

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي و البحث العلمي
جامعة منتوري - قسنطينة -

كلية العلوم الإنسانية و العلوم الاجتماعية
قسم علوم الإعلام والاتصال
رقم التسجيل /
الرقم التسلسلي /

جمهور الطلبة الجزائريين والانترنت

دراسة في استخدامات و إشباعات طلبة جامعة منتوري - قسنطينة -

o o o

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام و الاتصال
فرع: اتصال وعلاقات عامة

إشراف :
أ.د. فضيل دليو

إنجاز الطالب:
؟ باديس لوئيس

لجنة المناقشة :

رئيسا	جامعة منتوري	أستاذ محاضر	د. صالح بن نوار
مشرفا و مقرا	جامعة منتوري	أستاذ التعليم العالي	أ.د. فضيل دليو
عضوا	جامعة الأمير عبد القادر	أستاذ محاضر	د. نصير بو علي

تاريخ المناقشة : 2008/07/08م

السنة الجامعية : 2007-2008م

شكر و عرفان

الحمد و الشكر لله أولا وأخيرا ...

ثم الشكر كل الشكر لأستاذي الفاضل الذي لا يتكرر،

الأستاذ الدكتور "فضيل دليو" على توجيهاته الدقيقة، و إرشاداته القيمة.

ثم الشكر له ثانيا على رحابة صدره و سعة أفقه.

الشكر كذلك للأساتذة: "صالح بن نوار"، "زهير كرور"، "حسين خريف".

كما أتوجه بشكري الجزيل إلى كل من قدّم لي يد المساعدة

لإتمام هذا العمل المتواضع من قريب أو من بعيد.

باديس



مقدمة

تتناول هذه الدراسة بالبحث موضوع "استخدامات جمهور الطلبة الجزائريين للانترنت والإشباع المتحققة لهم جراء ذلك". وهي بذلك تنطلق من الفروض التي وضعتها نظرية الاستخدامات والإشباع، هذه النظرية التي جاءت على أنقاض نظرية التأثير القوي لوسائل الإعلام، دحضت أسطورة قوة الإعلام الطاغية التي لا تُقهر، وأرست بمفاهيم مغايرة تماما عما كان في السابق فيما يخص العملية الإعلامية وعناصرها، وكان هدفها الرئيسي أن تستبدل السؤال القديم الذي كان يقول: ماذا تفعل وسائل الإعلام بالجمهور؟ بسؤال آخر مفاده: ماذا يفعل الجمهور بوسائل الإعلام؟

ويبدو من السؤال الجديد مدى الانقلاب الذي أحدثته هذه النظرية فيما يخص مفهوم الجمهور بشكل خاص. حيث بعد أن كان يُنظر إليه على أنه عنصر سلبي يستجيب بشكل آلي للرسائل الإعلامية، أصبح ينظر إليه في ظل نظرية الاستخدامات والإشباع، على أنه عنصر نشط، واع، فعال، يدرك، ويتذكر، ويتصرف، تجاه المحتوى الإعلامي بانتقائية.

ويبدو هذا المفهوم الجديد لدور جمهور المتلقين، أكثر جاذبية لوضعه موضع الدراسة في ظل انتشار تكنولوجيات الاتصال الحديثة بصفة عامة والانترنت كوسيلة وكمظهر لهذا الانتشار بصفة خاصة. نظرا لما تقدمه هذه الوسيلة من خصائص استثنائية تمنح من خلالها للمتلقي حيزا كبيرا للتفاعل مع محتواها، بل والمشاركة في صنع هذا المحتوى، فضلا عن الاستخدامات العديدة والمتنوعة التي تجعل عملية الاختيار عند المتلقي أكثر حيوية وصعوبة في آن.

ومن هذا المنطلق نحاول من خلال هذه الدراسة معرفة عادات وأنماط استخدام جمهور الطلبة الجزائريين للانترنت بالإضافة إلى معرفة الإشباع التي تحققها لهم هذه الوسيلة. وللإحاطة بهذا الموضوع قمنا بتقسيم الدراسة إلى أربعة فصول نلخص محتواها في الآتي:

الفصل الأول: وقمنا فيه بالتعريف بموضوع الدراسة من حيث تحديد مشكلة الدراسة وطرح تساؤلاتها، وأهدافها، وأسباب اختيار الموضوع، وتحديد المفاهيم، وعرض الدراسات السابقة ونقدتها، ثم قمنا بعرض المنهجية المتبعة في هذه الدراسة من حيث المنهج، وأداة جمع البيانات، وشرح العينة المختارة، ومقياس الدلالة الإحصائية، ثم مجالات الدراسة. كما قمنا في هذا الفصل كذلك بتحديد الإطار النظري للدراسة والمتمثل في نظريتي: البنائية الوظيفية، ونظرية الاستخدامات والإشباع.



الفصل الثاني: وجرى فيه التعريف بمهاية الانترنت من حيث تحديد مفهومها، وخصائصها، وعرض موجز عن تاريخ تطورها، والعوامل المساعدة على ذلك، بالإضافة إلى عرض أهم الخدمات التي تقدمها هذه الشبكة العالمية وتميزها عن باقي الوسائل الإعلامية الأخرى.

الفصل الثالث: وقمنا فيه بتحديد أهم استخدامات الانترنت، فبدأنا بتعدد الاستخدامات الإيجابية، ثم انتقلنا إلى الاستخدامات السلبية، ثم قمنا بعدها بعرض مختلف الطرق للوقاية من هذه الاستخدامات السلبية وعلاجها.

الفصل الرابع: وعرضنا من خلاله النتائج الأولية للدراسة في جداول بعد أن قمنا بتحديد مختلف التكرارات والنسب المئوية، كما أجرينا اختبار χ^2 لتحديد إن كانت هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين استخدامات الطلبة وفق متغيري: الجنس، والتخصص. بعد ذلك قمنا بتقديم قراءات تحليلية حول هذه الجداول، لنصل في الأخير إلى النتائج النهائية للدراسة.

وفي الأخير نحمد الله ونسأله أن يحظى هذا العمل بالقبول الحسن.

ب.ل





الفصل الأول

موضوع الدراسة، منهجيتها وإطارها النظري

I - موضوع الدراسة .

II - منهجية الدراسة.

III - الإطار النظري للدراسة.

I- موضوع الدراسة:

1- مشكلة الدراسة وتساؤلاتها:

يمكننا القول بكل ثقة ودون موارد أن الإعلام صار محورا أساسيا في المجتمع المعاصر، خاصة بعد الثورة التي تولدت عنها تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة. لذلك ليس من الغريب أن تتعدد وتنوع اتجاهات الدراسات التي أجريت وتُجرى في مجال علوم الإعلام والاتصال، مساهمة بذلك في إثراء هذا الميدان الجديد والخصب.



وهذا ما حدث بالفعل، بل تعدى الأمر ذلك إلى حد تناقض بعض الاتجاهات التي أسفر عنها ظهور مدارس ونظريات، اختلفت في النظر وفي كيفية النظر إلى عناصر العملية الاتصالية فمنها ما رأت أن تتناولها بشكلها الكلي الأوسع (maco level)، ومنها ما جزأت نظرتها إلى هذه العملية (micro level).

أما الأولى فقد اختلفت في أساس علاقة التفاعل والاتصال في المجتمع أهو الصراع أم التطور أم الهيمنة أم التكامل.. أما الثانية فمنها ما ركز على الوسيلة، ومنها ما ركز على القائم بالاتصال، ومنها ما ركز على الرسالة ومنها ما ركز على المتلقي أو جمهور وسائل الإعلام. هذا الأخير الذي حضي بنصيب كبير من النقاش والجدال خاصة بعد ظهور نظرية الاستخدامات والإشباع التي جاءت بفروض أكثر جرأة ووضوحاً وأكثر تحولا من رؤية الجمهور على أنه عنصر سلبي. وذلك باعتباره نشطا وواع وفعال، يستخدم عن اختيار وسائل الاتصال لأهداف مقصودة.

هذه الوضعية الجديدة التي وضعت الجمهور في مكانة المتحكم في زمام استخداماته لوسائل الاتصال الجماهيري دفعت بهذه الأخيرة إلى التجدد المستمر لإعادة التموقع في سلم أولويات هذه الاستخدامات.

وجاءت الانترنت بكل ما تحمله خصائصها من إهمار، لتحاول تتويج نفسها كوسيط الوسائط لاحتوائها كل وسائل الإعلام التي سبقتها. هذه الوسيلة التي حملت خصائص جديدة تماما لم تتمتع بها سابقاتها من الوسائل؛ لإتاحتها المجال الواسع للمتلقي - ليس فقط ليتمتع بالقدرة على الاختيار- ولكن لكي يكون مرسلا متى شاء ذلك، مع تعميقها لمفهوم التخصص (في المحتوى) والتخصيص (التوجه نحو المتلقي الفرد)...

بل إن الانترنت صارت تمثل مظهرا حقيقيا لتكامل كل وسائل الإعلام والاتصال من خلال تمازجها على شبكة واحدة في مشهد جديد من خلال خدمات جديدة شكلا ومضمونا. فنحن بإمكاننا من خلالها من مطالعة الصحف، والاستماع إلى الإذاعة، ومشاهدة التلفزيون، وقراءة الكتب، والمهاتفة، واستعمال البريد الإلكتروني، والتواصل المباشر عن طريق غرف الدردشة، ومتابعة آخر الأفلام السينمائية، والمسرحيات.. في أي مكان من العالم ومن أي مكان.

وبما أن جمهور الطلبة الجزائريين (الجامعيين) فئة نوعية من فئات هذا المجتمع المعاصر، على افتراض أنه الأكثر تعلما ووعيا، وهو بالتأكيد ليس بمعزل عن استخدام وسائل الإعلام المختلفة بما فيها الانترنت، التي يتوقع منها أن تشبع حاجاته المختلفة والمتنوعة. لذلك فقد جاءت هذه الدراسة -التي تبنت البنائية الوظيفية كمدخل لتطبيق فروض نظرية الاستخدامات والإشباع- لتحاول التعرف على استخدامات وإشباعات جمهور الطلبة الجزائريين من الانترنت.

وقد تمحورت تساؤلات الدراسة حول متغيرين اثنين هما: "الاستخدامات والإشباع".

- الاستخدامات:

1. ما هي عادات استخدام جمهور الطلبة الجزائريين للانترنت؟
2. ما هي أنماط استخدام جمهور الطلبة الجزائريين للانترنت؟

- الإشباعات:

3. ما هي الإشباعات المحققة لجمهور الطلبة الجزائريين من خلال استخدام الانترنت؟
 4. هل الإشباعات المحققة لجمهور الطلبة الجزائريين من خلال استخدام الانترنت تغنيهم عن استخدام وسائل الإعلام الأخرى؟
- بالإضافة إلى طرح تساؤل آخر عن العلاقة بين الاستخدامات والإشباعات وبعض متغيرات البيانات الشخصية وذلك على النحو الآتي:
5. هل هناك فروق دالة إحصائية بين الاستخدامات والإشباعات وفق متغيري: - الجنس؟
- التخصص؟

2- أهداف الدراسة:

لكل دراسة علمية أهداف معينة يسعى من خلالها الباحث لتحقيقها، ودراسة بدون هدف محدد سلفا، هي ضرب من الفوضى وتؤدي حتما إلى عدم التحكم في الموضوع المراد دراسته، لذلك يمكن إنجاز أهداف هذه الدراسة فيما يأتي:

1. معرفة عادات وأنماط استخدام جمهور الطلبة الجزائريين للانترنت.
2. الكشف عن الإشباعات التي تتحقق للطلبة من خلال استخدام الانترنت.
3. معرفة ما إذا كانت هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين الاستخدامات والإشباعات وفق متغيري الجنس والتخصص.
4. بالإضافة إلى التدرب على إجراء بحوث علمية ميدانية للتحكم في إجراءات البحث العلمي.
5. أما هدف إجراء الدراسة كدراسة، فهو لنيل شهادة الماجستير.

