموا صداقة جديدة عبر الإنترنت، وذلك في بحث قومي بالولايات المتحدة^(٣٢) ولكن باحثا آخر هو *Krackhardt*, ١٩٩٤، كان قد أشار إلى أن الناس باستخدام الإنترنت قد استبدلوا علاقات اجتماعية ضعيفة *poorer Quality social Relation* بعلاقات اجتماعية قوية، وبالتالي تم إحلال روابط ضعيفة محل روابط قوية في المجتمع^(٣٤) وهذا يمثل جانبا سلبيا في العلاقات القائمة ضمن مثلث الفرد والمجتمع والإنترنت.

- يلي ذلك في الترتيب مفهوم الإنترنت "مكان للترفيه والتسلية، وورد بنسبة ٢٥% في فئة "أوافق تماما"، ٥٤,٥% "أوافق"، و ٢٠,٥% لم يوافق على اعتبارها مكانا للترفيه والتسلية.

- ثم اعتبارها "مكانا للهروب من مشكلات المجتمع" ووافق عليه تماما ٢٣% من إجمالي العينة، "ووافق" فقط ٣٣,٥% من العينة، بينما لم يوافق على ذلك ٤٣,٥% من العينة.

- وأخيرا اعتبارها "مكانا للعب" و "وافق تماما" ١٢,٥% فقط، و ٣٠,٥% في فئة "أوافق" بينما لم يوافق على هذا المفهوم ٥٧% من إجمالي العينة، وتعود عدم الموافقة على مفاهيم معينة للإنترنت إلى طبيعة استخدام العينة لهذه الوسيلة في معظم الأوقات، على الرغم مما توفره الإنترنت من سبل تجعلها مجالا مناسباً لمثل هذه الأنشطة.

٣ - مدى تشابه الأنشطة على الإنترنت والأنشطة الحياتية العادية:

- أجاب ٨٧% من إجمالي العينة بأن أنشطة الإنترنت تشبه أنشطة الحياة العادية، بينما أجاب ١٣% من العينة بأنه لا يوجد تشابه بين أنشطة الإنترنت والحياة العادية، أما أوجه التشابه ودرجة التشابه فيوضحها الجدول التالي:

جدول رقم (٤)

مجالات التشابه بين أنشطة الإنترنت وأنشطة الحياة العادية للأفراد

م	درجة التشابه النشاط	يشبه تماما		يشبهه إلى حد ما		لا يشبهه		جملة	
		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك
١	تحصيل المعرفة	٦٢,٩	١٠٩	٥٤	٢١,١	١١	٦,٢	١٧٤	١٠٠
٢	الاتصال والمراسلة	٦١,٥	٦١	٦١	٣٥	٠,٦	٣,٥	١٧٤	١٠٠
٣	إظهار المواهب الخاصة	٤٣,١	٧٥	٧٣	٤٢	٢٦	١٤,٩	١٧٤	١٠٠
٤	المنافسة	٣٣,٩	٥٩	٧٥	٤٣,١	٤٠	٢٣	١٧٤	١٠٠
٥	التنزه والرحلات	٣١,٦	٥٥	٨٤	٤٨,٣	٣٥	٢٠,١	١٧٤	١٠٠
٦	التسليّة والترفيه	٢٢,٤	٣٩	٨٤	٤٨,٣	٥١	٢٩,٣	١٧٤	١٠٠
٧	التسوق والشراء	٢١,٨	٣٨	٨٠	٤٦	٥٦	٣٢,٢	١٧٤	١٠٠
٨	التواصل مع الأسرة	٢,٥	٠,٦	٣٨	٢١,٨	١٢٠	٧٤,٧	١٧٤	١٠٠

ومن بيانات الجدول السابق نستنتج :

- أن أول أوجه التشابه بين أنشطة الإنترنت وأنشطة الحياة العادية هي " تحصيل المعرفة "، حيث ذكر ٦٢,٦% ممن أقرّوا بالتشابه بأنه " يشبهه تماما " بينما أجاب ٣١,١% بأنه يشبهه إلى حد ما، في حين ذكر ٦,٣% أنه لا يوجد تشابه بين الإنترنت والحياة العادية في هذا المجال.

- يليه في الترتيب نشاط " الاتصال والمراسلة"، وذكر ٦١,٥% أن يشبهه أنشطة الحياة العادية تماما، بينما ٣٥% يرون أن يشبهه إلى حد ما، وأجاب ٣,٥% أنه لا يشبهه.

- ثم " إظهار المواهب الخاصة " ويرى ٤٣,١% (من المؤيدين) أنه " تشبهه تماما " بينما يرى ٤٢% أن تشبهه إلى حد ما ، وذكر ١٤,٩% أنه لا يوجد تشابه بين هذا النشاط على الإنترنت وما تتم ممارسته في الحياة العادية.

- في الترتيب التالي نشاط " المنافسة "، وذكر ٣٣,٩% أنه " يشبه تماما " أنشطة الحياة العادية بينما قال ٤٢,١% أنه يشبهه إلى حد ما، في حين نكر ٢٣% أنه لا يوجد تشابه.

