



مجلة البحوث الإعلامية

مجلة علمية محكمة تصدر عن جامعة الأزهر

داخل العدد

- مدى اعتماد أئمة وخطباء المساجد على القنوات الفضائية الدينية الإسلامية كمصدر للمعلومات . د . محمود عبد العاطي
- علاقة معدلات وأساليب التماس المعلومات الصحية على مواقع الإنترنت بالسلوك الصحي للمرأة . د . ماهيناز رمزي
- أثر وسائل الإعلام في تشكيل اتجاهات الجمهور المصري نحو قضايا الفساد في مصر . د . حنان يوسف
- صورة المهمشين في الدراما المصرية وعلاقتها بتقدير الذات لديهم . د . أميرة النمر
- استخدامات الأطباء لشبكة المعلومات الدولية " الإنترنت " والإشباع المتحققة منها . د . عبد الرحمن بن نامي
- أساليب تحقيق يسر الاستخدام في المواقع الالكترونية للصحف والقنوات الفضائية الخاصة وعلاقتها بتفضيلات الجمهور . د . محمود رمضان . د . أبو بكر الصالحى
- العوامل المؤثرة في الرضا الوظيفي لدي العاملين بالمؤسسات الإعلامية قبل أحداث ثورة ٢٥ يناير وبعدها . د . صفا محمود عثمان
- دور القنوات الفضائية العربية في معالجة أحداث الفتنه الطائفية في مصر بعد ثورة ٢٥ يناير . د . أميرة صابر
- مصداقية المضمون الخبري لمواقع التواصل الاجتماعي لدي الشباب . د . دينا عرابي . د . بسنت العقباوى
- اتجاهات منسوبي جامعة الملك عبد العزيز نحو تأسيس قناة تليفزيونية فضائية للجامعة . د . حنان أشي
- دوافع التعرض لشبكات التواصل الاجتماعي وعلاقتها بتشكيل الوعي نحو الأحداث الجارية . د . حنان عبد الوهاب
- دور الصحافة المصرية في تشكيل معارف الصفوة المصرية نحو قضايا الإصلاح السياسي، بعد ثورة ٢٥ يناير ٢٠١١ . د . غادة صقر
- تأثير جودة المعلومات في بناء التصميم المقنع للمواقع الإعلامية العربية . د . معين ألميتمي
- تأثير المخطط العام لبناء القصة الإخبارية المنشور على شبكة الإنترنت في تحقيق الفهم القراني لدى طلاب المرحلة الجامعية . د . مروة عطية
- تأثير جودة الموقع في بناء التصميم المقنع للمواقع الإعلامية العربية . د . معين ألميتمي

العدد
السابع
والثلاثون
يناير ٢٠١٢

رقم الإيداع بدار الكتب
المصرية
٦٥٥٥

العدد السابع والثلاثون
يناير ٢٠١٢ م

مجلة
البحوث الإعلامية

مجلة علمية محكمة تصدر عن جامعة الأزهر

رئيس مجلس الإدارة
أ.د. أسامة العبد
رئيس التحرير
أ.د. عبد الصبور فاضل

مديرا التحرير
أ.د. عرفه عامر
أ.د. محمود حماد

الإشراف الفني
أ.د. سامي الحكومي
سكرتير التحرير
د. محمد أحمد هاشم
الشريف

توجه المراسلات باسم الدكتور سكرتير التحرير على العنوان التالي
: القاهرة - جامعة الأزهر - كلية الإعلام ت : ٠٠٢٢٥١٠٨٢٥٦

المراسلات

داخل جمهورية مصر العربية
٥٠ جنيها مصريا

السعر
للتسعة الواحدة

هيئة المحكمين

أيد : فاروق أبو زيد
أيد : على عجووة
أيد : انشراح الشال
أيد : ماجى الحلوانى
أيد : منى الحديدى
أيد : عدلى رضا
أيد : سامى الشريف
أيد : حسن عماد مكاوى
أيد : أشرف صالح
أيد : شريف درويش اللبان
أيد : نجوى كامل
أيد : شعبان شمس
أيد : جمال النجار
أيد : سليمان صالح
أيد : عبد الصبور فاضل
أيد : فوزى عبد الغنى
أيد : محمود إسماعيل

جميع الآراء الواردة فى المجلة تعبر عن رأى أصحابها ولا تعبر عن
رأى المجلة
العدد السابع والثلاثون - يناير ٢٠١٢ م

استخدامات الأطباء لشبكة المعلومات الدولية " الإنترنت "

والإشباع المتحققة منها.

دراسة ميدانية على عينة من أطباء الامتياز فى المستشفيات السعودية

إعداد

د. عبدالرحمن بن نامي المطيري

الأستاذ المساعد بكلية الإعلام والاتصال

بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية

بالمملكة العربية السعودية

■ مقدمة :

إن المتابعين لتطور وسائل الاتصال في العالم يؤكدون على أنه لم تحظ أي وسيلة إعلامية أو أي وسيلة اتصالية بدرجة الاهتمام الذي حظيت به الانترنت في العالم، من حيث التطور السريع لها في بقاع العالم فلا يمر بنا يوم دون أن نسمع أو نقرأ أو نشاهد شيئاً عن الانترنت، وتشهد في الوقت نفسه العديد من التغيرات المستمرة على مدار السنوات، ولا يراود الشك أحد أن الانترنت اليوم تختلف عن الانترنت قبل خمس سنوات. وسوف تختلف عنها أيضاً شكلاً ومضموناً بعد خمس سنوات، وربما بعد سنة واحدة أو سنتين عما هي عليه الآن.

وحيثما تقارن شبكة الاتصال العالمية الانترنت من حيث الاستخدام بالوسائل الإعلامية الأخرى، يتبين تطورها غير العادي والسريع جداً على مستوى العالم كله. فبعد خمسين عاماً من اختراع الراديو وصل عدد الذين يستمعون إليه (٥٠ مليون مستمعاً) ووصل مشاهدو التلفزيون إلى (٥٠ مليون مشاهداً) بعد ثلاثة عشرة سنة من اختراعه، بينما وصل عدد مستخدمي الانترنت إلى (٥٠ مليون مستخدماً) خلال أربع سنوات فقط منذ بداية التسعينيات وذلك بعد أن بدأت خدمة الانترنت تقدم بشكل تجاري، حيث كانت قبل ذلك مقصورة على قطاعات وجهات معينة وليس لتعامل الجمهور.

وبناء عليه فإن ذروة الاستفادة من شبكة الانترنت تتحقق عندما يتم استخدام هذه الشبكة كبيئة للتعليم والتعلم والتواصل الاجتماعي مع انعدام الحدود وانخفاض التكاليف.

إن المهتمين بالتعليم يرون في شبكة الانترنت خطوة إيجابية على طريق التعليم العربي الشامل والمتطور، خاصة في شبكات التواصل الاجتماعي التي تعد النقلة الجديدة في مجال تطور وسائل الاعلام، الأمر الذي يؤثر على عملية تحفيز الدارسين العرب للقيام بدور إنتاجي معرفي وتقني، بدلاً من الوقوف عند الدور الاستهلاكي. ولا شك أن فئة الأطباء وبخاصة الامتياز منهم يعدون من أهم الفئات في المجتمع السعودي التي تستخدم شبكة المعلومات الدولية الانترنت سواء لغرض التعليم أو التعلم أو لغرض آخر، وهو ما تتناوله هذه الدراسة وتسعى للكشف عن أبعاده المختلفة.

■ الدراسات السابقة:

ظهرت العديد من الدراسات التي تناولت جمهور الانترنت في العالم وعلى وجه الخصوص في المجتمعات الغربية، خلال فترة منتصف التسعينيات الميلادية من القرن الماضي. وسوف نستعرض فيما يلي بعض الدراسات التي اهتمت بموضع استخدام الانترنت وشبكات التواصل الاجتماعي، واستكشاف استخداماتها.

١- دراسة (بخيت: ١٩٩٧) عن أنماط وعادات استخدام شبكة الانترنت لدى أساتذة الجامعات وتأثيراتها، دراسة ميدانية على مستخدمي شبكة الانترنت في الجامعات المصرية، خلصت الدراسة إلى أن عدداً كبيراً من المشتركين في شبكة الجامعات المصرية المتصلة بالانترنت يستخدمونها من مقر أعمالهم، وذلك بسبب قلة خطوط الاتصال التليفونية بالشبكة من خارج مقر أعمالهم، بالإضافة على بطء عملية الاتصال، كما كشفت الدراسة عن فوارق بين شبكة الجامعات المصرية، والخدمات الأخرى المتصلة بالانترنت التي لها صلة في نظام ونوع الاتصال المتبع، وطريقة الاتصال بالشبكة، وتوصلت الدراسة إلى أن أساتذة الجامعات يركزون على استخدام الانترنت في البحث عن المعلومات والبيانات المتاحة عبر الشبكة. وأشارت النتائج إلى وجود العديد من قواعد البحث، لم يذكرها مستخدمو شبكة الجامعات المصرية، كما لم تذكر معالم أخرى على الشبكة مثل المجموعات الإخبارية ومجموعات المحادثات. وأيدت النتائج قوة الاتصال الشخصي حيث كان أكثر فعالية في تعريف مستخدمي شبكة الجامعات المصرية المتصلة

بالانترنت، كما غلب الطابع الوظيفي على عادات استخدام أساتذة الجامعات للانترنت كوسيلة اتصال جديدة، وجاءت في مقدمة استخدامات الانترنت البريد الالكتروني بينما أن أهم الوظائف التي حققها الانترنت للمستخدمين تتمثل في الخدمات العلمية، وتوفير قناة اتصال ومعرفة الأخبار والمعلومات الجديدة، وتزويد مستخدميها بالمعلومات والمصادر الثقافية وقواعد البحث العلمي. وكشفت الدراسة أن استخدام الانترنت يؤثر على جمهوره في بعض النواحي مثل زيادة علاقات مستخدميها مع الأصدقاء وجهات أخرى، واستخداماتها لم تؤدي إلى عزلهم الاجتماعي، ولم تؤثر على توقيت عملهم بشكل كبير، لم تكشف النتائج إيجاد علاقة ذات دلالة إحصائية بين استخدام الانترنت من جهة، والمتغيرات الاجتماعية مثل السن والنوع والمركز الوظيفي والتخصص، واستخدام الإعلام من الراديو والتلفزيون والصحف.

٢- دراسة (عبدالسلام: ١٩٩٨) عن أنماط ودوافع استخدام الشباب المصري لشبكة الانترنت: دراسة استطلاعية، كشفت النتائج تنوعاً في استخدام الشباب المصري لشبكة الانترنت، فالبعض يستخدمها كوسيلة للحصول على المعلومات، والاختلاف الذي برز في النتائج يتمثل في نوع المعلومات التي يحصل عليها مستخدم الانترنت، حيث يحصل (٦١%) من العينة على معلومات علمية، تليها المعلومات الفنية بنسبة (٤٠%) ثم المعلومات الرياضية (٢٦%)، فالمعلومات السياسية والاقتصادية نسبة (١٩%) تقريباً، ثم المعلومات التي ترتبط بالمجال التجاري بنسبة (١٤%)، فالمعلومات التي تتضمن المرأة والطفل (١٣%). وأشار (٨١%) من عينة الدراسة إلى أنهم يحصلون على المعلومات من خلال شبكة الانترنت التي تتميز بالسهولة، بينما أفاد (١٥%) بصعوبة على الحصول على المعلومات بشكل نسبي. خلصت الدراسة إلى أن (٨٥%) من العينة يستخدمون شبكة الانترنت منذ أكثر من ستة أشهر، وأفاد (٢٠%) بأنهم يستخدمونها من ثلاثة أشهر. وأن (٥٢%) تقريباً يوجد لديهم اشتراكاً شخصياً للانترنت، بمعنى أنهم يتصلون بالشبكة من منازلهم. وأفاد (١٥%) تقريباً أنهم يتصلون بالشبكة من مقر عملهم، و(٢١%) تقريباً يتصلون من مقاهي الانترنت و(١٢%) من أماكن أخرى أشارت الباحثة إليها بأنها المراكز العلمية وبعض الهيئات.

وكشفت الدراسة عن تنوع في دوافع استخدام الانترنت لدى الشباب في مصر، فقد أفاد (٧٣%) من عينة الدراسة أن الدافع لاستخدام الانترنت هو الحصول على المعلومات، تليها دوافع التسلية والترفيه بنسبة (٤٧%)، ثم دوافع إقامة الصداقات (٤٢%)، فدوافع الفضول وحب الاستطلاع على المستجدات العالمية (٢٦%) تقريباً. ودوافع شغل وقت الفراغ (٦%)، بينما ذكر (٥%) تقريباً من عينة الدراسة أن التجربة لكل جديد في مجال الاتصال هو الدافع لهم.

٣- دراسة (الدناتي: ٢٠٠٠) عن الوظيفة الإعلامية لشبكة الانترنت: دراسة مسحية لمعرفة استخداماتها في مجال الإعلام، توصل الباحث من خلال من خلال دراسته إلى أن إجماع الإعلاميين الذين شملهم المسح من مستخدمي الانترنت في وسائل الإعلام اليمينية على وجود خدمات كثيرة ومتنوعة يمكن لوسائل الإعلام الاستفادة منها في أنجاز الأعمال الإعلامية والصحفية، حيث أنها تساعد في تطوير تلك الوسائل الإعلامية. وقد أفاد (٦٦%) من عينة الدراسة أنهم صحفهم تستفيد من خدمات النشر الالكتروني التي توفرها الانترنت، وذكر (٣٤%) تقريباً بأن وسائل الإعلام التي يعملون بها تستفيد من معظم الخدمات التي وفرتها الانترنت من حيث الحصول على الأخبار والتقارير الصحافية والصور من مصادر مختلفة ومنتشرة عبر شبكة الانترنت. وقد خلصت الدراسة إلى أن الخدمات التي توفرها شبكة الانترنت لوسائل الإعلام في

- اليمين تتمثل في نظام النشر الإلكتروني للصحف والمجلات قبل استخدام الحاسب الآلي في تخزين المعلومات وأرشفتها، تزويد وسائل الإعلام بالصور والتلكس والفيديو تكس والنتياتكس.
- ٤- دراسة (أبو يوسف: ١٩٩٨) عن استخدامات الصحفيين لشبكة المعلومات "الانترنت" كمصدر من مصادر المعلومات ركزت الدراسة على آراء الصحفيين المصريين حول استخدام الشبكة العالمية الانترنت، كمصدر للمعلومات الصحفية، حيث أفاد غالبية الصحفيين المصريين المشمولين بالدراسة على ضرورة إتقان التعامل مع أجهزة الحاسب، كما أن شبكة المعلومات مهمة للصحفيين في أداء عملهم، وخلصت الدراسة إلى أن مجالات الاستفادة من شبكة الانترنت تبرز في الحصول على المعلومات، والمتابعة الخبرية، ومتابعة الأحداث العالمية، ولم يذكر الصحفيون أن استخدام الشبكة يشمل التعامل مع القراء أو التفاعل مع المصادر العربية، وانصب تركيز الصحفيين المصريين على الاهتمام بأجندة الأحداث العالمية وما يعرض من أحداث تبثها الفضائيات الغربية، والمحطات الإخبارية الأجنبية، والاعتماد على تحليل المواقع الأمريكية واليهودية، كما كشفت الدراسة أن القائم بالاتصال في الصحافة المصرية يتابع مواقع الصحف الأجنبية أكثر من متابعته لمواقع الصحف المصرية والعربية التي يصفها بأنها دعائية ولها انحيازات لبعض القوى.
- ٥- دراسة (طابع: ١٩٩٧) عن استخدام شبكات المعلومات " الانترنت " في الحملات الإعلامية هدفت الدراسة إلى التعرف على الأهمية المستقبلية للانترنت في مجال الاتصال، حيث أجريت على عينة من الشركات الدولية التي تتوافر لديها مواقع على الشبكة العالمية، وخلصت الدراسة إلى وجود ستة أنماط للاتصال تستخدمها معظم الشركات عينة الدراسة في الوقت إجراء الدراسة تشمل الاتصال الشخصي والمقابلات بنسبة (٩٦%)، يليه نمط استخدام أجهزة الفاكس بنسبة (٩٤%)، ويأتي نمط استخدام النشرات والأخبار الداخلية في المرتبة الثالثة بنسبة (٩٠%) والبريد الإلكتروني الداخلي (٨٧%)، والانترنت (٥٤%)، ثم الاتصال التلفوني الداخلي بنسبة (٤٨%). كما وجدت تشابه واختلاف بين الشركات الأوروبية والأمريكية في استخدام الانترنت، والبريد الإلكتروني، حيث ذكر (٧٣%) من الشركات الأمريكية بأنها تستخدم البريد الإلكتروني لكل الموظفين، بينما يقتصر استخدام البريد الإلكتروني في الشركات الأوروبية على العاملين في إدارات نظم المعلومات. وأن الشركات الأوروبية والأمريكية تستخدم الانترنت من أجل زيادة مواقع ملفاتها على أنشطة المنافسين، بالإضافة على التعرف على ما هو جديد في المجموعات الإخبارية، والبحوث الأولية، والثانوية. وأن لدى الشركات ملفات معلومات عن حملات ترويجية، كما تخطط بعض الشركات أثناء إجراء الدراسة من أجل تأسيس مواقع لحملاتها على الانترنت. وأن بعض الشركات الأمريكية لا تنوي تأسيس مواقع لها على الانترنت، كما تقوم بعض الشركات بالاتصال بالجمهور من خلال شبكة الانترنت ووسائل الإعلام الأخرى، حيث تقوم بالاتصال بوسائل الإعلام والأسواق المالية والمحللون الماليون وموظفو الشركات والعملاء و مندوبو البيع ووكالات الإعلان وشركات العلاقات العامة، وتعد بعض الشركات وجودها على شبكة الانترنت شيئاً جديداً. كما ذكرت معظم الشركات أنها تقوم بقياس تأثير تواجدها على الانترنت وذلك من خلال حصر عدد زوار مواقعها أو من خلال حصر عدد الرسائل التي تتلقاها.
- ٦- دراسة (إبراهيم: ١٩٩٩) عن استخدامات الصحافة المصرية للانترنت ومدى انعكاسها على الأداء الصحفيين، هدفت الدراسة إلى التعرف على مواقع الصحف على الانترنت، حيث خلصت إلى أن (١٠%) من إجمالي الإصدارات الصحفية المنتظمة أنشأت لها مواقع على شبكة الانترنت سنة ١٩٩٩م. ووجدت قلة في عدد الصحفيين المصريين الذين يستخدمون شبكة الانترنت، حيث أن الصحفيين المصريين الذين يستخدمون شبكة الانترنت في الغالب يعملون في أقسام الترجمة

والتكنولوجيا والشئون الخارجية، وأن مواكبة التطور في بعض الصحف المصرية جاءت بمبادرات شخصية من الصحفيين الذين أتيحت لهم فرصة تدريبات خارجية. كما أشارت الدراسة إلى محدودية استخدام الانترنت في الصحف، حيث اقتصر على أنها وسيلة اتصال ومصدر للمعلومات والصور، بينما غيب دور الانترنت في الخدمات التفاعلية والإعلامية والمعلوماتية والتسويقية.

٧- **دراسة (طابع: ٢٠٠٠)** عن استخدامات الشباب العربي للانترنت، هدفت الدراسة الى التعرف على استخدامات الشباب العربي للانترنت ومتابعة تطور شبكة الانترنت بشكل مختصر، واعتمد في تأطير دراسته على نموذج الاستخدامات والاشباكات، واستعرض الاختلاف في مفهوم الانترنت كونها مصدر للمعلومات ووسيلة رخصيه للاتصال السريع باستخدام البريد الالكتروني، بالإضافة إلى قدرة البريد الالكتروني على مساعدة الأفراد للحصول على متطلباتهم باستخدام الانترنت، بالإضافة إلى أهمية الانترنت كمصدر للباحثين والعلماء وكونها وسيلة ترويجية والاتصال بالمجموعات والتعرف على المزايا التي توفرها الشبكة. وعرج الباحث في دراسته على انتشار الانترنت في الوطن العربي، وخاصة في مصر، وأجريت الدراسة على عينة من الشباب من خمسة بلدان عربية واستخدمت العينة العمدية من البلدان العربية التي شملتها دراسة (مصر، السعودية، الإمارات، الكويت، البحرين)، وتكونت العينة من (٥٠٠) مفردة من الجنسين، بمعدل (١٠٠) طالب وطالبة من كل بلد، وتساوى في العينة الجنسين من الذكور والإناث والجنسية. وخلصت الدراسة إلى أن (٧٩%) من عينة الدراسة يعدون الصحف المصدر الأول للمعلومات عن الانترنت، ويرى (٥٦%) أن الأصدقاء هم المصدر الآخر للمعلومات عن الانترنت، وأفاد (٢٩%) من عينة الدراسة أن الجامعة تعد أحد المصادر للمعلومات عن الانترنت. وأشارت الدراسة إلى أن الفترة المسائية تعد أهم الفترات التي يتعرض فيها عينة الدراسة للانترنت، حيث أفاد (٩٤%) من العينة بأنها الفترة التي يستخدمون فيها الانترنت، وتكون الفترة المسائية في دول الخليج من الساعة الحادية عشرة وفي مصر من الساعة التاسعة مساءً، وأفاد (٥%) من العينة بأنهم يستخدمون الانترنت وقت النهار أو الأجازات، كما أشارت الدراسة إلى أن نسبة (٩٢%) يعدون الانترنت مصدراً مهماً للأخبار والمعلومات، ويرى (٨٩%) أن الانترنت تعد مصدراً للتسلية وقضاء وقت الفراغ، فيما ذكر (٦٢%) من العينة بأنها تعد مصدراً للمعلومات العلمية، ويراها (٥٦%) بأنها مصدراً للمعلومات الاجتماعية والثقافية، بينما أشار (٤٥%) إلى أنها تعد مصدراً للمعلومات الفنية، وأفاد (٤٦%) تقريباً بأنهم يستخدمون البريد الالكتروني عبر الانترنت في الاتصال بأصدقائهم ومعارفهم، وذكر (١٤%) تقريباً من عينة الدراسة بأنهم يستخدمون البريد الالكتروني في الاتصال الدولي.

٨- **دراسة (عبدالله: ٢٠٠٥)** عن الانترنت في مصر والعالم العربي أجريت الدراسة في مصر عامي ٢٠٠٢/٢٠٠٤م، وتناولت استخدامات الانترنت بين طلاب الجامعة الأمريكية في القاهرة من العرب والمصريين، واعتمدت على عينة من الطلاب العرب في الجامعة الأمريكية في القاهرة الذين يستخدمون شبكة الانترنت، وخلصت الدراسة إلى أن متوسط أجمالي الساعات التي يقضيها الطلاب العرب أمام الانترنت أسبوعياً تصل إلى (١٨.١٩) ساعة منها (٤.٥) ساعات خاصة في تصفح البريد الالكتروني، و(٦.٧) ساعة لتصفح الشبكة العنكبوتية، و(٨) ساعة للردشة والرسائل الفورية، وثلاث ساعات للأنشطة الأخرى. كما أن اللغة العربية ليست شائعة الاستخدام بين الطلاب العرب في مصر، حيث أفاد ثلث العينة بأنهم لا يقرؤون بالعربية على الانترنت تماماً، وأنهم يكتبون اللغة العربية بالأحرف اللاتينية، وأن الدوافع الرئيسية لاستخدام الإنترنت هي

الدوافع المعلوماتية، فالدوافع الترفيهية، فالاستخدامات الاجتماعية والشخصية، والدوافع الاجتماعية، وأن الذكور يقضون وقت أطول من الإناث أمام الشبكة العنكبوتية، وأن الطالبات يقضين وقت أطول من الطلاب في استخدام البريد الإلكتروني، وأن (٧٠%) من عينة الدراسة أفادوا بأن استخدامهم للانترنت لم يؤثر على الوقت المخصص للأسرة والأصدقاء، أو الذهاب إلى السينما والمسرح، وذكر (٦٠%) من عينة الدراسة أن الانترنت لم تؤثر على قراءة الصحف والمجلات أو إجراء المكالمات الهاتفية أو مشاهدة الأفلام، وأشار (٤٥%) من العينة إلى أنه قل مشاهدتهم التلفزيونية حينما بدأوا باستخدام الانترنت، كما أشارت النتائج إلى أن غالبية مستخدمي الانترنت في الكويت من الشباب، وهم أيضاً أكثر الفئات تأثراً بالانترنت التي تعد بالنسبة لهم نافذة يطلون منها على العالم، بينما يرون أن شبكة الانترنت لا تتناسب والتقاليد الخاصة بالمجتمع الكويتي ولا الثقافة الكويتية، فيما يعتبرن الفتيات الكويتيات الانترنت وسيلة ترفيهية لهن عن الجنس الآخر، حيث يتم الاتصال والتواصل معهم بشكل أمن حينما يكون التواصل من خلال الانترنت ومقصود على الشاشة.