3- أسباب اختيار الموضوع:

يمكن تلخيص الأسباب التي دفعتنا إلى اختيار هذا الموضوع للدراسة إلى مجموعة النقاط الآتية:

1. يعود سبب اختيار الانترنت من بين وسائل الإعلام الأخرى بسبب الأهمية المتزايدة التي صارت تتمتع بها هذه الوسيلة الإعلامية التي تعرف انتشارا واسعا ومتناميا، بالإضافة إلى قلة الأبحاث والدراسات التي تناولتها نظرا لحدوثها بالمقارنة مع وسائل الإعلام الأخرى.

2. أما اختيار جمهور الطلبة لإجراء هذه الدراسة ، فذلك بسبب أهمية هذه الفئة في المجتمع انطلاقاً من اعتبارها الشريحة المتعلمة والمثقفة بالإضافة إلى حجمها الكبير في الجزائر.

3. هذا بالإضافة إلى الرغبة في معرفة عادات وأنماط استخدام الطلبة الجزائريين للانترنت، والإشباع المتحققة من خلال هذا الاستخدام. وذلك استناداً إلى نظرية الاستخدامات والإشباع التي ما تزال فروضها تمثل حقلاً خصباً لإجراء الدراسات انطلاقاً منها، أو اختبارها لها في ظل ظهور معطيات جديدة جاءت بها تكنولوجيايات الاتصال والإعلام الجديدة، كالحصائص التي تمنحها الانترنت مثلاً.

4- تحديد المفاهيم:

4-1- الجمهور:

جاء في (لسان العرب) أن: "جمهور كل شيء مُعْظَمُهُ، وقد جَمِهَرَهُ. وجمهور الناس: جُلُّهم، وجماهير القوم: أشرافهم، وفي حديث "ابن الزبير" قال معاوية: "إنا لا ندع مروان يرمي جماهير قريش بمشاقصه" أي جماعاتها، واحدها جمهور. وجمهرت القوم إذا جمعتهم، وجمهرت الشيء إذا جمعته، ومنه حديث النخعي أنه أهدى له بُخْتَج، قال هو الجمهوري؛ وهو العَصِير المطبوخ الحلال، وقيل له الجمهوري، لأن عامة الناس يستعملونه أي أكثرهم، وعدد مُجمهر: مُكثَّر، والجمهرة: المجتمع..."⁽¹⁾.

وقد استخدم لفظ "الجمهور" كترجمة للمصطلحين الإنجليزيين (Audience) و(Public). رغم ما بينهما من اختلاف؛ فاصطلاح (Public) يشير إلى المجموع العام للأفراد، أو الشعب في مجتمع ما، بينما يشير مصطلح (Audience) إلى مجموع الأفراد الذين يقرؤون أو يستمعون أو يشاهدون أيًا من وسائل الإعلام أو وحداته، فالفرد من حيث هو يُعتبر جزءاً من (Public)، بينما يلزم كي يكون جزءاً من (Audience) أن يقوم بعمل ما، كأن يقرأ أو يشاهد أو يستمع⁽²⁾.

ويرى البعض أن "الجمهور يعني أكثر من مجرد حاصل جمع عدد من الأفراد، إنه جماعة ما تدين بوجودها لتقاسم أفرادها تجارب معينة وذكريات وتقاليد محددة وظروف حياة بعينها، بيد أن هذه الجماعة ليست كلاً متمثلاً حتى وإن كانت مجتمعاً محلياً صغيراً جداً، فعندما تُوضع تحت الملاحظة فإنها تكشف عن الكثير من الاختلافات التي تقوم على أساس الفروق الفردية والطبقية والمصلحة الاقتصادية والمعتقد الديني والانتماء السياسي... وما إلى ذلك"⁽³⁾.

ونجد "هربرت بلوم" يؤكد هذا المفهوم من خلال التفريق بينه وبين "الحشد" إذ يرى في هذا الشأن أن "الجمهور (Public) يختلف عن الحشد أو الجمهرة (Crowd or Mass) ، في أن الجمهور أكثر تفككاً، وأقل اندماجاً، وأن أفرادها ليسوا متماسكين، ولا يقوم بينهم التماسك الانفعالي الذي يتوفر في حالة

الحشد، كما أن الفرد في الحشد ينسى ذاته ويُنَجِّه بعواطفه إلى الإيحاء الجمعي، ويتفاعل مع الجو المحيط به، ويتكون ما يسمى بالعقل الجمعي أو العقل الجماهيري⁽⁴⁾.

بينما هناك من يرى أن "الجمهور عبارة عن عدد من الأفراد يشتركون عن إدراك في وحدة المصالح ولذلك يتولد لديهم شعور بالوحدة وتحقيق الذات، ويختلف هذا الشعور من جمهور إلى آخر، وغالبا ما تنفصل الجماهير وتختلف عن بعضها البعض مما يساعد على تكوين وسائل الاتصال العامة، ومعظم أفراد الجماهير لا يتصلون اتصالا مباشرا ببعضهم البعض، إلا أنهم يشتركون فيما يقرؤون ويحصلون عليه من معلومات"⁽⁵⁾.

وتتجنب الدراسات الحديثة في الاتصال الجماهيري، استخدام مصطلح الحشد (Mass)، وتميل إلى استخدام مصطلح "جمهور المتلقين (Mass Audience)"، الذي يشير إلى قيام الأخير بدور في العملية الاتصالية. فمصطلح "جمهور المتلقين (Mass Audience)" يستعير من مفهوم الحشد (Mass) الكثرة العددية والتباين بين سمات أفرادها، ويستعير من مفهوم المتلقي (Audience) التفاعل والمشاركة والإيجابية، والتفاعل خلال هذه العملية في إطار السياق الاجتماعي والثقافي الذي ينتسب إليه وتتحدد به ولاءاته وانتماءاته⁽⁶⁾.

يمكننا القول من خلال ما سبق أن الجمهور عبارة عن جماعة من الأفراد لهم دور في عملية اتصالية ما، تربطهم اهتمامات معينة، لكن هؤلاء الأفراد ليسوا بالضرورة متَّحدي النظرة إلى هذه الاهتمامات، نظرا للاختلاف في الخصائص الديموغرافية والشخصية والاجتماعية.. ومن هنا جاءت التقسيمات العديدة والمتنوعة للجمهور (حيث يقسم "هويت" الجمهور مثلا إلى: عنيد، وحساس،..).

أما في هذه الدراسة فنقصد بالجمهور: "الأفراد الذين يتعرضون للانترنت كوسيلة إعلامية من الطلبة الذين يزاولون دراستهم في الجامعة، على اعتبار أن الطلبة تجمعهم اهتمامات يفترض أنها مشتركة".

4-2- الاستخدام:

نقصد بالاستخدام في هذه الدراسة عملية التصفح التي يقوم بها الفرد على الانترنت، وعادات وأنماط هذا التصفح.

4-2-1- عادات التصفح:

- جاء في المعجم العربي الأساسي - لاروس - حول العادة ما يلي: عادة، جمعها عادات وهي:
- كل ما عاود فعله الشخص حتى صار يفعله من غير تفكير.
 - فعل يتكرر على وتيرة واحدة⁽⁷⁾.

ويشير مفهوم العادة في علم النفس إلى سلوك منتظم يكتسبه الفرد بفضل التعلم، وتستثيره مواقف محددة، كما يكتسبه بتكراره، وذلك استجابة لهذه المواقف بقدر من الثبات النسبي والاستقرار مع سهولة في الأداء إلى حد الآلية⁽⁸⁾.

ويرى محمد عاطف غيث مقارنا بين العادة الفردية والعادة الجماعية أن "العادة الفردية نمط متكرر للفعل يصدر عن فرد بالذات، يكون مكتسبا وملاحظا من جانب الآخرين. وعلى الرغم من اختلاف الميكانيزمات، إلا أن المماثلة وثيقة جدا بين العادة الفردية والعادات الجماعية، فالعادة الفردية تتعلق بالأشخاص والعادات الجماعية تتعلق بالمجموعات أو أي تجمعات أخرى"⁽⁹⁾.

ونقصد بعادات تصفح الانترنت في هذه الدراسة مدى انتظام الطلبة في تصفح الانترنت من خلال مستوى وحجم التصفح، والوقت المخصص لذلك، والأيام والفترات الزمنية والأماكن المفضلة للتصفح، بالإضافة إلى الطريقة التي تتم فيه عملية التصفح إن كانت فردية أو جماعية.

4-2-2- أنماط التصفح:

- جاء في المعجم العربي الأساسي - لاروس - حول النمط ما يلي: نمط جمعه أنماط ونماط وهي:
- نوع من البسط.
 - طريقة وأسلوب.
 - صنف ونوع.
 - جماعة من الناس أمرهم واحد⁽¹⁰⁾.

فالنمط هو الطريقة والصنف والنموذج، نقول على نمط واحد أي على طريقة واحدة، ومن نمط واحد أي من نوع واحد، والأنماط الأفلاطونية هي النماذج التي جاءت الموجودات على مثالها. والنمط في علم النفس التحليلي عند "يونغ" هو صنف من الناس أو طريقتهم في توجيه طاقاتهم النفسية⁽¹¹⁾.

ويعرف علماء الاجتماع النمط الاجتماعي بأنه جزء من السلوك التفاعلي يتكرر بشكل غالب كتناول أفراد الأسرة ثلاث أكالات في اليوم، أو نوم الأطفال واستيقاظهم في وقت محدد. فالنمط هو مجموعة متناسقة من السلوك التفاعلي الذي يقوم به الفرد الذي يربط بين الأفراد ويجعلهم يتأثرون ببعضهم البعض، أو يوجد بينهم اعتمادا متبادلا أو تأثير متبادلا⁽¹²⁾.

وبطبيعة الحال فإن تكرر سلوك معين يكون من منطلق رغبة وتفضيل، لذلك فقد درجت الدراسات في مجال الاتصال على التعبير على أنماط التعرض لوسائل الإعلام بنماذج التفضيل لهذا التعرض من قبل جمهور المتلقين.

ونقصد بأنماط التصفح في هذه الدراسة تفضيلات الطلبة لما يتصفحونه في الانترنت وأساليب تعاملهم مع ما يفضلونه وما تتيحه هذه الوسيلة.

4-3- الإشباعات:

الإشباع "هو إرضاء رغبة أو بلوغ هدف أو خفض دافع، وتدل الكلمة أيضا على الحال التي يتم فيها ذلك، ويعني الإشباع في نظرية التحليل النفسي خفض التنبيه والتخلص من التوتر. فالتراكم والتنبيه يولد إحساسا بالألم ويدفع الجهاز إلى العمل لكي يحدث مرة أخرى حالة إشباع يدرك فيها خفض للتنبيه كأنه لذة" (13).

وبذلك يرتبط مفهوم الإشباعات بمفاهيم أخرى هي الحاجة والرغبة، والدافع.

4-3-1- الحاجة والرغبة:

وتعرف الحاجة على أنها "عبارة عن توليفة من النقص في المتطلبات الجسمية والمتعلمة (الظاهرة)، فهي تظهر مثلا حينما تحرم خلية في الجسم من الغذاء أو الماء أو غيره أو حينما يتم حرمان الشخصية الإنسانية من الأشخاص المقربين، وبهذا يستخدم مفهوم الحاجة للدلالة على الحالة الفسيولوجية للخلايا الناجمة عن الحرمان. أي أن الحاجة عبارة عن جانب فسيولوجي" (14).