- يلي ذلك نشاط " التزه والرحلات " وقد نكر ٣١,٦% أنه " يشبهه تماما" بينما قال ٤٨,٣% أن يشبهه إلى حد ما، وقال ٢٠,١% أنه لا يوجد تشابه.

- في الترتيب التالي نشاط " التسلية والترفيه " حيث أجاب ٢٢,٤% أنه " يشبهه تماما" وأجاب ٤٨,٣% أنه " يشبهه إلى حد ما " في حين أجاب ٢٩,٣% أنه لا يوجد تشابه بين هذا النشاط على الإنترنت والحياة العادية.

- "التسوق والشراء"، هو النشاط التالي، حيث أجاب ٢١,٨% أنه " يشبهه تماما " ما هو موجود بالحياة العادية، بينما أجاب ٤٦% أنه " يشبهه إلى حد ما"، وأجاب ٣٢,٢% أنه لا يوجد تشابه.

- أخيرا " التواصل مع الأسرة " كنشاط، وأجاب ٣,٥% أنه " يشبهه تماما" وأجاب ٢١,٨% أنه " يشبهه إلى حد ما " بينما أجاب ٧٤,٧% أنه لا يوجد تشابه، وهذه النتيجة ربما تعكس جانبا وجدانيا في الروابط الأسرة لا يكون موجودا في أنشطة الإنترنت، كما أن التواصل مع الأسرة يستدعي أنماطا من الأحاسيس والسلوكيات، التي لا تتوافر في التعامل مع الإنترنت وإذا كانت الإنترنت بأنشطتها يمكن أن توفر صداقات بديلة فإنها لا يمكن أن توفر أسرة بديلة.

- وتتفق تلك الأنشطة في معظمها مع ما يقوم به المستخدمون على الشبكة فقد أوردت إحدى الدراسات ترتيب الأنشطة السائدة لدى المستخدمين كالتالي: البريد الإلكتروني ٩٠%، المعلومات العامة ٧٧%، الهوايات ٦٣%، معلومات عن منتجات ٦٢% ن معلومات عن الرحلات والسفر ٥٤%، تسلية وألعاب ٣٦%، الشراء ٣٦%، البحث عن وظائف ٢٦% (٣٠). وذلك في بحث أجرى على مستخدمي الشبكة بالولايات المتحدة.

٤ - المكان الذي تشببه الإنترنت:

يعتبر المنزل هو المكان الأول والجامعة هي المكان الثاني بالنسبة للعينة كونهم طلابا، أما المكان الثالث ومدى التشابه مع الإنترنت فيوضحه الجدول التالي:

جدول رقم (٥)

مدى التشابه بين الإنترنت وبعض الأماكن التي يمكن أن يرتادها الأفراد

م	تشبه تماما		تشبهه إلى حد ما		لا تشبهه		جملة
	ك	%	ك	%	ك	%	
١	١٣٠	٦٥	٥٤	٢٧	١٦	٨	المكتبات العامة
٢	٧٤	٣٧	٨٧	٤٣,٥	٣٩	١٩,٥	أماكن التسويق (المولات)
٣	٥٩	٢٩,٥	١١٩	٥٩,٥	٢٢	١١	النادي
٤	٥٧	٢٨,٥	٧٦	٣٨	٤٧	٢٣,٥	المقهى
٥	٥٠	٢٥	١٠٤	٥٢	٤٦	٢٣	الرحلات الترفيهية
٦	٤١	٢٠,٥	٧٩	٣٩,٥	٨٠	٤٠	دور السينما
٧	١٥	٧,٥	٤١	٢٠,٥	١٤٤	٧٢	أماكن ممارسة الرياضة

ومن بيانات الجدول السابق نستنتج:

- في الترتيب الأول اختيار المبحوثون " المكتبات العامة " كمكان تشبهه الإنترنت، حيث أجاب ٦٥% من العينة بأن " تشبهه تماما " بينما أجاب ٢٧% بأنه تشبهه " إلى حد ما "، وأجاب ٨% بأنه لا تشبهه، ويبدو اختيار المكتبات العامة في الترتيب الأول متسقا مع مواصفات عينة الدراسة وطبيعة الأنشطة التي يمارسونها على الإنترنت.

— في الترتيب الثاني : اختار المبحوثون "أماكن التسوق" أو "المولات" باعتبار الإنترنت تشبهها، فقد أجاب ٣٧% من العينة بأنها "تشبهه تماماً" بينما ذكر ٤٣,٥% أنها "تشبهه إلى حد ما"، وقال ١٩,٥% أنها لا تشبهه.

— يليها في الترتيب "التالي النادي" واعتبر ٢٩,٥% من العينة أن الإنترنت تشبه النادي تماماً، بينما اعتبر ٥٩,٥% أنها تشبهه إلى حد ما، بينما اعتبر ١١% أنها لا تشبهه.