٩- نشرت صحيفة الحياة بتاريخ ٩-٥-٢٠٠٥م، ملخص لدراسة الباحثة الأمريكية (وبراويلر) حول

استخدامات الانترنت في الكويت التي أجرتها على عينة من الشباب الكويتي سنة ١٩٩٨م، حيث توصلت الدراسة إلى أن الشباب الكويتي يرى أن أكثر صفات الجاذبية في شبكة الانترنت يتمثل في إمكانية تعدى خطوط الجنس وتفسر الباحثة ذلك الأمر بأنه محكوم بالتقاليد والعادات الصارمة في المجتمع الكويتي الذي يفصل بين الشباب والشابات في التعليم، وفي نفس السياق تنشر صحيفة الحياة في نفس التاريخ دراسة استطلاعية أجراها باحث أمريكي (جي.بايكواي) سنة ٢٠٠٤م، على عينة من الفتيات الإماراتيات واللاتي يستخدمن شبكة الاتصال الانترنت، حيث أكدن الفتيات الإماراتيات اللاتي شاركن في الدراسة أنهن لسن ضحايا العولمة، ولكنهن مستهلكات وواعيات للإعلام، وقادرات على فهم أبعاد الثقافة المحلية والعالمية التي تمكنهن تقبلها والحفاظ عليها، وأكدن أن الانترنت لن تعيد صياغة الثقافة العربية على أساس التأثيرات الغربية.

١٠- دراسة (شيكارا يوكاوا: ١٩٩٩) عن جمهور الانترنت في معهد إدارة المعلومات في جامعة

براكين في انجلترا، وخلصت الدراسة إلى أن مستخدمي الانترنت في العالم قد قفز من (٦٠) مليون مستخدم سنة ١٩٩٦م، إلى أكثر من (١٠٠) مليون مستخدم سنة ١٩٩٨م، وأجرى قسم التجارة في جامعة متشجن دراسة ميدانية سنة ١٩٩٨م، عن الاستخدام التجاري للشبكة العنكبوتية، وخلصت الدراسة أن خصائص استخدامات الشبكة العنقودية ركزت على التبادل التجاري الإلكتروني، ومصادر المعلومات وقنوات التسويق والاختيارات والتصورات، كما وجدت النتائج علاقة بين استخدام الشبكة والمتغيرات الاجتماعية السن والجنس والدخل والحالة الاجتماعية والمنطقة الجغرافية (أمريكا وأوروبا)، كما تبين أن غالبية المستخدمين للشبكة هم من الشباب المثقف ذي المكانة الاقتصادية المتميزة، وقد شملت الدراسة (٥٧) بلداً، بالإضافة (٥٠) ولاية أمريكية و (١٢) مقاطعة كندية، كما خلصت إلى أن (٦٠%) من عينة الدراسة يعملون في وظائف التعليم والحاسب، وأن النساء أكثر حضوراً في وظائف التعليم، بينما الرجال أكثر حضوراً في وظائف الحاسب، وأوضحت الدراسة أن أكثر المستخدمين للانترنت في أوروبا من العزاب، وأن الترفيه والألعاب أهم دوافع استخدام الشبكة، بينما لم يكن الشراء بين الدوافع الرئيسية، ويعتبر استخدام البريد الإلكتروني في التعامل التجاري غير مرغوب فيه تماماً. وأشارت الدراسة إلى ارتفاع أن نسبة النساء المستخدمات للشبكة، وأن شعبية الانترنت ارتبطت بالفئات ذات الدخل المحدود والمستخدمين دون مستوى الجامعة، وكما أشارت الدراسة إلى أن الرغبة في الحصول

على المعلومات الخاصة بالسلع والخدمات تعد الدافع الرئيس لاستخدام الإنترنت، وأن متوسط أعمار المستخدمين للإنترنت (٣٤) سنة يتفاوت إلى (٣٦) سنة في كندا وأمريكا والمكسيك، وينخفض في أوروبا الشرقية إلى (٣٢) سنة، والمرأة أقل سناً من الرجل حيث يبلغ متوسط أعمار النساء المستخدمين للإنترنت (٣٢) سنة، بينما يصل متوسط عمر الرجل المستخدم للإنترنت إلى (٣٤) سنة.

١١- **دراسة (ليري وحاجي: ١٩٩٨)** على عدد من المترادين لمقاهي الإنترنت في الكويت، وهدفت الدراسة إلى تناول بعض المشكلات الاجتماعية، والنفسية والصحية لمستخدمي الإنترنت. وخلص فيها الباحثان إلى أن أغلبية المترادين للمقاهي من الفئات السنية الصغيرة التي تقع أعمارهم ما بين (١٦ - ٣٠) سنة. وهم من الذكور غير المتزوجين الذين يعدون الفئة الأكثر تردداً للمقاهي ويهدفون من استخدام الإنترنت التعارف مع الأصدقاء الجدد. بالإضافة إلى أن وجود علاقة تفاعلية خاصة بين المستخدم وجهاز الحاسوب. وأشارت الدراسة إلى أن كثير من أفراد العينة تميزوا بزيادة مشكلاتهم الأسرية.

١٢- **دراسة (النجران: ١٩٩٨)** على عينة مقدارها (٥٩٨) طالباً وطالبة من جامعة الكويت، هدفت الدراسة إلى التعرف على استخدام شبكة الإنترنت، لدى الطلاب عينة الدراسة. وخلصت إلى أن غالبية مستخدمي الشبكة من كلية الهندسة، وأن هذه الفئة تنتم باستخدامها للتقنية وارتباطها ببعض الصفات والخصائص الشخصية مثل المهارة في استخدام برامج الحاسوب، والتميز بمعدلات عالية في الدراسة، والتميز بقدرة عالية على استخدام اللغة الإنجليزية. أن فئة الأصدقاء تؤدي دوراً بارزاً في انتشار استخدام الإنترنت كوسيلة تكنولوجية.

١٣- **دراسة (ناي وارينج: ٢٠٠٠)** التي أجريت في الولايات المتحدة، هدفت إلى التعرف على متوسطات استخدام الإنترنت، وخلصت الدراسة إلى زيادة متوسط عدد ساعات استخدام الفرد للإنترنت، مقابل تقلص عدد الساعات التي يقضيها مع أناس حقيقيين وتكوين علاقات اجتماعية مباشرة معهم. ويرى الباحثان بأنه قد أصبح لدى الكثير من مستخدمي الإنترنت أشخاصاً بدلاء لتكوين العلاقات الشخصية معهم، وهؤلاء الأشخاص هم في الواقع موجودين عبر الشبكة ولا توجد حاجة للتفاعل وجهاً لوجه معهم، الذي على أثره يضعف الاتصال والعلاقة الاجتماعية المباشرة مع الأصدقاء والأقارب. وأشار ما يقارب من (١٤%) من العينة التي تتكون من (٤١١٣) مفردة بأنهم يقضون أكثر من (١٠) ساعات أسبوعياً باستخدام الإنترنت بينما أشار (٣٠%) منهم بأنهم يقضون من (٥) ساعات فأكثر. وأن (٣٤%) من العينة يقضون وقتاً أقل في قراءة الصحف والمجلات، فيما يقضي (٥٩%) وقتاً أقل في مشاهدة التلفاز.

١٤- **دراسة (ساندرز وزملاءه: ٢٠٠٠)** عن علاقة استخدام الإنترنت بالاكئاب والعزلة الاجتماعية. خلصت الدراسة إلى وجود علاقة طردية، إلا أن مستخدمي الإنترنت المتزايد سجلوا انخفاضاً في التفاعل مع الوالدين (سواء كان الأب أو الأم). وهذا يعكس نوعاً من أنواع الاعتلال في العلاقات الفردية داخل نطاق الأسرة الواحدة.

١٥- **دراسة (حداد: ٢٠٠٢)** حول المقاهي الإلكترونية ودورها في التحول الثقافي في مدينة إربد، حيث تكونت عينة الدراسة من (١٨٠) مفردة من المترادين لمقاهي الإنترنت، وخلصت الدراسة إلى أن شبكة الإنترنت قللت نوعاً العلاقات الاجتماعية المباشرة، ولكنها عملت على استمرار العلاقات الاجتماعية بين الأفراد الذين يعيشون في مناطق بعيدة جغرافياً عن الأهل والأقارب.

١٦- **دراسة (عريقات: ٢٠٠٣م)** عن اتجاهات الطلبة نحو استخدام الإنترنت في التعليم أجريت الدراسة على عينة من طلبة الدراسات العليا في الجامعة الأردنية، تكونت من (٣٥٠) مفردة من

الجنسين. وخلصت الدراسة الى أن غالبية الطلبة يستخدمون الإنترنت للإطلاع على البحوث العلمية، وأن طلبة التخصصات العلمية لديهم اتجاهات أكثر ايجابية من طلبة التخصصات الإنسانية، وأن وجود الخبرة في استخدام الإنترنت وتوفر الأجهزة الحاسوبية يرتبط ايجابياً نحو الإنترنت.

١٧- **دراسة (الخليفي: ٢٠٠٢)** عن تأثير الإنترنت في المجتمع هدفت الدراسة إلى تفصي فوائد شبكة الإنترنت وسلبياتها. وخلصت الى أن معظم أفراد مجتمع الدراسة (٩١.٧%) لديهم رغبة في استخدام الإنترنت، وتركزت أهم استخداماتها في الاستفادة من أغراض الاتصال، وتبادل المعلومات مع الآخرين، والبحث عن المعلومات، والترفيه والتسلية. وتمثلت سلبيات شبكة الإنترنت في على الغزو الثقافي، ومشاكل اجتماعية وأخلاقية، وصحية بكثرة استخدامها.

١٨- **دراسة (عبيدات: ٢٠٠٣)** عن الفضائيات والإنترنت معالجة السلبيات لدى الناشئة تعزيزاً للايجابيات، هدفت الدراسة الى التعرف على اتجاهات الطلبة في دول الخليج العربي نحو استخدامات الفضائيات والإنترنت، وأجريت الدراسة على عينة تتكون من (٥٣٩) مفردة من الجنسين. وخلصت الدراسة إلى وجود أخطار اجتماعية لاستخدام الإنترنت والفضائيات من قبل الشباب الخليجي، تتمثل في العزلة، وضعف العلاقات الاجتماعية.

١٩- **دراسة (الشامي: ٢٠٠٤)** عن استخدام الشباب الجامعي اليمني للإنترنت، أجريت الدراسة على عينة تتكون من (٤٠٠) مفردة من الشباب الجامعي. وخلصت الدراسة إلى أن استخدام الإنترنت من قبل أفراد العينة كان بدافع الحصول على المعلومات، واستخدام البريد الالكتروني، ثم لقراءة الصحف والمجلات. وان اتجاهاتهم نحو منافع استخدام الإنترنت اتسمت بالاجيائية، وبخاصة ما يتعلق بكونها من أهم الوسائل المساعدة في إنجاز الأبحاث العلمية، ووسيلة للتواصل مع العالم الخارجي، وثقافية لإجراء حوارات عالمية، ووسيلة لمعرفة أهم ما يحدث في العالم.

٢٠- **دراسة (منصور: ٢٠٠٤)** عن استخدام الإنترنت ودوافعها لدى طلاب جامعة البحرين هدفت الدراسة إلى التعرف على دوافع استخدام الإنترنت لدى طلاب جامعة البحرين، وطبقت الدراسة على عينة تتكون من (٣٣٠) مفردة من طلاب جامعة البحرين. وخلصت الدراسة إلى أن (٨٤.٣%) من العينة خدمة البريد الالكتروني تأتي في المرتبة الأولى لدى مستخدمي الانترنت من طلاب جامعة البحرين، ولم تشر الدراسة إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية في كل مجالات دوافع استخدام الإنترنت، كما وجدت فروق دالة إحصائية في مجال الاندماج الاجتماعي والشخصي لمتغير مدة استخدام الإنترنت لصالح مستخدمي الإنترنت لأكثر من ثلاث ساعات.

٢١- **دراسة (ساري: ٢٠٠٥)** عن ثقافة الإنترنت دراسة في التواصل الاجتماعي، هدفت الدراسة إلى التعرف على التأثيرات الايجابية والسلبية على حد سواء، وطبقت الدراسة عينة من شباب قطر (مدينة الدوحة) تكونت من (٤٧٢) مفردة من الجنسين، وتميزت بشموليتها وتوسعها في المجال المعرفي، بما يخص تكنولوجيا المعلومات، سواء من الناحية النظرية أو التطبيقية. وخلصت الدراسة إلى بروز مشكلة العزلة النفسية والاجتماعية الناجمة عن الإدمان على استخدام شبكة الإنترنت، التي توضح في انتشار القلق والتوتر والإحباط، وتدمر أسر الشباب بسبب انشغال أبنائهم بالإنترنت، وخلخلة علاقات الشباب الاجتماعية بعائلاتهم من حيث تدمر الشباب من زيارات الأقارب.

٢٢- **دراسة (اليوسف: ٢٠٠٦)** عن التقنيات الحديثة فوائد وأضرار: دراسة للتأثيرات السلبية على صحة الفرد، هدفت الدراسة التعرف على حالة إدمان استخدام الإنترنت، خلصت الدراسة إلى فقدان السيطرة على النفس، وإهمال الوضع الشخصي، وضعف العلاقات والتواصل في المحيط

الاجتماعي، وأكدت الدراسة على أن خطر إدمان الإنترنت يزداد بين الناس الذين يتمتعون بحق مجاني لدخوله، كحالة طلبة الجامعات.

٢٣- **دراسة (ناي واربنج: ٢٠٠٠)** الإنترنت والمجتمع هدفت الدراسة التعرف على استخدام الإنسان للإنترنت، وخلصت الدراسة إلى أن استخدام الفرد للإنترنت قد ارتفع من خلال زيادة متوسط عدد ساعات الاستخدام بما يؤدي إلى ضعف التواصل والعلاقات الاجتماعية المباشرة بمن حولهم من الأقارب والأصدقاء.

٢٤- **دراسة (كروات وآخرين: ٢٠٠٤)** عن استخدام الإنترنت وعلاقته مع الحياة الاجتماعية والنفسية، خلصت الدراسة إلى أن هناك دلائل يمكن الاعتماد عليها ضمن دراسات إحصائية، وهي أن مستخدمي الإنترنت يصبح لديهم تقلص في الدعم الاجتماعي وفي السعادة، ويزداد لديهم الشعور بالإحباط والابتعاد عن الأنشطة الاجتماعية المحيطة بهم.

٢٥- **دراسة (نيميز وزملاؤه: ٢٠٠٥)** عن الاستخدام المقبول للإنترنت لدى طلاب الجامعة وارتباطه باحترام الذات، فقد خلصت الدراسة إلى أن طلاب الجامعة يستخدمون الإنترنت في كثير من المواقف من أجل الدعم الاجتماعي، والمشاركة الاجتماعية، وأن الدراسة ليست محددة وإنما تختلف من فرد لآخر.

٢٦- **دراسة (المجالي: ٢٠٠٧)** عن استخدام الإنترنت وتأثيره على العلاقات الاجتماعية لدى الشباب الجامعي: دراسة ميداني هدفت الدراسة إلى التعرف على أثر استخدام الإنترنت على العلاقات الاجتماعية لدى الشباب الجامعي في المجتمع الأردني، وأجريت الدراسة على عينة من طلاب جامعة مؤتة تتكون من (٣٢٥) مفردة من الجنسين، خلصت الدراسة إلى أن تأثير استخدام الإنترنت على العلاقات الاجتماعية يزداد في حالة استخدام الطلاب للإنترنت بمفردهم، وكلما زاد عدد ساعات الاستخدام اليومي. كما أشارت الدراسة إلى أن أكثر استخدامات الإنترنت غايات علمية وبحثية، وتتم في معظمها داخل الحرم الجامعي. وأشارت إلى وجود علاقة لتأثير استخدام الإنترنت على العلاقات الاجتماعية وبعض المتغيرات النوعية، كالجنس، والعمر، ونوع الكلية، والمستوى الدراسي، والدخل الشهري لأسر المبحوثين.

ومن الاستعراض للدراسات السابقة عدم وجود اتفاق، وانسجام في نتائجها حول استخدام الإنترنت والتأثيرات على العلاقات الاجتماعية، حيث أغفلت بعض هذه الدراسات، دراسة التأثير الاجتماعي لتقنية على الشباب، الأكثر تعرضاً وتأثراً بالتقنيات الحديثة، وما تحدثه من تأثيرات اجتماعية وثقافية، سواء أكان إيجابياً أم سلبياً. فالدراسات لم تتطرق إلى التأثير والارتباط المباشر لاستخدام الإنترنت على سلوكيات الفرد، وعلاقاته الاجتماعية، ولم تقم بقياس مدى علاقة استخدام الإنترنت ببعض الأنشطة الاجتماعية على مستوى الأسرة، والأقرباء، والأصدقاء.

■ مشكلة الدراسة:

يتفاوت مفهوم الإنترنت ومعناها إلى حد كبير من شخص إلى آخر، حيث أصبح مفهومها ومعناه يعتمد بشكل كبير على الدوافع والأسباب التي تدفع الشخص إلى استخدام الإنترنت، فالشبكة العالمية تعني للأفراد العديد من الأشياء فهي شبكة اتصال وفي نفس الوقت مصدر للمعلومات ووسيلة ترفيهية وغيرها كثير. وهذا يؤدي بنا إلى تحديد إشكالية الدراسة في الدوافع التي يجدها مستخدميها بها ولا يجدوه في الوسائل الإعلامية الأخرى حيث تكمن مشكلة الدراسة في التعرف على مدى استخدامات الأطباء لشبكة المعلومات الدولية " الإنترنت" والاشباع المتحققة منها.

وذلك من خلال دراسة ميدانية على عينة من أطباء الامتياز في مستشفيات المملكة العربية السعودية.

■ أهمية الدراسة:

الانترنت بدأت كنظام غير تجاري لايهدف إلى تحقيق الربح وتوفير خدماتها للعاملين في الجوانب التجارية، والعلمية في الجامعات والمعاهد العلمية (طابع: ٢٠٠٠) وبقي هذا الوضع على ما هو عليه طوال فترة السبعينيات والثمانينيات الميلادية من القرن المنصرم. ولكن مع بداية التسعينيات الميلادية اختلف الوضع وتحولت شبكة الانترنت إلى الأنشطة التجارية، وبدأت الشركات الكبيرة والصغيرة تستفيد منها من خلال عرضها أو تسويق بضائعها ومنتجاتها من أجل الحصول على عملاء جدد، ودخل وسطاء في الانترنت من أجل تقديمها للخدمة، حيث تزايد عدد الشركات والمؤسسات التي تقدم خدمة الانترنت في العديد من الدول من أجل توفير خدمة الانترنت والذي توفر خدمة الاتصال بالانترنت لكل من أفراد الجمهور والشركات، وقد بدأت تلك الشركات التي توفر الخدمة بتحصيل الرسوم من المشتركين في شبكة الاتصال العالمية على أساس الساعة التي كان يتراوح سعرها من (٢-١) دولار اريكي (kahin: ١٩٩٥) ولكن هذا الوضع ما لبث أن تغير بطريقة سريعة، حيث أصبحت الشركات تحصل على قيمة اشتراك ثابتة مع توفير الفرصة للمشاركين لاستخدام الانترنت ولعدد غير محدد من الساعات. ويرى (طالع: ٢٠٠٠) أن الانترنت تعد في الأساس مؤتمر دولي كبيرا أو حلقة كبيرة أو وسيلة ترفيه أو تسلية أو نظام ضخم للبريد. والانترنت يختلف حسب الاستخدام له فهو يعد مصدر للمعلومات في جميع الجوانب التعليمية والترفيهية، وهو وسيلة رخيصة للاتصال السريع من خلال البريد الالكتروني والذي تعد من أهم استخدام الانترنت كما تشير العديد من الدراسات إلى ذلك.

حيث يشير فيران (Varian: ١٩٩٤) إلى أن البريد الالكتروني يسمح بتوسع دائرة المعارف، وتعد الانترنت حسب رأيه أرخص وسيلة للاتصال من أي وسيلة أخرى مثل الفاكس أو البريد العادي. والبريد الالكتروني يساعد الأفراد على الحصول على الوظائف وعقد الصفقات من خلال استخدام الانترنت، بالإضافة على أهمية البريد الالكتروني فإن الانترنت لها أهمية خاصة لدى الباحثين والعلماء حيث يعتبرونها مصدرهم الحيوي للبيانات والمعلومات. ويمكن استخدامها كوسيلة ترويجية وكوسيلة اتصال بمجموعة من المزايا والتي تشمل العديد من الجوانب حيث تعد وسيلة اتصالية رخصية، وتتضح هذه الميزة عند بعض شركات التجارة التي تتيح نوعاً معيناً من السلع أو الخدمات مثل شركات برامج الكمبيوتر التي تبيع برامجها عبر الانترنت وبعض دور النشر العلمي خاصة في الغرب. وشبكة الاتصال العالمية (الانترنت) تعد من الوسائل المرنة حيث يمكن لمستخدمها إمكانية إجراء التغييرات والتعديلات من خلال فترة قصيرة من الزمن. وهذه المرونة إتاحة للشركات الفرصة لإجراء التغييرات والتعديلات والإصلاح لتلك الشركات، البرامج التي أنتجتها وتبين وجود خلل فيها على مدار الساعة، في حين أن هذه الخاصية لا تتوفر في وسائل الإعلام الأخرى وخاصة التلفزيون الذي يحتاج إلى فترة طويلة من أجل حجز أوقات إعلانية (طالع: ٢٠٠٠). والانترنت تخلق صورة ذهنية جيدة عن الشركات ومواقعها، حيث إن وجود مواقع الشركات على شبكة الانترنت يعطي لها مكانة جيدة وصورة إيجابية. وتعد الانترنت من أهم الاكتشافات الإنسانية في مجال العلم وتطوير القدرات والإمكانات حيث يمكن لمستخدمي شبكة الانترنت الاشتراك في الدورات العلمية والعملية من خلال شبكة الانترنت والحصول على المعلومات والبيانات المعرفية اللازمة. والانترنت تمكن العملاء من التعرف على ردود الأفعال من قبل عملائها عن منتجاتها وخدماتها، حيث تعتمد بعض الشركات إلى وضع صحيفة استفتاء في مواقعها للحصول على رجع الصدى المطلوب وبسرعة حول الخدمات والمنتجات التي تقدمها للجمهور.

ويمكن من خلال شبكة الانترنت البيع والشراء المباشر، وعرض المنتجات الخاصة بها مثل السيارات والكتب والورود وجميع المنتجات والخدمات التي يمكن بيعها عبر الانترنت باستخدام البطاقات الائتمانية. وتساعد الانترنت مستخدميها على الحصول على الخبرة والمعرفة. وحرصت العديد من الجهات الحكومية والمؤسسات والشركات الخاصة في الوطن العربي على ضرورة الاهتمام بالانترنت، حيث ترى فيها وسيلة اتصال فعالة وسريعة، ويمكن استخدامها في عملية التنمية الاجتماعية وزيادة الوعي والمعلومات لدى الأفراد. فتعد وسائل الإعلام والاتصال بشكل عام من الوسائل المهمة في دفع عملية التنمية وزيادة وعي الأفراد بالقضايا التنموية المختلفة (Tagir: ١٩٩٥).