وقد عاين الفلاسفة القدماء الحاجة كمفهوم مريبك ولم يلاحظوا تمايزها عن المصالح والرغبات، فأفلاطون ينظر إليها كأساس للرضا، حيث افترض أن من يملك الحاجة هو أقرب إلى هذا الإحساس. فيما أضحى من لا يملكها مصدر قلق سياسية (15).

وجاء في موسوعة علم الاجتماع أن الحاجة حالة أو أمر يضع المرء في موقف صعب أو محنة، وفي زمن المصاعب والمتاعب بما يشعره بالعوز والرغبة إلى شيء ضروري (16).

وتعرف في مجال علم النفس على أنها "حالة من التوتر أو عدم الإشباع، يشعر بها فرد معين، وتدفعه إلى التصرف متجها نحو الهدف الذي يعتقد أنه سوف يحقق له الإشباع... وهي لا تعني مجرد الافتقار، بل لا بد من توفر الإحساس الملزم بضرورة تحقيق هذه الحاجة، إذ لا بدّ بالإضافة إلى إدراك النقص أو الافتقار إلى موضوع الحاجة من وجود قوة دافعة محرّكة تحفز إلى العمل على الإشباع (17).

وهناك فرق بين الحاجة والرغبة، فالرغبة هي الشعور بالميل نحو أشخاص أو أشياء معينة كرغبة الطفل في تقبيل أمه مثلاً، لا تنشأ من حالة نقص أو اضطراب كما هي الحال في الحاجة، بل تنشأ من تفكير الفرد فيها أو تذكره إياها، أو إدراكه لأشياء مرغوبة. فالرغبة تستهدف التماس اللذة، بينما الحاجة تستهدف تجنب الألم⁽¹⁸⁾.

4-3-2- الدافع:

يشار إلى مفهوم الدافع في اللغة الإنجليزية بكلمة (Motive) ومعناها (يحرك). فالدافع عبارة عن أي شيء مادي أو معنوي، يعمل على تحفيز وتوجيه الأداء والتصرفات. أي أن كلمة دافع مأخوذة من الفعل الثلاثي (دفع) أي حرّك الشيء من مكانه إلى مكان آخر وفي اتجاه معين⁽¹⁹⁾.

ويعرف الدافع على أنه "المحرك على بلوغ غاية أو هدف، وقد تكون الدوافع داخلية كالغرائز، وقد تكون خارجية كالبيوعات، وقد تكون بنائية تعبر عن نفسها في دوافع الأنا والجنس، أو تدميرية تعبر عن نفسها في دفاعات العداة الموجهة نحو الذات والآخرين"⁽²⁰⁾.

كما يعرف الدافع على أنه "مفهوم افتراضي وإجرائي يمكن أن نلمس آثاره في سلوكياتنا المعرفية والانفعالية والاجتماعية والفسولوجية أيضاً. ويتضمن جملة من الحاجات والرغبات والاهتمامات التي تعمل على استثارة الكائن الحي وتنشيط سلوكه وتوجيهه نحو تحقيق أهداف معينة"⁽²¹⁾.

فالعلاقة بين الحاجة والدافع تكمن إذن في أن الحاجة سبب لتولد الدافع كما أن الدافع يؤدي إلى إشباع تلك الحاجة، وبمجرد حدوث ذلك ينتهي دور الدافع يختفي.

5- الدراسات السابقة:

5-1- دراسات أجريت في الوطن العربي:

5-1-1- عرض الدراسات:

- الدراسة الأولى/ مزيد بن مزيد النفيعي: مقاهي الإنترنت والانحراف إلى الجريمة بين مرتاديهما، دراسة تطبيقية على مقاهي الإنترنت بالمنطقة الشرقية (السعودية). رسالة ماجستير نوقشت في: 1423 / 8 / 28 هـ الموافق 2002 / 11 / 3 م⁽²²⁾.

تحدد مشكلة البحث في الإجابة على التساؤل الرئيس التالي: "ما مدى انحراف مرتادي مقاهي الإنترنت إلى الجريمة؟".

وحاول البحث الإجابة عن التساؤلات الآتية:

1. ما نوع الفئة المرتادة لمقاهي الإنترنت؟

2. ما العوامل التي تجذب المرتادين للتوجه إلى مقاهي الإنترنت؟
3. ما أثر التعامل مع الإنترنت في المقاهي على الانحراف السلوكي الجنائي للمرتادين؟
4. ما علاقة الخصائص الديموغرافية لمرتادي مقاهي الإنترنت بأرائهم نحو مقاهي الإنترنت والانحراف إلى الجريمة بين مرتاديهما؟

أما أهداف البحث، فقد سعى هذا البحث إلى تحقيق الأهداف التالية:

1. التعرف على نوع الفئة المرتادة لمقاهي الإنترنت.
2. التعرف على العوامل التي تجذب المرتادين للتوجه إلى مقاهي الإنترنت.
3. التعرف على أثر التعامل مع الإنترنت في المقاهي على الانحراف السلوكي الجنائي للمرتادين.
4. الكشف عن علاقة الخصائص الديموغرافية لمرتادي مقاهي الإنترنت بأرائهم نحو مقاهي الإنترنت والانحراف إلى الجريمة بين مرتاديهما.

أما منهج البحث، فقد استخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي، وطبق أداة البحث (الاستبانة) المكونة من البيانات الشخصية والعامّة بالإضافة إلى البيانات الأساسية وشملت محورين هما: (العوامل التي تجذب المرتادين إلى مقاهي الإنترنت، أثر التعامل مع الإنترنت في المقاهي على الانحراف السلوكي للمرتادين). وقد أظهرت أداة البحث ثباتاً عالياً.

ولقد توصل البحث إلى مجموعة من النتائج، ومن أهمها ما يلي:

1 . أغلب أفراد عينة الدراسة من مرتادي مقاهي الإنترنت من الشباب الذين تقل أعمارهم عن 30 سنة، وحوالي ثلثي عينة المرتادين عزاب، وأكثر عينة المرتادين موظفين، وارتفاع المستوى التعليمي نسبياً لأكثر من ثلاثة أرباع عينة المرتادين (ثانوي أو ما يعادله فأعلى)، وارتفاع الدخل الشهري نوعاً ما لأسر حوالي ثلثي عينة المرتادين (من 6000 ريال فأكثر).

2 . أكثر من نصف أفراد عينة الدراسة من مرتادي مقاهي الإنترنت قد بدؤوا استخدام الإنترنت منذ سنة فأكثر، وعدد زيارات مقهى الإنترنت لحوالي ثلثي أفراد عينة المرتادين في الأسبوع الواحد (من 3 مرات فأكثر) والوقت المنقضي في الزيارة الواحدة لمقهى الإنترنت لأكثر من نصفهم (من ساعتين فأكثر) وأغلب الفترات المنقضية في استخدام الإنترنت أكثر من نصفهم (الساعة 7 - 12 مساءً) وعدد ساعات الاستخدام في مقهى الإنترنت في الأسبوع الواحد لحوالي ثلاثة أرباعهم (من 5 ساعات فأكثر)، وقد أكدت عينة المرتادين على أن مقهى الإنترنت قد جاء في الترتيب الأول ضمن أكثر أماكن استخدام الإنترنت، وغالبية عينة المرتادين يمتلكون بريد إلكتروني وطبيعة أكثر المواد المستقبلية (رسائل شخصية) وأدلووا بأن مجموعة الدردشة قد احتلت المرتبة الأولى ضمن أكثر خدمات الإنترنت استخداماً، وذكرت عينة المرتادين أنهم لا يستخدمون الآتي: (إرسال صور جنسية، إزعاج عن طريق البريد الإلكتروني، مواقع إباحية، مواقع معادية للدين، معاكسات، التفرير بالنساء والأطفال ومن في حكمهم) وقد نال ذلك المركز الأول ضمن أكثر الاستخدامات التي يتم القيام

بها عبر الإنترنت، وهناك تأثير للإنترنت على المصروف الشخصي لحوالي ثلثي عينة الموقوفين يتراوح ما بين ضعيف وكبير والإنترنت كان أحد أسباب دخول الإصلاحيين أو الدار لحوالي ثلثيهم.

3. تبين من متوسط آراء أفراد عينة الدراسة من مرتادي مقاهي الإنترنت، وجود عوامل هامة تجذب المرتادين إلى مقاهي الإنترنت بدرجة كبيرة كان من أبرزها اكتسابهم للعديد من المعلومات والمعارف التي تنمي ثقافتهم من خلال شبكة الإنترنت. كما تبين ممن أدلوا منهم بعوامل أخرى تجذب الشباب لمقهي الإنترنت أن (الفراغ والتسلية) من أكثر تلك العوامل الأخرى.

4. وجود آثار سلبية نوعاً ما للتعامل مع الإنترنت في المقاهي على الانحراف السلوكي للمرتادين كان على رأسها وجود روابط في العلاقات عبر الإنترنت قد تؤدي إلى علاقات غير شرعية بين الجنسين.

5. تبين من متوسط آراء أفراد عينة الدراسة من مستخدمي الإنترنت الموقوفين بإصلاحيية الدمام ودار الملاحظة الاجتماعية بالدمام حول أثر التعامل مع الإنترنت في المقاهي على الانحراف السلوكي الجنائي للمرتادين، وجود آثار سلبية كبيرة للتعامل مع الإنترنت في المقاهي على الانحراف السلوكي الجنائي للمرتادين كان من أهمها أن مقاهي الإنترنت تعتبر تجمع شبابي يتأثر كل مرتاد بسلوك الآخر.

6. وجود علاقات ذات دلالة إحصائية بين بعض المتغيرات الشخصية لأفراد عينة الدراسة ومتغيرات الدراسة الأساسية عن مقاهي الإنترنت والانحراف إلى الجريمة بين مرتاديهما مثل: العمر، الحالة الاجتماعية، المهنة، الدخل الشهري.

الدراسة الثانية/ محمد بن عبد الله بن علي المنشاوي: جرائم الإنترنت في المجتمع السعودي. رسالة ماجستير نوقشت في: 1424/2/27هـ الموافق 2003/4/29م (23).

تنحصر مشكلة البحث في تحديد حجم ونمط أكثر جرائم الإنترنت شيوعاً بين مستخدمي الإنترنت في المجتمع السعودي، وخاصة فيما يتعلق بالجرائم الجنسية، وجرائم الاختراقات، والجرائم المالية، وجرائم إنشاء أو ارتياد المواقع المعادية، وجرائم القرصنة. مع تحديد أهم سمات وخصائص مرتكبي تلك الجرائم. هدفت هذه الدراسة إلى الكشف عن حجم ونمط أكثر الجرائم الجنسية والممارسات غير الأخلاقية، وجرائم الاختراقات، والجرائم المالية، وجرائم المواقع المعادية، و جرائم القرصنة الأكثر شيوعاً، والتي يرتكبها مستخدمو الإنترنت في المجتمع السعودي، وتحديد أهم سمات وخصائص مرتكبيها.