— في الترتيب التالي اختار المبحوثون المقهى "كمكان تشبهه الإنترنت حيث أجاب ٢٨,٥% أنها "تشبهه تماماً" بينما أجاب ٣٨% أنها تشبهه إلى حد ما، وأجاب ٢٣% أنها لا تشبهه.

— ثم "دور السينما" كمكان تشبهه الإنترنت، حيث أجاب ٢٠,٥% من العينة أنها "تشبهه تماماً" وأجاب ٣٩,٥% أنها تشبهه إلى حد ما، بينما قال ٤٠% من العينة أنها لا تشبهه.

— في الترتيب الأخير اختار المبحوثون بنسب محدودة "أماكن ممارسة الرذيلة باعتبارها مكانا "تشبهه الإنترنت"، حيث أجاب ٧,٥% فقط أنها "تشبهه تماماً"، وأجاب ٢٠,٥% أنها "تشبهه إلى حد ما"، بينما قال ٧٢% أنها لا تشبهه مثل هذه الأماكن، وفي هذا المجال فإن القيم السائدة في المجتمع وخشية العينة مما قد توحى به الإجابة ربما تكون قد منعت البعض من تأييد مثل هذا البديل ورفضهم له، وربما كانت أنماط استخدامهم هي التي تتحكم في حكمهم على البدائل باعتبارها مكانا مشابها لما هو موجود بالإنترنت.

٥ - بعض المفاهيم السلوكية المصاحبة لاستخدام الإنترنت ودرجة وجودها لدى عينة الدراسة:

فيما يلي عرض لبعض المفاهيم السلوكية ومدى اعتقاد أفراد العينة بوجودها لديهم عند استخدام الإنترنت أو بشكل عام.

جدول رقم (٦)

بعض الصفات السلوكية ومدى وجودها لدى عينة الدراسة مستخدمي

الإنترنت

م	درجة الموافقة عليها		أوافق تماماً		أوافق إلى حد ما		لا أوافق		جملة
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	
١	١٥١	٧٥,٥	٤٦٩	٢٤,٥	-	-	-	-	أميل للتعرف على كل ما هو جديد
٢	١٣٠	٦٥	٦٤	٣٢	٦	٣	٢٠٠	١٠٠	في الإنترنت أتخذ قرارى بمفردي دون ضغوط من أحد
٣	٣٩	١٩,٥	٧٦	٣٨	٨٥	٤٢,٥	٢٠٠	١٠٠	الإنترنت تريحني بالبعد عن الآخرين
٤	٨١	٤٠,٥	٧١	٣٥,٥	٤٨	٢٤	٢٠٠	١٠٠	عند التعامل مع الإنترنت أتخلص من قيود المجتمع
٥	٩٣	٤٦,٥	٧١	٣٥,٥	٣٦	١٨	٢٠٠	١٠٠	أميل للأفراد بالذات كثيراً
٦	٣٢	١٦	٧٣	٣٦,٥	٩٥	٤٧,٥	٢٠٠	١٠٠	أفضل أصدقاء الإنترنت على الآخرين
٧	٩٨	٤٩	٩٥	٤٧,٥	٥٧	٣,٥	٢٠٠	١٠٠	سلوكيات الإنترنت أكثر حرية من المجتمع
٨	٢٢	١٦	٤٧	٢٣,٥	١٢١	٦٠,٥	٢٠٠	١٠٠	أقضي وقتاً مع النفس على الإنترنت
٩	٢٢	١١	٦٥	٣٢,٥	١١٣	٥٦,٥	٢٠٠	١٠٠	صداقات الإنترنت بديل مناسب لصداقات المجتمع

ومن بيانات الجدول السابق نستنتج ما يلي:

- أن الصفة السلوكية الأولى " أميل للتعرف على كل ما هو جديد "، وقد أبدى ٧٥,٥% من العينة " وجودها لديهم " بعبارة " أوافق تماما "، بينما ذكر ٢٤,٥% عبارة " أوافق إلى حد ما ".

- الصفة الثانية تمثلت في عبارة "في الإنترنت اتخذ قراري بمفردتي دون ضغوط من أحد"، وقد وافق عليها تماما " ٦٥%" من إجمالي العينة، بينما وافق إلى حد ما ٣٢,٠% ولم يوافق عليها ٣% فقط، وترتبط هذه العبارة بشعور الفرد بالحرية على الإنترنت مقابل التقيد في التصرفات في المجتمع الطبيعي.

- الصفة الثالثة " الإنترنت تريحني بالبعد عن الآخرين "، وقد وافق عليها تماما ١٩,٥% من العينة " ووافق إلى حد ما " ٣٨%، ولم يوافق عليها ٤٢,٥% من العينة.

- الصفة الرابعة "عند التعامل مع الإنترنت أتخلص من قيود المجتمع" ووافق تماما ٤٠,٥% من العينة بينما " أوافق إلى حد ما " ٣٥,٥% من العينة، ولم يوافق عليها ٢٤% من العينة.