■ أهداف الدراسة:

من خلال تحديد إشكالية الدراسة في الدوافع التي يجدها مستخدميها بها ولا يجدها في الوسائل الإعلامية الأخرى. فإن الدراسة تهدف إلى تحقيق الأهداف التالية والتي من خلالها يمكن تحديد جملة من الدوافع التي تدفع الأفراد إلى استخدام شبكة الانترنت وتؤدي أيضا إلى إشباع تلك الدوافع.

- ١- تهدف الانترنت من خلال استخدامها إلى زيادة الجوانب المعرفية.
- ٢- يهدف أطباء الامتياز من خلال استخدام الانترنت لتقوية التواصل الاجتماعي.
- ٣- تهدف الانترنت إلى تلبية الحاجات الترفيهية لدى أطباء الامتياز في المستشفيات السعودية.
- ٤- تهدف الانترنت إلى كونها مصدر للمعلومات الصحية والطبية لدى أطباء الامتياز في المستشفيات السعودية.

■ أسئلة الدراسة:

وللوصول إلى تحقيق الغاية من الأهداف التي سبقت كان لا بد من تحديد أسئلة الدراسة من أجل الوصول إلى النتائج المرغوبة من الدراسة حتى تصل إلى الغاية التي من أجلها أجريت حيث لا بد من الإجابة على سؤال إشكالية الدراسة الرئيس وهو:

- ما هي الدوافع والإشباع التي تتحقق لمستخدمي الانترنت من أطباء الامتياز في المستشفيات السعودية؟

وللإجابة على هذا السؤال لا بد من الإجابة على الأسئلة التالية:

- ١- هل تزيد الانترنت الجوانب المعرفية لمستخدميها؟
- ٢- كيف تقوي شبكة الانترنت الجوانب الاجتماعية لمستخدميها؟
- ٣- ما هي الجوانب الترفيهية التي يحققها استخدام الانترنت؟
- ٤- هل شبكة الانترنت مصدر للمعلومات الصحية والطبية.

الإطار النظري للدراسة :

المبحث الأول: نموذج الاستخدامات والإشباع

أسهمت دراسة ستيفنسون التي استخدم في تطوير منهجا جديدا لجمع البيانات اسمه (كيو-سورت-Q- Sort) في بداية اكتشاف نموذج الاستخدامات والإشباع، حيث قام وليم ستيفنسون باجراء دراسة شاملة عن مشاعر وأنماط فئات مختلفة من الجمهور، عبر عنها بأفراد نموذجيين تجاه وسائل الاتصال، حيث تطور فكرته من خلال نموده الذي أطلق عليه نموذج اللعب، ويقوم النموذج على فكرة استعمال أجهزة الاتصال كوسيلة للهروب إلى عالم من اللعب، لا يمكن الوصول إليه في الأوقات الأخرى. وأيد بعض الباحثين فكرة نموذج ستيفنسون وعارضه البعض الآخر وانتقدوه. ومن ابرز المنتقدين لنموذج

ستيفنسون ديفيد شاني (David Chary) الذي أشار إلى أن ستيفنسون اخفق في التحرك وراء المستوى الفردي في الوصف. فعلى الرغم من إدراك أهمية التزام الجمهور، إلا أن اهتمامه بالوصول إلى إثبات صحة فكرة نموذج أدى إلى تصور جمهوره كتلة مختلطة من الأفراد فحسب.

نموذج ستيفنسون ساهم في تحديد نموذج الاستخدامات والاشباعات الذي يحصل عليها الجمهور عندما يتعرض لوسائل الإعلام. وقد تواصلت الدراسات والأبحاث حول نموذج الاستخدامات والاشباعات الذي حدده الياهو كاتز (Katz) وجي بلومر (Blumler) كمدخل الأساسي لهذا النموذج وارتبط اسمهما به أكثر من غيرهما، وقد وضعا افتراض لهذا النموذج قائم على أن الجمهور المتلقي لرسائل وسائل الإعلام جمهور نشيط، حيث يقوم بالتعرض لوسائل الإعلام بناء على رغباته وحاجاته التي تلبيها تلك المضامين الإعلامية، والتي تعتمد على خبرة سابقة مع وسائل الإعلام، وقد اعتمد كاتز وزميله في تأطير النموذج على العديد من الدراسات التي أجريت حول الاستخدامات والاشباعات وما تحققت وسائل الإعلام للجمهور، فقد أجريت دراسة على مجموعات سكانية تتدرج من فلاحين في بلدان نامية إلى ربات بيوت في أمريكا، بالرغم من أن هذه الدراسات خضعت لتمحيص والتدقيق حول المنهج الذي تم استخدامه في تحديد تلك الاستعمالات والاشباعات التي تحققها وسائل الإعلام إلا أنها لم تكشف بشكل دقيق عن جميع الحاجات التي يتم إشباعها من التعرض لوسائل الإعلام.

انحصرت الإشكاليات التي أثبتت حول الدراسات التي درست النموذج في بدايته على منهج الفروق الفردية والفئات الاجتماعية في دراسة تأثيرات وسائل الإعلام. ومع ذلك بقيت دراسات كاتز وزميله، الإطارات الأولى للدراسات التي أطرت نموذج الاستخدامات والاشباعات وفتحت الباب أمام الباحثين لاختبار نموذجها بشكل علمي، حيث ركزت ديانا روبنسون (Robinson: ١٩٧٥) في دراستها على المهنيين من أبناء الطبقة العليا. لتكشف النقاب عن بعض الأشخاص الذين يتمتعون بالقدرة على استيعاب المعلومات، سواء كانت هذه المعلومات إيجابية أو سلبية من التلفزيون دون القيام بتفسيرها، وقد اطلقت روبنسون على هذه الفئة تسمية (ممتصو المعلومات) بينما أطلقت مفهوم (الفنانون التحليليون) على مجموعة أخرى شملت الدراسة، وهم حسب رأي الباحثة أولئك الذين يستعملون التلفزيون من أجل زيادة فهمهم لأنفسهم، وللناس الآخرين وللعالم من حولهم. وأشار لورانس ونر (Lawrence: ١٩٧١) إلى أن أحد استعمالات التلفزيون هو الرفقة أو الصحبة. ووجد نيل ونتروب (Neil Weintraub) أن الراديو يجعل المراهقين يشعرون بما يدور حولهم ويساهم بمرور الوقت سريعاً. (Weintraub: ١٩٧١)

واستقصت هرتا هيرزوج أسباب استماع الناس إلى أوبرات الصابون في الراديو، وذلك من خلال دراستها المبكرة عن الاستعمالات والاشباعات لوسائل الإعلام، حيث أجرت الدراسة عن طريق المقابلات المعمقة وتوصلت إلى ثلاثة أسباب تدفع الناس إلى الاستماع إلى أوبرات الصابون عبر الأثير وهي التعويض، وتحقيق الرغبة، والنصيحة.

فالتعويض هو القيام بادوار معينة تحاول من خلالها اتخاذ قرارات مبنية على هذه الأدوار، وتكون هذه الأدوار موافقة لما نفعه من خلال الموافقة المباشرة أو غير المباشرة. فالموافقة المباشرة تأتي من خلال اعتقاد يشير إلى أن ما يفعله الفرد هو الشيء الصحيح، بينما الموافقة غير المباشرة تأتي من المعرفة المسبقة من أن الآخرين يفعلون نفس الأشياء التي يفعلها الفرد، ومن خلال ذلك فإن الإعلانات والاستماع لها ومشاهدتها تقدم شكلاً من أشكال الموافقة غير المباشرة.

تحقيق الرغبة وهي نظرة الجمهور للوسائل الإعلامية، فمن خلال تلك النظرة يشعر الفرد بأن الأشياء التي تنقلها وسائل الإعلام تحدث ولكنه لا يعيشها في الواقع، وحينما يشعر المتلقي بمضامين وسائل الإعلام فإنه يلجأ إلى معايشة تلك الأحداث من خلال خياله وحياة الناس الآخرين. وقد تكون حياة

هؤلاء المتلقين لمضامين وسائل الإعلام بغیضة، وكئيبة، أو روتينية مملة، وليس لديهم الرغبة في تغيير تلك البيئة، أو تغيير أسلوب حياتهم، وإنما تعرضهم ببساطة لمضامين وسائل الإعلام تهیئ لهم الفرصة للاستغراق في الخيال.

النصيحة وهي سعي المتلقي للبحث عن حلول جاهزة من خلال ما تعرضه مضامين وسائل الإعلام إزاء المواقف والظروف المختلفة التي يواجهها، وتكون مماثلة لما شاهده عبر وسائل الإعلام. وتوصلت العديد من الدراسات التي ركزت على نموذج الاستخدامات والاشباع في أخبار التلفزيون إلى أن تلك الأخبار التلفزيونية تؤدي على إشباع نسبي لفئة من جمهور وسائل الإعلام. وصنف مارك ليفي (MarkLevy) خمس مجالات مختلفة لنموذج الاستخدامات والاشباع التي تعرض وسائل الإعلام، وهذه المجالات تتضمن المراقبة وإعادة الطمأنينة وهذا المجال تمثله سلوك الأفراد ومراقبتهم للبيئة من حولهم، أما المجال الآخر الذي عرفه بالتوجيه المعرفي يعتمد على مقارنة الأفكار من قبل المشاهدين مع ما يقوله المعلقون مما يجعلهم على اتصال بالعالم، ويتعلق المجال الثالث الذي أطلق عليه الاستيلاءات، وهو يشير إلى أن برامج التلفزيون الإخبارية تحاول أن تجعل الأشياء تبدو أكثر دراماتيكية وإثارة مما هي في الحقيقة، ويشتمل المجال الرابع على التوجيه العاطفي الذي يلجأ فيه جمهور وسائل الإعلام إلى التعرض لمضامين إعلامية تساعدهم على الاسترخاء من أجل الهروب من الحياة المتعبة.

أما المجال الخامس فهو التسلية حيث تصبح الأخبار عبر وسائل الإعلام أكثر تقبل من الأخبار الجافة، وذلك ناتج عن أن مذيعو التلفزيون الإخباريون يؤدون بعض السلوكيات التي تجعل الأخبار الجافة أكثر تقبلاً.

ومن الواضح أن التصنيفات التي أوردها ليفي ما هي إلا عبارة عن الوظائف الإعلامية التي تقوم بها وسائل الإعلام، حيث تقوم وسائل الإعلام المختلفة على العديد من الوظائف منها مراقبة البيئة، والتوجيه، والتسلية، والاسترخاء والإساءات جميعها تدخل في وظائف الإعلام إذا لم تكن الركن الرئيس فيها.

يقوم نموذج الاستخدامات والاشباع على أساس المدخل الوظيفي الذي يعتمد على أن تحديد وسائل الإعلام في المجتمع يتم من خلال استخدامات الجمهور لهذه الوسائل، وأن تأثير وسائل الإعلام يتوقف على طبيعة الجمهور والظروف الاتصالية وتأثير الجماعة، بالإضافة إلى التأثير الذي تتركه الدوافع والحاجات والفروق الفردية والعوامل الديموغرافية (كامل: ٢٠٠٠). ومن المعروف أن نموذج الاستخدامات والاشباع يهتم بدراسة الاتصال الجماهيري دراسة وظيفة منظمة، ويشير مكاوي وآخرون أنه في عقد الأربعينيات من القرن الماضي أدى إدراك الفروق الفردية والتباين الاجتماعي إلى إدراك السلوك المرتبط بوسائل الإعلام من منظور جديد للعلاقة بين الجمهور ووسائل الإعلام (مكاوي وآخرون: ١٩٩٨)، حيث أدى التحول إلى اعتبار الجمهور جمهور فاعل ونشط ومشارك، وقادرة على انتقاء الرسائل ذات المضامين المفضلة لديه من المضامين الإعلامية التي تعرضها وسائل الإعلام، وقد كانت الرؤية السابقة للجمهور رؤية سلبية. وهذه الرؤية تشكلت نتيجة للنظريات السابقة التي ساهمت في رسم صورة سلبية للجمهور، مثل نظرية الآثار الموحدة أو الرصاصة السحرية، حيث تنظر تلك النظرية إلى الجمهور على اعتباره كائنات سلبية ومنفصلة وتتصرف بناء على نسق واحد.

يذكر ديفليور وروكينس (١٩٩٣) أنه من غير المعقول إهمال الدور القوي للمتغيرات في المعرفة والإدراك والثقافات الفرعية، فلم يعد ممكناً فهم الجمهور عبر النظريات السابقة. ويشير دبرتر وتانكرد (١٩٨٨) إلى أن البحث في أنواع الاحتياجات التي يحققها استخدام وسائل الإعلام، بدأ منذ وقت مبكر

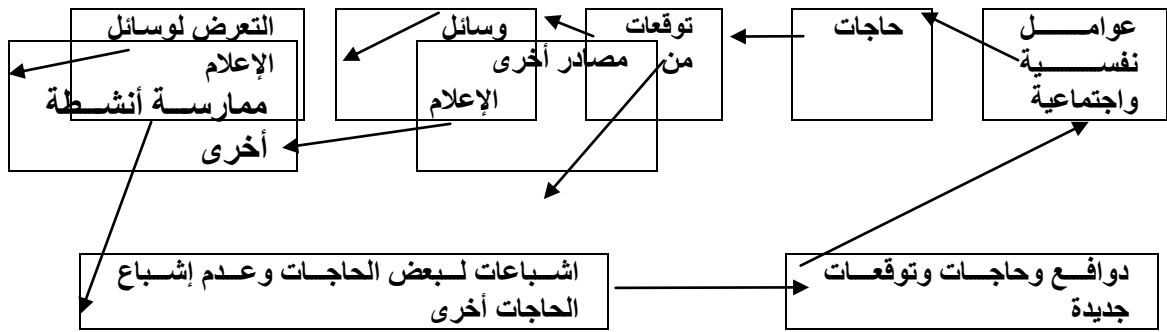
في الثلاثينيات من القرن الماضي، حينما قام عديد من الباحثين بأجراء العديد من الدراسات تتناول هذا المنظور على قراءة الكتب والمسلسلات الإذاعية والصحف اليومية، والموسيقى الشعبية، وأفلام السينما، والتي تهدف في الأساس إلى الوقوف على أسباب استخدام الناس لوسائل الإعلام. وبعد الحرب العالمية الثانية توفر كم هائل من المعلومات حول نموذج الاستخدامات والاشباعات لوسائل الإعلام. واستمر الاهتمام بالدراسات والأبحاث التي تتناول هذا الموضوع في الأربعينيات وخاصة في دراسات لازرسفيلد، وستاتون، وبيرلسون، وخلال الخمسينيات في أعمال، ويليز، وفريديسون، وساك كوبي، وفي الستينيات في أعمال شرام، وليل وباركر. ونموذج الاستخدامات والاشباعات يقدم مجموعة من المفاهيم والمعطيات التي تؤكد على أن أنماط تعرض الأفراد لوسائل الإعلام تعد أكثر قوة من المتغيرات الاجتماعية والسكانية والشخصية (ابوإصبع: ١٩٩٥).

يذكر أولستاين وزملاؤه (١٩٨٩) أن تأسيس نموذج الاستخدامات والاشباعات جاء كرد فعل لمفهوم (قوة وسائل الإعلام الطاغية) وهذا النموذج يضيف صفة الايجابية على جمهور وسائل الإعلام، فمن خلاله لم يعد الجمهور مجرد مستقبل سلبي لرسائل وسائل الإعلام، بل أصبح الجمهور واعي ونشط يختار بوعي وسائل الإعلام التي يرغب التعرض لها، بالإضافة إلى نوع المضمون الذي يلبي حاجاتهم النفسية والاجتماعية من قنوات المعلومات والترفيه المتاحة. ويرى كاتز وزملاؤه أن نموذج الاستخدامات والاشباعات يعتمد على خمسة عوامل من أجل تحقيق ثلاثة أهداف رئيسية، وهذه العوامل تتضمن ما يلي:

- ١- جمهور وسائل الإعلام جمهور مشارك فعال في عملية الاتصال الجماهيري، وهو يستخدم وسائل الإعلام من أجل تحقيق أهداف مقصورة تلبي توقعاته.
 - ٢- يعبر استخدام وسائل الإعلام عن الحاجات التي يدرکها الجمهور ويتحكم في ذلك عوامل الفروق الفردية، بالإضافة إلى عوامل التفاعل الاجتماعي، وتتنوع الحاجات باختلاف الأفراد والوسائل الإعلامية.
 - ٣- تؤكد الدراسات السابقة على أن الجمهور يختار الرسائل والمضمون الذي يشبع حاجاته، فالأفراد هم الذين يستخدمون وسائل الإعلام، وليست وسائل الإعلام هي التي تستخدم الأفراد.
 - ٤- الأفراد يستطيعون تحديد حاجاتهم ودوافعهم في الغالب، وبالتالي يختارون الوسائل التي تشبع تلك الحاجات والدوافع.
 - ٥- ومن خلال نموذج الاستخدامات والاشباعات يمكن الاستدلال على المعايير الثقافية السائدة لدى الجمهور لوسائل الإعلام، وليس من خلال محتوى الرسائل فقط.
- وحسب رأي كاتز فإن نموذج الاستخدامات والاشباعات يحقق ثلاثة أهداف رئيسية هي:
- ١- السعي إلى اكتشاف كيفية استخدام الجمهور لوسائل الإعلام، وذلك من خلال النظرة إلى الجمهور النشط الذي يستطيع أن يختار ويستخدم الوسائل التي تشبع حاجاته وتوقعاته.
 - ٢- معرفة دوافع التعرض لوسيلة إعلامية معينة، والتفاعل الذي يحدث نتيجة هذا التعرض.
 - ٣- التكد من أن الهدف الرئيس من استخدام وسائل الإعلام هو فهم عملية الاتصال الجماهيري.
- ويربط الان روبن (Rubin: ١٩٨٥) أهداف كاتز وزملاؤه بمنظور التحليل الوظيفي من خلال التأكيد على نمط السلوك الفردي، بمعنى إن الفرد يكون وحدة التحليل وتكون علاقات الفرد بمحيطه الاجتماعي هي البناء، مع التركيز على ملاحظة سلوك الأفراد عند استخدامهم لوسائل الإعلام لمعرفة الفرد النشط، ويتضح من النتائج نمط السلوك الفردي في علاقته مع كامل وسائل الإعلام، المحتوى والاهتمامات العامة للجمهور والوظائف.

ويعرض روز نجرين (rosengren: ١٩٧٤) العديد من العناصر التي تشكل مدخل لنموذج الاستخدامات والإشباع التي تبدأ من تولد حاجات بجيلوجية ونفسية واجتماعية لدى الفرد، وتتفاعل هذه الحاجات مع الخصائص الفردية، والإطار الاجتماعي المحيط بهد، وينتج عن ذلك مشكلات فردية تختلف في حداثها، وحلول محتملة لتلك المشكلات، وبالتالي حسب رأي روزنجرين تتولد الدوافع لحل المشكلات أو إشباع الحاجات، والتعرض لوسائل الإعلام أو ممارسة أنشطة أخرى، ويؤدي ذلك إلى إشباع أو عدم إشباع الحاجات التي تولدت عند الأفراد، ثم تتولد حاجات إضافية تمر بنفس المراحل السابقة.

ويوضح كاتز وزملاؤه نموذج الاستخدامات والإشباع بالشكل التالي:



من خلال النموذج الذي قدمه كاتز وزملاؤه تتضح الأبعاد التي قام عليها النموذج الخاص بالاستخدامات والإشباع، وذلك من خلال الأبعاد التالية.

- ١- الافتراض يقوم على الجمهور النشط.
- ٢- الأصول النفسية والاجتماعية لا تستخدم وسائل الإعلام.
- ٣- الدوافع الخاصة بالجمهور وحاجاته من وسائل الإعلام.
- ٤- التوقعات من وسائل الإعلام.
- ٥- التعرض لوسائل الإعلام.
- ٦- إشباع وسائل الإعلام.

١- الافتراض للجمهور النشط:

يزعم هوويت (Howitt: ١٩٨٢) أن الباحثين الذين ينظرون إلى النظرية القديمة التي تقوم على أن الجمهور الخاص بوسائل الإعلام جمهوراً سلبياً أمام قوة الرسالة الإعلامية وتأثيرها الفعال واستمر الحال على ذلك حتى ظهر مفهوم الجمهور النشط الذي يبحث عما يريد ويتعرض لما يريد بل أنه يقوم بعملية تحكم في اختيار الوسائل التي تقدم المضامين الإعلامية.

والفضل في اكتشاف الجمهور النشط على يعود إلى المجهودات التي قام بها كاتز وزملاؤه في تحويل الأبحاث التي تناولت وسائل الإعلام من الاهتمام بما تفعله وسائل الإعلام بالناس إلى تركيز الاهتمام بما يفعله الناس بوسائل الإعلام، فمن خلال تلك الأبحاث والدراسات تم إدراك جمهور وسائل الإعلام باعتباره جمهور نشط، وأنه يختار التعرض للوسائل الإعلامية التي تشبع حاجاته وتلبي رغباته ويتعرض للمضمون الذي يتفق مع توقعاته وميوله.

ويؤكد بلومر (Blumler: ١٩٧٩) أن الدافع الأساسي لعنصر النشاط أو الفعالية لدى الجمهور يشير إلى الانتقائية، والاهتمامات الذي يمكن أن يحدث في حالة التعرض لوسائل الإعلام، ويرى ريتشارد هاريس (Harris: ١٩٨٩) إن تأثير وسائل الإعلام يتم من خلال عملية الانتقاء التي تعتمد على الفروق الفردية، حيث يختلف الناس في إدراكهم لمضمون الرسالة الإعلامية، ويختلفون في طبيعة استجاباتهم لها أيضا.

٢- الأصول النفسية والاجتماعية لاستخدامات وسائل الإعلام:

توصل جون استون في دراسته (John Stone: ١٩٧٤) إلى أن أفراد الجمهور لا يتعاملون مع وسائل الإعلام باعتبارهم أفرادا معزولين عن واقعهم الاجتماعي، وإنما يتم ذلك باعتبارهم أعضاء في جماعات اجتماعية منتظمة وأعضاء في بيئة ثقافية واحدة، وتتفق هذه الدراسة مع العديد من الدراسات التي قام بها باحثو نموذج الاستخدامات والشباعات والذين بدورهم يعارضون مصطلح الحشد لتمييز جمهور وسائل الإعلام (مكاوي والسيد: ١٩٩٨). ومن خلال هذه الرؤية فإن العديد من الاحتياجات المرتبطة باستخدام وسائل الإعلام ترتبط بوجود الفرد في بيئة اجتماعية وتفاعله مع هذه البيئة. وأثبتت العديد من الدراسات دور العوامل الديموغرافية والاجتماعية في التعرض لوسائل الإعلام، مثل ارتباط هذا التعرض بالنوع والعمر والمهنة والمستوى التعليمي والاجتماعي والاقتصادي. (السيد: ١٩٩٣).

