

تعرض الشباب الجامعي السعودي للإنترنت وانعكاسه على قراءة
الصحف اليومية
"دراسة ميدانية"

إعداد

د/عدنان بن نوري المغامسي الحربي
أستاذ مساعد قسم الإعلام
جامعة أم القرى

مقدمة:

يعد الإنترنت ظاهرة إعلامية مهمة في العصر الحاضر، حيث شهد العالم تعددية قنوات المعلومات والمعرفة، وتنامي خاصية التفاعلية مع الوسيلة أو مصادر المعلومات من خلال حرية اختيار المضمون والتعليق عليه والمشاركة بالرأي حوله وإمكانية الإطلاع على آراء الآخرين (١)، حيث أحدث ظهور الشبكة العنكبوتية الدولية "World Wide Web" أو "www" عام ١٩٩١م ثورة في مجال نقل المعلومات والاتصالات (٢). وبحلول عام ١٩٩٤م، بدأ الاستخدام الشخصي للإنترنت، وتزايدت المراكز فيها لتصل إلى نحو ثلاثة ملايين مركز، وفي عام ١٩٩٥م بدأ استخدام خدمة الإنترنت في العالم العربي بشكل تجاري (٣).

هذه الثورة أحدثت تغييرات جذرية في صناعة الإعلام انعكست آثارها في:

- انتشار المواقع الإخبارية المتاحة أمام الجمهور على شبكة الإنترنت.
- تعددية قنوات المعلومات والمعرفة.
- تنوع أساليب المحتوى الإعلامي من حيث الشكل والمضمون.
- تنافس المواقع الإلكترونية العربية والأجنبية في الاستحواذ على اهتمام جمهور وسائل الإعلام.

• ظهور مفهوم الصحافة الإلكترونية كمنافس للصحافة المطبوعة بشكلها التقليدي.

هذه الانعكاسات وغيرها فرضت مجموعة من التحديات الكبيرة أمام وسائل الإعلام التقليدية، لأنها تتعلق بالتأثير على الجمهور وعلى مستوى الأداء لوسائل الإعلام التقليدية.

وفي المملكة العربية السعودية بدأ استخدام الإنترنت بشكل تجاري إثر صدور قرار مجلس الوزراء رقم (١٦٣) وتاريخ ٢٤/١٠/١٤١٧هـ الذي أهاب بمدينة الملك عبد العزيز للعلوم والتقنية مهمة إدخال خدمة الإنترنت إلى المملكة العربية السعودية، حيث تم ربط المؤسسات التعليمية ومؤسسات تقديم خدمة الإنترنت للمستخدمين بالمدينة.

وبحلول عام ١٤٣٢هـ سيصل العدد الإجمالي لمستخدمي الإنترنت في المملكة العربية السعودية إلى ١١,٤ مليون مستخدم، حسب تقرير هيئة الاتصالات وتقنية المعلومات السعودية (٤). كما أشار تقرير استشرافي إلى تصاعد نسبة استخدام الإنترنت في السعودية بمتوسط نمو سنوي ٣٦% ونسبة انتشار تقدر بنحو ٣٩% بين السكان (٥).

هذا النمو في استخدام الإنترنت في المجتمع السعودي يمثل تحدياً واضحاً لوسائل الإعلام السعودية سواء المرئية أو المسموعة أو المقروءة. الأمر الذي يتطلب المزيد من الدراسات والبحوث الإعلامية، التي تسبر غور طبيعة تأثير تعرض الجمهور السعودي لتقنيات الاتصال التفاعلي (الإنترنت) على وسائل الاتصال الأخرى في المجتمع السعودي، وفي هذه الدراسة سيتم التعرف على طبيعة تأثير تعرض الشباب الجامعي السعودي لتقنيات الاتصال التفاعلي (الإنترنت) على قراءتهم للصحف اليومية.

الإطار المعرفي للدراسة:

تعتمد هذه الدراسة في بنائها النظري على مدخلين نظريين تحاول من خلالهما تفسير طبيعة تأثير تعرض الشباب السعودي لتقنيات الاتصال التفاعلي (الإنترنت) على قراءتهم للصحف اليومية، والتي تعد مدخلاً مناسباً لهذه الدراسة، وذلك على النحو الآتي:

- أولاً: نظرية الاستخدامات والإشباع.
- ثانياً: نموذج الاعتماد على وسائل الإعلام.

أولاً: نظرية الاستخدامات والإشباعات:

تعد نظرية الاستخدامات والإشباعات مدخلاً مناسباً لهذه الدراسة، حيث تقوم فكرتها على العلاقة بين الجماهير وكيفية استخدامها لوسائل الإعلام ومدى تأثير ذلك على الجوانب الإدراكية، والمعرفية، والسلوكية (٦). وتفترض هذه النظرية أن الجماهير تختار بوعي وسائل الإعلام التي ترغب في التعرض لها ونوع المحتوى الذي يلبي حاجاتهم ورغباتهم (٧).

وتعتمد نظرية الاستخدامات والإشباعات على عدة افتراضات من أهمها (٨):

• أن الجمهور مشارك فعال في عملية الاتصال الجماهيري ويستخدم وسائل الاتصال لتحقيق أهداف مقصودة تلبي توقعاته.

• يدل استخدام وسائل الاتصال على حاجات ورغبات الجمهور، الذي تتحكم فيه عوامل الفروق الفردية، وعوامل التفاعل الاجتماعي.

• أن الجمهور هو الذي يختار وبوعي الوسائل والمحتوى الذي يشبع حاجاته ويلبي رغباته.

• قدرة الجمهور على تحديد حاجاتهم ودوافعهم، تمكنهم من اختيار الوسائل التي تشبع حاجاتهم وتلبي رغباتهم.

وقد حدد Katz Elihu وزملاؤه ثلاثة أهداف رئيسة تحققها نظرية الاستخدامات والإشباعات، وهي (٩):

• التعرف على كيفية استخدام الجمهور لوسائل الاتصال، وذلك برصد الجمهور النشط الذي يختار الوسائل التي تلبي حاجاته ورغباته.

• تفسير دوافع التعرض لوسيلة ما من وسائل الاتصال، والتفاعل الذي يحدثه هذا التعرض.

• أن فهم عملية الاتصال الجماهيري مرتبط بنتائج كيفية استخدام الجمهور لوسائل الإعلام.

وتعتمد نظرية الاستخدامات والإشباعات على مجموعة من العناصر التي تشكل رؤية النظرية لطبيعة العلاقة بين الجمهور ووسائل الإعلام، وذلك على النحو الآتي:

• افتراض الجمهور النشط: ويقصد بذلك أن الجمهور متلق نشط ينتقي ما يريد أن يتعرض إليه ليشتبع احتياجاته ويلبي رغباته من خلال قنوات المعلومات المتاحة (١٠). بينما أشارت النظريات القديمة إلى الجمهور بأنه سلبي أمام وسائل الإعلام (١١).

• الأصول النفسية والاجتماعية: ويقصد بذلك وجود علاقات بين العوامل النفسية والمتغيرات الديموجرافية والاجتماعية للجمهور وتعرضهم لوسائل الإعلام، كعلاقة التعرض لوسائل الإعلام بالنوع والعمر والمستوى التعليمي والاقتصادي والاجتماعي (١٢). كما أن لقيم ومعتقدات واتجاهات الجمهور تأثيراً على سلوكياتهم، ومن بينها التعرض لوسائل الإعلام (١٣)، حيث إن الجمهور لا يعيش بمعزل عن واقعه الاجتماعي، وإنما يتفاعل معه.

• دوافع تعرض الجمهور لوسائل الإعلام: حيث أشارت العديد من الدراسات إلى وجود نوعين من دوافع تعرض الجمهور لاستخدام وسائل الإعلام؛ الأول: دوافع نفعية وظيفية تستهدف التعرف على الذات، واكتساب المعرفة والمعلومات، والخبرات، وجميع أشكال التعليم بوجه عام والتي تعكسها نشرات الأخبار والبرامج التعليمية والثقافية (١٤)، والثانوية. والنوع الثاني: دوافع تعودية، تستهدف إشباع رغبات الجمهور من تمضية الوقت، والهروب من الروتين والمشكلات، والترويح عن النفس والاسترخاء (١٥)، والتي تعكسها الأفلام والمنوعات، وبرامج الترفيه، والدراما وغيرها.

• التوقعات من وسائل الإعلام: ويقصد بذلك الإشباعات التي يبحث عنها الجمهور لتشبع حاجاته وتلبي رغباته (١٦)، وتختلف توقعات الجمهور من وسائل الإعلام باختلاف القيم والثقافات والفروق الفردية (١٧).

• التعرض لوسائل الإعلام: حيث أكدت نتائج العديد من الدراسات على أن الخصائص السيكولوجية والاجتماعية للجمهور تؤثر على تعرضهم لوسائل الإعلام، لوجود علاقات ارتباط بين استخدام وسائل الإعلام والعوامل الديموجرافية (١٨)، فتعرض الجمهور لوسائل الإعلام عبارة عن انعكاس نشاط هذا الجمهور، وقدرته على اختيار المعلومات التي تشبع حاجاته وتلبي رغباته (١٩).

• إشباعات وسائل الإعلام: حيث يسعى الجمهور لتحقيق الإشباعات من خلال تعرضهم لوسائل الإعلام، وقد توصلت العديد من الدراسات إلى وجود نوعين من هذه الإشباعات: النوع الأول: إشباعات تنتج عن التعرض لمحتوى وسائل الإعلام ويطلق عليها "إشباعات المحتوى" وهي إما إشباعات توجيهية أو إشباعات اجتماعية. والنوع الثاني: إشباعات تنتج عن عملية الاتصال والارتباط بوسيلة محددة ولا ترتبط مباشرة بخصائص الرسائل، ويطلق عليها "إشباعات عملية"، وهي إما إشباعات شبه توجيهية أو إشباعات شبه اجتماعية (٢٠).

ثانياً: نموذج الاعتماد على وسائل الإعلام:

يعد نموذج الاعتماد على وسائل الإعلام مدخلا مناسباً لهذه الدراسة، حيث تقوم فكرة هذا النموذج على اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام للحصول على المعلومات لإشباع احتياجاتهم وتحقيق رغباتهم وأهدافهم ومصالحهم المختلفة (٢١). كما يعتمد النموذج على وجود علاقة تفاعلية بين وسائل الإعلام والجمهور والنظم المختلفة في المجتمع (٢٢)، تكمن في أن استخدام الجمهور لوسائل الإعلام لا يتم بمعزل عن تأثيرات النظام الاجتماعي الذي يعيش بداخله، الجمهور ووسائل الإعلام، والطريقة التي يستخدم بها الجمهور وسائل الإعلام، ويتفاعل معها، تتأثر بما يتعلمه من المجتمع، ويشمل ما يتعلمه من وسائل الإعلام، بالإضافة إلى أن الجمهور يتأثر بما سيحدث في اللحظة التي يتعامل فيها مع وسائل الإعلام (٢٣).

ويفترض نموذج الاعتماد أن الجمهور يعتمد على وسائل الإعلام لتحقيق الأهداف الآتية (٢٤):

- الفهم: ويقصد به فهم الجمهور للذات والقيم والمعايير الاجتماعية، التي تساعده على توسيع خبراته عن العالم الخارجي أو البيئة المحلية وتفسيرها وسبل التفاعل معها.
- التوجيه: ويشمل التوجيه السلوكي والتفاعلي في إطار قيم وأخلاقيات المجتمع عن كيفية التعامل مع المواقف الجديدة والصعبة.
- التسلية: ويعني حاجة الجمهور إلى الترفيه والراحة والتسلية والاسترخاء، منفرداً أو مع الآخرين.

ويعتمد نموذج الاعتماد على وسائل الإعلام على عدة افتراضات من أهمها (٢٥):

- وجود علاقة اعتماد متبادلة بين الجمهور ووسائل الإعلام والمجتمع. هذه العلاقة تحدد مباشرة كثيراً من التأثيرات التي تحدثها وسائل الإعلام في المجتمع.
- كلما زادت درجة الحاجة إلى معلومات، تزيد درجة اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام، وكلما زاد احتمال أن تغير المعلومات التي تقدمها وسائل الإعلام أشكالاً مختلفة من معارف الجمهور، ومشاعره، وسلوكياته، وبالتالي يطور المجتمع علاقات متبادلة ومعقدة وكثيفة مع وسائل الإعلام.

- يزيد اعتماد الجمهور على معلومات وسائل الإعلام في المجتمعات التي تتطور فيها أنظمة وسائل الإعلام، وكلما زاد مستوى الصراع الاجتماعي والتغيير.
- اختلاف الجمهور في الأهداف والمصالح والحاجات الفردية يؤدي إلى اختلاف درجة اعتمادهم على وسائل الإعلام.
- وقد حدد كل من Rokeach و Defleur مجموعة من الآثار المترتبة على اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام، تصنف في ثلاث فئات أساسية (٢٦)، وهي:
أولاً: التأثيرات المعرفية:
ويقصد بها التغييرات في المعارف والمعلومات لدى الجمهور، وتتمثل في عدة مجالات من أهمها:
 - إزالة الغموض أو إيجاده: وهو مشكلة ناتجة إما من نقص المعلومات أو وجود معلومات متضاربة أو متناقضة لدى أفراد المجتمع لفهم معنى حدث، أو لإيجاد تفسير صحيح للحدث أو الأزمة.
 - تشكيل الاتجاهات: ويتحقق ذلك عندما يعتمد الأفراد على معلومات وسائل الإعلام في تكوين اتجاهات حول الأحداث والأزمات والتغيرات الاجتماعية المثارة في المجتمع.
 - ترتيب الأولويات: ويتحقق ذلك عندما يعتمد الجمهور على وسائل الإعلام في معرفة ما يدور حولهم من أحداث وأزمات وكوارث تركز عليها تلك الوسائل أكثر من غيرها من الأحداث خلال التغطية الإخبارية.
 - توسيع نظام المعتقدات: تقوم وسائل الإعلام بالإسهام في توسيع المعتقدات التي يدركها الجمهور. عن الأماكن والأشخاص وأشياء متنوعة. ويتم تنظيم هذه المعتقدات في فئات تنتمي إلى الدين أو الأسرة أو السياسة. ويزداد اتساع معتقدات الجمهور بزيادة فئات المعتقدات.
 - التأثير في القيم: ويتحقق ذلك عندما تقوم وسائل الإعلام بدورها في تعزيز القيم التي يشترك فيها أفراد المجتمع ويرغبون الحفاظ عليها.
- ثانياً: التأثيرات الوجدانية:
ويقصد بها الجوانب المتعلقة بالعاطفة والأخلاق والمشاعر والأحاسيس، وتتمثل في الجوانب الآتية:
 - الفتور العاطفي: ويتحقق ذلك عندما يتعرض الجمهور بشكل مكثف لأعمال العنف في وسائل الإعلام فيؤدي إلى الشعور بالتبذل أو اللامبالاة، وعدم الرغبة في تقديم العون للآخرين في حال وجود أحداث عنف حقيقية.
 - الخوف والقلق والذعر والتوجس: تعد هذه الآثار جزءاً من الاستجابة الطبيعية التي يمكن أن تحدث نتيجة للتعرض الكثيف لمشاهد العنف والكوارث والاضغتيالات والحروب في وسائل الإعلام.
 - الدعم المعنوي أو الاغتراب: يتحقق الدعم المعنوي للجمهور عندما يعكس مضمون وسائل الإعلام القيم الدينية والثقافية والاجتماعية التي ينتمي إليها الجمهور. وعلى النقيض، حين لا يجد الجمهور المضامين التي تعبر عن ذاته وقيمه الدينية والاجتماعية والثقافية.
- ثالثاً: التأثيرات السلوكية:
تعني الآثار السلوكية تغييراً في نمط السلوك المعتاد للجمهور نتيجة لاعتمادهم على وسائل الإعلام، ومن أهم هذه الآثار ما يأتي:

●التنشيط: ويقصد به قيام أفراد من الجمهور بسلوك ما نتيجة تعرضهم بكثافة لمضامين وسائل الإعلام. وقد يكون التنشيط إيجابياً عندما يسهم في بناء المجتمع ويحافظ على ثرواته وقد يكون سلبياً عندما يؤدي إلى الإسهام في نشر السلوكيات الضارة بالمجتمع وأمنه.