- الصفة الخامسة "أميل للإنفراد بالذات كثيرا"، ونكرها ٤٦,٥% من العينة في فئة " أوافق تماما "، و ٣٥,٥% في فئة " أوافق إلى حد ما"، بينما لم يوافق عليها ١٨% من العينة.

- الصفة السادسة " أفضل أصدقاء الإنترنت على الآخرين " ونكرها ١٦% من العينة في فئة " أوافق تماما "، و ٣٦,٥% في فئة " أوافق إلى حد ما " بينما لم يوافق عليها ٤٧,٥% من العينة.

- الصفة السابعة " سلوكيات الإنترنت أكثر حرية من المجتمع " ووافق عليها تماما " ٤٩%" من العينة، بينما " أوافق إلى حد ما " ٤٧,٥% من العينة، ولم يوافق عليها ٣,٥% فقط من إجمالي العينة.

- الصفة الثامنة " أقضي وقتا مع النفس على الإنترنت " وذكرها ١٦% في فئة " أوافق تماما"، و ٢٣,٥% في فئة " أوافق إلى حد ما " بينما لم يوافق عليها ٦٠,٥% من اجمالي العينة.

- الصفة التاسعة " صداقات الإنترنت بديل مناسب لصداقات المجتمع "، وأجاب ١١% أنهم " يوافقون عليها تماما"، بينما أجاب ٣٢,٥% " موافق إلى حد ما " وأجاب ٥٦,٥% بأنه غير موافق، وترتبط تلك الصفات مع بعضها البعض لتعطي مؤشرات لميل مفردات العينة نحو صفات مشتركة، حيث ترتبط الصفات ٣ و ٥ و ٦ و ٨، وهي:

- الإنترنت تريحني بالبعد عن الآخرين.

- أميل للإنفراد بالذات كثيرا.

- أفضل أصدقاء الإنترنت عن الآخرين.

- أقضي وقتا مع النفس على الإنترنت، لتعطي مؤشرات لميل الأفراد نحو العزلة أو العكس، وباختيار العلاقة بين الاستخدام الكثيف للإنترنت وتأييد وجود هذه الصفات لدى العينة بحساب معامل ارتباط بيرسون، وجدت ٠,١٩٧، وهذه القيمة دالة عند مستوى ٠,٠١، مما يدل على أنه كلما زادت كثافة استخدام الانترنت زادت المؤشرات الدالة على ميل الأفراد للعزلة.

- أما الصفات رقم ٢ و ٤ و ٧ وهي :

- في الإنترنت أتخذ قراري بمفردتي.

- عند التعامل مع الإنترنت أتخلص من قيود المجتمع.

- سلوكيات الإنترنت أكثر حرية من المجتمع، وهذه تعطي مؤشرات لميل الأفراد نحو التحرر من الضوابط الاجتماعية القائمة، وللمقارنة بين مجموعتي الذكور والإناث في هذه المؤشرات تم استخدام اختبار "ت" Test T ويوضح الجدول التالي نتائج المقارنة.

جدول رقم (٧)

الفروق بين الذكور والإناث في مؤشرات
الميل للتحرر من القيود الاجتماعية

المجموعة	ن	م	ع	د. ح	ت
الذكور	١٠٠	٦٦,٩	١,٢٧٥٢	١٩٨	١,٦٦٢
الإناث	١٠٠	٦,٣٨	١,٤٠٥٥		

ومن الجدول يتضح :

أن قيمة $t = 3,214$ وهي دالة عند مستوى $0,01$ وبالتالي توجد فروق معنوية بين مجموعتي الذكور والإناث في المؤشرات المعروضة بالجدول رقم (٦) أرقام ٢ و ٤ و ٧، والتي تعبر عن ميل الأفراد للتحرر من القيود الاجتماعية القائمة، ولأن مجموعة الذكور. كما هو واضح من جدول رقم (٧) صاحبة المتوسط الأعلى. أي أن الذكور توجد لديهم مؤشرات أعلى من الإناث تدل على الميل للتحرر من القيود الاجتماعية القائمة عند التعامل مع الإنترنت.

٦ - تأثير الإنترنت على قرارات مستخدميها:

أجاب ٩١% من إجمالي العينة بأن الإنترنت تؤثر على قرارات مستخدميها، بينما أجاب ٩% بأنه لا يؤثر، وبالنسبة لدرجة تأثيره أجاب ٣٣% (ممن يرون أن له تأثير على قرارات مستخدميها) بأن تأثيره قوي توزعت بنسبة ٣٦,٤% بين الذكور و ٢٩,٨% بين الإناث، بينما يرى ٥٧,١% أن تأثيره متوسط توزعت بنسبة ٥٨% بين الذكور و ٥٦,٤% بين الإناث، بينما أجاب ٩,٩% بأن تأثيره محدود على قرارات مستخدميها، وتوزعت بنسبة ٥,٦% بين الذكور و ١٣,٨% بين الإناث. (البيانات بجدول رقم ٦ بملاحق الدراسة).