٣- دوافع تعرض الجمهور لوسائل الإعلام:

اختلفت وجهات النظر حول دوافع الجمهور للتعرض لوسائل الإعلام، فهناك من ينظر إلى الدوافع باعتبارها حالات داخلية يمكن إدراكها من جانب الجمهور، وهذه النظرة ترتبط بنظرية القيمة المتوقعة، حيث تفترض هذه النظرية أن دوافع تعرض الجمهور لوسائل الإعلام يعكس سلوكاً إيجابياً ذا قيمة، وأن الجمهور الذي يتعرض لوسائل الإعلام لديه القدرة على التعبير عن ميوله ورغباته بشكل مباشر، ويسعى إلى إشباع دوافعه من التعرض لمضامين وسائل الإعلام، وهذه النظرية القيمة تقدم الدراسات التي تقيس الإشباع بواسطة دوافع الجمهور وهي تقارن بين دوافع الفرد واستخدام هذه الدوافع للتنبؤ بسلوك التعرض لوسائل الإعلام. (Kippax & Murrey: ١٩٨٠) و (Palmgreene & Raghun : ١٩٨٥)

وفي المقابل تبرز وجهة نظر ثانية ترى أن دوافع الجمهور لا يمكن إدراكها وفهمها بشكل مباشر، ولكن تدرك الدوافع بطريقة غير مباشرة، ومن خلال أنماط السلوك والتفكير للجمهور. (Rubin: ١٩٨٥) بينما تبرز وجهة نظر ثالثة تشير إلى أن دوافع الجمهور للتعرض لمضامين وسائل الإعلام، لا يمكن الوصول إليها عن طريق ما يقرره الجمهور بشكل ذي معنى، فهذه النظرة ترى أن الحاجات الأساسية ربما تؤثر على طريقة تعرض الجمهور لوسائل الإعلام بشكل مباشر، لكن الجمهور لا يمكن أن يدرك هذه الحاجات باعتبارها دوافع للتعرض. وترى هذه الدوافع بأنها نتاج اللاوعي للصراعات غير المحسومة، وهذا النظرة يؤكد عليها ماكجواير (Mcguire: ١٩٧٤) عند مناقشة لمفهوم الدفاع عن الذات باعتباره أحد دوافع التعرض لوسائل الإعلام.

ويتبنى أوستن بارو (Babrow: ١٩٨٨) وجهة نظر أخرى تنطلق من أن سلوك تعرض الجمهور لوسائل الإعلام ليس له أي دافع، وإنما يرتبط السلوك الإنساني غالباً بالتعود أو اللامعقول، وفيها يحدد الجمهور دوافع التعرض على اعتبار أنها تفسير للتعرض بدلا من كونها ناتجا عن حاجات داخلية تدفع لسلوك التعرض.

وبشكل عام فإن الأفكار التي سبق طرحها تؤدي إلى نظرة شاملة لفهم دوافع التعرض لوسائل الاتصال من قبل الجمهور المتلقي لمضامينها وربط ذلك بخبرات الجمهور.

فيربط بارو (Babrow: ١٩٨٨) دوافع تعرض الجمهور لوسائل الإعلام بالأطر التفسيرية، وهو يبني وجهة نظرة على أساس أن خبرات الجمهور لوسائل الإعلام خبرات فعالة وتفسيرية.

٤- التوقعات من وسائل الإعلام:

تعد التوقعات سببا في عملية التعرض لوسائل الإعلام، ومن الطبيعي أن تختلف توقعات الأفراد من وسائل الإعلام طبقا للفروق الفردية والاختلافات الثقافية، وتوصل إدلستاين وزملاؤه (Edelstein.etal: ١٩٨٩) في دراستهم على توقعات طلاب الجامعة في مجتمعات الولايات المتحدة الأمريكية وألمانيا واليابان وهونج كونج من وسائل الإعلام، إلى زيادة توقع الاشباع من استخدام الصحف والتلفزيون، في مقابل قلة الاشباع من الأفلام الروائية والتقارير الرسمية، وكشف الباحثون اختلافا في توقعات الطلاب تعكس الثقافة السائدة في المجتمع، فالطلاب في الجامعات الألمانية يستخدمون وسائل الراديو والمصادر التعليمية والتقارير الرسمية بنسبة أكبر من أقرانهم في الجامعات الأخرى التي شملتها الدراسة، كما يستخدمون الكتب والملاحظات الشخصية بشكل أكبر من الطلاب في المجتمعات الأخرى عند مواجهة مشكلة ما، وتوقعاتهم لحل هذه المشكلة من مصادر مختلفة.

٥- التعرض لوسائل الإعلام:

يرى بعض الباحثين أن زيادة تعرض الجمهور لوسائل الإعلام دليلاً على نشاطه، (Swanson: ١٩٨٧) وتشير نتائج بعض الدراسات إلى وجود علاقة ارتباط بين البحث عن الاشباع، والتعرض لوسائل الإعلام، وكشفت دراسات أجريت في الولايات المتحدة عن وجود ارتباط قوي بين الاستماع للبرامج الجادة ومستوى التعليم، وارتباطاً إيجابياً بين مقدرة الفرد الذهنية، ودرجة استيعابه للرسالة الاتصالية. وترى جيهان رشتي أن الأطفال يفضلون المواد الترفيهية أكثر من المواد الجادة بينما يفضل الكبار الموضوعات الواقعية والجادة أكثر من المضمون الخيالي (رشتي: ١٩٧٨).

٦- إشباع وسائل الإعلام:

طبقا لنموذج الاستخدامات والاشباع، يتم وصف الجمهور المتلقي لمضامين وسائل الإعلام باعتبارهم مدفوعين بمؤثرات نفسية واجتماعية لاستخدام هذه الوسائل من أجل الحصول على نتائج خاصة يطلق عليها الاشباع.

وقد أولت الدراسات الخاصة بهذا النموذج منذ بدايته التمييز بين الاشباع التي يبحث عنها الجمهور من تعرضه لوسائل الإعلام، والاشباع التي تتحقق بالفعل، ويشير سوانسون (Swanson: ١٩٨٧) إلى أنه يمكن ربط مضمون الرسالة بالإشباع المتحققة، فالبرامج ذات المضمون الدرامي والترفيهي، كما يمكن أن تحقق إشباع التنفيس الذي يتمثل في خبرات الاستثارة والتخلص من التوتر والقلق والهروب من المشكلات اليومية. بينما أن البرامج الإخبارية والمعلوماتية والشئون الجارية، يمكن أن تحقق إشباع مراقبة البيئة الذي يتمثل في الحصول على المعلومات والخبرات والمهارات، وهو بذلك يشير إلى الوظائف الإعلامية التي تقوم بها وسائل الإعلام.

يرى لورانس وينر (Wenner: ١٩٨٥) وجود فرق بين نوعين من الإشباع المتحقق من التعرض لوسائل الإعلام، فإشباع المحتوى، الذي يشير إلى النتائج من التعرض لوسائل الإعلام، وهي تنقسم حسب رأي لورانس وينر إلى قسمين أو نوعين: النوع الأول إشباع توجيهي ويتمثل في مراقبة البيئة والحصول على المعلومات، أما النوع الثاني: فهو إشباع اجتماعي يقصد به ربط المعلومات التي يحصل عليها الفرد بواسطة شبكة علاقاته الاجتماعية.

كما يوجد اشباعات عملية تنتج عن عملية الاتصال والارتباط بوسيلة محددة ولا ترتبط مباشرة بخصائص الرسالة، وهي حسب رأي لورانس وينر تنقسم إلى نوعين أيضاً: يتناول النوع الأول: اشباعات شبه توجيهية وتتحقق من الإحساس بالتوتر والدفاع عن الذات، وتنعكس في برامج التسلية والترفيه والإثارة، بينما يقصد في النوع الثاني من الاشباعات العملية: الاشباعات شبه الاجتماعية وتتحقق بواسطة التوحد مع شخصيات وسائل الإعلام، ويزيد هذا النوع من الاشباعات مع زيادة ضعف علاقات الفرد الاجتماعية وإحساسه بالعزلة الاجتماعية.

المبحث الثاني: بدايات الانترنت

لا يوجد اختلاف بين الباحثين في مجال الاعلام والاتصال بأن الانترنت تعد اسرع وسيلة إعلامية اتصالية في العالم من حيث الانتشار والاستخدام بين الأفراد وذلك لكونها، وسيلة فسيحة ورحبة ومتغيرة على الدوام، ولا أحد يستطيع أن يسيطر عليها أو يغوص في أعماقها من أجل سبر أغوارها، ولا أحد يعرف كل شيء عنها لأنها تتغير كل يوم. وتعد الانترنت الثورة العلمية الجديدة في مجال الاتصال والتكنولوجيا النصف الثاني من القرن المنصرم، فقد أدت التطورات التكنولوجية المتلاحقة والسريعة إلى تغيرات جذرية في نمط الحياة الإنسان، مما أدى إلى التأثير على الهيكل الذي قامت عليه مكونات الاقتصاد والسياسة والاجتماع والنفوس (شمو: ١٩٩٩)، واستقرت عليه حياته فترة طويلة من الزمن، وذلك منذ بداية الثورة الصناعية وثورة الاتصالات والمعلومات الذي شهدها العالم خلال القرن التاسع عشر، فبالرغم من الثورة العنيفة التي مر بها المجتمع الإنساني نتيجة الثورات التكنولوجية والاتصالية والصناعية والهندسية، فإنه لم يضطرب ويهتز بمثل ما اضطرب واهتز في النصف الثاني من القرن العشرين، فقد شهد النصف الثاني من القرن العشرين ولادة شبكة الاتصال العالمية المعروفة بالانترنت أو الشبكة العنكبوتية.

وبالرغم من التسلسل المنطقي الذي شهدته وسائل الإعلام الأخرى في إلا أنها لم تحقق السرعة والتطور الذي شهدته شبكة الانترنت العالمية. فالراديو بدأ خدماته بالشكل الذي تعرفه بعد أن تدرج في سلم البحث العلمي، ومر بالعديد من المراحل التطويرية والتجارب التقنية، ومنذ أن اكتشف (موريس) التجراف الذي كان يبيت إشاراته، ورموزه على شكل نقاط ورموز وخطوط تسير من نقطة إلى أخرى عبر خط سلكي ثم عقبه (جراهام بل) الذي طور الاكتشاف على إرسال الصوت بدلاً من الإشارات والرموز عبر خط سلكي. وبقيت الجهود البحثية في تواصل مستمر إلى أن جاء (لازويل) الذي استبدل خط السلك بنظام يستطيع أن يحول الإشارات والنقاط والخطوط إلى موجات كهرومغناطيسية ترسل عبر الفضاء، ولكن لازويل لم يستطع بلورة نظريته بالشكل المطلوب، حيث توفي قبل أن يكملها ويطبّقها. وبعد وفاته تابع (هيرز) الألماني إجراء التجارب على نظرية (لازويل) ونجح في ذلك. ثم تطور (ماركوني) جهودات العلماء السابقين بالشكل النهائي للراديو، واستطاع أن يرسل الإشارات عبر الهواء، وحينما أعلن (ماركوني) عن اختراعه سنة ١٨٩٦م. فإن (موريس) بدأ التلغراف السلكي سنة ١٨٤٤م. وحينما تقارن بين التاريخين يتضح أن رحلة اكتشاف الراديو استغرقت (٥٢) سنة، ولم يلحظ المجتمع ثورة الإذاعة بشكل سريع، بل أنه تابع مراحل اكتشافها مرحلة مرحلة، وكان يتهيأ بين كل مرحلة وأخرى لاستقبال المرحلة التي تليها، وحتى بعد النجاح الذي حققه اكتشاف الإذاعة وإرسال الموجات عبر الأثير، إلا أنه لم تبدأ الخدمات الإذاعية إلا سنة ١٩٢٠م. وخلال تلك الفترة مرت الإذاعة بالعديد من المراحل والتجارب.

وما ينطبق على تطور الراديو في مراحل اكتشافه ينطبق على الوسائل الإعلامية الأخرى كالتلفزيون والسينما، والتصوير الفوتوغرافي والطباعة، فقد مرت تلك الوسائل في تطورها منذ بداياتها الأولى فترات طويلة من البحث العلمي، والتجارب المخبرية، وكان المجتمع الإنساني في العالم ينتبع التقدم

الذي يحدث في مجال الاتصالات لحظة بلحظة ويتعايش معه، فلم يحدث التليفزيون الابيض والاسود مفاجأة في الثلاثينيات، ولا بتحسين الصورة بعد الحرب، ولا بإدخال التلوين على الصورة. هذه التطورات حدثت بسرعة معقولة وبتدرج منطقي، ولم يصدم الجمهور بما حدث فيها من طفرات وتطورات.

بدأ الاهتمام بالعلوم التقنية والاتصالية وغزو الفضاء، بعد المنافسة الحادة بين الشرق والغرب، حينما بدأ الاتحاد السوفيتي السابق بإطلاق أول قمر فضائي سنة ١٩٥٧م، الذي يعرف بقمر سيوتنيك (SoutnikSatellite) وتأثراً بوجهة النظر المرتبطة بمفهوم الشبكات العلمية. بدأت شبكة أربانت (Advanced Research Project Agency Network) أو وكالة مشروعات الأبحاث المتطورة، التابعة لوزارة الدفاع الأمريكية، وكان الهدف المعلن إتاحة الفرصة للعلماء والباحثين لتبادل المعلومات ونتائج التجارب العلمية، كما أنها تهدف الى تيسير التعاون في الأبحاث العلمية التي يقدمها خبراء وزارة الدفاع الأمريكية، فيما بينهم أو المتعاونين معها في مراكز الأبحاث التابعة للجامعات من أجل إجراء دراسات وبحوث متنوعة، والربط بالحاسبات الإلية القليلة في ذلك الوقت والموجودة في مراكز الأبحاث التابع لبعض الجامعات من أجل التواصل مع بعضها من خلال هذه الشبكة من الحاسبات الأولية.

والانترنت فكرة ولدت في داخل وزارة الدفاع الأمريكية سنة ١٩٦٩م، والأجهزة الحكومية ومراكز الأبحاث التابعة لها، يشير (ركارد) إلى أن الهدف الأساسي لبداية الانترنت كشبكة في أحضان وزارة الدفاع الأمريكية ومختبراتها، هو تأمين وسرعة الاتصال بين الأجهزة الحكومية بالوزارة حيث شهدت فترة الستينيات من القرن العشرين الحرب الباردة بين الشرق في زعامة الاتحاد السوفيتي، والغرب بقيادة الولايات المتحدة الأمريكية. (Rickard: ١٩٩٥) كما شهدت هذه الفترة أزمة الصواريخ السوفيتية في كوبا، وبات العالم على وشك اندلاع حرب عالمية نووية بين المعسكرين الشرقي والغربي؛ ولأن كوبا قريبة من المدن الأمريكية، وفي حال نشوب حرب عالمية فإن المدن الأمريكية سوف تتأثر بشكل كبير (المشبحتي: ٢٠٠٠) الأمر الذي سيؤدي إلى تدمير كافة مرافق الاتصالات في الولايات المتحدة الأمريكية، فسعت وزارة الدفاع الأمريكية إلى ربط مختلف المناطق الأمريكية بشبكة اتصالات قوية وأمنة، وقادرة على العمل في اشد الظروف وأصعبها. قادرة على أن تعمل في حالة تدمير شبكات الاتصالات الرئيسية ولديها القدرة على ربط مختلف الولايات المتحدة الأمريكية ببعضها وربط مراكز القيادة العسكرية والمدنية الأمريكية.

ربطت مؤسسة العلوم القومية مجموعة من الحاسبات الالكترونية الكبيرة (NSF) في مراكز الأبحاث والجامعات بتلك الأجهزة، من أجل تمرير الرسائل وأحزمة من الملفات والوثائق بين مختلف الشبكات، وخلال فترة الستينيات والسبعينيات بدأت الشبكة بالعمل كحقل تجريبي بين المعاهد ومراكز الأبحاث الأمريكية إلى بداية الثمانينيات الميلادية حيث تم إجراء العديد من التجارب، وتنفيذ الكثير من الخطط والمشروعات والدراسات التي تهدف الى تحسين عمل الشبكة وربطها في مختلف المراكز الأساسية، فطور ما يسمى بنظام التحكم للإرسال، نظام الانترنت، (Transmission Control Protocol Internet Protocol (TCP/IP) عام ١٩٨٣م، وهذا النظام تم تطويره في أحضان شبكة وكالة المشروعات المتطورة، خلال فترة السبعينيات والذي عمل كنظام تحكم للشبكة، وعرض هذا البرنامج في مختلف وسائل الإعلام والاتصال مثل الأقمار الصناعية والراديو والتلفزيون والهاتف عبر استخدام رزم صغيرة من المحولات التي تستطيع أن تتعامل مع نظام (Unix Berkeley) في أوساط مجتمع الجامعات والمعاهد ومراكز الأبحاث والذي يتم تداوله مجاناً.

ويعد عام ١٩٨٣م، البداية الحقيقية لانطلاق شبكة الانترنت، حيث لاتستطيع أي شبكة أن تعمل الا باستخدام نظام التحكم للإرسال أو نظام الانترنت (TCP/IP) من أجل الارتباط بالشبكة أو التوصل إلى شبكة المعلومات، وأسفرت نتائج الدراسات التي أجريت في جامعة كاليفورنيا بركلي (Berkeley) على أجهزة الكمبيوتر الى اختراع نظام تشغيل حر يطلق عليه (Unixi Milstd.Bsd) حيث ضمن هذا المشروع الاستخدام الواسع لأنظمة البروتوكولات (TCP/IP) وعمليا بدأ التزاوج والتبني بين نظام (Unixi) والانترنت عام ١٩٨٣م. وانشأت وزارة الدفاع الأمريكية أقسام مختلفة غير مبنية من شبكة المعلومات الدفاعية التي تعد البداية والأساس لإنشاء شبكة (Mil net) إحدى الشركات التابعة لوزارة الدفاع الأمريكية، حيث انفصلت هذه الشبكة الجديدة عن الشبكة (APRA Riet) لأول مرة كشبكة غير تجريبية، واستطاعت أن تفتح أبوابها عبر وكالة الاتصالات الدفاعية الأمريكية لمختلف المراكز البحثية والجامعات الأمريكية.

الاستعراض السابق لبداية الانترنت يشير الى أنها استغرقت أربعة عشرة سنة، وهي حبيسة دهاليز وزارة الدفاع الأمريكية، ومراكز الأبحاث التابعة لها، ومع ظهور خدماتها للجمهور كشبكة فعالة غير ربحية، ظلت تخدم الأغراض العسكرية أكثر من الأهداف المدنية. ويرى شمو أنه بعد عشرين سنة من ظهور الانترنت في وزارة الدفاع الأمريكية ظهرت الحاجة الماسة إلى استخدام نفس الشبكات لأغراض تجارية يستفيد منها الأفراد والمؤسسات والشركات، ومع وجود المعارضين لفتح شبكة الانترنت أمام الجمهور، وعدم ارتياح (NSF) لهذا التطور، إلا أن الشركات التجارية استطاعت من خلال نفوذها داخل الحكومة الفيدرالية، وقناعات بعض الرسميين في دوائر الحكومة الأمريكية أن تفتح المجال للاستخدام التجاري للشبكة محليا وعالمياً.

فشبكة الانترنت لم تكن مفتوحة للزوار من خارج العاملين في المؤسسات العسكرية أو المؤسسات أو الشركات أو الوكالات ومراكز الأبحاث التابعة لها والمتعامل معها قبل عام ١٩٨٤م، وتحت الضغط من المؤسسات التعليمية في المجتمع غير متعاونة مع وزارة الدفاع سعت جمعية العلوم الوطنية الأمريكية (NSF) إلى إنشاء شبكة لربط الأبحاث والعلماء والمؤسسات الأكاديمية العلمية الأمريكية مع بعضها، وفي بداية عام ١٩٨٥م أسست الجمعية مجموعة من مراكز أجهزة الحاسبات الآلية في ست جامعات، ومراكز أبحاث مختلفة في الولايات المتحدة الأمريكية، وتهدف الجمعية الوطنية للعلوم من هذا المشروع الى إعطاء الفرصة لمراكز الأبحاث العلمية في الجامعات الأمريكية لتسهيل تداول المعلومات والأبحاث العلمية عبر هذه الأجهزة.

عرضت الجمعية الوطنية للعلوم شبكة بقوة (٥٦KBPS) عام ١٩٨٦م، سميت (NSFnet)، وفي سنة ١٩٨٧م، عقدت الجمعية اتفاقية مع مؤسسة (Merit) وهي مؤسسة أمريكية غير ربحية لربط إحدى عشرة مدينة أمريكية، وأعطت هذه المؤسسة المقولة لشركتين هما (MCI و IBM) حيث تم إنشاء شركة موحدة من الشركتين تحت اسم شركة خدمات الشبكة المتطورة. (Advanced Network Services) ومن خلال تلك الشركة الموحدة استطاعت الكثير من الجامعات ومراكز الأبحاث والدراسات الارتباط بالشبكة. وتطورت شبكة NSF net والتي ولدت من الشبكة. APPA .net

وفي سنة ١٩٨٦م استطاعت شبكة (NSF net) ربط الجامعات والمعاهد ومراكز الدراسات والأبحاث والأفراد بشبكة من الاتصالات تساعدهم بالتواصل مع الآخرين، ويشير الباحثون الى أن نهاية الثمانينات الميلادية من القرن المنصرم، لم تكن هناك شبكة انترنت بالمعنى المقصود، ولكن استطاعت الجامعات الأمريكية، والمؤسسات التعليمية أن تدخل إلى نظام الشبكة المعلوماتية عن طريق تعاملها مع الانترنت، حيث برزت فوائد كبيرة لاستخدام الشبكة لنقل المعلومات والوثائق

وتبادل الرسائل عبر البريد الإلكتروني (ei:mai)، بالإضافة إلى إيجاد مجموعات نقاش في مختلف مجالات الحياة، كما ربطت الشركة بعد فترة قصيرة أكثر من ثلاثة عشرة موقعاً جديداً، وأن تحمل أكثر من (١٥٢) مليون من الملفات والمعلومات خلال فترة قصيرة، وربط المشروع بين أكثر من (١٧٠) شبكة محلية في الولايات المتحدة الأمريكية.

واستطاع مجموعة من الباحثين من جامعتي اليونيس وتشاجين اوريان من تطوير واجهة نوافذ جديدة (Windows) العالمية عام ١٩٩٣م، وأطلق عليها مصطلح الفيسفاسم وخلال هذه الفترة أسست الجمعية الوطنية للعلوم الأمريكية نسخة موزايك التي تعمل على أنظمة أبل ماكنتوش ومايكروسوفت، وظهرت النسخة الأولى من نوافذ مايكروسوفت على واجهة موزايك في نوفمبر سنة ١٩٩٣م.

وتوقفت الجمعية الوطنية للعلوم في ٣٠ ابريل سنة ١٩٩٥م، عن تشغيل العمليات المعلوماتية لتحل محلها شركة جديدة تم تأسيسها من قبل القطاع الخاص، وأي مؤسسة أو شخص أو جهة ترغب باستخدام الانترنت عليها الدفع مقابل الخدمات التي تحصل عليها من قبل الشركات المعنية.

ولم يكن العالم العربي بمعزل عن العالم من حوله حيث استخدم الانترنت في العالم العربي (طالع: ٢٠٠٠) في أوائل التسعينيات الميلادية من القرن المنصرم، وكان الاستعمال للانترنت في الوطن العربي في بدايته مقصوراً على الجهات والمؤسسات الحكومية والرسمية، بالإضافة على استخدامه في المعاهد العلمية والجامعات ومراكز الأبحاث. وسعت الجهات الرسمية حينما كثرة الحاجة الى استخدام الانترنت لتوسيع دائرته ومد خدماته عن طريق مؤسسات تم تعيينها لهذا الغرض ليستفيد منه المؤسسات والأفراد على السواء.

أشار تقرير صادر عن الأراضي الفلسطينية المحتلة إلى ارتفاع معدل الاشتراك في مواقع التواصل الاجتماعي خلال الأسبوع الثالث من شهر أيلول الماضي ٢٠١١، وذلك بمعدل (١.٦%) عضوية جديدة، وتشير الإحصائيات الرسمية الى أن (٦٤٦.٦٢٠) مستخدماً في الأراضي الفلسطينية.