●الخمول: ويقصد به الإسهام في عزوف أفراد من الجمهور عن القيام بدورهم في المجتمع نتيجة تعرضهم لمضامين تغطية إعلامية مبالغ فيها أو غير كافية.

وتكمن أهمية المدخلين النظريين كإطار نظري ومعرفي للدراسة، في أنهما يساعدان على تفسير طبيعة التأثير الذي يحدثه التعرض لتقنيات الاتصال التفاعلي (الإنترنت) على قراءة الصحف اليومية في المجتمع السعودي.

الدراسات السابقة:

من خلال البحث في المصادر العلمية، تم رصد العديد من الدراسات والبحوث التي ترتبط بموضوع الدراسة، ويستفيد منها الباحث في تحديد مشكلة الدراسة وبناء أداة الدراسة، وصياغة فروض الدراسة وتساؤلاتها، وسيتم عرض هذه الدراسات وفقاً لمحورين كما يأتي:

المحور الأول: الدراسات والبحوث التي تناولت التعرض للإنترنت بوجه عام:

١- دراسة محمد الفاتح حمدي (٢٠٠٨): استخدامات تكنولوجيا الاتصال والإعلام الحديثة وانعكاساتها على قيم الشباب الجزائري(٢٧).

سعت هذه الدراسة لمعرفة طبيعة تأثير استخدام الشباب الجامعي الجزائري للإنترنت على قيمهم المجتمعية، وقد أجريت الدراسة على عينة قوامها (٣٩٠) مفردة موزعة على ثلاث جامعات جزائرية، وقد توصلت نتائج الدراسة إلى أن أغلبية عينة الدراسة يقضون ما بين ساعة إلى ساعتين في اليوم أمام الإنترنت، يليه الذين يقضون أقل من ساعة في اليوم أمام الإنترنت. كما أشارت نتائج الدراسة إلى أنه لا يوجد فروق جوهرية بين الجنسين في المدة الزمنية التي يقضونها أمام الإنترنت، كما أشارت نتائج الدراسة إلى أن مواقع خدمة البحث العلمي والأكاديمي جاءت في مقدمة المواقع التي يقبل عليها الشباب الجزائري، يليها خدمة البريد الإلكتروني، ثم مواقع التسلية والترفيه.

٢- دراسة جمال عبد العظيم أحمد (٢٠٠٦): المتغيرات المؤثرة في معدلات استخدام الإنترنت في مملكة البحرين: دراسة ميدانية في إطار نموذج الاستخدامات والإشباع(٢٨).

أجريت هذه الدراسة على عينة قوامها (٤٠٠) مفردة من مستخدمي الإنترنت بمملكة البحرين، وقد سعت هذه الدراسة لمعرفة معدلات استخدام الجمهور البحريني للإنترنت، وطبيعة العوامل المؤثرة في هذا الاستخدام سواء أكانت عوامل شخصية أو مجتمعية أو متعلقة بسمات الوسيلة ذاتها. وانتهت الدراسة إلى أن نصف عينة الدراسة يستخدمون الإنترنت بشكل يومي، يليهم من يستخدمونه أكثر من مرة في الأسبوع. كما أشارت نتائج الدراسة إلى عدم وجود علاقة بين المتغيرات الديموغرافية ومعدلات الاستخدام، كما أشارت نتائج الدراسة إلى وجود علاقة ارتباط دالة إحصائياً بين درجة مصداقية الإنترنت لدى مستخدميه كمصدر للمعلومات وبين معدل استخدام الإنترنت. كما أشارت نتائج الدراسة إلى وجود علاقة ارتباط دالة إحصائياً بين إدراك عينة الدراسة للإنترنت كبديل وظيفي لوسائل الإعلام التقليدية وبين معدلات استخدامهم للإنترنت.

٣- دراسة أحمد عبدلي (٢٠٠٣): مستخدمو الإنترنت: دراسة ميدانية بولاتي سطيف وقسنطينة(٢٩). سعت هذه الدراسة للتعرف على الخصائص التكوينية لمستخدمي الإنترنت في الجزائر، وعادات وأنماط السلوك الإستهلاكي، والدوافع والحاجات، والآثار المترتبة على الاستخدام. وقد أشارت نتائج الدراسة إلى أن أغلبية عينة الدراسة يقضون قرابة الساعتين أمام الإنترنت، كما أشارت نتائج الدراسة إلى أن

المواقع الثقافية جاءت في المرتبة الأولى من حيث تفضيل عينة الدراسة لها، ثم يليها المواقع الإخبارية، يليها مواقع الدردشة والرياضة.

٤- دراسة kim Wang & kuyngyong (٢٠٠٣): تطبيق واستخدام الإنترنت في كوريا الجنوبية (٣٠).

أجريت هذه الدراسة على عينة قوامها (٢٣٦١) مفردة من مستخدمي الإنترنت في كوريا الجنوبية، وقد سعت الدراسة إلى التعرف على استخدامات الكوريين للإنترنت والإشباعات المحققة من ذلك، وقد انتهت الدراسة إلى أن استخدام الإنترنت في كوريا الجنوبية هو من أعلى المستويات في العالم استخداماً، وقد يتأثر هذه الاستخدام بعوامل عديدة، والتي من أهمها الخصائص الديموغرافية، والمستويات الاقتصادية والاجتماعية. كما أشارت نتائج الدراسة إلى أن المواقع المفضلة لدى عينة الدراسة هي المواقع البحثية العلمية، يليها الألعاب والدردشة، ثم البريد الإلكتروني والتسوق.

٥- دراسة حسينة قيديم (٢٠٠٢): الإنترنت واستعمالاتها في الجزائر (٣١).

سعت هذه الدراسة لمعرفة طبيعة استخدام الإنترنت في الجزائر من خلال دراسة ميدانية على مستخدمي الإنترنت بالجزائر العاصمة من خلال مقاهي الإنترنت والمؤسسات التعليمية والإدارات الحكومية. وقد توصلت نتائج الدراسة إلى أن أغلبية مستخدمي الإنترنت بالجزائر العاصمة هم من فئة الشباب الذين تتراوح أعمارهم بين ٢١ - ٣٥ سنة، كما أشارت نتائج الدراسة إلى أن أغلبية عينة الدراسة يقضون أكثر من ساعة كحد أدنى أمام الإنترنت، فيما يبلغ الحد الأقصى أربع ساعات، كما توصلت نتائج الدراسة إلى أن دوافع استخدام عينة الدراسة والإشباعات التي يرغبون في تحقيقها هي إشباعات ذات قيم اجتماعية ونفسية (معرفة أولاً ووجدانية ثانياً).

٦- دراسة أحمد قيراط و محمد عايش (٢٠٠١): استخدامات وإشباعات الإنترنت (٣٢).

سعت هذه الدراسة للتعرف على أنماط ودوافع استخدام الإماراتيين للإنترنت والإشباعات المتحققة من استخدامهم. وقد توصلت نتائج الدراسة إلى أن أكثر من نصف عينة الدراسة يستخدمون الإنترنت من ساعة إلى ساعتين يومياً، كما أشارت نتائج الدراسة إلى أن المواقع المفضلة لدى عينة الدراسة جاءت مرتبة كالآتي: البحث عن المعلومات، التسلية، البحث العلمي، الدردشة.

٧- دراسة Ebersole Samuel (٢٠٠١): استخدام الطلاب لشبكة الإنترنت والإشباعات المتحققة (٣٣).

أجريت هذه الدراسة على عينة قوامها (٧٩١) مفردة من طلاب عشر مدارس في غرب ولاية كلورادو في أمريكا، وقد سعت الدراسة للتعرف على استخدامات الطلاب للإنترنت والإشباعات المتحققة من ذلك، وطبيعة تأثير هذا الاستخدام على اتجاهاتهم وأرائهم. وانتهت الدراسة إلى أن المواقع الإعلانية هي الأكثر استخداماً من قبل عينة الدراسة، بينما جاءت المواقع الاقتصادية في آخر القائمة استخداماً من قبل الطلاب، كما أشارت نتائج الدراسة إلى أن ٥٢% من عينة الدراسة ذكروا أن هدفهم من استخدام الإنترنت هو البحث والتعليم.

٨- دراسة ميرفت كامل الطرابيشي (١٩٩٩): العوامل المؤثرة في تعرض الشباب المصري للمواقع الإلكترونية على الإنترنت (٣٤).

أجريت هذه الدراسة على عينة من الشباب المصري قوامها (٣٠٠) مفردة، وقد سعت الدراسة إلى التعرف على العوامل التي تؤثر في تعرض الشباب المصري للمواقع الإلكترونية على الإنترنت، وانتهت الدراسة إلى أن أغلبية عينة الدراسة تتعرض للمواقع الإلكترونية بشكل يومي، كما أشارت نتائج الدراسة إلى أن التعرض الانتقائي للمواقع الإلكترونية جاء في المقدمة، بينما احتل التعرض غير

الانتقائي المرتبة الثانية بحكم ضروريات ومقتضيات العمل لدى عينة الدراسة، كما أشارت نتائج الدراسة إلى أن الاستخدام الهادف والمقصود للإنترنت جاء في مقدمة أسباب تعرض عينة الدراسة للمواقع الإلكترونية على الإنترنت.

المحور الثاني: الدراسات والبحوث التي تناولت تأثير التعرض للإنترنت على وسائل الإعلام الأخرى.

١- دراسة حنان كيلاني (٢٠٠٧): تأثير الإنترنت على وسائل الإعلام التقليدية المصرية (٣٥). أجريت هذه الدراسة على عينة من الجمهور المصري قوامها (٣١٠) مفردة ممن تتراوح أعمارهم ما بين ١٥-٤٥ سنة، وقد سعت الدراسة لمعرفة مدى تأثير الإنترنت كوسيلة إعلامية معاصرة على استحواذ الجمهور المصري بعيداً عن الوسائل التقليدية، ومعرفة إلى أي مدى قد يؤثر الإنترنت على تعرض الجمهور المصري لوسائل الإعلام الأخرى، ومعرفة تشابه واختلاف دوافعهم واحتياجاتهم عند تعرضهم للإنترنت وللوسائل الإعلامية الأخرى. وانتهت الدراسة إلى أن الشباب هم أكثر استخداماً للإنترنت، حيث إن ٦١% من مستخدمي الإنترنت تتراوح أعمارهم ما بين ١٥-٢٥ سنة، و ٢٣,٢% من مستخدمي الإنترنت تتراوح أعمارهم ما بين ٢٦-٣٥ سنة، كما أشارت نتائج الدراسة إلى أن أغلبية عينة الدراسة ترى أن الإنترنت سيؤثر بشكل سلبي على قراءة الصحف، في حين قلل بعضهم من تأثيره على الإذاعة وقراءة المجلات. كما أشارت أغلبية عينة الدراسة إلى أن التلفزيون ما زال المنافس الأقوى للإنترنت كمصدر للمعلومات.

٢- دراسة السيد أحمد مصطفى عمر (٢٠٠٦): تأثير استخدام الإنترنت على مشاهدة التلفاز: دراسة ميدانية على عينة من طالبات جامعة الشارقة (٣٦).

أجريت هذه الدراسة على عينة من طالبات جامعة الشارقة قوامها (٢٨٥) مفردة، وقد سعت الدراسة للتعرف على حجم التأثير الذي أحدثه الإنترنت على مشاهدة التلفاز، والتعرف على طبيعة هذا التأثير من حيث الوقت المخصص للاستخدام، ومدى تأثير الاستغراق فيه على المشاهدة. وانتهت الدراسة إلى أن استخدام الإنترنت قد أثر على معدلات مشاهدة التلفاز عند عينة الدراسة، كما أشارت نتائج الدراسة إلى أن استخدام الإنترنت عمل على تغيير مفاهيم المشاهدة وطبيعتها، ويتضح ذلك من تأثير الاستغراق في استخدام الإنترنت على مشاهدة التلفاز، والذي يحدث إما بسبب نسيان وقت البرنامج أو بسبب تفضيل الإنترنت.

٣- دراسة وائل إسماعيل عبد الباري (٢٠٠٥): مصداقية المواقع الإخبارية على الإنترنت وعلاقتها بمستقبل الصحافة المطبوعة كما يراها الجمهور المصري (٣٧).

أجريت هذه الدراسة على عينة من الجمهور المصري المستخدم للإنترنت قوامها (٢٥٠) مفردة، وقد سعت الدراسة إلى رصد العلاقة بين مصداقية المواقع الإخبارية ومستقبل الصحافة المطبوعة كما يراها الجمهور المصري، كما سعت هذه الدراسة لمعرفة استشراف مستقبل الصحافة المطبوعة في محيط المجتمع المصري. وانتهت الدراسة إلى اعتماد غالبية عينة الدراسة على المواقع الإخبارية في حصولهم على المعلومات، وذلك لما تتيحه هذه المواقع من تعددية الاختيارات أمام مستخدميها، والتالي يتعدد المضمون الإعلامي أمامهم. كما توصلت الدراسة إلى وجود علاقة ارتباطية إيجابية بين مستوى معرفة الجمهور لاستخدام الإنترنت وتشكيل الاتجاه نحو مصداقية هذه المواقع. كما أشارت نتائج الدراسة إلى تمتع المواقع الإخبارية بمصداقية أكثر من الصحف المطبوعة. وانتهت الدراسة إلى احتمالية انخفاض نسبة توزيع الصحف المطبوعة.

٤- دراسة Filistrucchi Lapo (٢٠٠٤): تأثير الإنترنت على تسويق الصحف اليومية في إيطاليا (٣٨).

سعت الدراسة إلى التعرف على مدى تأثير الإنترنت على تسويق الصحف اليومية في إيطاليا. وهل ستحل المواقع الإخبارية محل الصحف اليومية التقليدية. وانتهت الدراسة إلى أن الإنترنت أثر بشكل سلبي على توزيع الصحف المطبوعة و منافستها في الاستحواذ على الجمهور، خاصة بعد ظهور وانتشار الصحافة الإلكترونية، حيث شهدت السنوات الأخيرة انخفاضاً في أرقام توزيع الصحف اليومية المطبوعة بشكل لافت للنظر.

٥- دراسة Barbra Klein (٢٠٠١): اتجاهات مستخدمي الإنترنت نحو جودة البيانات المنشورة على الشبكة والمصادر التقليدية للأخبار (٣٩).