وكانت تساؤلات البحث: ما حجم الجرائم الجنسية والممارسات غير الأخلاقية، وجرائم الاختراقات والجرائم المالية، وجرائم إنشاء، أو الاشتراك، في المواقع المعارضة، أو المعادية، وجرائم القرصنة التي يرتكبها أفراد المجتمع السعودي عبر الإنترنت؟ وما أهم سمات وخصائص مرتكبيها؟

المنهج الذي تم استخدامه في هذه الدراسة، هو المسح الاجتماعي لجميع مستخدمي الإنترنت في المملكة العربية السعودية، واستخدمت أداة الاستبانة لجمع المعلومات الميدانية لهذه الدراسة، وشملت الاستبانة سبعة محاور أساسية وزّعت على (62) سؤالاً. وتم اختيار المجتمع الكلي للدراسة - وهم جميع

مستخدمي الإنترنت في المجتمع السعودي - والبالغ عددهم تقريباً (150) ألف مستخدم مدينة الملك عبد، ووصل العدد الكلي للاستبيانات الداخلة في تحليل الدراسة الميدانية (9891) استبانة، أي ما نسبته (6.59%) من المجموع الكلي لمجتمع البحث .

وجاءت أهم النتائج على النحو الآتي:

1. أن أكثر الجرائم الجنسيّة والممارسات غير الأخلاقية التي يرتكبها مستخدمي الإنترنت في المجتمع السعودي هي ارتياد المواقع الجنسيّة ويرتكبها ما نسبته (54.3%).
2. أن أكثر جرائم الاختراقات شيوعاً التي يرتكبها مستخدمي الإنترنت في المجتمع السعودي هي تدمير المواقع ما نسبته (13.7%) من مجموع المشاركين في الدراسة الميدانية .
3. أن أكثر الجرائم والممارسات المالية التي يرتكبها مستخدمي الإنترنت في المجتمع السعودي هي: ما نسبته (4.4%) قاموا بالاستيلاء على البطاقات الائتمانية، ما نسبته (5.1%) لعبوا القمار، ما نسبته (4.5%) قاموا بالتزوير عبر الإنترنت، ما نسبته (4.2%) ارتادوا مواقع الجريمة المنظمة، ما نسبته (3.0%) ارتادوا مواقع المخدرات، ما نسبته (1.8%) ارتادوا مواقع غسيل الأموال.
4. أن حجم جرائم وممارسات إنشاء المواقع المعادية أو الاشتراك فيها والتي يرتكبها مستخدمي الإنترنت في المجتمع السعودي هي ما نسبته (2.6%).
5. أن حجم أكثر جرائم القرصنة شيوعاً والتي يرتكبها مستخدمي الإنترنت في المجتمع السعودي هي: ما نسبته (4.0%) قاموا بإنشاء مواقع للبرامج المقرصنة، ما نسبته (31.5%) قاموا بتحميل برامج مقرصنة، ما نسبته (32.4%) استخدموا برامج تشغيل البرامج المقرصنة، ما نسبته (5.9%) قاموا بإنشاء مواقع مقرصنة.
6. كما تم التوصل إلى سمات وخصائص مرتكبي تلك الجرائم والممارسات غير الأخلاقية وبشكل مفصل.

• **الدراسة الثالثة/ محمد عايش، محمد قيراط: استخدامات وإشباعات الانترنت، دراسة ميدانية تحليلية لشباب الإمارات العربية المتحدة⁽²⁴⁾.**

تنظر هذه الدراسة في إشكالية تفاعل الشباب الإماراتي مع الانترنت من حيث أنماط ودوافع الاستخدام في المجالات الإعلامية والثقافية، وكيف ينظر الشباب للانترنت من جانب الإيجابيات والسلبيات وإمكانيات الإبداع والتطور والاستفادة من هذه التكنولوجيا الجديدة.

وجاءت أسئلة الدراسة على النحو الآتي:

1. ما هي أنماط استخدام الانترنت من قبل الشباب في الإمارات العربية المتحدة من حيث زمن الاستخدام، مكان توافر الانترنت، عدد ساعات الاستخدام اليومي والأوقات المفضلة لاستخدام الانترنت، وما هي الفوارق في هذا المجال بين الذكور والإناث؟
 2. ما هي دوافع استخدام الانترنت عند الشباب، وهل هناك فوارق بين الذكور والإناث والفئات العمرية والمستوى التعليمي؟
 3. ما هي الاستخدامات الإعلامية والثقافية للانترنت عند الشباب؟
 4. ما هو رأي الشباب في مستوى خدمات الانترنت والرسوم؟
 5. ما هي إيجابيات وسلبيات الانترنت حسب الشباب؟ وهل هناك فوارق بين الذكور والإناث وبين الفئات العمرية والمستوى التعليمي؟
- وقدم الباحثان الفرضيات الآتية:

1. تتركز دوافع استخدام الشباب للانترنت في البريد الإلكتروني والتسامر عن بعد (الدردشة).
 2. استخدامات الشباب للانترنت لأغراض البحث العلمي والواجبات المدرسية قليلة جدا.
 3. استخدامات الشباب للانترنت لقراء الجرائد ومتابعة الأخبار على القنوات الفضائية تكون محدودة.
 4. لا توجد فوارق ذات دلالة تذكر بين استخدامات الذكور والإناث للانترنت.
 5. يعتبر مستوى التعليم محددًا رئيسيًا في توجيه طبيعة استخدام الانترنت، فكلما كان المستوى التعليمي عاليًا اتجه الاستخدام نحو البحث العلمي والمعرفي وإنجاز الواجبات المدرسية والجامعية. وكلما كان المستوى التعليمي منخفضًا وضعيفًا اتجه الاستخدام نحو الدردشة والتسامر والأفلام والتسليية والموسيقى.
- استخدمت هذه الدراسة منهج المسح الميداني حيث تم استخدام استبيان يحتوي على لأربعة محاور 33 سؤالاً. وتمثلت المحاور فيما يلي: الخصائص الاجتماعية والديموغرافية، أنماط استخدام الانترنت، الاستخدامات الإعلامية والثقافية للانترنت، ورأي الشباب في الانترنت.

أما عينة الدراسة فكانت عشوائية غير منتظمة غطت الإمارات السبع في الدولة وشملت شباب المدارس والثانويات والجامعات وكذلك الشباب العامل. استهدفت الدراسة الشباب الذي تتراوح أعمارهم ما بين 10 و 29 سنة. بلغ عدد الاستبيانات التي استرجعها الباحثان 519 استبيان، 201 تمت الإجابة عليها من قبل الذكور 318 من قبل الإناث.

وتتمثل أهم النتائج التي توصل إليها الباحثان من خلال دراستهما في :

1. هناك إقبال متزايد على الانترنت من قبل الشباب في الإمارات وذلك بسبب الانتشار الواسع للخدمة في البيوت والمؤسسات التعليمية والشركات ومقاهي الانترنت المنتشرة في جميع مدن الدولة.

2. بينت النتائج توزيعاً معقولاً لأفراد العينة بين إمارات الدولة المختلفة.
3. هناك علاقات ملحوظة وذات دلالة بين نوع المستخدم وأنماط الاستخدام الشائعة للانترنت، حيث أن الذكور هم أقل استخداماً للشبكة لفترات من الإناث، ويبدو أن الإناث هن أكثر استخداماً للانترنت في بيئة مفتوحة من الذكور، ولكنهن أقل استخداماً لها في المقاهي العامة. وهن أكثر استخداماً للبريد الإلكتروني وغرف الدردشة. ولعل هذه النتائج تؤكد أن الاستخدام بين الشباب هو أمر شائع بين الذكور والإناث على حد سواء، وهو ما يؤكد ضرورة الاهتمام بالطرفين في برامج تنظيم الاستخدام في مجتمع الإمارات. (تأكيد الفرضية الرابعة)
4. من جهة أخرى توجد علاقة ذات دلالة بين الفئات العمرية للمستخدمين وأنماط الاستخدام حيث برزت الفئة العمرية من 15-19 سنة كأكثر الفئات العمرية خطورة من حيث ساعات الاستخدام وتوقيت الاستخدام وبيئة الاستخدام وطبيعة الاستخدام، وهو ما يؤكد على مدى تفاعل هذه الفئة مع الشبكة الدولية مقارنة مع الفئات الأخرى.. ونسبة كبيرة منهم تتعاطى مع الانترنت في الفترة المسائية أو في فترة متأخرة من الليل. وهذه الفئة تستخدم الانترنت لأغراض الاتصالات الهاتفية والدردشة، ومشاهدة الأفلام مقارنة مع الاستخدامات الثقافية والإعلامية للانترنت. (تأكيد الفرضية الأولى والفرضية الثانية).
5. يستخدم حاملو الدرجات الجامعية الانترنت في البحث عن المعلومات والبحث العلمي أكثر من الأفراد الذين يحملون مستويات علمية أدنى، حيث يميلون إلى الاستخدامات الترفيهية وللاتصالات الهاتفية والبريد الإلكتروني والدردشة. لا يعكس مستوى التعليم العالي بالضرورة مستوى الوعي النوعي بأهمية تقنين الاستخدامات اليومية للانترنت ولكنه يفرز احتياجات جديدة عند المستخدم ربنا لا توجد عند المستخدم الأقل تعليماً. (تأكيد الفرضية الخامسة).
6. بينت الدراسة أن (26.8%) فقط يستخدمون الانترنت لقراءة الصحف اليومية، و(18%) يتابعون القنوات التلفزيونية عبر الانترنت. (وهذا يؤكد الفرضية الثالثة).

5-1-2- نقد الدراسات التي أجريت في الوطن العربي:

بعدها قمنا بعرض الدراسات العربية السابقة، يمكننا تسجيل النقاط الآتية حولها:

- تتمتع مواضيع الدراسات الثلاث بأهمية كبيرة، حيث تلقيت الدراسة الأولى الضوء على مرتادي مقاهي الإنترنت، وأثر تلك المقاهي على سلوكياتهم ومدى انحرافهم إلى الجريمة. وفي نفس المنحى تقوم الثانية بلفت الانتباه إلى مواجهة جرائم الإنترنت والتعامل معها ومكافحتها. وتقدم الثالثة أنماط ودوافع استخدام الشباب الإماراتي للانترنت والاشباع المتحققة. وعلاقة ذلك مع بعض متغيرات البيانات الشخصية .

وقد استفدنا من هذه الناحية حيث توسعت نظرتنا إلى مختلف استخدامات الانترنت الايجابية منها والسلبية (خاصة في الدراسة الأولى والثانية)، كما اتضح لنا أكثر، معالم الاستخدام (أنماط واعدات) من خلال الدراسة الثالثة التي تعتبر الأقرب إلى دراستنا موضوعا ومنهجيا.

- منهجيا يمكن القول أنهما كانت واضحة الأهداف دقيقة الفروض مما سهل لها الوصول إلى نتائج واضحة باستخدام منهج مناسب (المسح الميداني بالعينة). أما عن العينة وإن كانت كبيرة خاصة في الدراسة الثانية إلا أن تمثيلها للمجتمع الحقيقي تحوم حوله الشكوك نظرا لغموض نوعها وطريقة تطبيقها خاصة إذا علمنا أن توزيع الاستمارة عليها في الدراسة الثانية تم عن طريق البريد الالكتروني. وينسحب نفس الكلام عن الدراستين الأخرين.

وقد استفدنا أيضا من هذه الناحية إذ زادت هذه الدراسات في اطمئناننا أكثر للمنهج المستخدم، بالإضافة إلى تحديد أكثر للأسئلة التي تضمنتها استمارة الاستقصاء.

5-2- دراسات أجريت في الجزائر:

5-2-1- عرض الدراسات:

- **الدراسة الأولى/** خلاف بومخيلة: جمهور الطلبة الجزائريين ووسائل الإعلام المكتوبة، دراسة في استخدامات وإشباعات طلبة جامعة منتوري-قسنطينة. مذكرة ماجستير نوقشت بتاريخ: (2007.07.07م)⁽²⁵⁾.