وتشير إحصائيات الدول العربية التي صدرت سنة ١٩٩٩م، لعدد مشترك في الانترنت في الوطن العربي بنحو (٥٥٠) ألف مشترك منهم (٢٩%) في الإمارات العربية المتحدة، وفي السعودية يقدرون بنسبة (١٨%) وفي لبنان (١٢%) وفي مصر (١٠%). وتوضح الإحصائية أن عدد مستخدمي الانترنت في الدول العربية يقدر بنحو (١.٩) مليون شخص وبمعدل (٣.٥) مستخدم لكل اشتراك حيث تصل نسبة مستخدمي الانترنت في الدول العربية نحو (٦%) من عدد مستخدمي الانترنت في العالم الذي قدر عددهم بنحو (٣٠٤) مليون شخص وهذه النسبة تمثل (٠.٧%) من إجمالي عدد السكان في الوطن العربي الذي يقدر بنحو (٢٧٣) مليون نسمة. وبالتأكيد فان هذه الإحصائية قد تغيرت بعد خمس سنوات من إجراءها، حيث تشير إحصائية أجريت سنة ٢٠٠١م. أن مصر تعتبر أكثر الدول العربية استخداماً للانترنت حيث يقدر عدد المستخدمين للانترنت بنحو (٣٥٠) ألف مستخدم، تليها الإمارات العربية المتحدة بنحو (٣٠٠) ألف مستخدم، فلبنان بنحو (٢٨٠) ألف مستخدم، تليها السعودية بنحو (١٧٥) ألف مستخدم، فالكويت بنحو (١٢٥) ألف مستخدم، ثم الأردن بنحو (١٠٠) ألف مستخدم، ومن المتوقع أن يقفز عدد المستخدمين للانترنت خلال الأربع سنوات السابقة إلى ما يقارب الضعف خاصة في السعودية والإمارات العربية المتحدة والكويت، وذلك بسبب الإمكانيات المادية التي تسهل الحصول على أجهزة تقنية متطورة بالرغم من أن هناك مؤشرات على جود بطالة تتزايد في تلك الدول.

وفي إحصائية أعدتها المؤسسة العامة للاتصالات في اليمن سنة ٢٠٠٢م. قدرت عدد أجهزة الحاسوب الموجودة في المنازل في اليمن بنحو (١٢) ألف جهاز، و قدرت عدد المواقع اليمينية على الانترنت بنحو (٢١٦) موقعاً في نهاية سنة ٢٠٠٢م، منها (١٨) موقعاً حكومياً و (١٥) موقعاً إخبارياً، و (٢٤)

موقعاً للمنظمات والسفارات و(٣١) موقعاً يتعلق بالسياحة والسفر، و(٩١) موقعاً لشركات خاصة و(٢٣) موقعاً تعليمياً وتربوياً و(٦) مواقع تخص البنوك وشركات التأمين و(٨) مواقع تخص المنتديات والخدمات. وذكرت الإحصائية أن عدد المستخدمين للانترنت في اليمن يقدر بنحو (٥٥٦) مستخدم من إجمالي العينة المشمولة بالبحث والذي قدر عدد العينة بنحو (١٠٠٠) مفردة. وتوضح الإحصائية أن نسبة القادرين على استخدام الحاسوب في سنة ٢٠٠٢م. اقل من (٢%) من إجمالي السكان في اليمن، ومن خلال الإحصائية المنشورة على الانترنت عن المؤسسة العامة للاتصالات في اليمن لسنة ٢٠٠٢م. تبين أن الفئة الغالبة في استخدام الحاسوب هم من حملة البكالوريوس حيث يمثلون (٥٠%) من مستخدمي الانترنت في اليمن، وان الفئة العمرية التي تقع في العقد الثالث من أعمارهم هم أكثر الفئات العمرية استخداماً للانترنت، وعن دوافع استخدام الانترنت في اليمن تبين أن الدوافع العلمية تأتي في الدرجة الأولى بنسبة (٣٦%) ثم الدوافع المرتبطة بالعمل بنسبة (٣٣%) فالأغراض والدوافع الثقافية والترفيهية بنسبة (٣١%).

– الانترنت وسيلة تعليمية:

ساهمت التطورات التكنولوجية الحديثة في مجال الاتصال عبر الشبكة الانترنت بالاستفادة من هذا التطور في مجال التعليم، حيث سعت العديد من الدول إلى تبني التعليم التكنولوجي، والاستفادة من التطور الحاصل في مجالات الاتصالات وإدخال الحاسوب ضمن خطط الدراسة، وتم تنفيذ العديد من المشاريع التي تدعم استخدام الانترنت في بعض المدارس كمشاريع ريادية، سواء كان ذلك في الوطن العربي أول دول العالم بأسره. وسعت وزارة التعليم العالي في العديد من البلدان إلى إنشاء واستخدام مختبرات للحاسب وأطلق عليها العديد من المسميات كنادي الانترنت من أجل استفادة الطلاب والمعلمين من المعلومات التي يتم الحصول عليها من خلال الشبكة العالمية.

وقد نشرت وزارة التعليم العالي الفلسطينية على موقعها في الشبكة إحصائية لعدد الأجهزة المستخدمة في المدارس الفلسطينية لعام ٢٠٠٢/٢٠٠٣م. قدرت عدد المدارس التي تم تزويدها بأجهزة حاسوب ب(٥٩٠) مدرسة و قدرت عدد الأجهزة في تلك المدارس بنحو (١٠٨٠٠) جهاز حاسوب يستفيد منه الطلاب والمعلمين في تلك المدارس. وبالرغم من أن الحكومات ممثلة بوزارات التعليم تسعى إلى الاستفادة من مجالات استخدامات الانترنت في مجال التعليم إلا أن هناك العديد من العوائق كما يوضح ذلك سعد الزهري، في دراسته التي نشرت على الانترنت والموسومة (هل تعني الانترنت عن المكتبة) فيذكر بعض المعوقات أمام استخدام الانترنت كوسيلة تعليمية، ومن أبرز هذه المعوقات حسب رأيه عدم تواجد الكم الهائل من المعرفة البشرية على الانترنت والتي تصلح لتعليم الطلاب في المراحل الدراسية الأولى، بالإضافة إلى أن نقل تلك المعرفة الإنسانية أن وجدت من شكلها ووسائطها الحالية لتصبح قابلة للإتاحة على الشبكة العالمية ليس ذلك بالأمر الهين.

ولعل من أهم ما يميز شبكة الانترنت قدرتها الفائقة على تحديث المعلومات التي يسعى الباحثون للحصول عليها، وبالرغم من ذلك فإن الاتصال بالانترنت لا يعني إهمال وترك الكم الهائل من المعلومات المتوافرة على الوسائط التقليدية، سواء كانت تلك الوسائط ورقية أو محفوظات على أشكال المايكرو فورم المختلفة أو السمعية بصرية وغيرها. أن العدد الأكبر من مستخدمي الانترنت لا يستخدمونه من أجل التعليم بالدرجة الأولى إلا أن هناك العديد من منهم يكون الهدف الرئيس من استخدام الانترنت هو هدف تعليمي من أجل اكتشاف مهارات جديدة ومعارف علمية جديدة، وأكد الدكتور الزهري أن هناك العديد من مستخدمي الانترنت بهدف التعليم الذاتي والتعليم الرسمي أو من أجل الاتصال بالمؤسسات التعليمية أو من أجل الدراسة في الجامعات المفتوحة من خلال الشبكة العنكبوتية والمحصلة النهائية من ذلك هو الهدف التعليمي، ويلجأ العديد من الباحثين والدارسين

الاكاديميين إلى تصفح الانترنت من أجل الحصول على دراسات علمية جديدة تساعدهم بإتمام دراساتهم وأبحاثهم العلمية.

ووجدت المجالات العلمية في الانترنت مجال رحب في نشر إنتاج الباحثين من خلال مواقعها، فمجلة (بايت) واسعة الانتشار ذات الاهتمام في مجال الاتصالات والحاسبات تتيح فرصة للوصول إلى المقالات العلمية المنشورة على صفحاتها بالمجان بالاتصال بمواقعها على شبكة الانترنت.

تشير إحدى الباحثات في الإعلام إلى أن انتشار الانترنت كوسيلة تعليمية تحتاج إلى توفير عدة عوامل أولها ثقافة المعلوماتية، وهذا الأمر لا بد أن يتوفر من خلال المناهج الدراسية الجديدة والمؤسسات الحكومية عبر عقد العديد من الدورات لموظفيها، مما يؤدي إلى زيادة معرفة الناس بعالم المعلوماتية، ومن ضمنه الانترنت. الأمر الثاني هو توفر البنية الفنية التحتية وهذا الأمر مؤكل إلى المؤسسات العامة للاتصالات التي بدأت منذ سنوات في توفير حيز منه.

وسعت الجامعات الغربية إلى تبني التعليم عن بعد بالاستفادة من شبكة الاتصال العالمية الانترنت، فقد تم استخدام الانترنت في تدريس بعض المساقات التي تم إنتاجها من خلال مشاريع مشتركة بين الجامعات الغربية، كما تم استخدام الانترنت من أجل الدراسة والتعليم عن بعد، حيث يمثل الهدف الرئيس من ذلك إعطاء الفرصة لأكثر عدد من ممكن من الطلبة والعاملين في الجامعة للوصول إلى المعلومات، والتواصل مع الأوعية المعلوماتية، حيث طبقت جامعة النجاح الوطنية بالتعاون مع الجامعات الأوروبية في أربع دول بالإضافة إلى الأردن، كما طبقت جامعة الامام محمد بن سعود الإسلامية تقنية التعليم عن بعد، حيث استخدمت شبكة الانترنت للتعليم حول العالم، وهذه الخطوة من جامعة الامام لم تات من فراغ ولكن جاءت بواسطة التجارب التي قامت بها، بالإضافة إلى خبراتها الطويلة في مجال التعليم بالانتساب، فعملت الجامعة على تطوير التعليم بالانتساب ليصبح التعليم عن بعد، وذلك بتوظيف الامكانيات التقنية والاتصالية والاستفادة من الدعم غير المحدود من القيادة الرشيدة في تطوير التعليم العالي.

يشير المسند الى أن الاعتماد على هذه الأجهزة والشبكات العالمية ضرورة حياتية للأفراد والمجتمعات، وخاصة في مجال التعليم الذي أصبح ضرورة ملحة، وطريقة سهلة للحصول على المعلومات التي تساعد الأفراد على تطوير مستوياتهم الثقافية، والعلمية من خلال استخدام شبكة الانترنت.

إن المعلومات التي توصل إلى الجمهور من خلال اتصال الانترنت تفرض منظومة اجتماعية وثقافية وسياسية جديدة، تفرض على القائمين على السياسة التعليمية في الدول والمجتمعات أخذها بعين الاعتبار، فالتقنية لم تعد تطبيقاً مجرداً لاكتشاف علمي، ولكنها أصبحت أبعاداً اجتماعية وثقافية، حيث أن تلك الأبعاد الاجتماعية والثقافية تقتضي مضامين وسياسات تعليمية جديدة.

والانترنت نفسها تتحول إلى فلسفة في الحياة والإدارة والتعليم والسياسة والثقافة حالة محل الهرمية القائمة أو التي كانت قائمة إذا صح استخدام هذا المصطلح، فالأفراد من خلال التواصل الشامل والتفاعل والتعليم مع شبكات التواصل الاجتماعي تهيئ آرائهم لتقبل العديد من الأفكار التي يتم الحصول عليها من أوعية المعلومات الثقافية والمعارف وتبادل الآراء والخبرات العلمية والثقافية في مجالات التعليم، يشير الفلكي أن الأدوار التي كانت تقوم بها الحكومات بدأت بالتغير فأصبحت الحكومات تنسحب من كثير من المواقع التي سيطرت عليها، وتخلت عن ادوار كثيرة كانت تقوم بها كالتعليم والصحة وتنظيم الاقتصاد وتوجيه الثقافة، وهو يرى أن الشبكة العنكبوتية بدأت تدخل محل الحكومات، وتأخذ بعض الأدوار منها التي كانت تقوم بها في السابق، وخاصة ماله صلة في النواحي التعليمية والثقافية.

يذكر السبتي إن الانترنت وسيلة تعليمية مهمة فمن خلاله يتم تداول المعلومات بين الباحثين، وتوفير الخدمات المعلوماتية عبر هذا النظام الإلكتروني؛ مما يسد النقص الحاد في المعلومات التي يسعى الباحثون لحصول عليها. ويشير العديد من الباحثين أن التعليم اليوم يؤدي دوراً مهماً في عملية الانتقال الى مجتمع المعلومات، لأنه يوفر أفضل الوسائل لكسر القيود التي كانت تعيق الإطلاع على المنجزات العلمية والثقافية. فتحول التعليم بواسطة تكنولوجيا المعلومات الى قوة تقود تغييراً عميقاً في حياة المجتمعات المعاصرة بالوسائط المتعددة التي حطمت الحواجز بين وسائط المعلومات والاتصال والإعلام.

إن استخدام الحاسوب واستخدام الانترنت وشبكات التواصل الاجتماعي في بيئة تفاعلية للتعليم يمكن المعلم المبدع صاحب الرسالة من الوصول على إضعاف مضاعفة من مصادر المعلومات، وإيصالها إلى جميع طلابه مهما بعدوا عنه. ويجب الإشارة الى على أن تكنولوجيا المعلومات وما تقوم عليه من استخدام للحاسوب ولشبكة الانترنت ضمن إطار بيئة التعليم التفاعلية، لا تقلل ولا تحجم ولا تضعف من مكانة أو دور المعلم، بل أن مدى نجاح استخدام التكنولوجيا يتوقف على الدور الجديد الذي يقوم به المعلم وعلى بصماته الإنسانية المتميزة.

يزداد عدد المتعلمين الكبار أكثر من أي وقت مضى في ظل عصر المعرفة المعلوماتية الامر الذي يساهم في بروز ستكون الحاجة للتربية والتعليم المستمرة ومتطلبات جوهرية للحفاظ على قدرة الفرد على البقاء في الوظيفة ولا يعني أن التعليم في المدارس أو الجامعات سينتهي، ولكنه سيكون مطلباً أساسياً ومستمرًا أثناء حياة الإنسان العلمية كلها.

إن النقلة المجتمعية التي ستحدثها تقنية المعلومات، ما هي في جوهرها الانقلة تربوية في المقام الأول، فعند ما تتوارى أهمية المصادر الطبيعية، والمادية تبرز المعرفة كأهم مصادر القوة وتصبح عملية تنمية الموارد البشرية التي تنتج عن المعرفة المعلوماتية، وتوظيفها هي العامل الحاسم في تحديد مستقبل المجتمع، فتداخل تتداخل عملية التنمية والتربية الى حد يصل لشبه الترادف، مما يجعل الاستثمار في مجال التربية والتعليم أكثر الاستثمارات عائداً بعد أن وصلت صناعة البشر قمة الهرم بصفتها أهم الصناعات في عصر المعلومات المعرفية(علي: ١٩٩٤).

يرى بدر أن تقنية عصر المعلومات تشمل مدى واسعاً ومعقداً من التقنية خصوصاً المتصلة بالوسائط المتعددة الرقمية التفاعلية، وجميعها لها أهميتها بالنسبة لتطوير العملية التعليمية والتعليم والإبداع والتطوير والسعي إلى حل المشكلات، وليس مجرد اعتبارها أدوات مكملة للعملية التعليمية (بدر: ٢٠٠٠). يذكر عصام فريحات أن المؤسسات التعليمية العامة تواجه تحديات كبيرة من العديد من الاتجاهات سببها منافسون جدد، وتقنيات حديثة واتجاهات جديدة. ويتطلع رجال الأعمال على العوائد المالية الكبيرة في سوق التعليم، وعلى سبيل المثال نجد أن سوق التعليم في الولايات المتحدة الأمريكية يساوي (٦٠٠) بليون دولار أمريكي (Calbreath: ١٩٩٩).

- الجوانب المعرفية:

ظهرت تكنولوجيا الاتصال لتقوم بدور مركزي وضروري في زيادة اتساع الجوانب المعرفية في حياة الناس، فالتطورات الهائلة في الجوانب التكنولوجية، وخاصة في مجال الانترنت عجل أو سارع بوجود بيئة مناسبة يمكن أن تؤدي إلى زيادة كبيرة في الجوانب المعرفية، من خلال استخدام شبكة الاتصال العالمية، فأشارت العديد من الدراسات إلى أن مستخدمي الانترنت يحصلون على الجوانب المعرفية كبيرة. ويشير إبراهيم في دراسته التي أجريت على استخدام الانترنت في الصحف الى أن الصحفيين استفادوا من الخدمات التي تقدمها شبكة الانترنت حيث استطاعوا أن يزيّدوا من معلوماتهم المعرفية

حول الكثير من الجوانب العلمية والثقافية، وقد برز أهم استخدام للانترنت بين الصحفيين في تنمية الوعي الصحفي بثورة المعلومات المعرفية، وتحدياتها. (إبراهيم: ١٩٩٩). وأكدت دراسة عبد السلام التي ركزت على أنماط ودوافع استخدام الشباب المصري لشبكة الانترنت على أهمية الجوانب المعرفية لدى جمهور الانترنت، حيث أشار (٧٣%) تقريباً من عينة الدراسة إلى أن أهم الدوافع لاستخدام الانترنت لحصول على المعلومات المعرفية، كما ركز أساتذة الجامعات المصرية في دراسة أجريت على استخدامهم لشبكة الانترنت على الحصول على المعلومات المعرفية وطرق الوصول إليها، وكان من أهم الدوافع لديهم في استخدام الشبكة العنكبوتية الحصول على المعرفة العلمية وزيارة المواقع ذات العلاقة بالجوانب المعرفية. وتعد شبكة الانترنت مصدر مهم لتزويد جمهورها بالجوانب المعرفية والمعلوماتية، وأصبح الانترنت بالإضافة على كونها وسيلة إعلامية متطورة تشمل كل وظائف الإعلام الأخرى، من صوت وصورة وقراءة، إلا أنه يعد عبارة عن مكتبة علمية متنقلة يمكن الوصول إليها بأسرع وقت وأسهل طريقة. وتعتبر الانترنت نافذة على العالم يستطيع المستخدم الحصول على المعلومات، والمعارف التي يطلبها أو يحتاجها.

تذكر رشا عبدالله أن الدوافع لاستخدام شبكة الانترنت تأتي، في مقدمتها طلب البحث عن المعرفة والحصول على المعلومات المطلوبة، وتشير دراسة أجريت في اليمن حول استخدام الانترنت أن (٣٤%) تقريباً من عينة الدراسة إلى أن الدوافع الثقافية والمعرفية تأتي بالدرجة الأولى من استخدامهم لشبكة الانترنت، وبرزت مجالات الاستفادة من شبكة الانترنت في البحث عن بيانات ومعلومات لغرض الدراسة والبحث العلمي، والتزود بالمعلومات الحديثة. ويرى عدد من الباحثين والدراسيين للانترنت أن العديد من الأشخاص يشعرون اليوم أن الانترنت يمكن أن تغني عن المكتبات ومراكز المعلومات، ووجد بعض الباحثين في الانترنت وسيلة سهلة ورخيصة في البحث عن المعلومات بشكل أني وسريع، من أجل الحصول على المعلومات التي يريد في مختلف جوانب المعرفة، كما أن فئة من الباحثين وجدوا في الانترنت وسيلة مثالية تمكنهم من الحصول على درجات علمية أو مهنية من الجامعات والمعاهد أو الكليات التي تحث على التعليم عن بعد. كانت المعلومات هي أهم فائدة يحصل عليها مستخدمو الانترنت، فيمكن النظر إلى الانترنت على أساس أنها مصدر مهم للمعلومات العامة، والمتخصصة، ويذكر طالع أن الانترنت تعد مصدراً مهماً للمعلومات عن الشعوب والبلاد الأخرى، وهي مصدراً ذا أهمية للأخبار والمعلومات لمستخدميها.

- التواصل الاجتماعي:

خدمت الانترنت التواصل الاجتماعي من خلال خدمة البريد الإلكتروني، أو شبكات التواصل الاجتماعي، فقد كان مقدمة اهتمامات مستخدمي الانترنت بالاتصال بواسطة البريد الإلكتروني، أو شبكات التواصل الاجتماعي، فهذه الميزة الاتصالية تجعلهم في حالة اتصال دائمة مع الآخرين. ويذكر الفرغ أن وظيفة البريد الإلكتروني تعتبر أهم أهداف المشاركين من مستخدمي الانترنت في الوطن العربي، حيث إن هذا النوع من الاتصال يجعلهم يتعرفون على أصدقاء جدد من خلال استخدام البريد الإلكتروني. ويتبنى جرجيس وجهة نظر الفرغ من إن أكثر المجالات المستخدمة في الشبكة هو البريد الإلكتروني، حيث يستخدم البريد الإلكتروني في المجتمع (٤٧%) من المستخدمين لشبكة الانترنت في اليمن. ولاحظ جرجيس والبستاني أن نصف المستخدمين للانترنت في اليمن هم من المشاركين التجاريين وأصحاب المهن التجارية، وأشارت إحدى الدراسات التي أجريت على مستخدمي الانترنت في السعودية أن (٥٤%) تقريباً يفيدون بأنهم دائماً ما يستخدمون شبكة الانترنت من أجل إرسال البريد الإلكتروني للأصدقاء وأفراد العائلة، كما أنهم يستخدمون شبكة الانترنت من أجل التفاعل الاجتماعي والتواصل مع أفراد العائلة أو الأصدقاء والزملاء ويشاركونهم الاهتمامات من خلال البريد

الإلكتروني أو شبكات التواصل الاجتماعي. وتشير نتائج بعض الدراسات الغربية التي أجريت على جمهور الشبكة العالمية أن نسبة (٧٣%) من الشركات الأمريكية تستخدم البريد الإلكتروني من أجل التفاعل والتواصل مع عملائها وموظفيها. حيث إن الموظفين في هذه الشركات يعتبرون البريد الإلكتروني وسيلة اتصال اجتماعية ضرورية يتم من خلالها الاتصال بأفراد العائلة والزملاء والتفاعل معهم حول العديد من الأمور المهمة ومشاركتهم اهتماماتهم الحياتية، وبرز دور شبكات التواصل الاجتماعي التفاعلي بشكل كبير فاق الدور التواصلي للبريد الإلكتروني. وتشير بعض الدراسات التي أجريت في العالم أن مستخدمي الإنترنت يقضون ساعة إلى ثلاث ساعات يومياً في المتوسط في استخدام البريد الإلكتروني، ويرى بخت أن شبكة الإنترنت تؤدي إلى زيادة في العلاقات العامة الاجتماعية لمستخدميها مع الأصدقاء وجهات أخرى. ومن المؤكد أن شبكة الإنترنت تعد وسيلة اتصال مهمة جداً باستخدام البريد الإلكتروني، وشبكات التواصل الاجتماعي، فالإنترنت تعتبر وسيلة اتصال رخيصة من وسائل الاتصال الأخرى، وفي دراسة لطلاع عن استخدام الإنترنت لدى الشباب العربي أشار (٤٦%) تقريباً إلى أن يستخدمون الإنترنت في الاتصال بأصدقائهم ومعارفهم، وتشير إحدى الدراسات أن مستخدمي البريد الإلكتروني يشكلون نصف مستخدمي الإنترنت في العالم العربي (عبدالله: ٢٠٠٥).