سعت هذه الدراسة إلى التعرف على اتجاهات مستخدمي الإنترنت نحو جودة المعلومات التي يقدمها الإنترنت كمصدر للمعرفة، كما سعت الدراسة إلى التعرف على إدراك مستخدمي الإنترنت لجودة المعلومات وإدراكهم لها مقارنة بالمعلومات المنشورة بوسائل الإعلام التقليدية. وانتهت الدراسة إلى أن مصادر المعلومات التقليدية أكثر دقة ومصداقية عند عينة الدراسة. كما أشارت نتائج الدراسة إلى أن تفضيل عينة الدراسة للإنترنت يكمن في سرعة نشر المعلومات والوصول إليها وكمية المعلومات المتاحة وتعدد مصادرها.

٦- دراسة عبير محمد حمدي (٢٠٠١): دور الإنترنت والراديو والتلفزيون في إمداد الجمهور المصري بالمعلومات (٤٠).

أجريت هذه الدراسة على عينة من الجمهور المصري قوامها (٣٤٦) مفردة من مستخدمي الإنترنت والراديو والتلفزيون، وقد سعت الدراسة إلى التعرف على دور الإنترنت والراديو والتلفزيون في إمداد الجمهور المصري بالمعلومات، وتناول الإنترنت كوسيلة إعلامية معاصرة، واختبار مدى دورها في إطار السياق الثقافي المصري، وذلك بالمقارنة بالوسائل التقليدية. وانتهت الدراسة إلى أن الإنترنت يعد من أهم الوسائل التي لعبت دوراً في إمداد عينة الدراسة بالمعلومات، كما أشارت نتائج الدراسة إلى أن أهم أسباب اعتماد عينة الدراسة على الإنترنت كمصدر للمعلومات: الفورية وعمق المعالجة والمتابعة المستمرة. كما أشارت نتائج الدراسة إلى أن أهم أسباب متابعة عينة الدراسة للإنترنت تكمن في زيادة المعرفة في بعض المجالات المتخصصة، والتعرض لأكثر من مصدر للمعلومات والمساعدة على التخاطب مع الآخرين، ومعرفة الأحداث العالمية والترفيه.

٧- دراسة Stempel وآخرين (٢٠٠٠): علاقة نمو استخدام الإنترنت بالتغيرات في استخدام وسائل الإعلام من ١٩٩٥-١٩٩٩ (٤١).

سعت الدراسة لمعرفة العلاقة بين نمو استخدام الإنترنت والتغيرات في التعرض لوسائل الإعلام التقليدية، وقد أشارت نتائج الدراسة إلى وجود تأثير لنمو استخدام الإنترنت على التعرض لوسائل الإعلام التقليدية كمصدر للمعلومات، حيث تقلص جمهور الصحافة والتلفزيون، كما أشارت نتائج الدراسة إلى انخفاض نسب توزيع الصحف، وانخفاض مصداقية وسائل الإعلام التقليدية لدى عينة الدراسة، كما توصلت الدراسة إلى اعتماد كثير من قراء الصحف المطبوعة على الصحف الإلكترونية كمصدر للمعلومات.

٨- دراسة Denis M. (١٩٩٣): Surviving in an Electronic World: Adelphi Study of the Predicted Future of Newspapers (٤٢).

أجريت الدراسة على عينة من الخبراء قوامها (١٩) مفردة ممن ينتمون إلى العمل الصحفي وأكاديميين متخصصين في مجال الصحافة. وقد سعت الدراسة إلى التعرف على مستقبل الصحافة المطبوعة في العصر الإلكتروني التفاعلي. وانتهت الدراسة إلى أن الصحافة المطبوعة تأثرت بشكل واضح

بالتطورات الإلكترونية، حيث أشارت عينة الدراسة إلى أن الصحافة المطبوعة لا بد أن تواكب التغيرات الحديثة لكي تحافظ على بقائها في ظل استحواذ الإعلام الإلكتروني التفاعلي على انتباه الجمهور. التطبيق على الدراسات السابقة:

بعد استعراض الدراسات والبحوث السابقة، تبين مايلي:

• أنها جاءت متنوعة في إجراءاتها المنهجية من حيث الأهمية والأهداف والأدوات المستخدمة لجمع المعلومات واختيار مجتمع الدراسة والعينات والنتائج التي توصلت إليها، مما أفاد الباحث في بلورة مشكلة هذه الدراسة ومتغيراتها وتحديد فروضها وتوجيه تساؤلاتها، واختيار منهجها وأدواتها البحثية التي تساعد في الوصول إلى أفضل النتائج في هذه الدراسة.

• تبين من خلال استعراض الدراسات والبحوث السابقة، تركيزها على دوافع وأنماط استخدام الإنترنت لدى الجمهور بشكل عام، كما تبين تطرقها إلى تأثير استخدام الإنترنت على التعرض لوسائل الإعلام التقليدية كمصدر للمعلومات، وعلاقة ذلك بالمتغيرات الديموغرافية وذلك في المجتمعات العربية والأجنبية.

إلا أن هذه الدراسة تختلف في تركيزها على تأثير التعرض للإنترنت في بيئة المجتمع السعودي على قراءتهم للصحف اليومية، وعلاقة معدلات تعرضهم للإنترنت بمعدل قراءتهم للصحف، وما يتعلق بذلك من معدل المشاركة و عدد الصحف ودرجة الثقة والتفاعل وطريقة الحصول على الصحف وغيرها من التأثيرات، مما يمنح هذه الدراسة انفرصة لتقديم نتائج أعمق لتأثير تقنيات الاتصال التفاعلي على الصحف اليومية.

الإطار المنهجي للدراسة:

ويمكن تناوله من خلال ما يأتي:

مشكلة الدراسة وأهميتها:

تتمثل مشكلة هذه الدراسة في التعرف على حجم وطبيعة تأثير التعرض لتقنيات الاتصال التفاعلي (الإنترنت) كوسيلة إعلامية معاصرة على قراءة الشباب الجامعي السعودي للصحف اليومية، في ظل فرضية نمو استخدام الإنترنت في المملكة العربية السعودية بمتوسط سنوي ٣٦%، ونسبة انتشار تقدر بنحو ٣٩% بين السكان، ووجود ما يقارب ١١,٤ مليون مستخدم في الوقت الحاضر. كما تسعى الدراسة إلى التعرف على درجة اعتمادهم وثقتهم في هذه الوسيلة المعاصرة مقارنة بالصحف اليومية، وتأثير ذلك على الوقت المستغرق لقراءة الصحف، ونوعها وطريقة الحصول عليها وعددها وحجم ونوعية المشاركة فيها ونوعية المضامين التي يتعرضون لها قبل التعرض للإنترنت وبعده. وترجع أهمية الدراسة إلى الأسباب الآتية:

• حاجة المجتمع السعودي لمثل هذه الدراسات للإفادة منها في تطوير الصحافة السعودية بشكل خاص، ومواكبتها لتقنيات العصر، في ظل تنافس وسائل الاتصال التفاعلي، ولمواجهة التحديات التي تفرزها هذه الوسائل، ومنها نموها واستحواذها على الجمهور.

• أن أغلبية الدراسات تناولت استخدامات الإنترنت ومدى الإشباع الذي يحققه الجمهور من التعرض إليه، ونوعية المواقع وعلاقتها بالمتغيرات الديموغرافية، بينما تركز هذه الدراسة على طبيعة تأثير هذا التعرض على قراءة الصحف اليومية في المجتمع السعودي في جوانب متعددة (الوقت، النوع، المضمون، الثقة، الحصول عليها، المشاركة).

أهداف الدراسة:

- تسعى هذه الدراسة إلى التعرف على طبيعة وحجم تأثير تعرض الشباب الجامعي للإنترنت على قراءتهم للصحف اليومية في ظل تنامي استخدام الإنترنت، كما تسعى الدراسة إلى تحقيق الأهداف الآتية:
- التعرف على معدل تعرض الشباب الجامعي للإنترنت وانعكاس ذلك على عدد ونوعية الصحف اليومية التي يتعرض لها الشباب الجامعي.
- التعرف على مدى انعكاس تعرض الشباب الجامعي للإنترنت على اعتمادهم وثقتهم في الصحف اليومية كمصدر للمعلومات.
- التعرف على تأثير التعرض للإنترنت على الوقت المستغرق لقراءتهم للصحف اليومية..
- التعرف على تأثير تعرض الشباب الجامعي للإنترنت على طريقة حصولهم على الصحف اليومية.
- رصد تأثير تعرض الشباب الجامعي للإنترنت على حجم وطبيعة مشاركتهم بالكتابة للصحف اليومية.

تساؤلات الدراسة وفروضها:

تسعى هذه الدراسة إلى الإجابة عن مجموعة من التساؤلات واختبار مجموعة من الفروض كما يأتي:
أولاً: تساؤلات الدراسة:

- ما معدل تعرض عينة الدراسة للصحف اليومية؟
- ما معدل تعرض عينة الدراسة للإنترنت؟
- ما طبيعة المواقع التي تحرص عينة الدراسة على زيارتها؟
- ما حدود تأثير تعرض عينة الدراسة للإنترنت على :
 - عدد الصحف اليومية التي تتعرض لها
 - نوعية الصحف اليومية التي تتعرض لها
 - الوقت المستغرق لقراءة الصحف اليومية
 - طريقة حصولها على الصحف اليومية
 - نوعية المضامين التي تتعرض لها
 - درجة مشاركتها بالكتابة للصحف اليومية
 - عدد المشاركات للكتابة للصحف اليومية
 - نوع المشاركات في الصحف اليومية
- ما درجة اعتماد عينة الدراسة على الإنترنت كمصدر للمعلومات مقارنة بدرجة اعتمادهم على الصحف اليومية؟
- ما درجة ثقة عينة الدراسة في الإنترنت كمصدر للمعلومات مقارنة بدرجة ثقتهم بالصحف اليومية؟

ثانياً: فروض الدراسة:

تعرف الفروض العلمية بأنها تحديداً مبدئياً من قبل الباحث حول توقعاته أو رؤيته الذاتية عن العلاقة بين المتغير الأساسية المؤثرة في مشكلة الدراسة (٤٣).

الفرض الأول:

توجد فروق دالة إحصائياً بين استخدام عينة الدراسة للإنترنت ونوعية المواقع التي تحرص على زيارتها.

الفرض الثاني:

توجد فروق دالة إحصائياً بين معدل تعرض عينة الدراسة للإنترنت وعدد الصحف التي تتعرض لها يومياً.

الفرض الثالث:

توجد فروق دالة إحصائياً بين معدل تعرض عينة الدراسة للإنترنت ونوعية الصحف اليومية التي تتعرض لها يومياً.

الفرض الرابع:

توجد فروق دالة إحصائياً بين معدل تعرض عينة الدراسة للإنترنت وطريقة حصولها على الصحف اليومية.

الفرض الخامس:

توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين معدل تعرض عينة الدراسة للإنترنت و

• حجم مشاركتها في الكتابة للصحف اليومية.

• عدد مشاركتها في الكتابة للصحف اليومية.

• نوعية مشاركتها في الكتابة للصحف اليومية.

الفرض الخامس:

توجد فروق دالة إحصائياً بين معدل تعرض عينة الدراسة للإنترنت والوقت المستغرق لقراءة الصحف اليومية.

الفرض السابع:

توجد فروق دالة إحصائياً بين درجة ثقة عينة الدراسة في الإنترنت كمصدر للمعلومات ودرجة ثقتهم في الصحف اليومية بعد استخدامهم للإنترنت.

الفرض الثامن:

توجد فروق دالة إحصائياً بين درجة اعتماد عينة الدراسة على الإنترنت كمصدر للمعلومات ودرجة اعتمادهم على الصحف اليومية بعد استخدامهم للإنترنت.

نوع الدراسة:

تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية، التي لا تقتصر عند حد الوصف وإنما تعتمد على الاستدلالات المنطقية والأساليب الإحصائية، بما يسمح بدراسة المتغيرات والعلاقات المتشابكة فيما بينها بشكل موضوعي وعلمي ومنظم (٤٤)، مما يساعد في استخلاص النتائج التي تفيد في عملية التعميم والتنبؤ (٤٥). وفي هذه الدراسة سيتم التعرف على حجم وطبيعة تأثير التعرض لتقنيات الاتصال التفاعلي (الإنترنت) على قراءة الصحف اليومية، وذلك من خلال دراسة ظاهرة معينة تتمثل في تأثير تعرض الشباب الجامعي السعودي للإنترنت على قراءتهم للصحف اليومية في المجتمع السعودي.

منهج الدراسة:

في إطار السعي للإجابة على تساؤلات الدراسة واختبار فروضها، فقد لجأت الدراسة إلى استخدام منهج المسح، وفي إطاره تم مسح عينة عمدية من الشباب الجامعي في المجتمع السعودي المستخدمين لشبكة الإنترنت لمعرفة طبيعة تأثير هذا الاستخدام على قراءتهم للصحف اليومية، حيث أن منهج المسح يسمح

باختبار فروض الدراسة واختبار العلاقة بين متغيراتها، وباعتباره نموذجاً معيارياً لخطوات جمع المعلومات من المفردات البشرية بالتحديد دون سواها، لأغرض ترتبط بمجموع المفردات أو بعض هذا المجموع، من خلال التعامل مع المجتمع الكلي أو عينات مختارة منه (٤٦).

مجتمع الدراسة:

تطبق هذه الدراسة على مجتمع الشباب الجامعي في المجتمع السعودي والملتحقين بكلية العلوم الاجتماعية، بقسم الإعلام (إعلامي المستقبل)، بمختلف مستوياتهم الدراسية. وتم اختيار هذه الفئة في هذه الدراسة لعدة اعتبارات علمية وهي:

• تفاعل هذه الفئة - الشباب - مع تقنيات الاتصال التفاعلي (الإنترنت) بشكل متزايد، كما أشارت العديد من الدراسات والبحوث السابقة (حمدي: ٢٠٠٨)، (كيلاني: ٢٠٠٧) و (جمال: ٢٠٠٦).

• ما يتطلبه تخصص هذه الفئة (إعلامي المستقبل) من فهم لمستقبل وسائل الإعلام التقليدية في ظل التطورات الهائلة في مجال تقنيات الاتصال والإعلام.

• أن هذه الفئة - إعلامي المستقبل - لديها الاستعداد للتعبير عن دوافعها واتجاهاتها وأرائها حول الموضوع أكثر من غيرها بحكم تخصصها في مجال الإعلام والاتصال.

عينة الدراسة:

اعتمدت الدراسة في اختيار العينة على أسلوب العينة العمدية من الشباب الجامعي السعودي الملتحقين بقسم الإعلام بجامعة أم القرى والمستخدمين لشبكة الإنترنت ويقروون الصحف اليومية، وقد بلغ إجمالي مفردات العينة (٣٥٦) مفردة موزعة كالتالي:

• ١٩١ طالبة وبنسبة ٥٣,٧% من العينة

• ١٦٥ طالباً وبنسبة ٤٦,٣% من العينة

أنوات جمع البيانات:

لقياس المتغيرات التي تحقق أهداف هذه الدراسة، تم الاعتماد على استمارة استقصاء كأداة لجمع البيانات طبقت على عينة الدراسة، مكونة من عدد من التساؤلات، إضافة إلى الخصائص الديموغرافية لمفردات العينة. وقد مر تصميم الاستمارة بعدة مراحل، تمثلت في مراجعة مشكلة الدراسة وأهدافها وتساؤلاتها المراد الإجابة عنها والفروض المراد اختبارها، ثم إعداد الاستمارة في صيغتها الأولية وعرضها على مجموعة من المحكمين (المتخصصين في مجال الدراسة للتعرف على مدى وضوح وشمول الاستمارة على البيانات المطلوبة وتم التعديل وفقاً لوجهات نظر المحكمين.