٧ - مكان استخدام عينة الدراسة للإنترنت

جدول رقم (٨)

مكان استخدام عينة الدراسة للإنترنت

النوع	ذكور		إناث		جملة (المكان)	
	ك	%	ك	%	ك	%
المنزل	٧٠	٤٦,٤	٧٢	٦٣,٢	١٤٢	٥٣,٦
مقاهي الإنترنت	٤٩	٣٢,٤	٢١	١٨,٤	٧٠	٢٦,٤
لدى الأصدقاء	١٧	١١,٣	١٢	١٠,٥	٢٩	١٠,٩
الجامعة	١٥	٩,٩	٩	٧,٩	٢٤	٩,٩
إجمالي التكرارات	١٥١	١٠٠	١١٤	١٠٠	٢٦٥	١٠٠

نستنتج من بيانات الجدول السابق مايلي :

- أن نسبة من يستخدمون الإنترنت بالمنزل ٥٣,٦% من إجمالي التكرارات ترتفع هذه النسبة بين الإناث إلى ٦٣,٢% بينما تبلغ بين الذكور ٤٦,٤%.
- أن ٢٦,٤% يستخدمون الإنترنت في " مقاهي الإنترنت " وتبلغ النسبة بين الذكور ٣٢,٤%، وبين الإناث ١٨,٤%، وعلى الرغم من انخفاض النسبة بين الإناث إلا أنها جديرة بالدراسة، لأنهم يسعون لأماكن خارج نطاق الجامعة أو المنزل لاستخدام الإنترنت.
- أن ١٠,٩% يستخدمون الإنترنت لدى الأصدقاء، تبلغ النسبة بين الذكور ١١,٣% وبين الإناث ١٠,٥%.
- أما من يستخدمون الإنترنت بالجامعة فتبلغ ٩,١% (من إجمالي التكرارات) وتبلغ النسبة بين الذكور ٩,٩% وبين الإناث ٧,٩%.
- من البيانات نستخلص أن أفراد العينة يستخدمون الإنترنت في أكثر من مكان، وأن الذكور أكثر استخداما لمكانين معا مقارنة بالإناث حيث بلغت التكرارات بين

الذكور ١٥١ وبين الإناث ١١٤، بنسبة ٥٧% للذكور مقابل ٤٣% للإناث من إجمالي التكرارات.

— ضعف الإقبال على استخدام الإنترنت بالجامعة، حيث تبلغ نسبة من يستخدمونها بالجامعة ٩,١% (من إجمالي التكرارات) وربما يعود ذلك إلى معوقات معينة قد ترتبط بجوانب تقنية أو إدارية ينبغي دراستها، وربما تعود للوقت المحدود المتاح للاستخدام.

الخلاصة:

سعت هذه الدراسة إلى استكشاف بعض التأثيرات الاجتماعية لاستخدام الإنترنت في إطار بعض المفاهيم السلوكية السائدة لدى عينة الدراسة من مستخدمي الإنترنت وخلصت إلى مجموعة من النتائج منها:

١ - يستخدم ٥٦% من العينة الإنترنت "استخداما كثيفا، بينما يستخدمها بشكل متوسط ٢٧,٥%، و "استخداما محدودا" ١٦,٥% من العينة، ويتوزع وقت الاستخدام للعينة كالتالي: ٢٢,٥% من العينة يستخدمون الإنترنت نهارا و ٥٣% يستخدمون الإنترنت ليلا، و ٢٤,٥% حسب الظروف المتاحة ليلا أو نهارا.

٢ - بالنسبة لمكان استخدام الإنترنت، أجاب ٥٣,٦% أنهم يستخدمون الإنترنت في المنزل، ٢٦,٤% يستخدمونها في مقاهي الإنترنت، ١٠,٩% يستخدمونها لدى الأصدقاء، بينما يستخدمها ٩,١% أنهم يستخدمونها في الجامعة وتتعدد أماكن الاستخدام لدى بعض أفراد العينة وبصفة خاصة بين الذكور.

٣ - يستخدم المبحوثون الإنترنت في أنشطة: تحصيل المعرفة، الاتصال والمراسلة، اظهار المواهب الخاصة، التسلية والترفيه، ويعتقدون أن تلك الأنشطة تشبه ما هو موجود بالحياة العادية.

٤ - يدرك جميع المبحوثين الإنترنت باعتبارها مكانا للحصول على المعلومات، وفي المجالات الآتية: الثقافية ٧٢%، التكنولوجيا ٦٧%، المجال العلمي

التخصصي ٥٩,٥%، الرياضية ٥٠,٥%، المجالات الفنية ٥٠%، الصحية ٤٢,٥%، السياسية ٢٦% من العينة.

٥ - يعتقد ٩١% من المبحوثين أن الإنترنت تؤثر على قرارات الحياة اليومية لمستخدميها. ويرى ٣٣% أن لها تأثير كبير، بينما يرى ٥٧,١% أن تأثيرها متوسط، وأجاب ٩,٩% أن تأثيرها محدود على قرارات مستخدميها.