تدرج هذه الدراسة ضمن بحوث " الاستخدامات والإشباعات " وذلك أنها تهدف إلى معرفة جوانب العلاقة القائمة بين جمهور الطلبة الجزائريين ووسائل الإعلام المكتوبة - هذه الأخيرة حصرتها الدراسة في الصحف - حيث تتمثل هذه العلاقة في مظاهر استخدام جمهور الطلبة الجزائريين للصحف، ومظاهر الإشباع المتحقق عن هذا الاستخدام، وذلك على اعتبار أن جمهور الطلبة هو جمهور واع ونشط، ويستخدم الصحف بدوافع متعددة من أجل تحقيق إشباعات متنوعة، وذلك حسب أنماط تفضيل واهتمام متباينة.

وقد تم بلورة الهدف من الدراسة في مجموعة من التساؤلات سعت الدراسة للإجابة عنها، هذه التساؤلات اندرجت تحت التساؤل الرئيسي التالي:

ما هي مظاهر استخدام جمهور الطلبة الجزائريين لوسائل الإعلام المكتوبة، وما هي مظاهر الإشباع التي يحققها هذا الاستخدام؟

وتفرّع عن هذا التساؤل الرئيسي التساؤلات الآتية:

1. ما هي دوافع إقبال جمهور الطلبة الجزائريين على قراءة الصحف؟
 2. ما هي عادات قراءة جمهور الطلبة الجزائريين للصحف؟ ويمكن أن نجزئه إلى ما يلي:
 - ما مدى (مستوى) قراءة جمهور الطلبة الجزائريين للصحف؟
 - ما هي الأوقات والأماكن المفضلة لدى جمهور الطلبة الجزائريين لقراءة الصحف؟
 - ما هو حجم المواد المقروءة وما هو الوقت الذي يقضيه الطلبة في قراءة الصحف؟
 3. ما هي أنماط قراءة جمهور الطلبة الجزائريين للصحف؟ ويمكن أن نجزئه إلى ما يلي:
 - ما هي مجالات اهتمام جمهور الطلبة التي تعكسها الصحف؟
 - ما هي أنواع الصحف والعناوين الصحفية المفضلة لدى جمهور الطلبة؟
 - ما هي المواضيع والأشكال الصحفية الأكثر استقطابا لجمهور الطلبة؟
 4. ما هي الإشباعات المتحققة عن قراءة الصحف؟
 5. هل هناك علاقة بين عادات وأنماط القراءة، والإشباعات المترتبة ومتغيرات الجنس والتخصص؟
- واقترضت طبيعة الدراسة وهدفها استخدام منهج المسح الميداني بالعينة من خلال استمارة اشتملت على محاور متعددة، وُرعت على عينة حجمها (100) طالب وطالبة، بشكل متساو حسب متغيري الجنس والتخصص لتمثيل الفروع العلمية والتقنية والفروع الإنسانية والاجتماعية في جامعة منتوري - قسنطينة - وذلك في الموسم الجامعي 2006/2005، مستخدما بذلك العينة العشوائية الطبقية متعددة المراحل.

ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة ما يلي:

1. دوافع إقبال جمهور الطلبة على الصحف هي:
 - حب الاستطلاع والرغبة في معرفة الأخبار والمعلومات الجديدة.
 - الرغبة في قضاء وقت الفراغ والبحث عن الترفيه.
 - الرغبة في تحقيق الذات والظهور بمظهر الطالب المثقف.
2. الطلبة الذين يقرؤون الصحف بانتظام يمثلون الثلث من مجموع الطلبة.
3. الذكور أكثر انتظاما في قراءة الصحف من الإناث.
4. يفضل أغلب الطلبة قراءة الصحف في الفترتين الصباحية والمسائية، كما يفضلون قراءة الصحف في المنزل (الغرفة الجامعية)، الحافلة، الجامعة، طابور المطعم.
5. أغلبية الطلبة يفضلون قراءة اليوميات على الأسبوعيات، كما يفضلون قراءة الصحف الوطنية على الصحف المحلية، الناطقة منها بالعربية، وقد جاءت "الخبر اليومي"، "الشروق اليومي"، "النصر" و "الهداف" على رأس العناوين الصحفية المفضلة.
6. يحقق جمهور الطلبة من خلال قراءة الصحف الإشباعات الآتية:

- الإعلام والإمام بما يجري في العالم وتحصيل معلومات جديدة.
- قضاء وقت الفراغ وتحقيق الترفيه.
- تحقيق العادة.

● **الدراسة الثانية/** بيزان مزيان: استغلال الأساتذة الجامعيين لشبكة الانترنت، دراسة ميدانية بجامعة منتوري - قسنطينة. مذكرة ماجستير نوقشت في 2007م⁽²⁶⁾.

وجاءت هذه الدراسة كمحاولة للتعرف على مدى استغلال (الاستفادة الفعلية) الأساتذة لشبكة الانترنت ومعرفة الأغراض المرجوة من هذا الاستخدام، ومعرفة أهمية الانترنت في دعم المحاضرات والبحوث العلمية. بالإضافة إلى معرفة العوائق والمشاكل التي تعترض الأساتذة في استخدامهم الأمثل للانترنت. وبالتالي فقد تركزت إشكالية الدراسة في محاولة التعرف على مدى تحكم أساتذة جامعة منتوري بقسنطينة بهذا الرافد المهم من روافد المعلومات، محاولة من خلاله التعرف على مدى استخدامهم واستغلالهم لها.

ومن خلال هذه الإشكالية طرح الطالب جملة من التساؤلات الآتية:

1. هل يتحكم أساتذة جامعة منتوري في تقنيات الإبحار في الانترنت؟
2. ما هي أغراض استخدام الأساتذة لشبكة الانترنت؟
3. أين يستخدم الأساتذة شبكة الانترنت؟
4. ما هي العوائق التي تعترض الأساتذة لتحقيق استخدام أمثل للانترنت؟

وقدم الطالب الفرضيات الآتية:

1. إن أساتذة جامعة منتوري يتحكمون في تقنيات الإبحار على الشبكة ولهم معارف جيدة في هذا المجال.
2. تتنوع أغراض استخدام الأساتذة لشبكة الانترنت بين إعداد البحوث، وإثراء الدروس والمحاضرات.
3. تنحصر نقاط استخدام الأساتذة للانترنت بين الجامعة ومقاهي الانترنت والمترل.
4. يصادف الأساتذة صعوبات متعددة عند استخدامهم لشبكة الانترنت.

استخدم الطالب في هذه الدراسة المنهج الوصفي التحليلي معتمدا على الملاحظة، والمقابلة، والاستبيان كأدوات لجمع البيانات. واحتوت عينة الدراسة على 297 مفردة، أما نوعها فقد اكتفى الطالب بتسميتها (بالعينة العشوائية).

وتتمثل أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة في النقاط الآتية:

1. أن أساتذة جامعة منتوري يستخدمون شبكة الانترنت نظرا لما توفره من ميزات تتمثل في سرعة ودقة وحداثة المعلومات المتاحة خلالها، وهم يقومون بالإبحار في الجامعة ومقاهي الانترنت أو حتى مقر سكنهم.
2. إلا أنهم لا يتحكمون في تقنيات الإبحار على الشبكة، ومعارفهم محدودة في هذا المجال، وهذا راجع إلى عدم تلقيهم تكويننا خاصا باستخدام الانترنت وتعلم مختلف التقنيات المتعلقة بها، وهذا ما يحول دون تحقيق المستوى المطلوب من استغلالهم للشبكة وما تتيحه من معلومات وخدمات.
3. أما بخصوص الأغراض التي يعملون على تحقيقها من خلال الشبكة فهي تتمثل أساسا في: إعداد البحوث، وإثراء الدروس والمحاضرات، والاستفادة من خدمة البريد الإلكتروني، والاطلاع على الأخبار،..
4. إلا أنه تعترضهم جملة من العوائق والعراقيل المتمثلة في العوائق التقنية والمادية واللغوية.
5. ويرون أنه لتحسين استغلال الانترنت من طرف الأساتذة الجامعيين لابد من القيام بعملية التكوين، والتحسيس بالأهمية التي تكتسبها شبكة الانترنت في المحيط الأكاديمي، وذلك تحت الإشراف المباشر لإدارة الجامعة.

• الدراسة الثالثة/ نسيمه قطاف: الانترنت والبحث العلمي في الجامعة الجزائرية، جامعة عنابة نموذجاً (27).

تهدف هذه الدراسة إلى الإجابة على عدة تساؤلات متعلقة بمدى استخدام الانترنت من قبل الأساتذة والباحثين في جامعة عنابة، ومدى استفادتهم من خدماتها والوقوف على أهمية الانترنت من وجهة نظر الباحثين والخدمات البحثية التي تقدمها لهم ومدى مصداقية المعلومات المتحصل عليها، إضافة إلى الصعوبات التي تقف أمام الباحثين في استخدامهم للانترنت.

وقد جمعت الباحثة بيانات الدراسة عن طريق الاتصال المباشر بالأساتذة والباحثين (المقابلة) إضافة إلى الاستبيان، مستخدمة المنهج المسحي. وقد أجريت هذه الدراسة على مجموعة من الأساتذة والباحثين من كلية الآداب والعلوم الإنسانية وكلية العلوم (قسم الإعلام الآلي) بجامعة عنابة.

وتتلخص أهم النتائج التي انتهت إليها الدراسة فيما يلي:

1. (43.33%) من الباحثين أفراد العينة يستخدمون الانترنت شهريا، و(36.33%) يستخدمونها يوميا، ومعظمهم من قسم الإعلام الآلي، و(10%) منهم لم يستخدموا الانترنت من قبل خاصة من قسم اللغة العربية وآدابها.
2. بالنسبة لمدى أهمية الانترنت في البحث العلمي، يرى (60%) من الباحثين أن الانترنت مهمة جدا في البحث العلمي الأكاديمي. ويستخدم (86.66%) الانترنت للاطلاع على معلومات بحثية تهم بحوثهم، وما نسبته (20%) يستخدمون الانترنت للاتصال ببعض الأصدقاء. و(56.66%) من أفراد العينة يستخدمون الانترنت لجمع بيانات بحثية.
3. كما كشفت الدراسة أن (80%) من الباحثين ترى أن استخدام الانترنت يساعد في الحصول على أكبر عدد ممكن من المادة العلمية والمعلومات المتنوعة في وقت قصير، وهو ما يكشف عن الاتجاهات الايجابية للباحثين نحو استخدام الانترنت في البحث العلمي الأكاديمي.
4. ويرى (40%) من الباحثين أن الانترنت ترفع من قيمة البحث العلمي وتميزه.
5. أما عن الصعوبات التي تعوق استخدام الانترنت، فتشير الدراسة إلى أن (53.33%) من الباحثين يرى أن أهمها هو عدم توفر الوقت الكافي لاستخدامها، و(50%) منهم أشاروا إلى قلة المواد المكتوبة باللغة العربية.
6. يرى معظم الباحثين إلى أن مصداقية المعلومات في الانترنت مرتبطة بمدى تخصص المواقع الالكترونية.

5-2-2- نقد الدراسات التي أجريت في الجزائر:

لا تختلف الدراسات التي أجريت في الجزائر من حيث أهميتها عن الدراسات التي أجريت في الوطن العربي، موضوعا ومنهجيا، مع تعدد جوانب تركيزها، لذلك فقد كانت استفادتنا منها متعددة الأوجه نوردتها مع الملاحظات الآتية:

- تشترك الدراسات في نفس المنهج وهو المسح الميداني بالعينة (مع اختلاف في التسمية)، كما تشترك في استخدام استمارة الاستقصاء كأداة لجمع البيانات، وتشترك الدراستين الثانية والثالثة في إضافة المقابلة. ولكن اختيار العينة وإن كان واضحا في الدراسة الأولى (العينة العشوائية الطبقية متعددة المراحل)، إلا أنه على عكس من ذلك لم يكن واضحا في الدراستين الأخريين، حيث تم اختياره بشكل يثير الشك حول مدى مصداقيتها في تمثيل المجتمع المستهدف.