إجراءات الصدق والثبات:

قام الباحث باستخدام أسلوب الصدق الظاهري Face Validity لاختبار صدق استمارة الاستقصاء من خلال إجراء أسلوب إعادة الاختبار T- Retest على ١٠% من عينة الدراسة قدرها (٣٦) مفردة، وقد بلغت قيمة معامل الثبات ٩٠% وهي قيمة تشير إلى ثبات المقياس ودقته، وتسمح بتطبيق الاستمارة فعلياً.

المعالجة الإحصائية للبيانات:

تمت معالجة البيانات وتحليلها في هذه الدراسة باستخدام برنامج الخدمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية، والمعروف باسم SPSS، حيث تم استخدام المقاييس الإحصائية التالية:

• النسب المئوية.

• معامل ارتباط سبيرمان

• اختبار كا^٢ Ch- Square لاختبار وجود علاقة بين متغيرين.

نتائج الدراسة:

أسفرت الدراسة الميدانية عن مجموعة من النتائج تجيب بشكل مباشر على تساؤلات الدراسة وفروضها، والتي يمكن عرضها على النحو الآتي:
أولاً: خصائص عينة الدراسة:

جدول رقم (١)

توزيع مفردات العينة وفقاً للنوع والمستوى الاجتماعي والاقتصادي

التكرار المتغيرات الديموغرافية	العدد	%
النوع	نكر	١٦٥
	أنثى	١٩١
	المجموع	٣٥٦
المستوى الاجتماعي	أعزب	٣١٢
	متزوج	٣٨
	أرمل	٢
	مطلق	٤
	المجموع	٣٥٦
	مرتفع	٤٠
المستوى الاقتصادي	متوسط	٢٩٦
	منخفض	٢٠
	المجموع	٣٥٦
	مرتفع	٤٠

جدول رقم (٢)

بوضوح تعرض عينة الدراسة للصحف اليومية

النسبة	العدد	حجم التعرض
٣٨.٧	١٣٨	بانتظام
٤٦.١	١٦٤	أحياناً
١٥.٢	٥٤	نادراً
١٠٠	٣٥٦	المجموع

وفيما يتعلق بتعرض عينة الدراسة للصحف اليومية: أظهرت نتائج الدراسة أن ٤٦.١% من عينة الدراسة يتعرضون للصحف اليومية أحياناً، بينما يتعرض ٣٨.٧% من عينة الدراسة للصحف اليومية بانتظام، وأخيراً يتعرض ١٥.٢% منهم للصحف اليومية بشكل نادر.

جدول رقم (٣)
بوضوح تعرض عينة الدراسة للإنترنت

حجم التعرض	العدد	%
بانتظام	١٩٢	٥٣.٩
أحياناً	١٣٢	٣٧.١
نادراً	٣٢	٩
المجموع	٣٥٦	١٠٠

وفيما يتعلق بتعرض عينة الدراسة للإنترنت: أظهرت الدراسة أن ٥٣.٩% من عينة الدراسة يتعرضون للإنترنت بانتظام، بينما يتعرض ٣٧.١% من عينة الدراسة للإنترنت أحياناً، وأخيراً يتعرض ٩% منهم للإنترنت بشكل نادر.

جدول رقم (٤)
بوضوح معدل تعرض عينة الدراسة للإنترنت يومياً

معدل التعرض	العدد	%
من ساعة إلى أقل من ساعتين	٩٠	٢٥.٣
من ساعتين إلى أقل من ثلاث ساعات	٨٨	٢٤.٧
من ثلاث ساعات إلى أقل من أربع ساعات	٧٢	٢٠.٢
من أربع ساعات إلى خمس ساعات	٤٠	١١.٣
أكثر من خمس ساعات	٦٦	١٨.٥
المجموع	٣٥٦	١٠٠

وفيما يتعلق بمعدل تعرض عينة الدراسة للإنترنت يومياً، فقد ذكر ٩٠ مبحوثاً من عينة الدراسة بنسبة ٢٥,٣% أنهم يتعرضون للإنترنت من ساعة إلى أقل من ساعتين يومياً، بينما ذكر ٨٨ مبحوثاً من عينة الدراسة بنسبة ٢٤,٧% أنهم يتعرضون للإنترنت لفترة تتراوح ما بين ساعتين إلى أقل من ثلاث ساعات يومياً، وأشار ٧٢ مبحوثاً بنسبة ٢٠,٢% أنهم يتعرضون للإنترنت من ثلاث ساعات إلى أقل من أربع ساعات يومياً، كما ذكر ٦٦ مبحوثاً بنسبة ١٨,٥% أنهم يتعرضون للإنترنت لأكثر من خمس ساعات يومياً، وأخيراً أشار ٤٠ مبحوثاً بنسبة ١١,٣% أنهم يتعرضون للإنترنت لفترة تتراوح ما بين أربع ساعات إلى خمس ساعات يومياً. وتوضح هذه الأرقام والنسب أن الغالبية العظمى لعينة الدراسة تتعرض للإنترنت بنسب منخفضة أو متوسطة، كما أوضحت النتائج تدني نسبة التعرض للإنترنت من

أربع ساعات إلى خمس ساعات يومياً. وهذه النتائج تتفق بشكل كبير مع ما توصلت إليه بعض الدراسات السابقة (حمدي: ٢٠٠٨)، (عبدلي: ٢٠٠٣)، (فيدوم: ٢٠٠٢).

جدول رقم (٥)

نوعية المواقع التي تحرص عينة الدراسة على زيارتها *

نوعية المواقع	لا		نعم	
	العدد	%	العدد	%
مواقع محلية	٢٨٢	٧٩,٢	٧٤	٢٠,٨
مواقع عربية	٣٥٠	٩٨,٣١	٦	١,٦٩
مواقع أجنبية	١٨	٥,١	٣٣٨	٩٤,٩
جميع ما ذكر	١٦٠	٤٤,٩	١٩٦	٥٥,١
كا = ٢٤,٦				
درجة الحرية = ٣				
مستوى الثقة = ٩٩%				

* يمكن للمبحوثين اختيار أكثر من بديل.

وفيما يتعلق بنوعية المواقع التي تحرص عينة الدراسة على التعرض لها في الإنترنت، فقد جاءت المواقع العربية في الترتيب الأول بنسبة ٩٨,٣١% من إجمالي المواقع التي تحرص عينة الدراسة على التعرض لها، في حين جاءت المواقع المحلية في الترتيب الثاني بنسبة ٧٩,٢%، بينما جاءت جميع ما ذكر في الترتيب الثالث بنسبة ٤٤,٩%، وجاءت المواقع الأجنبية في مؤخرة المواقع التي تحرص عينة الدراسة على التعرض لها، حيث لم تزد نسبتها عن ٥,١%، ولعل ذلك يعود إلى عامل اللغة.

ولقياس العلاقة بين نوعية المواقع التي تحرص عينة الدراسة على التعرض لها في الإنترنت وكل من أجابوا بنعم و لا من أفراد عينة الدراسة، فقد أسفر تطبيق اختبار كا على بيانات الجدول السابق عن قيمة مقدارها (٢٤,٦) وهي أكبر من قيمة كا الجدولية (١١,٣)، بدرجة حرية (٣) ومستوى ثقة (٩٩%) الأمر الذي يؤكد صحة الفرض القائل بوجود فروق دالة إحصائية بين نوعية المواقع التي تحرص عينة الدراسة على زيارتها ومعدل استخدامها للإنترنت.

جدول رقم (٦)

طبيعة المضمون الذي تتعرض له عينة الدراسة على الإنترنت *

نوعية المضمون	لا		نعم	
	العدد	%	العدد	%
ديني	٨٦	٢٤,٢	٢٧٠	٧٥,٨
إخباري	١٥٦	٤٣,٨	٢٠٠	٥٦,٢
علمي وثائقي	٩٠	٢٥,٣	٢٦٦	٧٤,٧
رياضي	١٠٦	٢٩,٨	٢٥٠	٧٠,٢
ترفيهي	١٥٤	٤٣,٣	٢٠٢	٥٦,٧
دردشة وشات	٩٢	٢٥,٨	٢٦٤	٧٤,١٥
عامة	١٥٨	٤٤,٤	١٩٨	٥٥,٦

٩	٨٦	٣٠٦	١٤	٥٠	ألعاب
١٠	٩٢,٧	٣٣٠	٧,٣	٢٦	إعلاني
٨	٨٣,٧	٢٩٨	١٦,٣	٥٨	صحي
					١٣٧,٦ = ٢٤٤
					درجة الحرية = ٩
					مستوى الثقة = ٩٩%

*يمكن للمبحوثين اختيار أكثر من بديل.

وفيما يتعلق بالمضامين التي تتعرض لها عينة الدراسة خلال استخدامها للإنترنت، فقد احتلت المضامين العامة المركز الأول بنسبة ٤٤,٤٪ من إجمالي تكرارات المضامين التي تتعرض لها عينة الدراسة، واحتلت المضامين الإخبارية المركز الثاني بنسبة ٤٣,٨٪، وجاءت المضامين الترفيهية في المركز الثالث بنسبة ٤٣,٣٪، ثم المضامين الرياضية في المركز الرابع بنسبة ٢٩,٨٪، وجاءت الدردشة والشات في المركز الخامس بنسبة ٢٥,٨٥٪، ثم المضامين العلمية والوثائقية في المركز السادس بنسبة ٢٥,٣٪، واحتلت المضامين الدينية المركز السابع بنسبة ٢٤,٢٪، ثم المضامين الصحية في المركز الثامن بنسبة ١٦,٣٪، وجاءت مضامين الألعاب في المركز التاسع بنسبة ١٤٪، وأخيراً جاءت الإعلانات في المركز العاشر بنسبة ٧,٣٪. وتشير هذه النتائج إلى أهمية كل من المضامين العامة والإخبارية والترفيهية والرياضية والدردشة والشات والعلمية والدينية كمضامين تحرص عينة الدراسة على التعرض لها في الإنترنت، أما المضامين الصحية والألعاب فقد احتلت مركزاً وسطاً، وجاءت المضامين الإعلانية في مؤخرة المضامين التي تحرص عينة الدراسة على التعرض لها في الإنترنت. وهذه النتائج تكاد تتوافق بشكل كبير مع ما توصلت إليه بعض الدراسات السابقة (حمدي: ٢٠٠٨)، (أحمد: ٢٠٠٦)، (عبدلي: ٢٠٠٣)، (عايش: ٢٠٠١). واختلفت مع بعض الدراسات الأجنبية حول المضامين الإعلانية، حيث أظهرت نتائج دراسة (Samuel: ٢٠٠١) ودراسة (Kuyng: ٢٠٠٣)، إلى ارتفاع نسبة التعرض للمواقع الإعلانية، ولعل ذلك يعود إلى وجود التسوق الإلكتروني في تلك الدول، بينما يعد حديث عهد في بعض الدول العربية.

ولقياس العلاقة بين نوع المضمون الذي تتعرض له عينة الدراسة من خلال الصحف اليومية ومعدل التعرض للإنترنت، فقد أظهر تطبيق اختبار كا ٢ المحسوبة عن قيمة مقدارها (١٣٧,٦) وهي أكبر من قيمة كا الجدولية (٢١,٧) عند حرية = ٩ درجات ومستوى ثقة (٩٩٪)، مما يؤكد صحة الفرض القائل بوجود فروق دالة إحصائية بين معدل تعرض عينة الدراسة للإنترنت ونوع وطبيعة المضامين التي تتعرض لها عينة الدراسة.

جدول رقم (٧)
مدى مشاركة عينة الدراسة (برأي أو تعليق أو ...) على الإنترنت

مدى المشاركة	العدد	%
بانتظام	١٥١	٤٢,٤
أحياناً	١٧٠	٤٧,٨
نادراً	٢٠	٥,٦
لا يحدث	١٥	٤,٢
المجموع	٣٥٦	١٠٠

وفيما يتعلق بمدى مشاركة عينة الدراسة على الإنترنت، وكما يوضح الجدول رقم (٧)، فقد ذكر ١٧٠ مبحوثاً بنسبة ٤٧,٨% أنهم يشاركون أحياناً بأرائهم وتعليقاتهم على الإنترنت، بينما أشار ١٥١ مبحوثاً بنسبة ٤٢,٤% أنهم يشاركون بانتظام، كما ذكر ٢٠ مبحوثاً بنسبة ٥,٦% أنهم يشاركون نادراً، وأخيراً ذكر ١٥ مبحوثاً بنسبة ٤,٢% أنهم لم يشاركوا البتة. وتوضح هذه النتائج حرص غالبية عينة الدراسة على المشاركة بأرائهم أو تعليقاتهم خلال تعرضهم للإنترنت. وتتفق هذه النتائج مع دراسة السيد أحمد مصطفى (٢٠٠٦).

جدول رقم (٨)
عدد مشاركات عينة الدراسة على الإنترنت

عدد المشاركات	العدد	%
مشاركة	٢٨	٨,٢
مشاركتان	٣٠	٨,٨
ثلاث مشاركات	٦٠	١٧,٦
أربع مشاركات فأكثر	٢٢٣	٦٥,٤
المجموع	٣٤١	١٠٠

وفيما يتعلق بعدد مشاركات عينة الدراسة في الإنترنت، وكما يوضح الجدول رقم (٨)، فقد ذكر ٢٢٣ مبحوثاً بنسبة ٦٥,٤% أنهم يشاركون في الإنترنت بمعدل أربع مشاركات فأكثر بشكل يومي، بينما ذكر ٦٠ مبحوثاً بنسبة ١٧,٦% أنهم يشاركون بمعدل ثلاث مشاركات يومياً، في حين أشار ٣٠ مبحوثاً بنسبة ٨,٨% أنهم يشاركون بمعدل مشاركتين يومياً، وأخيراً ذكر ٢٨ مبحوثاً أنهم يشاركون بمعدل مشاركة واحدة يومياً. وتوضح هذه النتائج حرص غالبية عينة الدراسة على المشاركة بأرائهم وتعليقاتهم في الإنترنت.

العلاقة بين معدل تعرض عينة الدراسة للإنترنت وعدد الصحف التي تقرأها قبل وبعد استخدامها للإنترنت:

جدول رقم (٩)

العلاقة بين معدل تعرض عينة الدراسة للإنترنت وعدد الصحف التي تتعرض لها قبل استخدامها للإنترنت.