٦ - أثبتت الدراسة وجود فرق دالة بين الذكور والإناث في بعض مؤشرات الميل للتحرر من القيود والضوابط الاجتماعية القائمة عند التعامل مع الإنترنت، حيث توجد هذه المؤشرات بدرجة أكبر لدى الذكور.

٧ - أشارت النتائج إلى أن ٥٦,٥% من العينة يدركون الإنترنت باعتبارها مكانا للهروب من مشكلات المجتمع.

٨ - أشارت النتائج إلى أن ٣٩,٥% من العينة يدركون أن الوقت الذي يقضونه في استخدام الإنترنت هو " وقت مع النفس " (موافق بشدة و موافق)، بينما لا يرى ذلك ٦٠,٥% من العينة.

٩ - يعتقد المبحوثون أن الإنترنت تشبه بعض الأماكن التي يرتادها الأفراد، ومن هذه الأماكن: المكتبات العامة، أماكن التسوق (المولات)، النوادي، المقاهي، الرحلات الترفيهية، دور السينما.

١٠ - أشارت النتائج إلى توجه الإناث نحو استخدام مقاهي الإنترنت Internet Café، حيث أجاب ١٨,٤% من الإناث أنهم يستخدمون الإنترنت في هذه الأماكن.

وتبدو التأثيرات الاجتماعية للاستخدام الكثيف للإنترنت، غير محدودة، في ظل التنامي السريع لاستخدامها في قطاعات متعددة من المجتمع ولدى فئات متنوعة من الجماهير وبصفة خاصة بين الشباب والمراهقين، في ظل الاتاحات التي وفرتها مقاهي لانترنت Cyber café أو Internet Café، وفي ظل غياب قوانين وضوابط اجتماعية واضحة تحكم هذه الظاهرة، وعدم وجود محاذير أو

عوائق أمام الاستغراق أو الاندفاع في استخدامها، وإذا كانت الكتابات تؤكد أن التأثيرات الاجتماعية للاستخدام لم تتضح صورتها - سلبي أو إيجابي - بعد، فبينما يشير البعض إلى تأثيرات سلبية مثل الاحباط وقضاء وقت أقل في الحديث مع الأسرة والشعور بالوحدة وصدقات أقل للمستخدمين، نجد البعض الآخر يشير إلى أن الاستخدام يقوي الروابط الأسرية والصدقات^(٢٦)، وبالتالي نحن في حاجة إلى دراسات متعددة بالمجتمع المصري تتناول هذه الظواهر لدى كل الفئات لتجنب التأثيرات السلبية للإنترنت.

٢- Melvin J. DeFleur and Everette E. Dennis (٢٠٠٢)

Understanding Audiences
١٦- Andy Ruddock (٢٠٠٢) Understanding Audiences
٢٠٠٢
٢٠٠٢
٢٠٠٢

٥- Melvin J. DeFleur and Everette E. Dennis (٢٠٠٢)

Op Cit, P. ٢٦٥

٢- Paschal Preston (٢٠٠١) Reshaping Communications

London, Sage Publications, ٢٠٠١, P. ٢٠٨

٧- Carrie Gocher et al (٢٠٠١) Knowledge, Power and

Learning London, PCP & Sage Publications, P. ٢٤٤

٤- Phillip E. Hersh (٢٠٠١) Days and nights

Journal of the American Behavioral Scientist (ABS)

Vol. ٤٥, No. ٧, November, ٢٠٠١, P. ٢٦٥

١٦- Eric J. Heiner (٢٠٠١) The Relationship between

the Internet and Social Development

١٦- Eric J. Heiner (٢٠٠١) The Relationship between

هوامش ومصادر الدراسة:

- ١ - Melvin L. Defleur and Everette E. Dennis, (٢٠٠٢), Understanding mass Communications, ٧th. ed. Boston, Houghton Mifflin Company P. ٢٢٠.
- ٢ - Caroline Haythornthwaite, (٢٠٠١), The internet in everyday life, Journal of American Behavioral Scientist (ABS) Vol. ٤٥. ٤٥ No, ٣. November ٢٠٠١, P.٣٦٤.
- ٣ - Melvin L. DeFleur and Everette E. Densnis (٢٠٠٢) Ibid.
- ٤ - شريف درويش اللبان (٢٠٠٢)، الرقابة على شبكة الإنترنت، دراسة حالة لدول الخليج العربي، المجلة المصرية لبحوث الاعلام، العدد ١٥ أبريل يونية ٢٠٠٢، ص ١٠٧.
- ٥ -Melvin L. Defleur and Everette E. Densnis (٢٠٠٢) Op. Cit., P. ٢٣٥.
- ٦ -Paschal preston (٢٠٠١)Reshaping Communications, London ,Sage Publications, ٢٠٠١, P.٢٠٨.
- ٧ -Carrie pechter et al.)٢٠٠١). Knowledge, Power and Leaning , London , PCP & sage publications, P. ١٥٤.
- ٨ -Philip E. N. Howard , et al ,)٢٠٠١), Days and nights on the internet – the impact of Diffusing Technology, Journal of the American Behavioral Sicientist (ABS) Vol, ٤٥, No, ٣. November, ٢٠٠١, P. ٣٨٥.
- ٩ -Ibid.