- افتقرت الدراسات الثلاث إلى استخدام العمليات الإحصائية المختلفة، باستثناء استخدام النسب المئوية.

- تعتبر دراسة الطالب خلاف بومخيلة الأقرب إلى دراستنا من حيث المنهج ومن حيث الإطار النظري للدراسة المتمثل في نظرية الاستخدامات والشباعات. لذلك فقد كانت هذه الدراسة الأكثر إفادة لنا خاصة في ما يتعلق بالجانب المنهجي، كما يمكن اعتبار دراستنا مكملة لهذه الدراسة، على اعتبار أن هذه الأخيرة حاولت الكشف عن استخدامات وإشباعات الطلبة الجزائريين من قراءة الصحف، بينما تحاول دراستنا الكشف عن استخدامات وإشباعات الطلبة الجزائريين من تصفح الانترنت.

- أما الدراستين الثانية والثالثة والتين تحملان نفس الإشكالية تقريبا بدراسة استخدام الأساتذة للانترنت، فقد ركزتا على الاستخدام دون الإشباع. لذلك فقد كانت استفادتنا منهما من خلال توضيح مظاهر استخدام الانترنت وأبعاده، أكثر.

II - منهجية الدراسة :

1- المنهج المستخدم:

إذا كان المنهج "هو طائفة من القواعد العامة للوصول إلى الحقيقة في العلوم، أو هو الطريق المؤدي إلى الكشف عن الحقيقة في العلوم بواسطة طائفة من القواعد العامة التي تهيمن على سير العقل وتحديد عملياته للوصول إلى نتيجة معلومة"، وهو أداة اختبار الفروض ويقع عليه عبء تطويرها وتحقيقها"⁽²⁸⁾. فهذا يعني أنه لا غنى عنه بالنسبة لأي بحث علمي.

أما نوع المنهج المختار فيفرضه موضوع البحث والهدف المرجو من الدراسة. وبما أن هذه الدراسة تهدف إلى وصف مظاهر استخدام جمهور الطلبة الجزائريين للانترنت والشباعات المحققة من خلال هذا الاستخدام، وهي بذلك تنتمي إلى الدراسات الوصفية التحليلية. فإن المنهج الملائم لهذه الدراسة هو **منهج المسح الميداني بالعينة** الذي "يعتبر جهدا علميا منظما للحصول على بيانات ومعلومات وأوصاف عن الظاهرة أو مجموعة من الظواهر موضوع البحث من العدد الحدي من المفردات المكونة لمجتمع البحث، ولفترة زمنية كافية للدراسة"⁽²⁹⁾.

ويهتم المسح (الوصفي) في مجال دراسة جمهور المتلقين بوصف حجم وتركيب هذا الجمهور، وتصنيف الحاجات والدوافع، والمعايير الثقافية والاجتماعية، وكذلك الأنماط السلوكية ودرجاتها أو شدتها، ومستويات الاهتمام والتفضيل⁽³⁰⁾.

2- أداة جمع البيانات:

إن الأداة التي استخدمناها لجمع البيانات الميدانية في هذه الدراسة هي **استمارة الاستقصاء**، لأنها تناسب غرض الدراسة أولا، ولما تتميز به من خصائص تسهل على الباحث والمبحوث اقتصاد الوقت

والجهد ثانيا. وهي "عبارة عن شكل مطبوع، يحتوي على مجموعة من الأسئلة، موجهة إلى عينة من الأفراد، حول موضوع معين أو موضوعات ترتبط بموضوع الدراسة"⁽³¹⁾.

ولقد تم تصميم الشكل النهائي للاستمارة من خلال المرور بعدة مراحل من الاستفادة من الدراسات السابقة، إلى ملاحظات الأستاذ المشرف والأستاذين المحكمين* إلى توزيع الاستمارة التجريبية. لتأتي في صيغتها النهائية مقسمة إلى محورين رئيسيين: محور حول استخدامات الانترنت ويحتوي على عادات وأنماط الاستخدام، ومحور حول الإشباع المتحققة من الانترنت. بالإضافة إلى البيانات الشخصية.

3- عينة الدراسة:

العينة في البحث العلمي "هي الجزء الذي يختاره الباحث، وفق طرق محددة، ليمثل مجتمع البحث تمثيلا علميا سليما"، وتستخدم طريقة العينة في البحث في حالات الاحتمالات الكبيرة التي تعد مفرداتها بالآلاف والملايين، حيث يتعذر إجراء الدراسة عن طريق الحصر الشامل⁽³²⁾.

ولأن مجتمع الطلبة كبير جدا، ولكن يمكن معرفته وضبط مفرداته في أعداد وقوائم محددة. فإن العينة المناسبة للدراسة هي العينة الطبقية متعددة المراحل. وهي "العينة التي يختارها الباحث بمراحل متعددة لغرض تركيز وحصر البحث"⁽³³⁾. ويمكن اختيارها عشوائيا أو عمديا طبقا للهدف من الدراسة، وخصائص مفرداتها وحجمها، ودرجة تجانسها"⁽³⁴⁾.

أما الخطوات المتبعة في اختيار العينة ومفرداتها، فكانت كما يلي:

1. اختيار كليتين مختلفتين، ووقع الاختيار عمديا على كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، وكلية علوم الطبيعة والحياة، لأننا قصدنا معرفة ما إذا كانت هناك علاقة بين استخدامات وإشباع الطلبة من الانترنت والتخصصات العلمية والتخصصات الاجتماعية.
2. اختيار قسم من أقسام الكليتين، ووقع الاختيار عشوائيا على قسمي علوم الإعلام والاتصال من كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، وقسم بيولوجيا الحيوان من كلية علوم الطبيعة والحياة.
3. اختيار سنة من السنوات الدراسية ووقع الاختيار عشوائيا على السنة الرابعة من كل قسم.

وبذلك توصلنا إلى مجتمع بحث يتوزع عدد أفراده حسب الجدول الآتي:

المجموع	بيولوجيا الحيوان	إعلام واتصال	التخصص
---------	------------------	--------------	--------

* الأستاذين المحكمين هما: د. الصالح بن نوار، ود. حسين خريف، أستاذين بقسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة منتوري - قسنطينة.



الجنس	ت	%	ت	%	ت	%
ذكور	96	27.90	36	18.09	132	24.30
إناث	248	72.09	163	81.90	411	75.69
المجموع	344	100	199	100	543	100

جدول رقم (01) يبين عدد أفراد المجتمع المبحوث حسب التخصص والجنس.

ثم قمنا بعد ذلك بأخذ ما نسبته (15%) من المجتمع المتاح، كعينة للبحث، وهو ما يمثل (82) مفردة موزعة حسب الجنس والتخصص، كما هو موضح في الجدول الآتي:

الجنس	إعلام واتصال		بيولوجيا الحيوان		المجموع	
	ت	%	ت	%	ت	%
ذكور	14	27.45	06	19.35	20	24.39
إناث	37	72.54	25	80.64	62	75.60
المجموع	51	100	31	100	82	100

جدول رقم (02) يبين تمثيل العينة حسب التخصص والجنس.

4- مقياس الدلالة الإحصائية: لقد استخدمنا في هذه الدراسة (اختبار χ^2) وذلك بهدف معرفة ما إذا كانت هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين استخدامات الطلبة وفق متغيري (الجنس والتخصص).

أما كيفية تطبيق χ^2 فنقوم أولاً بكشف قيمة χ^2 كالآتي:

$$\chi^2_{\text{المحسوبة}} = \frac{(\text{التكرار المشاهد} - \text{التكرار المتوقع})^2}{\text{التكرار المتوقع}}$$

التكرار المتوقع

ثم بعد ذلك نقوم بمقارنة $\chi^2_{\text{المحسوبة}}$ بـ $\chi^2_{\text{الجدولية}}$ (من الجداول الإحصائية) بدرجات حرية (ن-1) وعند مستوى دلالة معين (غالباً 0.95)، فإذا كانت $\chi^2_{\text{المحسوبة}}$ أكبر من $\chi^2_{\text{الجدولية}}$ فهذا يعني رفض الفرض الصفري وقبول الفرض البديل بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الظاهرتين، والعكس بالعكس. (35)

ملاحظة: درجة الحرية = (عدد الصفوف - 1) (عدد الأعمدة - 1).

* من خلال إحصاءات القسمين: (قسم علوم الإعلام والاتصال، وقسم بيولوجيا الحيوان).

5- مجالات الدراسة:

5-1- المجال المكاني: (36) أجريت هذه الدراسة بجامعة منتوري في قسنطينة والتي وضع حجر أساسها فخامة رئيس الجمهورية هواري بومدين في يوم 29 مارس 1968، والتي أنشئت بموجب القرار رقم 54.69 بتاريخ 17 جوان 1969. صممت مخططات الجامعة من طرف المهندس المعماري البرازيلي الشهير أوسكار نيماير، وأُنجزت من طرف مؤسسة اكوتيك. ويقع مقرها المركزي على الطريق الرابط بين مطار محمد بوضياف بوسط المدينة. بمساحة تقدر ب 544660م².

بدأت النشاطات البيداغوجية في سبتمبر 1971، حيث حصلت على استقلاليتها بعد أن كانت عبارة عن مركز جامعي تابع لجامعة الجزائر العاصمة تتوقف مهمته على تدريس عدد محدود من التخصصات كالأدب والحقوق والطب، لتصبح حالياً من بين أكبر جامعات الجزائر.

وبتاريخ 16 أفريل 1998 أطلق عليها اسم "الإخوة منتوري" بقرار وزاري رقم 136 المؤرخ في 1997/12/12.

يبلغ عدد الهيئة التدريسية بالجامعة حالياً 2276 أستاذاً من رتب مختلفة، منهم 289 أستاذ تعليم عالي، 360 أستاذ محاضر، 742 أستاذ مساعد، و72 مساعد.

وتضم الجامعة حالياً 11 كلية هي: كلية العلوم الدقيقة، كلية علوم الطبيعة والحياة، كلية الآداب و اللغات، الجذع المشترك (S.E.T.I) العلوم الدقيقة، تكنولوجيا، إعلام آلي)، وتتواجد في المقر المركزي للجامعة. كلية علوم الأرض و الجغرافيا و التهيئة العمرانية، وتتواجد في مجمع زواغي. كلية الهندسة، وتتواجد في مجمع أحمد حماني (زرزارة سابقاً). كلية التغذية وتتواجد في (عين اسمارة)، كلية الطب وتتواجد في حي الصنوبر (Chalet). كلية الحقوق والعلوم السياسية، وتتواجد في مجمع تيجاني هدام. وتتواجد كل من كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير، كلية العلوم الإنسانية و العلوم الاجتماعية، في المدينة الجديدة (علي منجلي).

5-2- المجال البشري: (37) يتمثل المجتمع الأصلي لهذه الدراسة في الطلبة الذين يزاولون دراستهم الجامعية في مرحلة التدرج بجامعة منتوري — قسنطينة خلال الموسم الجامعي 2008/2007.