المجموع	أكثر من ثلاث صحف		ثلاث صحف		صحيفتان		صحيفة		عدد الصحف معدل التعرض للإنترنت
	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	
٩٠	٤٤,٥	٤	٢,٣	٢	٢٤,٤	٢٢	٦٨,٨	٦٢	من ساعة إلى أقل من ساعتين
٨٨	١٥,٩	١٤	٢,٢	٢	٣٤,١	٣٠	١٧,٧٢	٤٢	من ساعتين إلى أقل من ثلاث ساعات
٧٢	٢,٧	٢	١٣,٩	١٠	٣٨,٩	٢٨	٤٤,٥	٣٢	من ثلاث ساعات إلى أقل من أربع ساعات
٤٠	٣٥	١٤	٥	٢	١٠	٤	٥٠	٢٠	من أربع ساعات إلى خمس ساعات
٦٦	٦,٠٦	٤	٩,٠	٦	٢٤,٢٤	١٦	٦٠,٦	٤٠	أكثر من خمس ساعات
٣٥٦	١٠,٦	٣٨	٦,٢	٢٢	٢٨,١	١٠٠	٥٥,١	١٩٦	المجموع

وفيما يتعلق بعدد الصحف اليومية التي تتعرض لها عينة الدراسة قبل استخدام الإنترنت، وكما يوضح الجدول رقم (٩)، فقد تبين أن ٥٥,١% من عينة الدراسة يقرأون صحيفة واحدة يومياً، بينما يقرأ ٢٨,١% من عينة الدراسة صحيفتين يومياً، ثم تلاهم ١٠,٦% من عينة الدراسة يقرأون أكثر من ثلاث صحف يومياً، وأخيراً يقرأ ٦,٢% منهم ثلاث صحف يومياً.

كما عكست نتائج الجدول السابق عدم وجود علاقة ارتباطية بين معدل التعرض للإنترنت يومياً وعدد الصحف التي تقرأها عينة الدراسة قبل استخدام الإنترنت، حيث بلغت قيمة معامل سبيرمان (٠,٥) عند مستوى معنوية (٠,٠١) بين قراءة عينة الدراسة لصحيفة أو صحيفتين قبل استخدام الإنترنت. كما بلغت قيمة معامل سبيرمان (٠,٤) عند مستوى معنوية (٠,٠٢) بين قراءة عينة الدراسة لثلاث صحف أو أكثر من ثلاث قبل استخدام الإنترنت، والفرق بين قيم معامل ارتباط الرتب سبيرمان والواحد الصحيح تعكس عدم وجود هذه العلاقة الارتباطية.

ومما سبق تؤكد هذه النتائج خطأ الفرض القائل بوجود فروق دالة إحصائية بين معدل التعرض للإنترنت وعدد الصحف اليومية التي تقرأها عينة الدراسة قبل استخدامها للإنترنت.

جدول رقم (١٠)

العلاقة بين معدل تعرض عينة الدراسة للإنترنت وعدد الصحف التي تتعرض لها بعد استخدامها للإنترنت.

المجموع	أكثر من ثلاث صحف		ثلاث صحف		صحيفتان		صحيفة		عدد الصحف معدل التعرض للإنترنت
	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	
٩٠	٨,٩	٨	-	-	٢٦,٦٦	٢٤	٦٤,٤٤	٥٨	من ساعة إلى أقل من ساعتين
٨٨	٢٠,٤٥	١٨	٦,٨٢	٦	٣١,٨١	٢٨	٤٠,٩١	٣٦	من ساعتين إلى أقل من ثلاث ساعات
٧٢	١٨,٠٦	١٣	٢,٧٨	٢	٢٠,٨٤	١٥	٥٨,٣٤	٤٢	من ثلاث ساعات إلى أقل من أربع ساعات
٤٠	٢٠	٨	٥	٢	٤٠	١٦	٣٥	١٤	من أربع ساعات إلى خمس ساعات
٦٦	١٥,١٥	١٠	٦,٠٦	٤	١٨,١٨	١٢	٦٠,٦	٤٠	أكثر من خمس ساعات
٣٥٦	١٦,٠١	٥٧	٣,٩	١٤	٢٦,٦٨	٩٥	٥٣,٣	١٩٠	المجموع

وفيما يتعلق بعدد الصحف اليومية التي تتعرض لها عينة الدراسة بعد استخدامها للإنترنت، وكما يوضح الجدول رقم (١٠)، فقد تبين أن ٥٣,٣% من عينة الدراسة يقرأون صحيفة واحدة يومياً بعد استخدامها للإنترنت، بينما يقرأ ٢٦,٦٨% منهم صحيفتين يومياً، ثم تلاهم ١٦,٠١% منهم يقرأون أكثر من ثلاث صحف يومياً، وأخيراً يقرأ ٣,٩% منهم ثلاث صحف يومياً.

كما عكست بيانات الجدول السابق وجود علاقة ارتباطية بين معدل تعرض عينة الدراسة للإنترنت يومياً وعدد الصحف اليومية التي تقرؤها بعد استخدامها للإنترنت، حيث بلغت قيمة معامل سبيرمان (٠,٧) عند مستوى معنوية (٠,٠٢) بين قراءة عينة الدراسة لصحيفة وصحيفتين بعد استخدام الإنترنت، كما بلغت قيمة معامل سبيرمان (٠,٨) عند مستوى معنوية (٠,٠١) بين قراءة عينة الدراسة لثلاث صحف وأكثر من ثلاث بعد استخدام الإنترنت. والفرق بين قيم معامل ارتباط الرتب سبيرمان والواحد الصحيح تعكس وجود هذه العلاقة الارتباطية.

وتعكس البيانات السابقة صحة الفرض القائل بوجود فروق دالة إحصائية بين معدل تعرض عينة الدراسة للإنترنت يومياً وعدد الصحف اليومية التي تقرؤها بعد استخدامها للإنترنت. العلاقة بين تعرض عينة الدراسة للإنترنت والوقت المستغرق لقراءتها للصحف اليومية قبل وبعد استخدامها للإنترنت:

الجدول رقم (١١)

العلاقة بين معدل تعرض عينة الدراسة للإنترنت والوقت المستغرق لقراءتها للصحف اليومية قبل استخدامها للإنترنت

الجموع	أكثر من ساعة ونصف		من ساعة إلى أقل من ساعة ونصف		من نصف ساعة إلى أقل من ساعة		أقل من نصف ساعة		الوقت المستغرق معدل التعرض للإنترنت
	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	
٩٠	١١	١٢,٢	١٣	١٤,٤	٤١	٤٥,٦	٢٥	٢٧,٨	من ساعة إلى أقل من ساعتين
٨٨	٦	٦,٨٢	١١	١٢,٥	٣٣	٣٧,٥	٣٨	٤٣,١٨	من ساعتين إلى أقل من ثلاث ساعات
٧٢	١٠	١٣,٨٨	١١	١٥,٢٨	٢٤	٣٣,٣٤	٢٧	٣٧,٥	من ثلاث ساعات إلى أقل من أربع ساعات
٤٠	٦	١٥	٨	٢٠	١٠	٢٥	١٦	٤٠	من أربع ساعات إلى خمس ساعات
٦٦	١٠	١٥,١٥	٦	٩,٠٩	٢١	٣١,٨١	٢٩	٤٣,٩٤	أكثر من خمس ساعات
٣٥٦	٤٣	١٢,٠٩	٤٩	١٣,٧٦	١٢٩	٣٦,٢٣	١٣٥	٣٧,٩٢	المجموع

وفيما يتعلق بالوقت المستغرق لقراءة الصحف اليومية من قبل عينة الدراسة قبل استخدامها للإنترنت، وكما يوضح الجدول رقم (١١)، فقد تبين أن ٣٧,٩٢% من عينة الدراسة يستغرقون أقل من نصف ساعة في قراءة الصحف اليومية قبل استخدامها للإنترنت، بينما يستغرق ٣٦,٢٣% منهم من نصف ساعة إلى أقل من ساعة في قراءة الصحف اليومية، ثم تلاهم ١٣,٧٦% منهم يستغرقون من ساعة إلى أقل من ساعة ونصف الساعة في قراءة الصحف اليومية، وأخيراً يستغرق ١٢,٠٩% منهم أكثر من ساعة ونصف الساعة في قراءة الصحف اليومية وذلك قبل استخدامها للإنترنت. وتوضح بيانات الجدول السابق أن الغالبية العظمى لعينة الدراسة تستغرق أقل من ساعة في قراءة الصحف اليومية قبل استخدامها للإنترنت. كما أوضحت البيانات تدني نسبة الاستغراق المرتفع في قراءة الصحف اليومية لعينة الدراسة قبل استخدامها للإنترنت.

الجدول رقم (١٢)

العلاقة بين معدل تعرض عينة الدراسة للإنترنت والوقت المستغرق لقراءتها للصحف اليومية بعد استخدامها للإنترنت

المجموع	أكثر من ساعة ونصف		من ساعة إلى أقل من ساعة ونصف		من نصف ساعة إلى أقل من ساعة		أقل من نصف ساعة		الوقت المستغرق معدل التعرض للإنترنت
	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	
٩٠	-	-	١٤,٤٥	١٣	٦١,١	٥٥	٢٤,٤٥	٢٢	من ساعة إلى أقل من ساعتين
٨٨	-	-	٧,٩٥	٧	٢٣,٨٦	٢١	٦٨,١٨	٦٠	من ساعتين إلى أقل من ثلاث ساعات
٧٢	-	-	-	-	٢٦,٣٨	١٩	٧٣,٦٢	٥٣	من ثلاث ساعات إلى أقل من أربع ساعات
٤٠	-	-	-	-	٢٠	٨	٨٠	٣٢	من أربع ساعات إلى خمس ساعات
٦٦	-	-	-	-	٢٤,٢٥	١٦	٧٥,٧٥	٥٠	أكثر من خمس ساعات
٣٥٦	-	-	٥,٦٢	٢٠	٣٣,٤٢	١١	٦٠,٩٦	٢١	المجموع

وفيما يتعلق بالوقت المستغرق لقراءة الصحف اليومية من قبل عينة الدراسة بعد استخدامها للإنترنت، وكما يوضح الجدول رقم (١٢)، فقد تبين أن ٦٠,٩٦% من عينة الدراسة يستغرقون أقل من نصف ساعة في قراءة الصحف اليومية بعد استخدامها للإنترنت، بينما يستغرق ٣٣,٤٢% منهم من نصف ساعة إلى أقل من ساعة في قراءة الصحف اليومية، وأخيراً يستغرق ٥,٦٢% منهم من ساعة إلى أقل من ساعة ونصف الساعة في قراءة الصحف اليومية وذلك بعد استخدامها للإنترنت. وتوضح بيانات الجدول السابق أن الغالبية العظمى لعينة الدراسة تستغرق أقل من ساعة في قراءة الصحف اليومية بعد استخدامها للإنترنت. كما أوضحت البيانات تدني أو انعدام نسبة الاستغراق المرتفع في قراءة الصحف اليومية لعينة الدراسة بعد استخدامها للإنترنت، مما يشير إلى أن استخدام الإنترنت قد أحدث تأثيراً في الوقت المستغرق في قراءة الصحف اليومية، خاصة بين المبحوثين الذين ترتفع معدلات تعرضهم للإنترنت. وهذه النتائج تتفق مع الدراسات السابقة التي تؤكد تأثير استخدام الإنترنت على الوقت المستغرق للتعرض لوسائل الإعلام التقليدية (كيلاني: ٢٠٠٧)، (السيد مصطفى: ٢٠٠٦)، (جمال: ٢٠٠٦)، (Denis: ١٩٩٣).

العلاقة بين معدل التعرض للإنترنت ونوعية الصحف اليومية التي تتعرض لها عينة الدراسة:

الجدول (١٣)

العلاقة بين معدل التعرض للإنترنت ونوعية الصحف اليومية التي تتعرض لها عينة الدراسة قبل استخدامها للإنترنت *

المجموع	صحف أجنبية		صحف عربية		صحف محلية		نوعية الصحف معدل التعرض للإنترنت
	العدد	%	العدد	%	العدد	%	
٩٠	٥	٥,٦	١٧	١٨,٩	٨٣	٩٢,٣	من ساعة إلى أقل من ساعتين
٨٨	٧	٧,٩	٣٢	٣٦,٣٧	٨٨	١٠٠	من ساعتين إلى أقل من ثلاث ساعات
٧٢	٦	٨,٤	١٧	٢٣,٦٢	٧٢	١٠٠	من ثلاث ساعات إلى أقل من أربع ساعات
٤٠	٦	١٥	١٥	٣٧,٥	٢٩	٧٢,٥	من أربع ساعات إلى خمس ساعات
٦٦	٥	٧,٦	٢٣	٣٤,٨٥	٦١	٩٢,٤٢	أكثر من خمس ساعات
٣٥٦	٢٩	٨,١٤	١٠٤	٢٩,٢١	٣٣٣	٩٣,٥٤	المجموع
مستوى الثقة = ٩٩%			درجة الحرية: ٨			٨١,٩ = ٢١كا	

* يمكن للمبحوثين اختيار أكثر من بديل.

وفيما يتعلق بنوعية الصحف اليومية التي تتعرض لها عينة الدراسة قبل استخدامها للإنترنت، وكما يوضح الجدول رقم (١٣)، فقد جاءت الصحف اليومية المحلية في الترتيب الأول بنسبة ٩٣,٥٤% من إجمالي تكرارات الصحف التي تتعرض لها عينة الدراسة قبل استخدامها للإنترنت. واحتلت الصحف العربية الترتيب الثاني بنسبة ٢٩,٢١%، وجاءت الصحف الأجنبية في الترتيب الثالث والأخير بنسبة ٨,١٤%. وهي نتيجة طبيعية، حيث أن الصحف المحلية هي الأكثر توزيعاً وتوافراً مقارنة بالصحف العربية والأجنبية في المجتمع السعودي قبل استخدام الإنترنت، كما أن تدني نسبة التعرض للصحف الأجنبية قد يعود إلى حاجز اللغة الأجنبية الذي يشكل عائقاً أمام إمكانية قراءة هذا النوع من الصحف، أو قد يعود إلى قلة توزيع الصحف الأجنبية داخل المجتمع إلا في حدود ضيقة.

ولقياس العلاقة بين معدل تعرض عينة الدراسة للإنترنت ونوعية الصحف اليومية التي تتعرض لها قبل استخدام الإنترنت، جاءت قيمة كا المحسوبة (٨١,٩%) وهي أكبر من قيمة كا الجدولية (٢٠,١) وعند درجة حرية (٨)، ومستوى ثقة (٩٩%). مما يؤكد صحة الفرض القائل بوجود فروق دالة إحصائية بين معدل تعرض عينة الدراسة للإنترنت ونوعية الصحف اليومية التي تتعرض لها عينة الدراسة قبل استخدام الإنترنت.

جدول رقم (١٤)

العلاقة بين معدل التعرض للإنترنت ونوعية الصحف اليومية التي تتعرض لها عينة الدراسة بعد استخدامها للإنترنت *

نوعية الصحف	صحف محلية		صحف عربية		صحف أجنبية		معدل التعرض للإنترنت
	العدد	%	العدد	%	العدد	%	
من ساعة إلى أقل من ساعتين	٦٨	٧٥,٦	٢٤	٢٦,٦٧	١٠	١١,٢	٩٠
من ساعتين إلى أقل من ثلاث ساعات	٧٩	٨٩,٨	٢٠	٢٢,٧٢	٩	١٠,٣	٨٨
من ثلاث ساعات إلى أقل من أربع ساعات	٥٥	٧٦,٣٩	٢٦	٣٦,٢	٦	٨,٣	٧٢
من أربع ساعات إلى خمس ساعات	٢٣	٥٧,٥	١٢	٣٠	٨	٢٠	٤٠
أكثر من خمس ساعات	٥٢	٧٨,٧٩	٢٨	٤٢,٤٣	٦	٩,١	٦٦
المجموع	٢٧٧	٧٧,٨	١١٠	٣٠,٨٩	٣٩	١٠,٩٦	٣٥٦
٢١٤ = ٧٨,٥	درجة الحرية: ٨						
مستوى الثقة = ٩٩%							

* يمكن للمبحوثين اختيار أكثر من بديل.