- ١٠ - David Gauntlett (٢٠٠١), Web Studies, Rewiring Media Studies For the Digital age, London, Arnold. P.P. ١٢-١٣.
- ١١-Tiffany Corrie, (Tjcorrie @ acs, Ucalgary. Ca), Reality Vs, Virtuality (on line) Available at : <http://www.Ucalgary.Ca/~dabrent/٣٨٠/webproj/web.Html.٨/١١/٢٠٠٢>, P. ١.
- ١٢-Resource Center for Cyber Culture studies, Interoducing Cyber Culture (online) Available at : <http://www.Com.Washington.edu/recs/intro.Asp>, P. ٦, ٢٠/١٠/٢٠٠٢.
- ١٣-Andy Ruddock (٢٠٠٢) , Understanding Audiences, Lindon, sage publications, P. ٦٩.
- ١٤-حسن عماد/المكاوي وليلي حسين السيد (١٩٩٨)، الاتصال ونظرياته المعاصرة، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، صلى الله عليه وسلم ٢٤٩.
- ١٥-المرجع السابق، صلى الله عليه وسلم ٣٢٠.
- ١٦- Joseph R. Dominick, (٢٠٠١), The Dynamics of Mass Communications,. Media in the Digital Age, ٧th ed., New York, McGrow – Hill, PP. ٥١٠ – ٥١١.
- ١٧- Robert Kraut et. Al. (١٩٩٨), Internet Paradox Social Technology that Reduces Social Involvement and Psychological Well – Being , Journal of the Americam Psychologiocal Association, Vol, ٥٣, No. ٣.P. ١٠١٧ – ١٠٣١.
- ١٨- Eriçal I. Heitner, (٢٠٠٢) , The Relationship Between uses of the enternet and social Development in

- Adolence, Dissertation Abstracts International , Vol. ٦٣. P. ٤٣٧١.
- ١٩ - Graig Pawak (٢٠٠٢) , Correlates of internet use and addication in Adolesents, Dissertation Abstracts International , Vol, ٦٣ (٥-A) P.١٧٢٧.
- ٢٠- John water Cords (٢٠٠٢) ' Time and Consciousness: An explorator Study of Meanings Among Users of news media", PHD, Dissertation Abstracts International , Vol ٦٣ - ٠٦A, P. ٢٠٣٥.
- ٢١- Janio Wolak, Kimberly J: Mitchell and David Finkelher (٢٠٠٢), Close Online Relationship in A National sample of Adolescents, Journal of Adolence, Vol, ٣٧ fall. ٢٠٠٢ , PP. ٤٤١ - ٤٥٥.
- ٢٢- Hanna Adoni and Hillal Nossek (٢٠٠١), The new Media Consumers : Media Convergence and the Displacement effect, Dissertation Abstracts International.
- ٢٣- Deborah L. Wheeler, (٢٠٠١) The Internet and Public Culture in Kwait, " Center of internet studies Journal of Aja (Astracts) May ٢٠٠١.
- ٢٤- Sumuel - E Ebersol;e)٢٠٠٠), Adolescents Use of the world wide web in tne Public Schools : A Uses and Gratifications Appraach , PhD, Dissertation Abstracts International , Vol, ١٦ - ٠٥A. P. ١٦٦٥.
- ٢٥- سامي عبد الرؤوف طابع (٢٠٠٠)، "استخدام الإنترنت في العالم العربي - دراسة ميدانية على عينة من الشباب العربي"، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، العدد الرابع : أكتوبر - ديسمبر ٢٠٠٠.

٢٦- نجوى عبد السلام (١٩٩٨)، " أتماط استخدام ودوافع استخدام الشباب المصري لشبكة الإنترنت، دراسة استطلاعية " المؤتمر العلمي الرابع لكلية الاعلام (الاعلام وقضايا الشباب)، ٢٥ - ٢٧ مايو ١٩٩٨، صلى الله عليه وسلم صلى الله عليه وسلم ٨٥ - ١١٩.

٢٧- Robert Kraut et. Al. (١٩٩٥). Internet Paradox : Asocial Techology that Reduce Social Involvement and Psychological Well-Being *Ibid*.

٢٨- سامي عبد الرؤوف طابع (٢٠٠٠)، مرجع سابق.

٢٩- نجوي عبد السلام (١٩٩٨)، مرجع سابق.

٣٠- Joseph. R. Dominick (٢٠٠١), *Ibid*, P. ٣١٣.

٣١- Graig Pawak (٢٠٠٢) (*ibid*).

٣٢- Erica Heitner (٢٠٠٢) *Ibid*.