ووصل عدد الطلبة خلال الموسم الجامعي (2007-2008م) إلى (69143) طالبا من بينهم (4970) طالب مسجل في مرحلة ما بعد التدرج، كما هو مبين في الجدول التالي:

المجموع	ذكور		إناث		الجنس السنة الدراسية
	%	ت	%	ت	
51032	41 %	20948	59 %	30084	2004-2003
55603	39 %	21959	61 %	33644	2005-2004
57105	40 %	22731	60 %	34374	2006-2005
62295	38 %	23803	62 %	38492	2007-2006
69143	38 %	26056	62 %	43087	2008-2007

جدول رقم (03): يمثل تزايد أعداد الطلبة خلال الخمس سنوات الأخيرة.

ويُقصد بالطلاب الجامعي في هذه الدراسة " ذلك الشخص الذي سمحت له كفاءاته العلمية.. من الانتقال إلى الجامعة، تبعاً لتخصصه الفرعي بواسطة شهادة أو دبلوم يؤهله لذلك، ويُعتبر الطالب أحد العناصر الأساسية والفاعلة في العملية التربوية طيلة التكوين الجامعي؛ إذ أنه يمثل عددياً النسبة الغالبة في المؤسسة الجامعية"⁽³⁸⁾.

3-5 - المجال الزمني: أُنجزت هذه الدراسة خلال العام الدراسي 2008/2007م. وقد شرع الطالب في الجانب الميداني منها بداية من شهر جانفي 2008م وذلك من خلال تصميم استمارة الاستقصاء، ثم ما تلاها بعد ذلك من تجريبيها وتصحيحها، وتوزيعها (أواخر فيفري وبداية مارس)، وتفريغ البيانات بعد ذلك في جداول والقيام بالعمليات الإحصائية. ثم ما تبع ذلك من تحليل وتفسير وتعليق والوصول إلى النتائج النهائية أواخر شهر أفريل 2008م.

III - الإطار النظري للدراسة:

1 - البنائية الوظيفية:

1-1 - الخلفية التاريخية:

إن فكرة البناء لمجتمع ما كمصدر لاستقراره لا تعد جديدة كفلسفة اجتماعية، "أفلاطون" في جمهوريته يطرح القياس بين المجتمع والكائن العضوي، فكلاهما يعني نظاماً من أجزاء مترابطة في توازن ديناميكي. وفي المجتمع المثالي الذي وصفه أفلاطون، تقوم كل فئة من المشاركين في هيكل اجتماعي بانجاز الأنشطة التي تساهم في تحقيق التناسق الاجتماعي العام⁽³⁹⁾.

وقد وُجِدَت أسس الاتجاه البنائي الوظيفي ليشكل أحد الاتجاهات النظرية في دراسات علم الاجتماع بشكل عام مصاحباً للأحداث التي أتت بها الثورة الفرنسية لتتحدى التصورات العقلانية التي بنيت عليها فلسفة التنوير وتحليلها للنظم والمؤسسات التقليدية والتي أوجدت الروابط الاجتماعية اللازمة لقيام المجتمع. كما جاء هذا الاتجاه مصاحباً للتحويلات والتعديلات على الاتجاه الوضعي السوسيولوجي في القرن (19م)، وبخاصة في فترة ما بعد الثورة الفرنسية حيث عارض هذا الاتجاه البنائي الوظيفي منذ بدايته التزعة الفردية التي تميزت بها فلسفات التنوير (40).

وقد طور أوائل علماء الاجتماع المعاصرين مثل " دوركايم " هذا التوجه في نهاية القرن (19م) وأصبحت فكرة أن المجتمع نظام ديناميكي من الأنشطة المتكررة فكرة هامة أيضاً في تحليل المجتمعات البدائية من جانب علماء (الانترولوجيا) أمثال "مالينوفسكي" وبعده "راد كليف براون". واستمرت مجموعة الافتراضات الخاصة بالمذهب البنائي الوظيفي تلعب دوراً مهماً في تطور مناقشات علم الاجتماع الحديث من خلال كتابات "روبرت ميرتون" و"تالكوت بارسونز" وغيرهما (41).

1-2- مفهوم البنائية الوظيفية وفروضها:

تقوم هذه النظرية على أن تنظيم المجتمع وبنائه هو ضمان استقراره، وذلك نظراً لتوزيع الوظائف بين عناصر هذا التنظيم بشكل متوازن. يحقق الاعتماد المتبادل بين هذه العناصر.

فالبنائية تشير إلى تحديد عناصر التنظيم والعلاقات التي تقوم بين هذه العناصر. والوظيفية تحدد الأدوار التي يقوم بها كل عنصر في علاقته بالتنظيم الكلي، وهو مدى مساهمة العنصر في النشاط الاجتماعي الكلي. ويتحقق الثبات والاتزان من خلال توزيع الأدوار على العناصر، في شكل متكامل وثابت (42).

ويمكن تحديد مفهوم البنائية الوظيفية من خلال أهم المفاهيم/العناصر التي تنطوي عليها وهي:

1-2-1- البناء والنسق: ويعتبر بارسونز مفهوم (النسق) أكثر شمولاً وقدرة على وصف الفعل الاجتماعي وتفسيره من مفهوم (البناء)، فالفعل الاجتماعي بوصفه دينامياً، لا يمكن تحليله كبنية فقط (فهو لا تتعدى حدود وصف استاتيكية الفعل)، وإنما يجب لفت الانتباه بالإضافة إلى ذلك إلى حركية الفعل ووظيفيته. ويشير مفهوم المكانة في لغة بارسونز التحليلية للنسق الاجتماعي إلى موقع الفاعل في نسق علاقة اجتماعية معينة، منظور إليها كبناء (43).

1-2-2- الوظيفة: إن إحدى الأفكار المهمة والرئيسية في دراسة الأنظمة الاجتماعية تتعلق بوظيفة بعض الظواهر الخاصة المتكررة (مجموعة من الأعمال والأنشطة) داخل نظام اجتماعي. أي بالوظيفة داخل نظام اجتماعي مستقر في أعماله وأنشطته. في هذا الإطار، يصبح لكلمة "وظيفة" معنى قريب جداً من معنى النتيجة. ضمن هذا السياق، يمكن اعتبار أن ثمة حاجة اجتماعية أو اقتصادية أو نفسية أو مشاعرية، في أن

تقوم الأطراف بالوظائف والأدوار الاجتماعية المنوطة بها بشكل صحيح، لكي لا يتعرض استقرار النظام للخطر (44).

1-2-3- الخلل الوظيفي: يستند مفهوم الخلل الوظيفي إلى النقد الذي وجهه ميرتون إلى مقولة الوحدة الوظيفية، حيث أن العناصر الثقافية والاجتماعية لا تكون بالضرورة وظيفية لكل مكونات النسق وإنما تختلف درجات وظيفيتها من مستوى إلى آخر. إن الأديان مثلا كعامل من عوامل التكامل قد تصبح غير وظيفية في مجتمعات متعددة الأديان، والدين في هذه الحالة يتعرض لخلل في الوظيفة (45).

ولاشك أن التحقق من تأدية أو عدم تأدية (خلل وظيفي) كل نظام جزئي وظيفته داخل نطاق المجتمع الكلي، ومدى تأثير ذلك على استقرار أو عدم استقرار النظام الاجتماعي الجزئي والكلي، يجب أن يخضع لدراسات علمية تؤكد أو تنفي وجود الخلل الوظيفي (46).

1-2-4- البدائل الوظيفية: إذا كان مفهوم الخلل الوظيفي يعبر عن جزء من حقيقة مفادها أن بعض العناصر يمكن أن تكون غير وظيفية ضمن نسق ما، فإن مفهوم البدائل الوظيفية يعبر عن الجزء الثاني الذي مفاده أن الوظيفة - ونظرا إلى كونها حيوية لا يمكن الاستغناء عنها - فإنه من الممكن القيام بها بواسطة أطراف عدة تتبادل هذه الوظيفة.. ويمكن لعنصر واحد أن تكون له عدة وظائف، ويمكن كذلك إنجاز وظيفة من عدة أطراف (47).

واستنادا إلى ما سبق يمكن تلخيص الفكر البنائي الوظيفي في النقاط الآتية: (48)

- يتكون البناء الاجتماعي من مجموعة أنظمة مترابطة بعضها ببعض بنائيا ووظيفيا.
 - يتكون النظام من مجموعة أنساق.
 - يتكون النسق من مجموعة أنماط.
 - لكل نظام، نسق، نمط حاجات اجتماعية تعكس وظائفه ومن خلالها تكامله وتكافله الاجتماعي.
 - تأكيده على التوازن الاجتماعي.
 - يدرس الكل ليصل إلى الجزء.
- وفي نفس السياق، يتفق الباحثون على التلخيص الذي قدمه "روبرت ميرتون" (1957) للعملية البنائية الوظيفية للمجتمع، وذلك باعتبارها افتراضات لهذه النظرية. وتتمثل هذه الافتراضات في ما يلي: (49)
- إن أفضل طريقة للنظر إلى المجتمع هي اعتباره نظاما لأجزاء مترابطة، وأنه تنظيم للأنشطة المرتبطة والمتكررة والتي يكمل كل منها الآخر.
 - يميل هذا المجتمع بشكل طبيعي نحو حالة من التوازن الديناميكي. وإذا حدث أي نوع من التنافر داخله، فإن قوى معينة سوف تنشط من أجل استعادة التوازن.

- تساهم جميع الأنشطة المتكررة في المجتمع في استقراره. وبمعنى آخر فإن كل النماذج القائمة في المجتمع تلعب دورا في الحفاظ على استقرار النظام.
- إن بعض الأنشطة المتكررة في المجتمع لا غنى عنها في استمرار وجوده، أي أن هناك متطلبات أساسية وظيفية تلبى الحاجات الملحة للنظام، وبدونها لا يمكن لهذا النظام أن يعيش.

ولأن الاتصال الجماهيري، بطبيعة الحال، نظام اجتماعي جزئي تكراري الطابع، يعمل داخل النظام الاجتماعي الكلي، ويتفاعل مع مختلف الأنظمة الاجتماعية الجزئية الأخرى الموجودة في المجتمع. فقد أمكن استخدام البنائية الوظيفية لدراسة النظام الإعلامي وطبيعة وظائفه، أو الخلل الوظيفي الذي يمكن أن يصاب به هذا النظام (50).

حيث ترى التحليلات البنائية الوظيفية مثلا أن التكنولوجيات التي يجب أن تبقى وتزدهر، كنظم لوسائل الإعلام والاتصال هي التي تخدم احتياجات مجتمعية للاستقرار، والتكامل والإنتاج الكفاء (51).

1-3- استخدام التحليل الوظيفي في دراسات الاتصال:

يركز التحليل الوظيفي على ظواهر خاصة تتحرك في داخل النظام الاجتماعي الكلي، ويحاول تبيان كيف أن هذه الظواهر يمكن أن تؤدي إلى نتائج تسهم في المحافظة على استقرار النظام بكليته، أو أن تؤدي إلى عكس ذلك، وعندئذ تصبح الوظيفة حللا وظيفيا (52).

وكان "هارولد لاسويل" بوضعه لصيغته المشهورة (من، قال ماذا، بأية وسيلة، لمن، وبأي تأثير؟) والتي تبدو خالية من أي لبس، قد أسس عام 1948م -في إطار تصوري- للوظائف الاجتماعية لوسائل الاتصال، وكان لغاية ذلك الوقت لم تظهر دراسات إلا من شكل الدراسات الأحادية الموضوع في مناحي البحث المختلفة (53). ليتشكل بعد ذلك ما أصبح يدعى "بنمط لاسويل" الذي يتمحور حول تحليل المضمون، دراسة الجمهور، ودراسة التأثير والتي تتجسد جزئيا في مقولة "من قال هذا، لمن، وبأي تأثير" (54).