وفيما يتعلق بنوعية الصحف اليومية التي تتعرض لها عينة الدراسة بعد استخدامها للإنترنت، وكما يوضح الجدول رقم (١٤)، فقد جاءت الصحف اليومية المحلية في الترتيب الأول بنسبة ٧٧,٨% من إجمالي تكرارات الصحف التي تتعرض لها عينة الدراسة بعد استخدامها للإنترنت. واحتلت الصحف العربية الترتيب الثاني بنسبة ٣٠,٨٩%، وجاءت الصحف الأجنبية في الترتيب الثالث والأخير بنسبة ١٠,٩٦%. ويتضح من بيانات الجدول السابق أن هناك انخفاضاً طفيفاً في نسبة تعرض عينة الدراسة للصحف المحلية بعد استخدامها للإنترنت مقارنة بنسبة تعرضها للصحف اليومية قبل استخدامها للإنترنت، كما يتضح من بيانات الجدول السابق وجود ارتفاع طفيف في نسبة تعرض عينة الدراسة للصحف العربية والأجنبية بعد استخدام الإنترنت مقارنة بتعرضها لهذه الصحف قبل استخدام الإنترنت، ولعل ذلك يعود إلى أن استخدام الإنترنت قد فتح آفاقاً جديدة للوصول إلى مواقع تلك الصحف دون رقابة أو منع.

ولقياس العلاقة بين معدل تعرض عينة الدراسة للإنترنت ونوعية الصحف اليومية سواء كانت محلية أو عربية أو أجنبية التي يتعرض لها عينة الدراسة بعد استخدام الإنترنت وذلك باستخدام معامل ٢١٤، فقد بلغت قيمة كا ٢ المحسوبة (٧٨,٥) وهي أكبر من قيمة كا الجدولية (٢٠,١)، وعند درجة حرية = ٨

ومستوى ثقة (٩٩%)، مما يؤكد الفرض القائل بوجود فروق دالة إحصائياً بين معدل تعرض عينة الدراسة للإنترنت ونوعية الصحف اليومية التي تتعرض لها عينة الدراسة بعد استخدامها للإنترنت. العلاقة بين معدل تعرض عينة الدراسة للإنترنت وطريقة حصولها على الصحف اليومية قبل وبعد استخدامها للإنترنت:

جدول رقم (١٥)

العلاقة بين معدل تعرض عينة الدراسة للإنترنت وطريقة حصولها على الصحف اليومية قبل استخدامها للإنترنت*

إجمالي من سنلوا	الأصدقاء		مكتبة الجامعة		الاشتراك		الشراء		طريقة الحصول على الصحف معدل إلتعرض للإنترنت
	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	
٩٠	٨,٨	٨	١٣,٣	١٢	٢٠	١٨	٧٣,٣	٦٦	من ساعة إلى أقل من ساعتين
٨٨	١٠,٢٢	٩	١٥,٩	١٤	٢٠,٤٥	١٨	٧٠,٤٥	٦٢	من ساعتين إلى أقل من ثلاث ساعات
٧٢	-	-	-	-	٢٢,٢	١٦	٧٧,٧	٥٦	من ثلاث ساعات إلى أقل من أربع ساعات
٤٠	٣٠	١٢	-	-	٤٥	١٨	٦٥	٢٦	من أربع ساعات إلى خمس ساعات
٦٦	١٢,١	٨	-	-	١٢,١	٨	٨١,٨	٥٤	أكثر من خمس ساعات
٣٥٦	١٠,٣٩	٣٧	٧,٣	٢٦	٢١,٩١	٧٨	٧٤,١٥	٢٦٤	المجموع

*يمكن للمبحوثين اختيار أكثر من بديل.

وفيما يتعلق بطريقة حصول عينة الدراسة على الصحف اليومية قبل استخدامها للإنترنت، وكما يوضح الجدول رقم (١٥)، فقد ذكر ٧٤,١٥% من عينة الدراسة أنهم يحصلون على الصحف اليومية عن طريق شراءها مباشرة، بينما ذكر ٢١,٩١% منهم أنهم يحصلون على الصحف اليومية من خلال الاشتراك في الصحف، ثم تلاهم ١٠,٣٩% منهم أنهم يحصلون على الصحف اليومية عن طريق

الأصدقاء، وأخيراً ذكر ٧,٣% من عينة الدراسة أنهم يحصلون على الصحف اليومية عن طريق مكتبة الجامعة. وتشير بيانات الجدول أن الغالبية من عينة الدراسة تعتمد على الشراء المباشر في الحصول على الصحف اليومية قبل استخدامهم للإنترنت، كما أوضحت بيانات الجدول تدني نسبة اعتماد الشباب الجامعي على مكتبة الجامعة في الحصول على الصحف اليومية، كما أوضحت بيانات الجدول انعدام نسبة اعتماد كثيفي التعرض للإنترنت على مكتبة الجامعة في الحصول على الصحف اليومية، وذلك قبل استخدامهم للإنترنت.

جدول رقم (١٦)

العلاقة بين معدل تعرض عينة الدراسة للإنترنت وطريقة حصولها على الصحف اليومية بعد استخدامها للإنترنت*

إجمالي من سنلوا	الإنترنت		الأصدقاء		مكتبة الجامعة		الإشتراك		الشراء		طريقة الحصول على الصحف معدل التعرض للإنترنت
	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	
٩٠	٥٧,٧ ٧	٥٢	-	-	-	-	١٥,٥٥	١٤	٢٦,٦٧	٢٤	من ساعة إلى أقل من ساعتين
٨٨	٦٥,٩ ١	٥٨	-	-	-	-	١٣,٦٣	١٢	٢٠,٤٥	١٨	من ساعتين إلى أقل من ثلاث ساعات
٧٢	٦١,١ ١	٤٤	-	-	-	-	١١,١١	٨	٢٧,٧٨	٢٠	من ثلاث ساعات إلى أقل من أربع ساعات
٤٠	٥٠	٢٠	-	-	-	-	١٥	٦	٣٥	١٤	من أربع ساعات إلى خمس ساعات
٦٦	٦٣,٦٣	٤٢	-	-	-	-	١٢,١٢	٨	٢٤,٢٤	١٦	أكثر من خمس ساعات
٣٥٦	٦٠,٦ ٧	٢١٦	-	-	-	-	١٣,٤٨	٤٨	٢٥,٨٤	٩٢	المجموع

*يمكن للمبحوثين اختيار أكثر من بديل.

وفيما يتعلق بطريقة حصول عينة الدراسة على الصحف اليومية بعد استخدامهم للإنترنت، وكما يوضح الجدول رقم (١٦)، فقد ذكر ٦٠,٦٧% من عينة الدراسة أنهم يحصلون على الصحف اليومية عن طريق الإنترنت بعد استخدامهم للإنترنت، بينما ذكر ٢٥,٨٤% منهم أنهم يحصلون على الصحف اليومية عن طريق الشراء المباشر، أخيراً ذكر ١٣,٤٨% منهم أنهم يحصلون على الصحف اليومية عن طريق الإشتراك وذلك بعد استخدامهم للإنترنت. ولم تعتمد عينة الدراسة على مكتبة الجامعة أو الأصدقاء في الحصول على الصحف اليومية وذلك بعد استخدامهم للإنترنت. وتشير بيانات الجدول السابق إلى أن غالبية عينة الدراسة أصبحت تعتمد على الإنترنت في الحصول على الصحف اليومية بعد استخدامهم للإنترنت، فيما انخفضت نسبة اعتمادهم على الشراء المباشر أو الإشتراك في الصحف بشكل واضح، وهذه البيانات تؤكد أن استخدام الإنترنت قد أثر في طريقة حصول عينة الدراسة على الصحف اليومية، ولعل ذلك يعود إلى عامل نمو وانتشار الصحافة الإلكترونية على الإنترنت، وسهولة الوصول إليها. وتتفق هذه البيانات مع نتائج الدراسات السابقة (كيلاني: ٢٠٠٧)، (عبد الباري: ٢٠٠٥)، (Stempel: ٢٠٠٠) و (Denis: ١٩٩٣).

العلاقة بين معدل تعرض عينة الدراسة للإنترنت وحجم مشاركتهم بالكتابة للصحف اليومية قبل وبعد استخدام الإنترنت:

جدول رقم (١٧)
العلاقة بين معدل تعرض عينة الدراسة للإنترنت وحجم مشاركتهم بالكتابة للصحف اليومية قبل استخدامهم للإنترنت

إجمالي من استأوا	لا يشارك		نادراً		أحياناً		بانتظام		حجم المشاركة معدل استخدام الإنترنت
	%	العند	%	العند	%	العند	%	العند	
٩٠	٦٨,٨٨	٦٢	١٣,٣٤	١٢	٦,٦٦	٦	١١,١٢	١٠	من ساعة إلى أقل من ساعتين
٨٨	٦٥,٩١	٥٨	٦,٨١	٦	١١,٣٦	١٠	١٥,٩١	١٤	من ساعتين إلى أقل من ثلاث ساعات
٧٢	٨٨,٩	٦٤	١١,١	٨	-	-	-	-	من ثلاث ساعات إلى أقل من أربع ساعات
٤٠	٦٠	٢٤	٤٠	١٦	-	-	-	-	من أربع ساعات إلى خمس
٦٦	١٠٠	٦٦	-	-	-	-	-	-	أكثر من خمس ساعات
٣٥٦	٧٦,٩٦	٢٧٤	١١,٨	٤٢	٤,٥	١٦	٦,٧٤	٢٤	المجموع

وفيما يتعلق بحجم مشاركة عينة الدراسة بالكتابة للصحف اليومية قبل استخدامهم للإنترنت، وكما يوضح الجدول رقم (١٧)، فقد تبين أن ٧٦,٩٦ من عينة الدراسة لم يشاركوا بالكتابة للصحف اليومية قبل استخدامهم للإنترنت، بينما ذكر ١١,٨% منهم أنهم يشاركون نادراً بالكتابة للصحف اليومية، ثم تلاهم ٦,٧٤% من عينة الدراسة ذكروا أنهم يشاركون بانتظام، وأخيراً ذكر ٤,٥% منهم أنهم يشاركون أحياناً بالكتابة للصحف اليومية. وتوضح بيانات الجدول أن غالبية عينة الدراسة لم تكن تشارك بالكتابة للصحف اليومية قبل استخدامها للإنترنت، كما أوضحت البيانات أن جميع الذين كانوا يشاركون بشكل منتظم أو أحياناً من عينة الدراسة هم من محدودي التعرض للإنترنت (من ساعة إلى أقل من ساعتين ومن ساعتين إلى أقل من ثلاث ساعات)، وذلك قبل استخدامهم للإنترنت. بينما انعدمت المشاركة بين كثيفي التعرض للإنترنت (أكثر من خمس ساعات). وهذه النتائج تتفق مع دراستي (كيلاني: ٢٠٠٧) و (السيد مصطفى: ٢٠٠٦).

جدول رقم (١٨)

العلاقة بين معدل تعرض عينة الدراسة للإنترنت وحجم مشاركتهم بالكتابة للصحف اليومية بعد استخدامهم للإنترنت

إجمالي من سئلوا	لا يشارك		نادراً		أحياناً		بانتظام		حجم المشاركة معدل استخدام الإنترنت
	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	
٩٠	٧١,١ ١	٦٤	١١,١٢	١٠	٦,٦٦	٦	١١,١٢	١٠	من ساعة إلى أقل من ساعتين
٨٨	٥٥,٦ ٨	٤٩	-	-	٢١,٥٩	١٩	٢٢,٧٢	٢٠	من ساعتين إلى أقل من ثلاث ساعات
٧٢	٦٢,٥	٤٥	١١,١١	٨	١٣,٨٨	١٠	١٢,٥	٩	من ثلاث ساعات إلى أقل من أربع ساعات
٤٠	٢٠	٨	٣٠	١٢	٢٢,٥	٩	٢٧,٥	١١	من أربع ساعات إلى خمس ساعات
٦٦	٥٦,٠ ٦	٣٧	١٠,٦٠	٧	١٣,٦٣	٩	١٩,٦٩	١٣	أكثر من خمس ساعات
٣٥٦	٥٧,٠ ٣	٢٠٣	١٠,٣٩	٣٧	١٤,٨٨	٥٣	١٧,٦٩	٦٣	المجموع

وفيما يتعلق بحجم مشاركة عينة الدراسة بالكتابة للصحف اليومية بعد استخدامهم للإنترنت، وكما يوضح الجدول رقم (١٨)، فقد ذكر ٥٧,٠٣% من عينة الدراسة أنهم لم يشاركوا بالكتابة للصحف اليومية بعد استخدامهم للإنترنت، بينما ذكر ١٧,٦٩% منهم أنهم يشاركون بشكل منتظم بالكتابة للصحف اليومية بعد استخدامهم للإنترنت، ثم تلاهم ١٤,٨٨% منهم ذكروا أنهم يشاركون أحياناً، وأخيراً ذكر ١٠,٣٩% أنهم يشاركون بالكتابة للصحف نادراً. وتشير بيانات الجدول إلى انخفاض نسبة عدم مشاركة عينة الدراسة بعد استخدامها للإنترنت، مقارنة بعدم المشاركة قبل استخدامها له، حيث أشارت بيانات الجدول (١٧) أن نسبة عدم المشاركة قد بلغت ٧٦,٩٦ وذلك قبل استخدام الإنترنت، في حين أشارت بيانات الجدول (١٨) أن نسبة عدم المشاركة بلغت ٥٧,٠٣%. كما تشير بيانات الجدول إلى ارتفاع في نسبة مشاركة كثيفي استخدام الإنترنت بعد أن انعدمت هذه النسبة قبل استخدامها للإنترنت. وهذا يؤكد نتيجة هامة وهي أن التفاعل مع الإنترنت أثر بشكل إيجابي على مشاركة عينة الدراسة بالكتابة للصحف اليومية عبر مواقعها الإلكترونية. وقد يعود ذلك إلى جاذبية وسهولة نشر المعلومات على الإنترنت.

كما تبين وجود علاقة ارتباطية بين معدل تعرض عينة الدراسة للإنترنت وحجم مشاركتهم بالكتابة للصحف اليومية بعد استخدامهم للإنترنت، حيث بلغت قيمة معامل سبيرمان (٧) وعند مستوى معنوية (٠,٠١) بين المشاركة (بانتظام وأحياناً) للصحف اليومية بعد استخدامهم للإنترنت، وبلغت قيمة معامل سبيرمان (٠,٥) عند مستوى ثقة (٠,٠٢) بين المشاركة (نادراً و لا يشارك) بالكتابة للصحف اليومية بعد استخدامهم للإنترنت.

والفرق بين قيم معامل ارتباط الرتب والواحد الصحيح تعكس لنا هذا التقارب، وهذه العلاقة الارتباطية مما يؤكد صحة الفرض القائل بوجود فروق دالة إحصائية بين معدل تعرض عينة الدراسة للإنترنت وحجم مشاركتها بالكتابة للصحف اليومية بعد استخدامها للإنترنت.