٣٣- Robert Kraut et, al (١٩٩٨) Op. Cit, P. ١٦.

٣٤- Op. Cit.

٣٥- Caroline Haythorthwaite (٢٠٠١), *Ibid*, P. ٣٦٩.

٣٦- Hoseph , R. Domi9nick (٢٠٠١), Op. Cit. P. ٥١١.

استخدام كثيف

استخدام متوسط

استخدام منفرج

ملاحق الدراسة

جدول رقم (١) بالملاحق

الاستخدام الاسبوعي للإنترنت لدى عينة الدراسة

جملة (المكان)		إناث		ذكور		النوع
%	ك	%	ك	%	ك	
٤٧	٩٤	٤٢	٤٢	٥٢	٥٢	أكثر من مرة أسبوعيا
٣٨	٧٦	٤٠	٤٠	٣٦	٣٦	مرة واحدة أسبوعيا
١٥	٣٠	١٨	١٨	١٢	١٢	أقل من هذا المعدل
١٠٠	٢٠٠	%١٠٠	١٠٠	%١٠٠	١٠٠	إجمالي العينة

جدول رقم (٢) بالملاحق

ساعات استخدام الإنترنت في كل مرة لدى عينة الدراسة

جملة (المكان)		إناث		ذكور		النوع
%	ك	%	ك	%	ك	
٢٨	٥٦	٢٤	٢٤	٣٢	٣٢	أكثر من ساعتين كل مرة
٦٥	١٣٠	٧٠	٧٠	٦٠	٦٠	من ساعة إلى أقل من ساعتين
٧	١٤	٦	٦	٨	٨	أقل من ساعة
٢٠٠	٢٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	إجمالي العينة

جدول رقم (٣) بالملاحق

توقيت استخدام أفراد العينة للإنترنت

النوع	ذكور		إناث		جملة (المكان)	
	ك	%	ك	%	ك	%
نهارا	١٣	١٣	٣٢	٣٢	٤٥	٢٢,٥
ليلا	٦٣	٦٣	٤٣	٤٣	١٠٦	٥٣
حسب الظروف ليلا أونهارا	٢٤	٢٤	٢٥	٢٥	٤٩	٢٤,٥
إجمالي العينة	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	٢٠٠	١٠٠

جدول رقم (٤) بالملاحق

مصفوفة (تكرارات) كثافة استخدام الإنترنت لدى عينة الدراسة

ساعات الاستخدام كل مرة			أكثر من ساعتين			من ساعة إلى أقل			أقل من ساعة		
مرات الاستخدام			٢ من			٢ من			٢ من		
ذكور	إناث	جملة	ذكور	إناث	جملة	ذكور	إناث	جملة	ذكور	إناث	جملة
٢٠	٧	٢٧	٣٥	٣٠	٦٥	٢	١	٣	٢٠	٧	٢٧
١٣	٧	٢٠	٢١	٢٤	٤٥	٤	٥	٩	١٣	٧	٢٠
٣	٤	٧	٩	١٢	٢١	٣	-	٣	٣	٤	٧
المعدل	٣	٤	٧	٩	٢١	٣	-	٣	٣	٤	٧

استخدام كثيف

استخدام متوسط

استخدام محدود

جدول رقم (٥) بالملاحق

المجالات التي يضيف الإنترنت معرفيا كما تدركها العينة

جملة		إناث		ذكور		النوع	المجال
%	ك	%	ك	%	ك		
٥٠	١٠٠	٥٨	٥٨	٤٢	٤٢		المجالات الفنية
٥٠,٥	١٠١	٣١	٣١	٧٠	٧٠		المجالات الرياضية
٤٢,٥	٨٥	٣٥	٣٥	٣٧	٣٧		المجالات الصحية
٧٢	١٤٤	٧٥	٧٥	٦٩	٦٩		المجالات الثقافية
٥٩,٥	١١٩	٦٤	٦٤	٥٥	٥٥		المجال العلمي التخصصي
٣٢	٦٤	٤٥	٤٥	١٩	١٩		مجالات الموضة
٦٧	١٣٤	٦١	٦١	٧٣	٧٣		مجالات التكنولوجيا
٢٦	٥٢	٤٦	٤٦	٣٩	٣٩		المجالات السياسية

جدول رقم (٦) بالملاحق

تأثير الإنترنت على قرارات مستخدميها كما تدركها عينة الدراسة

جملة		إناث		ذكور		النوع	درجة التأثير
%	ك	%	ك	%	ك		
٣٣	٦٠	٢٩,٨	٢٨	٣٦,٤	٣٢		تأثير قوي
٣٣	٦٠	٥٦,٤	٥٣	٥٨	٥١		تأثير متوسط
٩,٩	١٨	١٣,٨	١٣	٥,٦	٥		تأثير محدود
١٠٠	١٨٢	١٠٠	٩٤	١٠٠	٨٨		إجمالي التكرارات

تأثير الإنترنت

تأثير الإنترنت

تأثير الإنترنت