الجوانب الترفيهية:

تعتبر شبكة الإنترنت من أهم الوسائل الترفيهية التي يحرص مستخدميها على التواصل مع هذه المعلومات عن الترفيه، والبعض يقضي ساعات طوال من خلال اتصاله بمواقع الترفيه والألعاب والتسلية. ويذكر الفرغ أن أهم أسباب استخدام شبكة الإنترنت هو التصفح لمواقع الترفيه والألعاب بهدف التسلية وقضاء وقت الفراغ. وفي دراسة لطلاع أفاد ٨٨% من عينة الدراسة أن الفائدة الثانية بعد كون الإنترنت مصدراً هاماً للأخبار والمعلومات هي التسلية وقضاء وقت الفراغ. ويؤكد الباحثون أن أهم الدوافع التي تدفع مستخدمي الإنترنت لاستعمال شبكة المعلومات العالمية هي التسلية والترفيه وقضاء وقت الفراغ. حيث يذكر عبدالسلام في دراسته عن أنماط ودوافع استخدام الشباب المصري لشبكة الإنترنت أن ٤٧% من عينة دراسته تشكل الدوافع الترفيهية والتسلية. في حين أن ٦% أفادوا بشغل وقت الفراغ. وتشير دراسة نشرت على الإنترنت عن استخدام الإنترنت والحاسوب في اليمن قامت بها المؤسسة العامة للاتصالات في اليمن. جاءت أبرز مجالات الاستفادة من الإنترنت في مجالات البحث عن البيانات والمعلومات من أجل الدراسة والبحث العلمي. وخدمة أغراض العمل في المرتبة الثانية، الإلكترونية. المرتبة الثالثة دافع استخدام الإنترنت من أجل التسلية والترفيه. وفي ذيل القائمة جاءت دوافع المراسلات الإلكترونية. وبالرغم من أن نتائج هذه الدراسة يشوبها بعض القصور، حيث أنها تختلف مع نتائج الدراسات السابقة بشكل كبير. حيث أكدت الدراسات السابقة والتي أجريت في العديد من الدول ومراكز الأبحاث أن دوافع التسلية والترفيه تأخذ نصيب كبير من دوافع استخدام الإنترنت يعد للحصول على المعلومات عالمية وخاصة ما يتعلق بالدراسة والألعاب، حيث تشير دراسة عبدالله في الدفاع عن مواقع الترفيه العربية التي تشمل بالإضافة إلى الدردشة والحوارات أمور كثيرة من الاقتصاد ومناقشته والسياسة وأفلام الكرتون والتكنولوجيا وسفن الفضاء. وتصنف عبدالله الدوافع الرئيسية لاستخدام الطلاب لشبكة الإنترنت حيث تورد دوافع الترفيه والتسلية في المرتبة الثانية بعد الحصول على المعلومات. وهذا ما يعزز نتائج الدراسات السابقة المشابهة لهذه الدراسة بأن نسبة كبيرة من مستخدمي الإنترنت يقضون ساعات طوال في تصفح المواقع الترفيهية.

■ الإجراءات المنهجية للدراسة

تعد هذه الدراسة من الدراسات الإعلامية الكمية الوصفية Descriptive study، واستخدم الباحث منهج المسح الإعلامي بالعينة، ويعد منهج المسح الميداني Survey من أنسب المناهج العلمية المستخدمة في الدراسات الكمية الوصفية التي تهدف إلى وصف وبناء وترتيب جمهور وسائل الإعلام وأنماط سلوكه. ويتميز هذا المنهج بالعديد من السمات، ولعل من أبرزها إمكانية استخدامه في دراسة المشكلات والظواهر الاجتماعية في وضعها الحقيقي، بالإضافة إلى أنه يسمح بدراسة أعداد كبيرة من جماهير وسائل الإعلام، ويعطي هذا المنهج الباحث فرصة لاختيار العديد من المتغيرات في وقت واحد (القحطاني: ٢٠٠٤) ويعطي هذا الأسلوب فرصة في جمع البيانات والحقائق وتصنيفها، ومن ثم تحليلها وتفسيرها وتحليلها تحليلًا شاملاً، ثم استخلاص نتائج ودلالات مفيدة منها، وتؤدي إلى إمكانية إصدار تعميمات بشأن الظاهرة المراد القيام بدراسة (الرشيد: ١٩٩٠).

أداة الدراسة:

اعتمدت هذه الدراسة على استخدام الاستبانة لجمع البيانات من المجتمع المراد دراسته، فقد صممت الاستبانة بشكل يضمن وضوحها وتخضع لعملية المقنن من حيث المحتوى، والثبات والصدق، وتضمنت العديد من الأسئلة المغلقة، والمفتوحة، وخضعت للفحص والمراجعة من حيث الصياغة والأسلوب، كما خضعت الاستبانة للعديد من الخطوات المهمة. فقد عرضت استبانة جمع البيانات على المحكمين من أصحاب الاختصاص في الدراسات الإعلامية، ومناهج البحث الإعلامي، وأخذت ملاحظاتهم، بعين الاعتبار وغيرت بعض بنود الاستبانة لتتوافق مع ملحوظات المحكمين، حيث رأى الباحث أن بعض البنود تحتاج إلى إعادة صياغة، فعمد إلى تعديل بعض الملحوظات على الاستبانة وفقاً لملاحظات المحكمين.

وتم بناء الاستبانة بعد الإطلاع على الدراسات السابقة، حول الموضوع التي ساعدت الباحث على صياغة الاستبانة بالشكل المطلوب. وقد اشتمل الجزء الأول من الاستبانة على ستة عشر سؤالاً: تناولت بداية استخدام الانترنت، وعدد الساعات التي يقضيها مستخدم الانترنت في الأسبوع تقريباً، ومشاهدة القنوات الفضائية قبل استخدام الانترنت، والقنوات الفضائية التي تشاهدها عينة الدراسة في الوقت الحاضر، وحجم المشاهدة قبل استخدام الانترنت وبعده، وعلى نوعية المحطات الإذاعية التي يستمع لها المبحوث عبر شبكة الانترنت، وتصفح البرامج التلفزيونية، وصفة الاستخدام للانترنت، وأماكن تصفح الانترنت، بالإضافة إلى معرفة خصائص شبكة الانترنت الخطيرة من خلال رؤية عينة الدراسة، وما خطورتها. كما اشتمل على سؤال قسم إلى خمسة بنوده رئيسية. تناولت الاحتياجات التعليمية، والمعلوماتية، والاحتياجات الاجتماعية، والاحتياجات العاطفية، والاحتياجات التجارية، والاحتياجات الرئيسية:

- ١- البحث عن التعليم والمعلومات.
- ٢- البريد الإلكتروني والتواصل الاجتماعي.
- ٣- التسلية والترفيه.
- ٤- الأمور العاطفية.
- ٥- الأمور التجارية.

وغطت تلك البنود أبعاد الدراسة الرئيسية بشكل كافٍ ونهائي. واشتمل الجزء الثاني من الاستبانة على المعلومات الديموغرافية، النوع والعمر والمستوى التعليمي، والمهنة والدخل الشهري. وجاءت الاستبانة في صورتها النهائية متضمنة الدوافع للاستخدام الانترنت.

اختبار الصدق والثبات:

تم توزيع عدد من الاستبانات على عينة تمثل (٥%) من العينة الرئيسية، وعند تحليلها وفق الطرق المعروفة تبين أن هناك ثبات بين عناصر الاستبانة الداخلية والخارجية، وصلت إلى نسبة (٩٢%) حسب معامل Alva. وهذه النتيجة تدل على التناسق بين عبارات الاستبانة وقدرة العينة على فهمها. وتعد هذه النتيجة نسبة كبيرة إذا ما قيست بالدراسات الإنسانية المشابهة.

مجتمع الدراسة:

يتكون مجتمع الدراسة من أطباء الامتياز الذين يعملون في المستشفيات السعودية الحكومية والخاصة داخل مدينة الرياض. وتشمل الدراسة جميع التخصصات العلمية بدون استثناء. ويقدر عدد اطباء الامتياز الذين يعملون في المستشفيات السعودية داخل مدينة الرياض بنحو (١٥٠٠) طبيب وطبيبة. وقد تم اختيار عينة للدراسة تمثل المجتمع الكلي، بنسبة (١٠%) من المجتمع الأصلي. وشملت الدراسة المستشفيات الجامعية والعامية التالية:

- ١- مستشفى الملك خالد الجامعي.
- ٢- مستشفى الملك عبدالعزيز الجامعي.
- ٣- مدينة الملك فهد الطبية.
- ٤- مستشفى الأمير سلمان بن عبدالعزيز.
- ٥- مستشفى كليات الرياض التعليمي لطب الأسنان.
- ٦- مستشفى اليمامة للولادة.

عينة الدراسة:

تم اختيار عينة الدراسة باستخدام العينة العشوائية البسيطة، حيث تم اختيار المستشفيات الحكومية والخاصة من بين أكثر من (٣٠٠) مستشفى ومجمعات طبية، بطريقة العينة العشوائية، فقد حصل الباحث على قوائم أسماء اطباء الامتياز العاملين في المستشفيات الحكومية والخاصة داخل مدينة الرياض، بالإضافة إلى بداية تطبيقهم العملي، فتم اختيار عينة الدراسة بالطريقة العشوائية مع مراعاة النسبة بين بداية التطبيق العملي، حيث تم توزيع (٢٠٠) استبانة على عينة أطباء الامتياز من الجنسين، وهو ما يمثل (٢٠%) من مجتمع الدراسة الأصلي، وعاد للباحثين (١٣٠) استبانة، منها (٣٠) استبانة غير صالحة للاستخدام بسبب عدم اكتمال البيانات المطلوبة. وتم الاستغناء عنها، وخضعت (١٠٠) استبانة لعملية التحليل.

نتائج الدراسة :**جدول (١) جنسية العينة**

العدد	الجنسية	ك	النسبة %
١	سعودية	٨٣	٦٠%
٢	سودانية	٤	٤%
٣	فلسطينية	٦	٦%
٦	كويتية	٣	٣%
٨	يمنية	٣	٣%
٩	صومالية	١	١%
	المجموع	١٠٠	١٠٠%

يتضح من الجدول رقم (١) أن الجنسية السعودية الأكثر بين الجنسيات العربية المشاركة بالدراسة، ويفسر الباحث ذلك بأن أغلب الطلبة في إقليم السند الباكستاني المشاركين في الدراسة هم من السعوديين، حيث أنهم أكثر الشرائح استعداداً للمشاركة في الدراسات بالإضافة إلى أنه يسهل الاتصال بهم، وقد وصلت نسبة السعوديين إلى ٤٠% في حين تمثل نسبة السودانييين ١٨% تليهم الجنسية الفلسطينية بنسبة ١٤%، ثم الجنسية العمانية بنسبة ٩% فالجنسية الكويتية بنسبة ٦%، فالأردنية بنسبة ٤% في حين تتساوى الجنسيات الإماراتية واليمنية والصومالية بنسبة ٣% ويذكر الباحث أن انخفاض نسبة المشاركة في الجنسيات الثلاث الأخيرة يعود إلى قلة الشباب منهم المشاركين في الدراسة.

جدول (٢): جنس العينة

الجنس	ك	النسبة %
ذكر	٧٠	٧٠%
أنثى	٣٠	٣٠%
المجموع	١٠٠	١٠٠%

يتبين من الجدول رقم (٢) أن جنس العينة يعد ذكورياً، حيث يمثل الذكور نسبة عالية جداً، (٧٠%) بينما تمثل نسبة الإناث (٣٠%)، وهي نسبة قليلة جداً. إذا ما قورنت بنسبة الذكور، ويمكن تفسير ذلك بقلة الطالبات الدارسات في كجال الطب، بالإضافة إلى أن مهنة الطب بالنسبة للنساء في المجتمع ليست من المهن المفضلة، حيث تمثل العادات والنظام الثقافي والاجتماعي عائقاً أمام الفتاة لاختيار مهنة الطب.

جدول: (٣) الفئات العمرية للعينة

العمر	ك	النسبة %
٢٥-٣٠ سنة	٤٥	٤٥%
٣١-٣٦ سنة	٤٤	٣٤%
٣٧-٤٢ سنة	٨	٨%
٤٢ سنة فأكثر	٣	٣%
المجموع	١٠٠	١٠٠%

يوضح الجدول رقم (٣) الفئات العمرية لعينة الدراسة، فتمثل الفئة (٢٥-٣٠) سنة نسبة كبيرة تصل إلى (٤٥%) وهي أعلى نسبة تليها الفئة العمرية من (٣٦-٣١) سنة. حيث تمثل نسبة (٣٤%)، والفئة العمرية من (٣٧-٤٢) سنة، بنسبة (٨%) من العينة، بينما الفئة العمرية (٤٢) سنة فأكثر تمثل نسبة قليلة (٣%) فقط، وتشير النتائج إلى أنه من المتوقع أن تكون أعلى نسبة من العينة في الفئات العمرية الأصغر سناً، الأمر الذي يفسر ذلك بأن مراحل التعليم هي المقياس الحقيقي لعمر الإنسان. وتؤكد النتيجة أن ارتفاع نسبة المشاركة من العينة ذات الفئة العمرية الأصغر سناً دليل على استفادتهم من فرصة إتمام الدراسة الجامعية فور تخرجهم، سواء في الجامعات السعودية أو من خلال برنامج خادم الحرمين الشريفين للابتعاث الخارجي.

جدول: (٤) بداية استخدام الانترنت:

البداية	ك	النسبة %
من ٤-٩ أشهر	٣	٣%
من ١٠-١٣ شهراً	٥	٥%
سنة ونصف - سنتين	١٠	١٠%
من ٢-٤ سنوات	٢٥	٢٥%
من ٤-٦ سنوات	٣٠	٣٠%
أكثر من ٦ سنوات	٢٧	٢٧%
المجموع	١٠٠	١٠٠%

يوضح الجدول رقم (٤) بداية استخدام الانترنت من قبل أفراد العينة حيث أكد (٢٧%) أنهم بدوا استخدام الانترنت قبل أكثر من ست سنوات، وأفاد (٣٠%) أن بدايتهم لاستخدام الانترنت من (٤-٦) سنوات. وهي النسبة الأكثر من عينة الدراسة، وقال (٢٥%) أنهم بدأوا باستخدام الانترنت من (٢-٤) سنوات، وذكر (١٠%) أن استخدامهم للانترنت بدأ من سنة ونصف إلى سنتين، وأفاد (٥%) من عينة الدراسة أنهم بدأوا استخدام الانترنت من (٨-١٣) شهراً. بينما أشار (٣%) أن استخدامهم للانترنت لا يزيد عن ٩ أشهر.

جدول: (٥) عدد الساعات في الأسبوع

النسبة %	ك	عدد الساعات
٤%	٤	أقل من ساعة.
٣١%	٣١	من ١-٥ ساعات.
١٦%	١٦	من ٦-١٠ ساعات.
٢٢%	٢٢	من ١١-١٥ ساعة.
٦%	٦	من ١٦-٢٠ ساعة.
٥%	٥	من ٢١-٢٥ ساعة.
١٦%	١٦	أكثر من ٢٥ ساعة.
١٠٠%	١٠٠	المجموع

يوضح الجدول رقم (٥) عدد الساعات التي تقضيها العينة في استخدام الانترنت أسبوعيا، حيث افاد (٣١%) أنهم يقضون أسبوعيا ما بين (١-٥) ساعات، وهذه النسبة تعد أعلى نسبة بين نسب الدراسة، وأشار (٢٢%) من أفراد العينة الى أنهم يقضون (١١-١٥) ساعة أسبوعيا في استخدام الانترنت، تليهم نسبة (١٦%) الذين يقضون أكثر من (٢٥) ساعة أسبوعيا في استخدام الانترنت. وهذه النسبة تشير الى الذين يستخدمونها ما بين (٦-١٠) ساعات. كما افاد (٦%) من العينة بأنهم يقضون ما بين (١٦-٢٠) ساعة أسبوعيا في استخدام الانترنت، وذكر (٥%) بأنهم يقضون في استخدام الانترنت ما بين (٢١-٢٥) ساعة في الأسبوع، بينما افاد (٤%) من عينة الدراسة بأنهم يقضون أقل من ساعة أسبوعيا في استخدام الانترنت، الامر الذي يشير الى أن بعض اطباء الامتياز ربما لا يجيدون التعامل مع الانترنت، حيث أن أغلب المؤسسات تتعامل في الكشف على مرضاها ومتابعتهم عن طريق الملفات الالكترونية.

جدول (٦) مشاهدة القنوات الفضائية قبل استخدام الانترنت

النسبة %	ك	العبارة
٥٧%	٥٧	نعم.
٤٣%	٤٣	لا.
١٠٠%	١٠٠	المجموع

يوضح جدول رقم (٦) مشاهدة القنوات التلفزيونية للأفراد العينة قبل استخدامهم لشبكة الانترنت، والتعرف عليها، حيث ذكر (٧٥%) من عينة الدراسة أنهم يشاهدون القنوات الفضائية قبل استخدام الانترنت، في مقابل (٤٣%) أفادوا بعدم مشاهدتهم القنوات الفضائية.

جدول (٧) القنوات التلفزيونية والفضائية المشاهدة قبل استخدام الانترنت:

العدد	القنوات	ك	النسبة %
١	المستقبل	١	١.٧٥%
٢	Mbc	١٠	١٨%
٣	السعودية الاولى	٥	٩%
٤	Smarts way	١	١.٧٥%
٥	المستقلة	١	١.٧٥%
٦	الاجاني	٢	٣.٥%
٧	الجزيرة	١٨	٣١%
٨	السعودية ٢	١	٢%
٩	الرياضية	٣	٥%
١٠	إقرأ	٢	٣.٥%
١١	L B C	٤	٧%
١٢	القنوات المتخصصة بالدراما	٣	٥%
١٣	عمان	٢	٣.٥%
١٤	الكويت	١	٢%
١٥	دبي	١	٢%
١٦	قنوات أوربت	١	٢%
	المجموع	٥٧	١٠٠%

يوضح جدول رقم (٧) انواع القنوات الفضائية والتلفزيونية التي تحرص العينة على مشاهدتها قبل استخدام الانترنت، حيث تبين أن (٣١%) يشاهدون قناة الجزيرة الفضائية الاخبارية، في مقابل (١٨%) يشاهدون قناة (Mbc) الفضائية، وافاد (٩%) بمشاهدتهم للقناة السعودية أولى. تليها قناة (Lbc) اللبنانية الفضائية بنسبة (٧%) ثم القنوات التلفزيونية والفضائية المتخصصة في الرياضة والدراما والأفلام والموسيقى بنسبة (٥%)، فقناة أقرأ المتخصصة بالثقافة الاسلامية، وقناة تلفزيون سلطنة عمان الفضائية بنسبة (٣.٥%)، ثم القنوات الفضائية والتلفزيونية (المستقبل، سمارت واي، المستقلة، السعودية الثانية، mtv، الكويت، دبي، قنوات أوربت) بنسبة (١.٧٥%) لكل قناة بالتساوي.

جدول (٨) القنوات الفضائية التي تحرص العينة على مشاهدتها بعد المستخدم للانترنت

العدد	القنوات	ك	النسبة%
١	المجد	٢	٤.٦٥%
٢	Smarts way	٢	٤.٦٥%
٣	Mbc	٢	٤.٦٥%
٤	Movie	١	٢%
٥	الجزيرة	١٢	٢٨%
٦	العربية	١١	٢٦%
٧	الاغاني	٣	٧%
٨	السعودية الاولى	٢	٤.٦٥%
٩	حورس الطبية	٢	٤.٦٥%
١٠	المستقبل	٢	٤.٦٥%
١١	ديسكفري	٢	٤.٦٥%
١٢	الرياضية	٢	٤.٦٥%
المجموع		٤٣	١٠٠%

يوضح الجدول رقم (٨) نوعية القنوات التلفزيونية والفضائية التي تحرص عينة الدراسة على مشاهدتها بعد معرفة الانترنت، حيث اتضح أن قناة الجزيرة الفضائية الاخبارية من القنوات ذات الأهمية في حياة أفراد العينة، حيث حصلت على أعلى نسبة بين القنوات المشاهدة بنسبة (٢٨%) ثم القناة الفضائية العربية (٢٦%) تليها القنوات الفضائية الغنائية (٧%)، وجاءت القنوات الفضائية والتلفزيونية المتخصصة والعامّة التالية بنسبة متساوية (mbc ، المجد، ،smarts way، السعودية الأولى، حورس الطبية، المستقبل، ديسكفري، القنوات الرياضية) بنسبة (٤.٦٥%) ثم قناة movie المتخصصة بالأفلام الغربية (٢%) فقط من أفراد العينة.

جدول: (٩) أنماط مشاهدة التلفزيون قبل معرفة الانترنت

الوقت	ك	النسبة%
أقل من ساعة	٩	٩%
١-٢ ساعة	٣٢	٣٢%
٣-٤ ساعات	٣٣	٣٣%
أكثر من ٤ ساعات	٢٦	٢٦%
المجموع	١٠٠	١٠٠%

يوضح الجدول رقم (٩) أنماط مشاهدة عينة الدراسة للقنوات الفضائية والتلفزيونية قبل استخدام الانترنت، حيث يرى (٣٢%) أنهم يقضون ما بين (١-٢) ساعة يومياً في المشاهدة، وأفاد (٢٣%) أنهم يقضون ما بين (٣-٤) ساعات يومياً، وأشار (٢٦%) الى أنهم يقضون أكثر من ٤ ساعات يومياً في

مشاهدة القنوات الفضائية والتلفزيونية. وذكر (٩%) من عينة الدراسة أنهم يقضون في المشاهدة أقل من ساعة.

جدول (١٠) أنماط مشاهدة التلفزيون بعد معرفة الانترنت

النسبة %	ك	الوقت
١٣%	١٣	أقل من ساعة
٣٦%	٣٦	من ١-٢ ساعة
٣٠%	٣٠	من ٣-٤ ساعات
٢١%	٢١	أكثر من ٤ ساعات
١٠٠%	١٠٠	المجموع

يوضح جدول رقم (١٠) أنماط مشاهدة أفراد العينة للقنوات التلفزيونية والفضائية بعد معرفة استخدام الانترنت، حيث ذكر (٣٦%) من أفراد العينة أنهم يشاهدون القنوات الفضائية والتلفزيونية ما بين (١-٢) ساعة يومياً، وأفاد (٣٠%) أنهم يقضون ما بين (٣-٤) ساعات يومياً. وأشار (٢١%) الى أنهم يشاهدون التلفزيون أكثر من (٤) ساعات يومياً، وذكر (١٣%) من أفراد العينة أنهم يشاهدون التلفزيون أقل من ساعة يومياً.

جدول: (١١) الاستماع إلى محطات الإذاعة على الانترنت.

النسبة %	ك	العبرة
٢١%	٢١	نعم
٧٩%	٧٩	لا
١٠٠%	١٠٠	المجموع

يوضح الجدول رقم (١١) استماع العينة للمحطات الإذاعية عن طريق شبكة الانترنت، حيث ذكر (٧٩%) أنهم لا يستمعون للمحطات الإذاعية على شبكة الانترنت، في مقابل (٢١%) أشار الى استماعهم للإذاعة عبر شبكة الانترنت.

جدول: (١٢) الإذاعات التي يستمع لها أفراد العينة

النسبة %	ك	الإذاعة	العدد
٤٨%	١٠	راديو سوا	١
١٠%	٢	صوت إسرائيل	٢
٢٣%	٥	MBC.Fm	٣
١٠%	٢	BBC	٤
١٠%	٢	القران الكريم	٥
١٠٠%	٢١	المجموع	

يمثل الجدول رقم (٢٤) الإذاعات التي يستمع لها أفراد العينة على شبكة الانترنت، حيث ذكر (٤٨%) من أفراد العينة الذين يستمعون للإذاعة عبر شبكة الانترنت أنهم يستمعون لراديو سوا، فيما أشار (٢٣%)، إلى أنهم يستمعون لإذاعة (mbc.Fm)، وأفاد (١٠%) منهم أنهم يستمعون لصوت إسرائيل، وقال (٩.٥٢%) أنهم يستمعون لإذاعة BBC.

جدول: (١٣) تصفح برامج التلفزيون على الانترنت

النسبة%	ك	العبارة
١٧%	١٧	نعم.
٨٣%	٨٣	لا.
١٠٠%	١٠٠	المجموع

يوضح الجدول رقم (١٣) تصفح أفراد العينة لبرامج التلفزيون على الشبكة العالمية، حيث ذكر (٨٣%) من عينة الدراسة أنهم لا يتصفحون برامج التلفزيون على الشبكة العنكبوتية، في مقابل (١٧%) يتصفحون برامج التلفزيون على الانترنت.