العلاقة بين معدل تعرض عينة الدراسة للإنترنت وعدد مشاركاتهم بالكتابة للصحف اليومية قبل وبعد استخدامهم للإنترنت:

الجدول رقم (١٩)

إجمالي من سنلوا	أربع مشاركات فأكثر		ثلاث مشاركات		مشاركتان		مشاركة		عدد المشاركات معدل التعرض للإنترنت
	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	
٢٨	٢٥	٧	-	-	٣٢,١٤	٩	٤٢,٨٥	١٢	من ساعة إلى أقل من ساعتين
٣٠	٣٦,٦٦	١١	٢٠	٦	٢٠	٦	٢٣,٣٤	٧	من ساعتين إلى أقل من ثلاث ساعات
٨	-	-	-	-	١٠٠	٨	-	-	من ثلاث ساعات إلى أقل من أربع ساعات
١٦	-	-	٤٣,٧٥	٧	-	-	٥٦,٢٥	٩	من أربع ساعات إلى خمس ساعات
-	-	-	-	-	-	-	-	-	أكثر من خمس ساعات
٨٢	٢١,٩٥	١٨	١٥,٨٥	١٣	٢٨,٠٦	٢٣	٣٤,١٤	٢٨	المجموع

العلاقة بين معدل تعرض عينة الدراسة للإنترنت وعدد مشاركاتهم بالكتابة للصحف اليومية قبل استخدامهم للإنترنت.

وفيما يتعلق بعدد مشاركات عينة الدراسة بالكتابة للصحف اليومية قبل استخدامهم للإنترنت، وكما يوضح الجدول رقم (١٩)، فقد تبين أن ٣٤,١٤% من عينة الدراسة كانوا يشاركون مرة واحدة أسبوعياً بالكتابة للصحف اليومية قبل استخدامهم للإنترنت، بينما ذكر ٢٨,٠٦% منهم أنهم كانوا يشاركون مرتين يومياً، في حين ذكر ٢١,٩٥% منهم أنهم يشاركون أربع مرات فأكثر بالكتابة للصحف اليومية قبل استخدامهم للإنترنت، وأخيراً ذكر ١٥,٨٥% منهم أنهم يشاركون ثلاث مرات أسبوعياً بالكتابة للصحف اليومية قبل استخدامهم للإنترنت. كما توضح بيانات الجدول انخفاض أو انعدام نسبة عدد مشاركات متوسطي أو كثيفي التعرض للإنترنت بالكتابة للصحف اليومية قبل استخدامهم للإنترنت.

الجدول رقم (٢٠)

العلاقة بين معدل تعرض عينة الدراسة للإنترنت وعدد مشاركاتهم بالكتابة للصحف اليومية بعد استخدامهم للإنترنت.

عدد المشاركات	مشاركة		مشاركتان		ثلاث مشاركات		أربع مشاركات فأكثر		إجمالي من سنوا
	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	
من ساعة إلى أقل من ساعتين	١٠	٣٨,٤٦	٩	٣٤,٦١	-	-	٧	٢٦,٩٢	٢٦
من ساعتين إلى أقل من ثلاث ساعات	١٥	٣٨,٤٦	٨	٢٠,٥١	١٠	٢٥,٦٤	٦	١٥,٣٨	٣٩
من ثلاث ساعات إلى أقل من أربع ساعات	١٠	٣٧,٠٣	٨	٢٩,٦٢	٩	٣٣,٣٤	-	-	٢٧
من أربع ساعات إلى خمس ساعات	١٤	٤٣,٧٥	-	-	٨	٢٥	١٠	٣١,٢٥	٣٢
أكثر من خمس ساعات	٩	٣١,٠٣	٨	٢٧,٥٨	-	-	١٢	٤١,٣٩	٢٩
المجموع	٥٨	٣٧,٩١	٣٣	٢١,٥٧	٢٧	١٧,٦٤	٣٥	٢٢,٨٧	١٥٣

وفيما يتعلق بعدد مشاركات عينة الدراسة بالكتابة للصحف اليومية بعد استخدامهم للإنترنت، وكما يوضح الجدول رقم (٢٠)، فقد ذكر ٣٧,٩١% من عينة الدراسة أنهم يشاركون مرة واحدة أسبوعياً بالكتابة للصحف اليومية بعد استخدامهم للإنترنت، بينما ذكر ٢٢,٨٧% منهم إنهم يشاركون أربع مشاركات فأكثر أسبوعياً بالكتابة للصحف اليومية، وأخيراً ذكر ١٧,٦٤% منهم أنهم يشاركون بمعدل ثلاث مشاركات مشاركتين بالكتابة للصحف اليومية، وتشير بيانات الجدول إلى التأثير الذي أسبوعياً بالكتابة للصحف اليومية وذلك بعد استخدامهم للإنترنت. وتشير بيانات الجدول إلى التأثير الذي أحدثه استخدام الإنترنت على نسبة مشاركة عينة الدراسة بالكتابة للصحف اليومية، حيث أشارت بيانات الجدول إلى ارتفاع نسبة عدد مشاركات عينة الدراسة بالكتابة للصحف اليومية بعد استخدامهم للإنترنت، مقارنة بنسبة مشاركتهم قبل استخدامه، كما تشير بيانات الجدول إلى مشاركة عينة الدراسة كثيفي التعرض للإنترنت بالكتابة للصحف اليومية بعد استخدامهم للإنترنت، بينما انعدمت مشاركتهم قبل استخدامهم للإنترنت. ولعل ذلك يعود إلى أن الإنترنت منح عينة الدراسة فرصة التفاعل مع الصحف اليومية عبر مواقعها الإلكترونية.

العلاقة بين معدل تعرض عينة الدراسة للإنترنت ونوع مشاركاتهم في الصحف اليومية قبل وبعد استخدامها للإنترنت:

جدول رقم (٢١)

العلاقة بين معدل تعرض عينة الدراسة للإنترنت ونوع مشاركتها في الصحف اليومية قبل استخدامها للإنترنت *

إجمالي من سنلوا	بريد القراء		تعليق		تحقيق أو تقرير		خبر		مقال		نوع المشاركة معدل التعرض للإنترنت
	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	
٢٨	٦٠,٧١	١٧	-	-	-	-	٢٥	٧	٧١,٤٢	٢٠	من ساعة إلى أقل من ساعتين
٣٠	٨٦,٦٧	٢٦	-	-	-	-	٢٣,٣٤	٧	٩٦,٦٧	٢٩	من ساعتين إلى أقل من ثلاث ساعات
٨	٦٢,٥	٥	-	-	-	-	-	-	٥٠	٤	من ثلاث ساعات إلى أقل من أربع ساعات
١٦	٨٧,٥	١٤	-	-	-	-	-	-	١٠٠	١٦	من أربع ساعات إلى خمس ساعات
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	أكثر من خمس ساعات
٨٢	٧٥,٦٠	٦٢	-	-	-	-	١٧,٠٧	١٤	٨٤,١٤	٦٩	المجموع

* يمكن للمبحوثين اختيار أكثر من بديل.

وفيما يتعلق بنوع مشاركة عينة الدراسة في الصحف اليومية قبل استخدامها للإنترنت، وكما يوضح الجدول رقم (٢١)، فقد جاءت المقالات في الترتيب الأول بنسبة ٨٤,١٤% من مشاركات عينة الدراسة في الصحف اليومية قبل استخدامها للإنترنت، واحتلت بريد القراء الترتيب الثاني بنسبة ٧٥,٦٠%، وجاءت الأخبار في الترتيب الثالث بنسبة ١٧,٠٧%، ولم تحظ الأنواع الأخرى بأية نسبة تذكر من مشاركات عينة الدراسة في الصحف اليومية قبل استخدامها للإنترنت. وتشير بيانات الجدول إلى أن غالبية عينة الدراسة كانت تشارك بالمقالات وتشارك في بريد القراء قبل استخدامها للإنترنت.

جدول رقم (٢٢)

العلاقة بين معدل تعرض عينة الدراسة للإنترنت ونوع مشاركتها في الصحف اليومية بعد استخدامها للإنترنت *

إجمالي من سنلوا	بريد القراء		تعليق		تحقيق أو تقرير		خبر		مقال		نوع المشاركة معدل التعرض للإنترنت
	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	
٢٦	٦٩,٢٣	١٨	٦٥,٣٨	١٧	-	-	-	-	٧٣,٠٧	١٩	من ساعة إلى أقل من ساعتين
٣٩	٢٠,٥١	٨	٦٤,١٠	٢٥	-	-	-	-	٣٨,٤	١٥	من ساعتين

										٦	إلى أقل من ثلاث ساعات
٢٧	٢٥,٩٢	٧	٧٤,٠٧	٢٠	-	-	-	-	٣٧,٠٣	١٠	من ثلاث ساعات إلى أقل من أربع ساعات
٣٢	٣٤,٣٧	١١	٩٣,٧٥	٣٠	-	-	-	-	٢٨,٦٢	٩	من أربع ساعات إلى خمس ساعات
٢٩	-	-	١٠٠	٢٩	-	-	-	-	-	-	أكثر من خمس ساعات
١٥٣	٢٨,٧٥	٤٤	٨١,٠٤	١٢٤	-	-	-	-	٣٤,٦٤	٥٣	المجموع

*يمكن للمبحوثين اختيار أكثر من بديل.

وفيما يتعلق بنوع مشاركة عينة الدراسة في الصحف اليومية بعد استخدامهم للإنترنت، وكما يوضح الجدول رقم (٢٢)، فقد جاءت التعليقات في الترتيب الأول بنسبة ٨١,٠٤% من مشاركات عينة الدراسة في الصحف اليومية بعد استخدامهم للإنترنت، واحتلت المقالات الترتيب الثاني بنسبة ٣٤,٦٤%، وجاءت بريد القراء في الترتيب الثالث بنسبة ٢٨,٧٥%، ولم تحظ الأنواع الأخرى بأية نسبة تذكر من مشاركات عينة الدراسة في الصحف اليومية بعد استخدامهم للإنترنت. وتشير بيانات الجدول إلى أن غالبية عينة الدراسة تشارك بالتعليقات وتشارك بالمقالات بعد استخدامها للإنترنت، بينما كانت تشارك بالمقالات وببريد القراء قبل استخدامها للإنترنت، ويتضح كذلك انخفاض نسبة المشاركة في بريد القراء والمقالات بشكل واضح بعد استخدام عينة الدراسة للإنترنت، مما يشير إلى تأثير استخدام الإنترنت على طبيعة نوع المشاركة في الصحف اليومية، ولعل ذلك يعود إلى تفاعلية الإنترنت من حيث سهولة نشر المعلومات والتعليق عليها ودعمه للحرية في إبداء الرأي عبر مواقع الصحف اليومية. وهذه البيانات تتفق مع ما توصلت إليه بعض الدراسات السابقة من أن استخدام الإنترنت أثر على نوعية مشاركة الجمهور في وسائل التقليدية (كيلاني: ٢٠٠٧)، (السيد مصطفى: ٢٠٠٦).

العلاقة بين ثقة عينة الدراسة في الإنترنت ودرجة ثقتهم في الصحف اليومية كمصدر للمعلومات بعد استخدامهم للإنترنت:

جدول رقم (٢٣)

العلاقة بين ثقة عينة الدراسة في الإنترنت كمصدر للمعلومات ودرجة ثقتهم في الصحف اليومية بعد استخدامهم للإنترنت

مصدر المعلومات درجة الثقة	الصحف		النسبة
	العدد	%	
أثق بشدة	٩٨	٢٧,٥	١٠,١
أثق إلى حد ما	١٧٤	٤٨,٩	٤٤,٩
لا أعرف	٥٢	١٤,٦	٢٠,٢
لا أثق	١٨	٥,١	١٣,٥
لا أثق مطلقاً	١٤	٣,٩	٣,٩
إجمالي من استلوا	٣٥٦	١٠٠	٣٥٦

وفيما يتعلق بدرجة ثقة عينة الدراسة في الإنترنت كمصدر للمعلومات ودرجة ثقتهم في الصحف اليومية بعد استخدامهم للإنترنت، وكما يوضح الجدول رقم (٢٣)، فقد تبين أن ٤٨,٩% من عينة الدراسة يتقنون إلى حد ما في الصحف اليومية كمصدر للمعلومات بعد استخدامهم للإنترنت، بينما أشار ٢٧,٥% منهم أنهم يتقنون بشدة في الصحف اليومية كمصدر للمعلومات، في حين انخفضت نسبة الذين لا يتقنون في الصحف اليومية كمصدر للمعلومات إلى ٥,١%، تلاهم الذين لا يتقنون مطلقاً بالصحف اليومية كمصدر للمعلومات بنسبة ٣,٩%. فيما ١٤,٦% منهم لم يحددوا موقفهم.

وفيما يتعلق بدرجة الثقة في الإنترنت كمصدر للمعلومات، فقد تبين أن ٤٤,٩% من عينة الدراسة يتقنون إلى حد ما في الإنترنت كمصدر للمعلومات، بينما أشار ١٠,١% منهم أنهم يتقنون بشدة في الإنترنت كمصدر للمعلومات، في حين أشار ١٣,٥% منهم أنهم لا يتقنون بالإنترنت كمصدر للمعلومات، تلاهم الذين لا يتقنون بالإنترنت مطلقاً بنسبة ٣,٩%، فيما لم يحدد ٢٠,٢% منهم موقفهم. وتشير بيانات الجدول السابق إلى أن غالبية عينة الدراسة يتقنون بالصحف اليومية كمصدر للمعلومات، مما يشير إلى أن استخدام الإنترنت لم يؤثر على درجة ثقة عينة الدراسة بشكل واضح، وأن القراء ما زالوا يتقنون بالصحف اليومية كمصدر للمعلومات. وهذه النتائج تتفق مع دراسة (Klein: 2001) و (عبد الباري: ٢٠٠٥).

ولقياس العلاقة بين درجة الثقة لدى عينة الدراسة في الإنترنت كمصدر للمعلومات ودرجة ثقتهم في الصحف اليومية بعد استخدامهم للإنترنت، وذلك باستخدام معامل ارتباط سبيرمان تبين وجود علاقة ارتباطية طردية بلغت قيمتها (٠,٧). كذلك أسفر تطبيق اختبار كا^٢ المحسوبة عند قيمة مقدارها (٤١,٦) وهي أكبر من قيمة كا^٢ الجدولية (١١,٣) عند درجة حرية = ٤ ومستوى ثقة (٩٩%). مما يؤكد صحة الفرض القائل بوجود فروق دالة إحصائية بين درجة ثقة عينة الدراسة في الإنترنت كمصدر للمعلومات ودرجة ثقتهم في الصحف اليومية بعد استخدامهم للإنترنت. العلاقة بين درجة اعتماد عينة الدراسة على الإنترنت ودرجة اعتمادهم على الصحف اليومية كمصدر للمعلومات بعد استخدامهم للإنترنت:

جدول رقم (٢٤)

العلاقة بين درجة اعتماد عينة الدراسة على الإنترنت كمصدر للمعلومات ودرجة اعتمادهم على الصحف اليومية كمصدر للمعلومات بعد استخدامهم للإنترنت

الإنترنت		الصحف		مصدر المعلومات درجة الاعتماد
النسبة	العدد	%	العدد	
٣٣,١	١١٨	٢٩,٨	١٠٦	مرتفعة جداً
٢١,٣	٧٦	٢٣,٦	٨٤	مرتفعة
١٩,١	٦٨	٢٩,٢	١٠٤	متوسطة
٩,٦	٣٤	١٠,١	٣٦	منخفضة
١٦,٩	٦٠	٧,٣	٢٦	منخفضة جداً
١٠٠	٣٥٦	١٠٠	٣٥٦	إجمالي من سنلوا

وفيما يتعلق بدرجة اعتماد عينة الدراسة على الإنترنت كمصدر للمعلومات ودرجة اعتمادهم على الصحف اليومية بعد استخدامهم للإنترنت، وكما يوضح الجدول رقم (٢٤)، فقد تبين أن ٢٩,٨% من

عينة الدراسة يعتمدون بدرجة مرتفعة جداً على الصحف اليومية كمصدر للمعلومات بعد استخدامهم للإنترنت، بينما أشار ٢٩,٢% منهم أنهم يعتمدون بدرجة متوسطة على الصحف اليومية كمصدر للمعلومات، في حين أشار ٢٣,٦% منهم أنهم يعتمدون بدرجة مرتفعة على الصحف اليومية كمصدر للمعلومات، تلاهم الذين يعتمدون بدرجة منخفضة على الصحف اليومية كمصدر للمعلومات بنسبة ١٠,١%. فيما ٧,٣% منهم يعتمدون بدرجة منخفضة جداً على الصحف اليومية كمصدر للمعلومات. وفيما يتعلق بدرجة اعتماد عينة الدراسة على الإنترنت كمصدر للمعلومات، فقد تبين أن ٣٣,١% من عينة الدراسة يعتمدون بدرجة مرتفعة جداً على الإنترنت كمصدر للمعلومات، بينما أشار ٢١,٣% منهم أنهم يعتمدون بدرجة مرتفعة على الإنترنت كمصدر للمعلومات، في حين أشار ١٩,١% منهم أنهم يعتمدون بدرجة متوسطة على الإنترنت كمصدر للمعلومات، تلاهم الذين يعتمدون بدرجة منخفضة جداً على الإنترنت بنسبة ١٦,٩%، فيما ٩,٦% منهم يعتمدون بدرجة منخفضة على الإنترنت كمصدر للمعلومات.

وتشير بيانات الجدول السابق إلى أن غالبية عينة الدراسة ما زالت تعتمد على الصحف اليومية كمصدر للمعلومات بعد استخدامهم للإنترنت، إلا أن البيانات تشير إلى تفوق الإنترنت في درجة الاعتماد المرتفعة جداً كمصدر للمعلومات لعينة الدراسة، في حين ارتفعت نسبة عينة الدراسة الذين يعتمدون بدرجة منخفضة جداً على الإنترنت كمصدر للمعلومات حيث بلغت ١٦,٩%، في حين انخفضت إلى ٧,٣% عند عينة الدراسة الذين يعتمدون بدرجة منخفضة جداً. مما يشير إلى تبادل التأثير بين الإنترنت والصحف على اعتماد الجمهور عليهما كمصدر للمعلومات.

ولقياس العلاقة بين درجة اعتماد عينة الدراسة على الإنترنت كمصدر للمعلومات ودرجة اعتمادهم على الصحف اليومية بعد استخدامهم للإنترنت وذلك باستخدام معامل ارتباط سبيرمان تبين وجود علاقة ارتباطية طردية قوية بلغت قيمتها (٠,٨) والفرق بين قيمة هذا العامل والواحد الصحيح تؤكد لنا مدى التقارب مما يؤكد هذه العلاقة ويدعم ذلك قيمة كا ٢١ المحسوبة (للجدول السابق) التي بلغت (٣٨,٧) وهي أكبر من قيمة كا الجدولية (١١,٣) عند درجة حرية = ٤ ومستوى ثقة (٩٩%). مما يؤكد صحة الفرض القائل بوجود فروق دالة إحصائية بين درجة اعتماد عينة الدراسة على الإنترنت كمصدر للمعلومات ودرجة اعتمادهم على الصحف اليومية بعد استخدامهم للإنترنت.

أهم نتائج الدراسة:

توصلت هذه الدراسة إلى مجموعة من النتائج من أبرزها:

• تبين أن أكثر من نصف أفراد عينة الدراسة يتعرضون للإنترنت بانتظام، يليهم الذين يتعرضون للإنترنت أحياناً.

• أكدت الدراسة أن غالبية عينة الدراسة يقضون أمام الإنترنت ما بين ساعة إلى أقل من ثلاث ساعات.

• أكدت المعالجة الإحصائية لنتائج الدراسة وجود فروق دالة إحصائية بين معدل التعرض للإنترنت وعدد الصحف التي تقرأها عينة الدراسة بعد استخدامها للإنترنت.

• وجود فروق دالة إحصائية بين معدل تعرض عينة الدراسة للإنترنت ونوعية الصحف اليومية التي تقرأها بعد استخدامها للإنترنت.

• تبين أن تعرض عينة الدراسة للإنترنت قد أثر على الوقت المستغرق لقراءة الصحف اليومية.

- احتلت المضامين العامة والإخبارية والترفيهية مراكز متقدمة في ترتيب المضامين التي تحرص عينة الدراسة على زيارتها، فيما جاءت المضامين الإعلانية في مؤخرة المضامين التي تحرص عينة الدراسة على زيارتها.
- توجد فروق دالة إحصائياً بين درجة ثقة عينة الدراسة في الإنترنت كمصدر للمعلومات ودرجة ثقتهم في الصحف اليومية بعد استخدامهم للإنترنت.
- توجد فروق دالة إحصائياً بين درجة اعتماد عينة الدراسة على الإنترنت كمصدر للمعلومات ودرجة اعتمادهم على الصحف اليومية بعد استخدامهم للإنترنت.
- جاءت المواقع الأجنبية في مؤخرة المواقع التي تحرص عينة الدراسة على زيارتها.
- تبين أن تعرض عينة الدراسة للإنترنت قد أثر على طريقة حصول عينة الدراسة على الصحف اليومية.
- كما أكدت نتائج الدراسة وجود فروق دالة إحصائياً بين معدل تعرض عينة الدراسة للإنترنت وحجم مشاركتها بالكتابة للصحف اليومية بعد استخدامها للإنترنت.

المراجع :

¹-Barbra, K., (2001), "User Perceptions of Data Quality: Internet and Traditional Text Sources". Journal of Information Systems, Vol. 41, No: 4, P.P. 9-16.

²- حسني نصر، الإنترنت والإعلام: الصحافة الإلكترونية، ط١، (لكويت، مكتبة الفلاح: ١٤٢٤هـ)، ص ص: ٢٨-٢٧.

³- عبد الملك رحمان الدناتي، الوظيفة الإعلامية لشبكة الإنترنت، (بيروت، دار الرقب الجامعية: ٢٠٠١)، ص ٤٥٣.

⁴- تقرير هيئة الاتصالات وتقنية المعلومات، "استخدامات الحاسب الآلي والإنترنت في المملكة العربية السعودية"، الرياض: ٢٠١٠.

⁵- جريدة "شمس"، ١٠/٦/٢١.

At: www.shms.com.sa/html/story.php?id=101017.

⁶-Rubin, A. & Windal, S., (1986), "The Uses and Dependency Model of Mass Communication", Journal of Cultural Studies in Mass Communication, Vol. 3, p.p: 184- 199.

⁷-Edolstein, A. et al., "Communication Perspective Approach, (New York, Longman Inc: 1989), p. 126.

⁸- حسن مكاوي و ليلي السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، ط٧، (القاهرة، الدار المصرية اللبنانية: ٢٠٠٨)، ص ص: ٢٤٠-٢٤١.

⁹- محمود حسن إسماعيل، مبادئ علم الاتصال ونظريات التكثير، ط١، (القاهرة، الدار العالمية للنشر والتوزيع: ٢٠٠٣)، ص: ٢١٣.

¹⁰- حسن مكاوي و ليلي السيد، مرجع سابق، ص: ٢٤٣.

¹¹-Joshua, M., "Media and Behavior: A Missing Link", in Denis, M., "McQuail's Reader in Mass Communication Theory", (London, SAGE publications: 2002), p.101.

¹²- حسن مكاوي و ليلي السيد، مرجع سابق، ص: ٢٤٤.

¹³-Joseph, C. & Alan, R., (1991), "Psychological Predictors of Television Viewing Motivation", Communication Research, vol. 18, No: 4, p: 443.

¹⁴- حسن مكاوي و ليلي السيد، مرجع سابق، ص ص: ٢٤٦-٢٤٧.

¹⁵-James, L., "Media Communication Culture A global Approach", (Oxford, Polity press: 1995), p:101.

¹⁶-Katz, E., et al., (1973), " On the Use of Mass Media for Important Things", American Sociological Review, Vol. 38, pp: 164- 181.

¹⁷- حسن مكاوي و ليلي السيد، مرجع سابق، ص: ٢٤٧.

¹⁸- Elizabeth, M. & Peres, R., (1995), "Comeliness and Television Use", Journal of Broadcasting and Electronic Media, Vol. 34, No: 1, p: 37.

¹⁹- حسن مكايي و ليلي السيد، مرجع سابق، ص: ٢٤٨.

²⁰- حمدي حسن، الوظيفة الإخبارية لوسائل الإعلام، (القاهرة، دار الفكر العربي: ١٩٩١)، ص ص: ٢٥-٢٦.
²¹- ملفين ل. ديفلير، ساندر ابولروكتش، نظريات وسائل الإعلام، ترجمة: كمال عبد الرؤوف، (القاهرة، دار الدولية للنشر والتوزيع: ١٩٩٣م)، ص ٢٢٤.

²²- محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، ط١، (القاهرة، عالم الكتب، ١٩٩٧)، ص ص ١٤٠-١٤١.

²³- محمود إسماعيل، مرجع سابق، ص: ٢٧٨.

²⁴- حسن مكايي و ليلي السيد، ص: ٣٢٠.

²⁵- Melvin L. Defleur & Sandra J. Ball- Rokeach, Theories of Mass communication, 4thed, (New York, Longman, 1982) pp. 241-244.

²⁶- حسن عماد مكايي، ليلي السيد، مرجع سابق، ص ٣٢٥-٣٢٩.

²⁷- محمد الفاتح حمدي، "استخدامات تكنولوجيا الاتصال والإعلام الحديثة وانعكاساتها على قيم الشباب الجزائري"، رسالة ماجستير غير منشورة، (الجزائر، كلية العلوم الاجتماعية والعلوم الإسلامية، ٢٠٠٨).

²⁸- جمال عبد العظيم أحمد، " المتغيرات المؤثرة في معدلات استخدام الإنترنت في مملكة البحرين: دراسة ميدانية في إطار نموذج الاستخدامات و الإشباع"، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، (جامعة القاهرة، كلية الإعلام، العدد السادس والعشرون: ٢٠٠٦).

²⁹- أحمد عبدلي، "مستخدمو الإنترنت: دراسة ميدانية بولاية سطيف وقسنطينة"، رسالة ماجستير غير منشورة، (الجزائر، جامعة الأمير عبد القادر: ٢٠٠٣).

³⁰- Kuyng, Y. & Wang, K., (2003), "The Adoption and Uses of the Internet in South Korea", Journal of Computer- Mediated Communication, Vol, 9, No: 4, at: <http://jcmc.indiana.edu/vol9/issue4/rhee.html>.

³¹- حسينة قيوم، " الإنترنت واستعمالاتها في الجزائر: دراسة ميدانية على مستخدمي الإنترنت بالجزائر العاصمة"، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة الجزائر العاصمة، كلية السياسة و الإعلام: ٢٠٠٢).

³²- احمد قيراط و محمد عايش، " استخدامات وإشباعات الإنترنت"، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة الشارقة، كلية الإعلام: ٢٠٠١).

³³- Samuel, E., (2001), " Uses and Gratifications of the Web Among Students", Journal of Computer- Mediated Communication, Vol. 6, No: 1, at: <http://jcmc.indiana.edu/vol6/issue1/ebersole.html>.

³⁴- ميرفت كامل الطرابيشي، " العوامل المؤثرة في تعرض الشباب المصري للمواقع الإلكترونية على الإنترنت: دراسة ميدانية"، مجلة كلية الآداب، (جامعة حلوان، كلية الآداب العدد السادس: ١٩٩٩)، ص ص: ٢٣٠-٢٣١.

٣٥- حنان كيلاني، "تأثير الإنترنت على وسائل الإعلام التقليدية المصرية"، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، (جامعة القاهرة، كلية الإعلام، المجلد الثامن، العدد الثاني: ٢٠٠٧)، ص: ٦٨ - ١.

٣٦- السيد أحمد مصطفى عمر، "تأثير استخدام الإنترنت على مشاهدة التلفاز: بحث ميداني على عينة من طالبات جامعة الشارقة"، مجلة جامعة الشارقة للعلوم الشرعية والإنسانية، (جامعة الشارقة، المجلد الثالث، العدد الأول: ٢٠٠٦)، ص: ١٨٣ - ٢١٤.

٣٧- وائل إسماعيل عبد الباري، "مصدقية المواقع الإخبارية على الإنترنت وعلاقتها بمستقبل الصحافة المطبوعة كما يراها الجمهور المصري"، بحث مقدم للمؤتمر العلمي السنوي الثاني عشر: مستقبل وسائل الإعلام العربية، (جامعة القاهرة، كلية الإعلام: ٢٠٠٥)، ص: ٧٦١ - ٧٩١.

٣٨- Lapo, F., (2005), "The Impact of Internet on the Market for Daily Newspapers in Italy", paper presented at the IDEL conference on Economics of Electronic Communication Markets, Italy, 2004.

٣٩- Barbra, K., (2001) op.cit.

٤٠- عبير محمد حمدي، "دور الإنترنت والراديو والتلفزيون في إمداد الجمهور المصري بالمعلومات"، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة القاهرة، كلية الإعلام: ٢٠٠١).

٤١- Stemple, G., Hargrover, T., & Bernt, J., (2000), "Relation of Growth of Use of the Internet to Changes of Media Use from 1995- 1999", Journalism and Mass Communication Quarterly, Vol. 77, No: 1, pp: 71- 79.

٤٢- Denis, M., "Surviving in an Electronic World: Adelphi Study of the Predicted Future of Newspapers", unpublished PHD, (Oklahoma State University, department of Communication: 1993).

٤٣- السيد أحمد مصطفى، "البحث الإعلامي، مفهومه، إجراءاته، منهجه، (دبي، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع: ٢٠٠٢)، ص: ١٣٣.

٤٤- سمير محمد حسين، بحوث الإعلام، (القاهرة، عالم الكتب: ١٩٩٥)، ص: ١٦٥.

٤٥- Paul, D. Leedy, "Practical Research: Planning and Design", 5thed, (New York, Macmillan publishing company: 1983), p: 143.

٤٦- محمد عبد الحميد، "البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، ط١، (القاهرة، عالم الكتب: ٢٠٠٠)، ص: ١٥٨.

٤٧- عرض الباحث الاستمارة على المحكمين التالية أسماؤهم:

- ١- الدكتور/ خالد صلاح الدين جسن: كلية الإعلام: جامعة القاهرة
- ٢- الدكتور/ كامل صالح السيد: قسم للإعلام: جامعة أم القرى
- ٣- الدكتور/ عبد العظيم إبراهيم خضر: قسم الإعلام: جامعة أم القرى
- ٤- الدكتور/ أحمد منصور هيبية: قسم الإعلام: جامعة أم القرى
- ٥- الدكتور/ أسامة صالح حريري: قسم الإعلام: جامعة أم القرى