جدول: (١٤) القنوات الفضائية التي تحرص العينة على تصفح برامجها على الانترنت

النسبة%	ك	القنوات	العدد
٤٧%	٨	الجزيرة.	١
١٨%	٣	العربية.	٢
١٢%	٢	CNN	٣
٢٣%	٤	BBC	٤
١٠٠%	١٧	المجموع	

يوضح الجدول رقم (١٤) برامج القنوات التلفزيونية والفضائية التي تحرص عينة الدراسة على تتصفحها عبر شبكة الانترنت، حيث ذكر (٤٧%) من عينة الدراسة أنهم يتصفحون برامج قناة الجزيرة عبر شبكة الانترنت، وأفاد (١٨%) أنهم يتصفحون برامج القناة العربية، فيما أشار (٢٣%) من عينة الدراسة إلى أنهم يتصفحون برامج لـ (BBC) على شبكة الانترنت، وذكر (١٢%) من أفراد العينة أنهم يتصفحون برامج (CNN) الإخبارية عبر الانترنت.

جدول: (١٥) نمط الاستخدام للانترنت

النسبة%	ك	العبارة
٩٣%	٩٣	بصفة فردية.
٧%	٧	مع الآخرين.
١٠٠%	١٠٠	المجموع

يتبين من الجدول رقم (١٥) أن نمط الاستخدام للانترنت من قبل العينة تأخذ صفة الفردية، حيث ذكر (٩٣%) من أفراد العينة أنهم يتصفحون الانترنت بصفة فردية، في مقابل (٧%) يتصفحونها مع الآخرين.

جدول (١٦) مكان تصفح الانترنت

النسبة %	ك	العبارة
٦٧%	٦٧	في المنزل.
٣٢%	٣٢	في العمل.
١%	١	أخرى.
١٠٠%	١٠٠	المجموع.

يوضح الجدول رقم (١٦) مكان استخدام الانترنت من قبل العينة، حيث ذكر (٦٧%) من عينة الدراسة أنهم يستخدمون الانترنت في المنزل، وافاد (٣٢%) أنهم يستخدمونها في العمل، وذكر (١%) فقط بأنهم يستخدمون الانترنت في أماكن أخرى (عند الأصحاب).

جدول (١٧) خطورة الانترنت

النسبة %	ك	العبارة
٤٧%	٤٧	نعم.
٥٣%	٥٣	لا.
١٠٠%	١٠٠	المجموع.

يوضح الجدول رقم (١٧) رأي العينة بخطورة الانترنت، حيث ذكر (٤٧%) أن الانترنت تشكل خطورة ما على المستخدم لها. في مقابل (٥٣%) من العينة يرون عدم خطورة الانترنت.

جدول (١٨) أوجه الخطورة في الانترنت

النسبة %	ك	نوع الخطورة	العدد
٤٣%	٢٠	المواقع الإباحية.	١
٦%	٣	اختراق المعلومات.	٢
١٥%	٧	السراقات والقرصنة.	٣
٨.٥%	٤	المواقع السياسية ومواقع التحريض.	٤
١٧%	٨	ضياع الوقت.	٥
٦%	٣	الغزو الفكري.	٦
٤%	٢	الإدمان في استخدام الانترنت.	٧
١٠٠%	٤٧	المجموع	

يوضح الجدول رقم (١٨) أوجه خطورة الانترنت حسب رأي العينة على المستخدمين له، حيث افاد (٤٣%) من أفراد العينة أن خطورة الانترنت تكمن في سهولة الوصول إلى المواقع الإباحية، تليها ضياع الوقت (١٧%)، ثم أن خطورة الانترنت على المستخدم تكمن في السرقات المالية والتجارية والقرصنة (١٥%)، وجاءت في المرتبة الرابعة اختراق المعلومات والغزو الفكري (الإباحي للشباب الإسلامي) بنسبة (٦%)، فخطورة الانترنت في زيارة المواقع السياسية المعادية للمنهج الإسلامي ومواقع التحريض بنسبة (٨.٥%)، وأخيراً أن خطورة الانترنت تكمن الإدمان في استخدام الانترنت بنسبة (٤%) فقط من عينة الدراسة.

جدول (١٩) الاحتياجات المعرفية

العدد	الدوافع	دائماً		أحياناً		نادراً		لا استخدمها	
		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك
١	استخدم الانترنت للحصول على معلومات حول دراستي.	٤٥	٤٥	٢٩	٢٩	١٩	١٩	٧	٧
٢	استخدم الانترنت من أجل البحث العلمي	٣٣	٣٣	٣٧	٣٧	٢١	٢١	٩	٩
٣	استخدم الانترنت لتصفح المواقع الالكترونية	٤٥	٤٥	٣٩	٣٩	٧	٧	٩	٩
٤	استخدم الانترنت لقراءة الصحف الالكترونية	٣٤	٣٤	٣٣	٣٣	١٨	١٨	١٥	١٥
٥	استخدم الانترنت لأنني أحب إنشاء وتطوير صفحات الشبكة العنقودية	١٠	١٠	١٢	١٢	٨	٨	٧٠	٧٠
٦	استخدم الانترنت للارتباط بما يجري في العالم.	٦١	٦١	٢٥	٢٥	٩	٩	٥	٥
	المجموع	٣٨	٣٨	٢٩	٢٩	١٤	١٤	١٩	١٩

يوضح الجدول رقم (١٩) البحث عن الوسائل التعليمية والمعلوماتية وإشباع الحاجات المعرفية، حيث أفاد (٤٥%) من أفراد العينة أنهم يستخدمون الانترنت من أجل الحصول على المعلومات حول دراستهم بشكل دائم، وقال (٢٩%) أنهم يستخدمونها للحصول على المعلومات حول دراستهم أحياناً، وأفاد (١٩%) بأنهم يستخدمونها للحصول على المعلومات حول دراستهم بشكل نادر، وقال (٧%) أنهم لا يستخدمون الانترنت للحصول على معلومات حول دراستهم إطلاقاً.

فيما ذكر (٦١%) من عينة الدراسة بأنهم يستخدمون الانترنت من أجل معرفة ما يجري في العالم من أحداث بشكل دائم، وأفاد (٢٥%) بأنهم يستخدمونها أحياناً، وقال (٩%) أنهم يستخدمونها نادراً، وذكر (٥%) فقط من العينة أنهم لا يستخدمون الانترنت من أجل الارتباط بما يجري في العالم من أحداث.

أما من يستخدم الانترنت من أجل تصفح المواقع الالكترونية، أشار (٤٥%) الى أنهم يستخدمون الشبكة بشكل دائم، فيما افاد (٣٩%) باستخدامها أحياناً، وذكر (٧%) بأنهم يستخدمون شبكة الانترنت بشكل نادر، بينما قال (٩%) فقط أنهم لا يستخدمون شبكة الانترنت لتصفح المواقع الالكترونية مطلقاً.

أما عن استخدام شبكة الانترنت لقراءة الصحف الالكترونية، فأشار (٣٤%) من عينة الدراسة أنهم يستخدمونها بشكل دائم، وقال (٣٣%) بأنهم يستخدمونها أحياناً، فيما افاد (١٨%) من العينة بأنهم في النادر يستخدمون شبكة الانترنت لقراءة الصحف الالكترونية، وذكر (١٥%) أنهم لا يستخدمون شبكة الانترنت لقراءة الصحف الالكترونية مطلقاً.

أما استخدام الانترنت من أجل البحث العلمي، فإشار (٣٣%) من عينة الدراسة الى أنهم يستخدمون الانترنت بشكل دائم، وذكر (٣٧%) بأنهم يستخدمونها أحيانا، وقال (٢١%) أنهم نادراً ما يستخدمونها من أجل البحث العلمي، فيما ذكر (٩%) فقط أنهم لا يستخدمون الانترنت لغرض البحث العلمي على الإطلاق.

وعن استخدام الانترنت من أجل إنشاء وتطوير صفحات الشبكة العالمية، ذكر (٧٠%) من عينة الدراسة أنهم لا يستخدمون الشبكة لهذا الغرض على الإطلاق، فيما أفاد (١٢%) بأنهم يستخدمونها من أجل إنشاء وتطوير صفحات الشبكة العالمية في بعض الأحيان، وقال (١٠%) بأنهم يستخدمونها بشكل دائم من أجل تطوير وإنشاء الصفحات، وأشار (٨%) فقط من العينة إلى أنهم نادراً ما يستخدمون الشبكة من أجل تطوير وإنشاء الصفحات على الانترنت.

جدول: (٢٠) الاحتياجات الاجتماعية

العدد	الدوافع	دائماً		أحياناً		نادراً		لااستخدامها	
		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك
١	استخدم الانترنت من أجل الحديث مع الآخرين	٤٠	٤٠	٤١	٤١	١٤	١٤	٥	٥
٢	استخدم الانترنت لإرسال البريد الإلكتروني	٥٩	٥٩	٣٠	١٣٠	٩	٩	٢	٢
٣	استخدم الانترنت للتفاعل مع من يشاركني الاهتمامات	٣٤	٣٤	٢١	٢١	٢٦	٢٦	١٩	١٩
	المجموع	٤٤	٤٤	٣٠	٣٠	١٦	١٦	٩	٩

يوضح الجدول رقم (٢٠) استخدام البريد الإلكتروني وشبكات التواصل الاجتماعي لعينة الدراسة، فذكر (٥٩%) من العينة أنهم يستخدمون الانترنت لإرسال البريد الإلكتروني والتواصل الاجتماعي بشكل دائم، وأشار (٣٠%) إلى أنهم يستخدمون البريد الإلكتروني وشبكات التواصل الاجتماعي لإرسال الرسائل أحيانا، وأفاد (٩%) من العينة بأنهم يستخدمونها لإرسال البريد الإلكتروني والتواصل الاجتماعي بشكل نادر، وذكر (٢%) فقط بأنهم لا يستخدمون الانترنت لإرسال البريد الإلكتروني والتواصل الاجتماعي مطلقاً.

أما عن استخدام الانترنت من أجل الحديث مع الآخرين تبين أن (٤٠%) من عينة الدراسة يستخدمونها بشكل دائم، وأن (٤١%) يستخدمونها أحيانا، وأفاد (١٤%) بأنهم يستخدمون الانترنت من أجل الحديث مع الآخرين بشكل نادر، وأشار (٥%) فقط من عينة الدراسة إلى أنهم لا تستخدم الانترنت من أجل الحديث مع الآخرين على الإطلاق.

أما استخدام الانترنت للملاقة والتفاعل مع من يشاركونهم الاهتمامات، ذكر (٣٤%) من عين الدراسة أنهم يستخدمون شبكة الانترنت من أجل الملاقة والتفاعل مع من يشاركونهم اهتماماتهم بشكل دائم، وقال (٢١%) أنهم يستخدمونها للملاقة والتفاعل مع من يشاركونهم اهتماماتهم أحيانا، وأفاد (٢٦%) بأنه من النادر استخدام الانترنت للملاقة والتفاعل مع من يشاركونهم اهتماماتهم، وأشار (١٩%) من العينة إلى أنهم لا يستخدمون الانترنت على الإطلاق من أجل الملاقة والتفاعل مع من يشاركونهم الاهتمامات.

جدول (٢١) الاحتياجات الترفيهية

العدد	الدوافع	دائماً		أحياناً		نادراً		لااستخدامها	
		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك
١	استخدم الانترنت لمشاهدة البث التلفزيوني	٥	٥	٨	٨	١٩	١٩	٦٨	٦٨
٢	استخدم الانترنت للاستماع إلى البث الإذاعي	٨	٨	١٣	١٣	١٣	١٣	٦٦	٦٦
٣	استخدم الانترنت للتسلية بالألعاب الالكترونية	٨	٨	٢٠	٢٠	٢٠	٢٠	٥٢	٥٢
	المجموع	٧	٧	١٤	١٤	١٧	١٧	٦٢	٦٢

يوضح الجدول رقم (٢١) دوافع استخدام شبكة الانترنت الترفيهية، حيث يذكر (٥%) من العينة أنهم يستخدمون الانترنت لمشاهدة البث التلفزيوني بشكل دائم، وقال (٨%) أنهم يستخدمون الانترنت لمشاهدة البث التلفزيوني أحياناً، وأفاد (١٩%) بأنهم نادراً ما يشاهدون البرامج التلفزيونية والبث المباشر عبر الانترنت، وأشار (٦٨%) إلى أنهم لا يستخدمون الانترنت لمشاهدة البث التلفزيوني على الإطلاق.

أما استخدام الانترنت للاستماع إلى البث الإذاعي، فقد أشار (٨%) من عينة الدراسة إلى أنهم يستخدمون الانترنت بشكل دائم للاستماع للبث الإذاعي، وذكر (١٣%) بأنهم أحياناً يستخدمون الانترنت من أجل الاستماع إلى البث الإذاعي، وأفاد (١٣%) أنهم نادراً ما يستخدمونها للاستماع إلى البث الإذاعي، وقال (٦٦%) من العينة بأنهم لا يستخدمون الانترنت للاستماع إلى البث الإذاعي. أما عن استخدام الانترنت للتسلية بالألعاب الالكترونية، فقال (٨%) من العينة أنهم يستخدمون الانترنت لتسلية بالألعاب الالكترونية بشكل دائم، وذكر (٢٠%) أنهم يستخدمونها لتسلية بالألعاب الالكترونية أحياناً، وأشار (٢٠%) إلى أنهم نادراً ما يستخدمونها للتسلية بالألعاب الالكترونية، وقال (٥٢%) أنهم لا يستخدمون الانترنت مطلقاً من أجل التسلية بالألعاب الالكترونية.

جدول: (٢٢) الاحتياجات العاطفية

العدد	الدوافع	دائماً		أحياناً		نادراً		لااستخدامها	
		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك
١	استخدم الانترنت للبحث عن علاقات رومانسية	٤	٤	٩	٩	١	١	٨	٨
٢	استخدم الانترنت للاطلاع على المواد الجنسية	٨	٨	٢	٢	٢	٢	٥٢	٥٢
٣	استخدم الانترنت للبحث عن صداقات وزواجيات	٤	٤	٢	٢	١	١	٨	٨
	المجموع	٥	٥	٧	٧	٩	٩	٤٩	٤٩

يوضح الجدول رقم (٢٢) الدوافع العاطفية التي تشبع من خلال استخدام الانترنت، حيث قال (١٤%) من عينة الدراسة أنهم يستخدمون الانترنت للبحث عن علاقات رومانسية بشكل دائم، وذكر (٩%) بأنهم احيانا يستخدمونها للبحث عن علاقات رومانسية، وأشار (١٨%) الى أنهم نادراً ما يستخدمونها للبحث عن علاقات رومانسية، وأفاد (٥٩%) من عينة الدراسة أنهم لا يستخدمون الانترنت للبحث عن علاقات رومانسية مطلقاً.

أما استخدام الانترنت للاطلاع على المواد الجنسية، فقال (٨%) من عينة الدراسة أنهم يستخدمون الانترنت للاطلاع على المواد الجنسية بشكل دائم، وأشار (٤٠%) الى أنهم يستخدمونها احيانا أو نادراً للاطلاع على المواد الجنسية، وقال (٥٢%) من عينة الدراسة أنهم لا يستخدمون الانترنت إطلاقاً من اجل الاطلاع على المواد الجنسية.

وعن استخدام الانترنت للبحث عن صداقات وزواج من خلال شبكة الانترنت، قال (٢٤%) من عينة الدراسة أنهم يستخدمون الانترنت للبحث عن صداقات وزواج بشكل دائم، وذكر (٢٢%) بأنهم في بعض الأحيان يستخدمونها للبحث عن صداقات وزواج، وأفاد (١٨%) من العينة أنه من النادر استخدام الانترنت للبحث عن صداقات والزواج عبر شبكة الانترنت، وأشار (٣٦%) من عينة الدراسة الى أنهم لا يستخدمون الانترنت من أجل البحث عن صداقات وزواج مطلقاً.

جدول: (٢٣) الاحتياجات التجارية

العدد	الدوافع	دائماً		احياناً		نادراً		لااستخدامها	
		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك
١	استخدم الانترنت للبحث عن سلع يصعب عادة إيجادها في السوق المحلية	١٠	١٠	١٢	١٢	١٦	١٦	٦١	٦١
المجموع		١٠	١٠	١٢	١٢	١٦	١٦	٦١	٦١

يوضح الجدول رقم (٢٣) الدوافع التجارية التي تشبع من خلال استخدام شبكة الانترنت، حيث ذكر (١٠%) من عينة الدراسة أنهم يستخدمون الانترنت للبحث عن سلع يصعب عادة إيجادها في السوق المحلية بشكل دائم، كما أفاد (١٢%) بأنه في بعض الأحيان يستخدمونها للبحث عن سلع يصعب عادة إيجادها في السوق المحلية، وقال (١٦%) من النادر استخدام الانترنت للبحث عن سلع يصعب عادة إيجادها في السوق المحلية، وأشار (٦١%) من العينة أنه لا يستخدمون الانترنت مطلقاً من اجل البحث عن سلع يصعب عادة إيجادها في السوق المحلية.

جدول: (٢٤) الاشباعات المتحققة من استخدام الانترنت

العدد	الدوافع	دائماً		أحياناً		نادراً		لا استخدمها	
		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك
١	المعرفية	٣٨	٣٨	٢٩	٢٩	١٤	١٤	١٩	١٩
٢	الاجتماعية	٤٤	٤٤	٣٠	٣٠	١٦	١٦	٩	٩
٣	الترفيهية	٧	٧	١٤	١٤	١٧	١٧	٦٢	٦٢
٤	العاطفية	١٥	١٥	١٧	١٧	١٩	١٩	٤٩	٤٩
٥	التجارية	١٠	١٠	١٢	١٢	١٦	١٦	٦١	٦١
	المجموع	٢٣	٢٣	٢٠	٢٠	١٦	١٦	٤٠	٤٠

يوضح الجدول رقم (٢٤) الاحتياجات والاشباعات الذي يحققها استخدام الانترنت في جميع الجوانب حيث يرى (٣٨%) من عينة الدراسة أن استخدام الانترنت يحقق لهم إشباع الحاجات المعرفية بشكل دائم، وأفاد (٢٩%) بأن الاشباعات المتحققة من استخدام الانترنت في جانب المعرفة يتحقق أحياناً، وأشار (١٤%) من العينة الى أنهم نادراً ما يستخدمونها لتلبي الاحتياجات المعرفية، وأفاد (١٩%) من عينة الدراسة أن استخدامهم لشبكة الانترنت لا تلبي احتياجاتهم المعرفية بشكل مطلق.

أما الاحتياجات الاجتماعية ذكر (٤٤%) من عينة الدراسة أنهم يستخدمون شبكة الانترنت بشكل دائم لتلبية الحاجات الاجتماعية، وأفاد (٣٠%) بأنه في بعض الأحيان يستخدمونها في الجوانب الاجتماعية من اجل إشباع الحاجة الاجتماعية لديهم، وذكر (١٦%) بأنه نادراً ما يستخدمونها لتلبية الحاجات الاجتماعية، وقال (٩%) من عينة الدراسة أنهم لا يستخدمون شبكة الانترنت من أجل تلبية الاحتياجات الاجتماعية.

أما الحاجات الترفيهية، فأشار (٦٢%) من عينة الدراسة أنهم لا يستخدمون شبكة الانترنت على الإطلاق من اجل إشباع حاجاتهم الترفيهية، كما قال (١٧%) من العينة انه من النادر استخدامها لإشباع حاجاتهم الترفيهية، وأفاد (١٤%) أنه في بعض الأحيان يستخدمونها من أجل إشباع الحاجات الترفيهية، وذكر (٧%) من العينة أنهم يستخدمون الانترنت بشكل دائم في إشباع الحاجات الترفيهية لديهم.

وعن الاحتياجات العاطفية أفاد (١٥%) من العينة بأنهم يستخدمون الانترنت بشكل دائم من اجل إشباع الحاجات العاطفية لديهم، وذكر (١٧%) أنهم يستخدمونها أحياناً لإشباع الحاجات العاطفية، وقال (١٩%) أنه نادراً ما يستخدمونها لإشباع الحاجات العاطفية لديهم، وأشار (٤٩%) من عينة الدراسة أنهم لا يستخدمون شبكة الانترنت من اجل إشباع حاجاتهم العاطفية مطلقاً.

أما استخدام الانترنت من أجل اشباع الاحاجات التجارية، فذكر (١٠%) من عينة الدراسة أنهم يستخدمونها بشكل دائم، وقال (١٢%) بأنهم يستخدمونها أحياناً، وافاد (١٦%) بأنه يستخدمونها بشكل نادر من اجل تلبية الاحتياجات التجارية لديهم، بينما ذكر (٦١%) من عينة الدراسة أنهم لا يستخدمون شبكة الانترنت مطلقاً من اجل تلبية حاجاتهم التجارية.

ويوضح من أن نسبة قليلة من العينة يستخدمون شبكة الانترنت بشكل دائم، في جميع الاحتياجات لتلبية وإشباع رغباتهم المعرفية والاجتماعية والترفيهية والعاطفية والتجارية، حيث تصل نسبتهم إلى (٢٣%)، بينما (٢٠%) يستخدمونها أحياناً لإشباع الحاجات لديهم في جميع الاحتياجات المعرفية والاجتماعية والترفيهية والعاطفية والتجارية من اجل إشباع الحاجات لديهم. و(١٦%) نادراً ما

يستخدمونها من أجل إشباع حاجاتهم المعرفية والاجتماعية والترفيهية والعاطفية والتجارية، وفي المقابل (٤٠%) من عينة الدراسة لا يستخدمون شبكة الانترنت من أجل إشباع رغباتهم وحاجاتهم المعرفية والاجتماعية والعاطفية والتجارية مطلقاً. وعليه يمكن القول أن أغلب من يستخدم الانترنت من اطباء الامتياز يستخدمونها من اجل ضياع الوقت والعبث، بدون هدف يريد إشباعه.

استخلاص النتائج :

- كشفت الدراسة أن الجنسية السعودية هي من أكثر الجنسيات العربية استخداماً للانترنت، حيث توصلت الدراسة إلى أن (٤٠%) من العينة الأصلية هم من أطباء الامتياز السعوديين، وهذا يدل على أن هناك توجه بين الشباب إلى مجازاة العصر وتعلم عناصر التكنولوجيا ومواكبة التطور في هذا الجانب. وتشبه هذه النتيجة نتيجة دراسة النجران AL-Najran (١٩٩٨) التي أشارت إلى أن غالبية مستخدمي الشبكة هم من كلية الهندسة.
- توصلت الدراسة إلى أن أطباء الامتياز غالبيتهم من الذكور، حيث تمثل نسبة الذكور (٨٢%) بينما الإناث لم يتجاوزن (١٨%)، مما يدل على أن مهنة الطب من المهن التي يرغبها الذكور أكثر من الإناث، الأمر الذي يفسر أهمية هذه المهنة في حياة الناس. وتقرب نتيجة هذه الدراسة مع دراسة ليرى وحاجي (١٩٩٨) التي أشارت إلى أن نسبة الذكور وغير المتزوجين هم الفئة الأكثر تردداً ومناسباً للتعرف مع الأصدقاء الجدد.
- كشفت الدراسة أن أكثر الفئات العمرية هم تحت سن (٣٠) سنة، وهذا العمر يعد مؤشراً قوياً على اكتساب مهارات جديدة، خاصة في مجال التكنولوجيا الاتصالية، ثم توصلت الدراسة إلى أن نسبة (٣٤%) هم من الشباب أيضاً حيث تقع أعمارهم تحت ٢٧ سنة، وهو مؤشراً على أن الشباب مولع في مواكبة التطور التكنولوجي في جميع التخصصات. وتتفق النتيجة مع دراسة ليرى وحاجي (١٩٩٨) التي أشارت إلى أن أغلبية المترددين على هذه المقاهي هم من الفئات السنية الصغيرة التي تتراوح أعمارهم بين ١٦ - ٣٠ سنة.
- كشفت الدراسة أن غالبية العينة قد بدأت استخدام الانترنت منذ أكثر من (٤ سنوات)، وهذا مؤشراً على إن التعليم الطبي وارتباطه بالتكنولوجيا سبباً مباشراً في تعلم أطباء الامتياز للانترنت، والحرص على استخدامها بشكل مباشر.
- توصلت الدراسة إلى أن (٣١%) يقضون من (١-٥) ساعات في الأسبوع في استخدام الانترنت، وهذا الرقم يعد رقماً متوسطاً إلى حد ما. حيث نجد شريحة من العينة تقضي أكثر من (٢٥) ساعة في الأسبوع، بنسبة (١٦%)، وهذه النسبة تعطي مؤشراً على الإدمان في استخدام الانترنت. وهذه النتيجة تتفق مع دراسة ناي واربنج (Nie and Erbing) (٢٠٠٠م) التي أشارت إلى أن استخدام الفرد للانترنت ارتفع من خلال زيادة متوسط عدد ساعات الاستخدام، بما يؤدي إلى ضعف التواصل والعلاقات الاجتماعية المباشرة بمن حولهم من الأقارب والأصدقاء.
- كشفت الدراسة أن عينة الدراسة يقضون ما بين ساعة إلى ساعتين في مشاهدة التلفزيون أو القنوات الفضائية. وهذا الحيز من الزمن قد يعطي مؤشرات معلوماتية عن انحصار مشاهدة التلفزيون أمام انتشار استخدام الانترنت، حيث أثبتت الدراسة قلة المشاهدة مقارنة مع استخدام الانترنت.
- كشفت الدراسة أن (٩٣%) من العينة يستخدمون الانترنت بصفة فردية، ونتيجة هذه الدراسة تتفق مع نتيجة دراسة ساندرز وزملاءه Sanders et. al. (٢٠٠٠) التي أشارت إلى أن مستخدمي الانترنت المتزايد سجلوا انخفاضاً في التفاعل مع الوالدين (سواء كان الأب أو الأم). وهذا يعكس نوعاً من أنواع الاعتلال في العلاقات الفردية داخل نطاق الأسرة الواحدة، الأمر الذي يفسر بأن

استخدام شبكة الانترنت تشجع على العزلة الاجتماعية، وتفرض محيطا اجتماعيا ونفسيا معيناً للمستخدم لها. كما تتفق مع نتائج دراسة حلمي ساري (٢٠٠٥م) التي أشارت إلى أن العزلة النفسية والاجتماعية الناجمة عن الإدمان على استخدام شبكة الإنترنت.

- توصلت الدراسة إلى أن (٦٧%) من العينة يستخدمون الانترنت في منازلهم، بينما توجد شريحة كبيرة تستخدم الانترنت في مقر عملهم، ويفسر ذلك بتوفر الإمكانيات المادية بالدرجة الأولى ومن ثم وجود الوقت الكافي باستخدام الانترنت، وتوفير الخدمات المساندة تشجع العديد من أفراد العينة على استخدام الانترنت في المنزل.

- كشفت الدراسة أن المتخوفين من استخدام الانترنت، واعتبارها تشكل خطورة ما على من استخدامها نسبة متوسطة إلى كبيرة بعض الشيء. ويرجع سبب خوف هؤلاء من خطورة الانترنت إلى عدم قدرتهم على تقبل الثقافات الأخرى، بالإضافة على تعصبهم ضد الثقافات الفرعية للمجتمعات على كافة الأصعدة. وتتفق مع دراسة الخليفي (٢٠٠٢) التي أشارت إلى أن سلبيات شبكة الإنترنت تمثلت في أنها تساعد على الغزو الثقافي، وتسبب مشاكل اجتماعية وأخلاقية، وصحية بكثرة استخدامها.

- كشفت الدراسة أن نسبة كبيرة (٨١%) من عينة الدراسة يستخدمون شبكة الانترنت بشكل دائم من أجل تلبية حاجاتهم المعرفية، التي تتعلق بالجوانب التعليمية والمعلوماتية، ويفسر ذلك بأن الاستخدام الدائم لشبكة الانترنت تحقق لمن يستخدم إشباع في مجال معين، مما يجعل الدارس يطلب المزيد من الأشباكات حول الموضوعات المعينة، وهذه النتيجة تؤكد على صحة نموذج الاستخدامات والأشباكات المعروف في مجال الإعلام والاتصال، وأنه يصلح للتطبيق في أكثر من مكان. وتقرب نتيجة هذه الدراسة مع دراسة الخليفي (٢٠٠٢م) التي أشارت إلى أن معظم أفراد مجتمع الدراسة (٩١.٧%) لديهم رغبة في استخدام الانترنت، وتركزت أهم استخداماتها في الاستفادة من هذه الشبكة في أغراض الاتصال، وتبادل المعلومات مع الآخرين، وبهدف البحث عن المعلومات، والترفيه والتسلية.

- كشفت الدراسة أن (٤٤%) من العينة يشبعون احتياجاتهم الاجتماعية من خلال استخدام الانترنت، وذلك من خلال استخدام البريد الإلكتروني والتواصل الاجتماعي، فهم يلبون حاجاتهم الاجتماعية من خلال استخدام الانترنت وشبكات التواصل الاجتماعي. وتتفق مع نتيجة دراسة منصور (٢٠٠٤م) التي أشارت إلى أن (٨٤.٣%) من المبحوثين يستخدمون خدمة البريد الإلكتروني في المرتبة الأولى، ومع دراسة الشامي (٢٠٠٤) التي أشارت إلى أن استخدام شبكة الإنترنت من قبل أفراد العينة كان بدافع الحصول على المعلومات، واستخدام البريد الإلكتروني، ثم لقراءة الصحف والمجلات.

- توصلت الدراسة إلى أن (٦٢%) من العينة لا يلبون احتياجاتهم الترفيهية عن طريق استخدام الانترنت، وهذه النتيجة لا تتطابق مع العديد من النتائج التي توصلت لها الدراسات المشابهة لهذه الدراسة التي أجريت في بعض دول العالم.

- كشفت الدراسة أن (٤٩%) من العينة لا يستخدمون شبكة الانترنت من أجل تلبية حاجاتهم العاطفية، وأن كانت هذه النتيجة تخالف نتيجة العديد من الدراسات السابقة حول الموضوع، إلا أن تفسير ذلك الاختلاف بالترابط الاجتماعي بين شرائح العينة ولو كان على شكل شللية.

- كشفت الدراسة أن الحاجات التجارية لم تكن من الحاجات التي تسعى عينة الدراسة إلى الاهتمام بها، الأمر الذي يفسر وجود نسبة كبيرة (٦١%) من العينة لا يستخدمون الانترنت من أجل تلبية

الحاجات التجارية، وذلك لان عينة الدراسة هم من الشباب الذين ليس لديهم ميول تجارية في الوقت الحاضر.

التوصيات :

حرصت الدراسة على الوصول إلى مبتغاهها من خلال استعراض الأهمية للدراسة والمشكلة والأهداف والتساؤلات، والبناء النظري، ومراجعات الأدبيات العلمية التي لها التأثير في تحديد وتاطير هذه الدراسة، ومن ثم تحليل البيانات والمعلومات التي تم الوصول إليها من خلال الدراسة الميدانية ومناقشة تلك المعلومات والوصول إلى التوصيات التالية:

- الاهتمام بدراسة شبكات التواصل الاجتماعي داخل الاتصال الجماهيري، بدرجة يمكن النظر إليها على أنها شكل من أشكال الاتصال الجماهيري، وليس اتصال اجتماعي.
- التطورات التكنولوجية الجديدة المتمثلة بوسائل الإعلام الجديد تفرض نوعاً من الدراسات التي تهتم بدراسة الوسيلة الإعلامية، وتأثيرها على المضمون المرسل.
- الاهتمام بدراسة الأهداف من استخدام وسائل الإعلام الجديد، بغض النظر عن المضمون، والوقوف على الاستعمالات الجديدة لهذه الوسائل لأن الوسيلة تفرض تغير اجتماعي يتناسب مع الوسيلة قبل المضمون.
- المراجعة الأدبية المتأنية للنظريات الإعلامية السابقة، والعمل على استخلاص نظريات جديدة تتسجم مع التطورات التكنولوجية الجديدة وخاصة الوسائل الإعلامية الجديدة، في سبيل الوصول إلى إيجاد نظرية إعلامية تحدد ملامح استخدام الوسائل الإعلامية الجديدة في المنطقة العربية.

المراجع :

- ١- طابع، سامي. استخدامات شبكات المعلومات "الانترنت" في الحملات الإعلامية، المجلة المصرية لبحوث الإعلام العدد الثاني أبريل ١٩٩٧م، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، ص١، ص١٣.
- ٢- إبراهيم، محمد سعد. استخدامات الصحافة للانترنت المصرية ومدى انعكاسها على الأداء الصحفي_ المؤتمر العلمي الخامس لكلية الإعلام، جامعة القاهرة، ١٩٩٩م. ص١١٦، ص١٤٠.
- ٣- بخيت، السيد. أنماط وعادات استخدام شبكة الانترنت لدى أساتذة الجامعات وتأثيرها: دراسة ميدانية على مستخدمي شبكة الجامعات المصرية، المؤتمر العلمي الثالث لكلية الإعلام جامعة القاهرة. ٢٥-٢٨ مايو ١٩٩٧م. ص٢١٥.
- ٤- النامي، عبدالرحمن، التغطية الصحفية للأخطاء الصحية: دراسة تحليلية لعينة من الصحف السعودية، ندوة الأخطاء الطبية ودور الإعلام فيها، مجمع الملك فهد الطبي العسكري بالظهران، يوم الأحد، ٢٧/٥/٢٩١٤هـ. ص١٥، ص٨٦.
- ٥- حداد، جيهان، المقاهي الالكترونية ودورها في التحول الثقافي في مدينة إربد: دراسة انثروبولوجية، جامعة اليرموك، رسالة ماجستير غير منشورة، إربد، ٢٠٠٢م. ص٢١٨.
- ٦- عريقات، فائق، فائق، اتجاهات الطلبة نحو استخدام الانترنت في التعليم: دراسة ميدانية على طلبة الدراسات العليا في الجامعة الأردنية، رسالة ماجستير غير منشورة، عمان، ٢٠٠٢م. ص٣١٥، وما بعدها.
- ٧- عبدالسلام، نجوى، أنماط ودوافع استخدام الشباب المصري لشبكة الانترنت: دراسة ميدانية على مستخدمي شبكة الجامعات المصرية، المؤتمر العلمي الرابع لكلية الإعلام (الإعلام وقضايا الشباب) ٢٥-٢٧ مايو ١٩٩٨م، جامعة القاهرة. ص٨٧، ص١١٥.
- ٨- المطيري، عبدالرحمن نامي، الاتصال الشخصي في المجتمع السعودي، ورقة عمل مقدمة لندوة المؤتمر العلمي الاول لطلاب وطالبات التعليم العالي، الرياض، ٢٠١٠م. ص١، ص٩٦.
- ٩- عبدالسلام، نجوى. تجربة الصحافة الالكترونية المصرية والعربية: الواقع وآفاق المستقبل، المجلة المصرية لبحوث الإعلام العدد الرابع ديسمبر ١٩٩٨م. جامعة القاهرة، كلية الإعلام. ص٢٠٣، ص٢٤١.
- ١٠- الدناني، عبدالملك ردمان، الوظيفة الإعلامية لشبكة الانترنت: دراسة مسحية لمعرفة استخداماتها في مجال الإعلام، مركز عبادي للدراسات والنشر، اليمن، ٢٠٠٠م. ص١١٥، ص١٣٥.
- ١١- عبدالباري، وائل إسماعيل، مستقبل تكنولوجيا المعلومات في مصر: دراسة للأبعاد الاجتماعية على عينة من المستخدمين، مجلة العلوم الاجتماعية، جامعة الكويت، مجلد ٣٢، العدد ٣، ٢٠٠٤م.
- ١٢- فرج، عبداللطيف حسين، توظيف الانترنت في التعليم ومناهجه، المجلة التربوية، قطر، العدد ٧٤، المجلد ١٩، ٢٠٠٥م. جيتس، بيل، المعلوماتية بعد الإنترنت، طريق المستقبل، ترجمة عبدالسلام رضوان، عالم المعرفة، العدد ٢٣١، الكويت، ١٩٩٨م. ص٢٥٣، ص٢٦٤.
- ١٣- منصور، تحسين بشير، استخدام الإنترنت ودوافعها لدى طلبة جامعة البحرين: دراسة ميدانية، المجلة العربية للعلوم الإنسانية، جامعة الكويت، العدد ٨٦، مجلد ٢٢، ٢٠٠٤م. ص١٥٣، ص٢٦٤.
- ١٤- ساري، حلمي، ثقافة الإنترنت دراسة في التواصل الاجتماعي، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ٢٠٠٥م.
- ١٥- الشامي، عبدالرحمن، استخدام الشباب الجامعي اليمني للانترنت: دراسة مسحية، المجلة العربية للعلوم الإنسانية، جامعة الكويت، العدد، المجلد ٢٢، ٢٠٠٤م.

- ١٦- المجالي، فايز، استخدام الإنترنت وتأثيره على العلاقات الاجتماعية لدى الشباب الجامعي: دراسة ميدانية، مجلة المنارة، المجلد ١٣، العدد ٧، مؤتم، ٢٠٠٧م. ص ٤٥، ص ٧٦.
- ١٧- أبو سيف، إيناس. استخدامات الصحفيين لشبكة معلومات "الانترنت" كمصدر من مصادر المعلومات، مجلة كلية الآداب، جامعة المنيا، العدد العشرون، أبريل ١٩٩٨م.
- ١٨- فهمي، أحمد. استخدام الشباب المصري، ورقة للانترنت، ورقة مقدمة للمؤتمر العلمي السنوي لكلية الإعلام، جامعة القاهرة. مايو ١٩٩٨م.
- ١٩- المسند، عبدالرحمن بن عبدالله، الأحكام الفقهية للتعاملات الالكترونية، الحاسب الآلي وشبكة المعلومات الانترنت. دار الوراق، بيروت. ٢٠٠٤م.
- ٢٠- علي، نبيل. العرب وعصر المعلومات، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت، ١٩٩٤م. -
- ٢١- الكندري، يعقوب وحمود القشعان، علاقة استخدام شبكة الإنترنت بالعزلة الاجتماعية لدى طلاب جامعة الكويت، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، مجلد ١٧، عدد ١، أبريل. ٢٠٠١م. ص ٢١٤.
- ٢٢- الخليفي، محمد بن صالح، تأثير الإنترنت في المجتمع: دراسة ميدانية، عالم الكتب، المجلد ٢٢، العددان ٥ و ٦، ٢٠٠٢م.
- ٢٣- بدر، أحمد نور، تكنولوجيا المعلومات: دراسة تكامل المصادر الالكترونية وحل المشكلات وتنمية الإبداع، مجلة المكتبات والمعلومات العربية، السنة العشرون، العدد الثاني، أبريل سنة ٢٠٠٠م.
- ٢٤- الفرغ، خالد فيصل عبدالمحسن، شبكة الانترنت وجمهورها في مدينة الرياض. دراسة تطبيقية في ضوء نظرية الاستخدامات والاشباع، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم الإعلام جامعة الملك سعود، محرم ١٤٢٢هـ. الرياض. ص ١٥، ص ٢١٨.
- ٢٥- حسن، حمدي. الاتصال وبحوث التأثير في دراسات الاتصال الجماهيري. القاهرة، بدون طبعة، سنة ١٩٩٣م.
- ٢٦- السيد، ليلي حسين. استخدامات الأسرة المصرية لوسائل الاتصال الالكترونية ومدى الإشباع الذي تحققه. دراسة مسحية لعينة من أرباب وربات الأسر، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ١٩٩٣م.
- ٢٧- عبدالله، رشا. الانترنت في مصر والعالم العربي. دار آفاق، القاهرة، ٢٠٠٥م.
- ٢٨- دبراويلر، صحيفة الحياة اللندنية، ٢٠٠٥/٥/٩م.
- ٢٩- جي، بايكاوي، صحيفة الحياة اللندنية، ٢٠٠٥/٥/٩م.
- ٣٠- ادعيس، منير، نحو شبكة اتصال ومعلومات إلكترونية بين المنظمات الإنسانية والخيرية. موقع أمام. ٢٠٠٥م.
- ٣١- المؤسسة العامة للاتصالات اليمنية، الانترنت والحاسوب في اليمن أهم المؤشرات.
- ٣٢- شمو، علي محمد. التكنولوجيا الحديثة والاتصال الدولي والانترنت، الدار العربية للنشر، جدة، ٢٠٠١م.
- ٣٣- طالع، سامي عبدالروؤف. استخدام الانترنت في العالم العربي، دراسة ميدانية على عينة من الشباب العربي، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة. العدد الرابع أكتوبر/ديسمبر ٢٠٠٠م.
- ٣٤- مكاي، حسن وآخرون. الاتصال ونظرياته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية، الطبعة الأولى، القاهرة، ١٩٩٨م.

- ٣٥- أبوإصبع، صالح.الاتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة. ط١، دار آرام للدراسات والنشر والتوزيع، عمان، ١٩٩٥م.
- ٣٦- ملفين ل.ديفلير وساندرا بول- روكيتش. نظريات وسائل الإعلام، ترجمة كمال عبدالرؤوف، ط١، الدار العربية للنشر والتوزيع، القاهرة، ١٩٩٣م.
- ٣٧- رشتي، جيهان. الأسس العلمية لنظريات الإعلام، دار الفكر العربي، القاهرة، ١٩٧٨م.
- ٣٨- كامل، محمود عبدالرؤوف إبراهيم. الصحافة المصرية الصادرة باللغة الإنجليزية، دراسة للمضمون والجمهور خلال عامي ١٩٩٧/١٩٩٨، رسالة دكتوراه غير منشورة، القاهرة، جامعة حلوان، كلية الآداب، قسم الإعلام، ٢٠٠٠م. ص٢٢٥، ص٢٦٨.
- ٣٩- القحطاني، دشن محمد، الإعلام السياحي في المملكة العربية السعودية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الملك سعود، كلية الآداب، الرياض، ٢٠٠٤م. ص٢٠، ص١٠٢.
- ٤٠- Kahin, B., and James Keller, (١٩٩٥) Public Access to the Internet, (London: The MIT Press).pp.٣٣٥-٣٤٤
- ٤١- Varian,H.and Jeffrey, K.Mackie-Mason,(١٩٩٤),Economic Facts about the Internet,(Michigan:University of Michigan Press)
- ٤٢- Tayie,S.,(١٩٩٥)"The Role Of Mass Media in Increasing Egyptian Women's Medical Awareness", in peter Nwosu et al(eds),Communication and the ?Transformation of Society:A Developing Region's Perspective, (Maryland:Univesity Press of A merica).
- ٤٣- Gal breath, Jeremy. Preparing the ٢١st Century Worker: the link Between Computer-Based Technology and Future skill sets. Educational Technology, ١٩٩٩.
- ٤٤- William Stephenson, the play theory of mass communication chieago: university of chieago press, ١٩٦٧.
- ٤٥- Bittner. John. R. mass communication, Londa. ١٩٨٠.
- ٤٦- Robinson. Deanna cam pbell. Television/Film Attitudes of upper. Middle class professionals Journal of Broad casting. ١٩ spring. ١٩٧٥.
- ٤٧- Neil. T. weintraub, some meaning Radio has for Teenagers. Journal of Broadcasting ٢ spring ١٩٧١.
- ٤٨- Lawrence Werner. Functional Analyses of TV viewing for qlder Adults Journal of Brood east. ٢. Spring ١٩٧١.
- ٤٩- Herta Herzog, what do we really know about daytime serial listeners in Radio Research. ١٩٤٢-١٩٤٣.ed Paul F. Lazarsfeld and frank Stanton (New York: Duel. Sloan and pearce, ١٩٤٤.
- ٥٠- Blumler, J. G. (١٩٧٩) the role of theory in uses and Gratifications research, communication research.
- ٥١- Babrow, A. S. (١٩٨٨) theory and method in research on audience motives Journal of Broadcasting & Electronic media.

- Harris, R. J. (١٩٨٩) A cognitive psychology of mass communication, -٥٢
N.J.: Lawrence Erlbaum Association,
- Katz, E. Bulmer, J. G. & Gurevitch M. (١٩٧٤) Uses Of mass -٥٣
communication by the Individual. In W. P. Davison, & F. t. c. yu, (Eds) Mass
communication Research: Major issues and Future Directions N. y> preager.
- Swanson, D. L. (١٩٨٧) "Gratification seeking, Media Exposure, and -٥٤
Audience Interpretatives: Some Directions for Research" Journal of
Broadcasting & Electronic Media, Vol. ٣١, No. ٣. pp. ١٨٥-١٩٢
- Rubin, A. M. (١٩٨٥) Uses and Daytime Television Soap Operas by -٥٥
College Students, Journal of broadcasting & Electronic media.
- Rubin, A. M. (١٩٨٥) uses and Gratifications: Qualification Analysis" in J. -٥٦
R. Dominick ,& J. E. Fletcher. (eds) Broadcasting Research Methods.
Massachusetts: Allyn & Bacon Inc.
- Rosengren. K. E. (١٩٧٤) "Uses and Gratifications: A paradigm outlined' -٥٧
in J. G. Blumler, & E. Katz. (Eds) the uses of mass communication: Current
perspectives on Gratifications Research. Beverly-Hills, California: SAGE,
- Kippaax, S. & Murray, J. p. (١٩٨٠) Using the Mass media: Need -٥٨
gratification and Perceived Reality Communication Research, ٧.
- Johnston, J. W.C. (١٩٧٤) Social Integration and mass media use among -٥٩
adolescents: a case study in J. G. Blumler, & E. Katz. (Eds) the uses of mass
communion: current perspectives on Gratification research. Beverly Hills.
Asge.
- Katz. G. & Bladassare. M. (١٩٩٢) "using the (L. Word) in Public: A Test -٦٠
of the spiral of silence in conservative orange country, California" public
opinion quarterly. Vol. ٥٦. pp. ١٩-٣٢
- Edelstein, A, S, Ito, Y. & Kepplinger, H. M. (١٩٨٩) Communication and -٦١
culture A Comparative Approach, N. Y. Longman.
- www.moe-tech.net -٦٢
- www.informatics.gov.sa/magazine/modules -٦٣
- www.byte.com -٦٤
- www.sudantv.tv/darfurpeace/mgal١٣.htm -٦٥
- www.schoolarabia.net -٦٦
- .www.Isoe.org/zakon/internet/history/hit.htm/ -٦٧
- .www.fastv -٦٨
- www.alexa.com -٦٩
- www.amanjadan.org -٧٠
- Dimaggio, P., Hargittai, E, Neuman, W., and Robinson, J. (٢٠٠١). -٧١
"Social Implications of the Internet". Annual Review of Sociology.

- Kraut, R., Lundmark, V., Patterson, M., Kiesler, S., Muko., T., and -٧٢
Schlerlis, W. (١٩٩٨). "Internet Paradox: A Social Technology that Reduces
Social Involvement and Psychological Well-being". Journal of American
.Psychologist Sept., vol. ٥٣, No. ٩,
Kraut, Robert, et al.; (٢٠٠٤). "The Internet and Social Participation -٧٣
Contrasting Cross-Sectional and Longitudinal Analysis". [Web page].
Retrieved July ٢٤, ٢٠٠٦, from world wide web:
<http://jcmc.Indiana.edu/vollo/issue ١/shklovshi-kraut.html>
Nie, Norman and Erbing, Lutz. (٢٠٠٠). Internet and Society: A -٧٤
preliminary Report. Standford Institute for the Quantitative study of Society.
.Intersurvey Inc., and Mckinsey and co
Niemz, Katie, Mark Griffiths and Phil Banyrad, (٢٠٠٥). "Prevalence of -٧٥
Pathological Internet Use among University Students and Correlations with
Self-Esteem, the General Health Questionnaire, and Disinhibition". Cyber
.Psychology of Behavior, vol. ٨, No. ٦. pp. ٣٣٠-٣٥٤