وأصبح هذا التراث أساسا لصياغة الأفكار والمداخل الخاصة بتحديد وظائف الإعلام بالنسبة للفرد والمجتمع وعلاقة هذه الوظائف بالوسائل، أو المحتوى، أو الأفراد المتلقين. وتجب جميعها على الأسئلة الخاصة بالأدوار التي تقوم بها وسائل الإعلام في المجتمع، وكذلك لإرضاء المتلقي وتلبية حاجاته (55).

وتعتبر دراسة ميلفين ديفلير حول محتوى الذوق الهابط لوسائل الإعلام، من بين الدراسات التي اعتمدت على التحليل الوظيفي، وذلك من خلال تقسيم مضامين الوسيلة الإعلامية إلى محتوى ذو مستوى هابط، ومحتوى لا يثير الجدل، ثم محتوى الذوق الرفيع. أما عناصر النظام الاجتماعي الذي يحدث بداخله مستوى الذوق الهابط فهو حسب "ديفلير" يتكون من: الجمهور، هيئات البحث، الموزعون، المنتجون

والممولون، وكالات الإعلان، نظم الرقابة. تتفاعل هذه العناصر في تحديد المحتوى المسموح وغير المسموح، وتندرج كل وسائل الإعلام ضمن هذا النموذج العام من النظام الاجتماعي⁽⁵⁶⁾.

ومن بين الميادين التي اقترحتها هذا (البراديجم)، هو دراسة استخدامات الجمهور لوسائل الإعلام ومعاينة مدى الرضا المتحقق منها، فاهتمام الباحثين يصبح هنا منصبا على استعمال الناس لهذه الوسائل أكثر من الاهتمام بتأثيرها عليهم.

اعتمد هذا المنظور خلال الستينات في العديد من الأبحاث المتفصلة حول نظرية الاستعمالات والرضا (الاستخدامات والإشباع). وقد زعزعت هذه الأبحاث الميدانية الكثيرة حول استعمالات الناس لوسائل الاتصال موقع البراديجم السلوكي (المثير - الاستجابة)، حيث أصبحت الرسائل الوسيلىة لا تؤثر إلا إذا كانت للمستقبل قابلة لتقبلها. بمعنى آخر، ندرس انتظارات (توقعات)، طلبات، ورغبات الجمهور اتجاه الوسائل⁽⁵⁷⁾.

1-4- نقد البنائية الوظيفية:

تتفق معظم الكتابات حول البنائية الوظيفية على وجود ثلاثة محاور رئيسية، يمكن من خلالها عرض النظرية وتحليلها ونقدها، يتعلق الأول بالبناء المنطقي للاتجاه، ويهتم الثاني بكيانه وجوهره، ويركز الثالث على موقفه الاجتماعي. وتمثل أهم الانتقادات الموجهة إليها في:

أولاً: تشجيع البنائية الوظيفية على ما أسماه الباحثون بالفسير الغائي (Teleological) الذي يعني في جوهره اهتمام النظرية بفروض عامة غير قابلة للاختبار، حتى أن "كوهين" يرى أن ما تقدمه الوظيفية من فروض يتطلب نوعاً من التحقيق العلمي لا يوجد في علم الاجتماع. ويرجع ذلك إلى أن أنصار هذا الاتجاه ينظرون لوظيفة الظاهرة الاجتماعية على أنها سبب ونتيجة لهذه الظاهرة⁽⁵⁸⁾.

ثانياً: المبالغة في تشبيه الأنساق الاجتماعية بالأنساق العضوية، مع ما يعنيه ذلك من وضع افتراض ميتافيزيقي لا يمرر له عن طبيعة العالم، وهو ما يؤدي إلى صرف الاهتمام عن مسائل مثل الصراع والتغير⁽⁵⁹⁾. والمبالغة في تقليد العلوم الطبيعية قد تجعل الباحث لا يدرك الفروق الجوهرية بين طبيعة كل من الواقع الاجتماعي وظاهراته، والطبيعة وظاهراتها⁽⁶⁰⁾.

ثالثاً: التأكيد على جوانب دون أخرى في البناء الاجتماعي، والرغبة الملحة والتشديد على الثبات ومحاولة إلغاء كل إرادة واعية للإنسان بدعوى مبالغ فيها لسمو المجتمع وتفوقه على كل أعضائه. وتلك نظرة تبلورت بشكل جلي عند التعرض "أوغيست كونت" وعند "بارسونز" الذي يرى أن أي خروج على القيم يعد انحرافاً سيتوجب مزيداً من الضبط ومزيداً من الجزاء. فالوظيفية جاءت في بعض مواقفها تبريرية جندت نفسها للدفاع عن النظام الاجتماعي القائم والمصالح التي يدافع عنها⁽⁶¹⁾.

لكن رغم هذه الانتقادات الموجهة إلى البنائية الوظيفية وغيرها من الانتقادات، إلا أن هذه النظرية تظل تشكل اتجاهها رصينا في عملية التنظير في علم الاجتماع بصفة عامة، وتطبيقاتها في علوم الإعلام والاتصال بصفة خاصة. ولا أدل على ذلك من عودة علماء الاجتماع في الولايات المتحدة الأمريكية إليها وبروز الوظيفية الجديدة التي حاولت تدارك نقائص البنائية الوظيفية.

2- نظرية الاستخدامات والإشباع:

2-1- الخلفية المعرفية:

من بين أكثر المفاهيم الخاصة بالعملية الاتصالية عرضة للتغيير والتحديث بأثير عوامل عديدة، هو مفهوم جمهور المتلقين لوسائل الإعلام، حتى أن المراقب لهذا التغيير يكاد لا يجد إجابة حاسمة، هل يأتي التغيير نتيجة البحوث والدراسات العلمية في مجال الجمهور؟ أم أن التغيير يؤثر في مسار البحوث ونتائجها؟⁽⁶²⁾.

وكانت البداية مع نظرية الرصاصة الإعلامية التي ترى أن جمهور وسائل الإعلام يتأثرون على انفراد بالوسائل التي يتعرضون لها، وان رد فعلهم تجربة "فردية" أكثر منه تجربة "جماعية"⁽⁶³⁾. كما كانت ترى هذه النظرية التي ظهرت بعد الحرب العالمية الأولى، متأثرة بالدور الكبير الذي لعبته الدعاية أثناءها، "أن رسائل الدعاية تصل إلى كل أفراد الجمهور، وأن القوة الإقناعية تحقق أهدافها بسهولة، أي بمجرد وصول رصاصة الدعاية إلى الفرد فإن تلك الدعاية تصيب الهدف الذي وضعته نصب عينيه"⁽⁶⁴⁾.

بالإضافة إلى ذلك فإن تأثر هذه النظرية بالنظرية النفسية الشائعة في تلك الفترة والمتعلقة بالمنبه والاستجابة التي ترى أن كل منبه يحقق استجابة مؤكدة. جعلها تفترض أن جمهور وسائل الإعلام عبارة عن منبه تتعرض له الجماهير، لذلك يجب أن تستجيب لها بشكل أو بآخر⁽⁶⁵⁾.

ولكن سرعان ما تم التخلي عن فكرة أن التعرض لوسائل الإعلام يُنتج تأثيرات فورية ومتساوية على الجمهور، وذلك بسبب حدثين رئيسيين، الأول هو بدء الأبحاث الإمبريقية على نطاق واسع، وظهور نتائج تتعارض مع نظرية الرصاصة السحرية. والحدث الثاني هو أن علماء الاجتماع وعلماء النفس توصلوا إلى نتائج جديدة تماما حول الخصائص الشخصية والاجتماعية للإنسان⁽⁶⁶⁾.

ومن خلال حصيلة عامة لهذه الأبحاث، نشأت نظريات التأثير الاصطفائي (الاختياري). وهي عبارة عن صياغات متفرقة، غير أنها مترابطة ومتفاعلة فيما بينها وهي: نظرية الفروق الفردية، ونظرية التباين الاجتماعي، ونظرية العلاقات الاجتماعية⁽⁶⁷⁾.

وكانت هذه النظريات بدحضها لفروض نظرية الرصاصة، بمثابة طريق ممهّد لبروز وانتشار نظرية "الاستخدامات والإشباع"، خاصة بإتيانها بمبادئ تمنح من خلالها للجمهور حيزا من السيادة في عملية

اختيار المضمون الإعلامي، وتتلخص هذه المبادئ في (مبدأ الاهتمام الانتقائي، مبدأ الإدراك الانتقائي، مبدأ التذكر الانتقائي، مبدأ التصرف الانتقائي)⁽⁶⁸⁾.

2-2 - مفهوم نظرية الاستخدامات والإشباعات وفروضها:

تتم نظرية الاستخدامات والإشباعات بدراسة الاتصال الجماهيري دراسة وظيفية منظمة. فخلال الأربعينيات من القرن (20م)، أدى إدراك عواقب الفروق الفردية والتباين الاجتماعي على إدراك السلوك المرتبط بوسائل الإعلام، إلى بداية منظور جديد للعلاقة بين الجماهير ووسائل الإعلام⁽⁶⁹⁾. إذ صار الاهتمام منصباً على "رضا المستخدمين" وذلك بطرح تساؤل جديد هو: (ماذا يفعل الناس بوسائل الإعلام؟)⁽⁷⁰⁾.

من خلال هذا التساؤل الذي طرحته نظرية الاستخدامات والإشباعات على أنقاض السؤال القديم الذي كان سائداً قبل ذلك وهو (ماذا تفعل وسائل الإعلام بجماهيرها؟)، يمكننا أن ندرك بأن محور العملية الاتصالية حسب النظرية يتمثل في المتلقي الذي يعتبر نقطة البدء وليس الرسالة الإعلامية أو الوسيلة الاتصالية⁽⁷¹⁾.

فمن خلال منظور الاستخدامات لا تعد الجماهير مجرد مستقبلين سلبين لرسائل الاتصال الجماهيري، وإنما يختار الأفراد بوعي وسائل الاتصال التي يرغبون في التعرض لها، ونوع المضمون الذي يلي حاجاتهم النفسية والاجتماعية من خلال قنوات المعلومات والترفيه المتاحة⁽⁷²⁾. ويلخص (كاتز) وزملاؤه افتراضات هذه النظرية في النقاط الآتية:⁽⁷³⁾

- 1- جمهور المتلقين هو جمهور نشط، واستخدامه لوسائل الإعلام هو استخدام موجه لتحقيق أهداف معينة.
- 2- يمتلك أعضاء الجمهور المبادرة في تحديد العلاقة بين إشباع الحاجات واختيار وسائل معينة يرى أنها تشبع حاجاته.
- 3- تنافس وسائل الإعلام مصادر أخرى لإشباع الحاجات مثل الاتصال الشخصي، أو المؤسسات الأكاديمية، أو غيرها..
- 4- الجمهور هو وحده القادر على تحديد الصورة الحقيقية لاستخدامه وسائل الإعلام لأنه هو الذي يحدد اهتماماته وحاجاته ودوافعه، وبالتالي اختيار الوسائل التي تشبع حاجاته.
- 5- الأحكام حول قيمة العلاقة بين حاجات الجمهور واستخدامه لوسيلة أو محتوى معين يجب أن يحددها الجمهور نفسه، لأن الناس قد تستخدم نفس المحتوى بطرق مختلفة بالإضافة إلى أن المحتوى يمكن أن يكون له نتائج مختلفة.

وتحقق نظرية الاستخدامات والإشباعات ثلاثة أهداف رئيسية هي:⁽⁷⁴⁾

- 1- محاولة تحديد كيفية استخدام الأفراد لوسائل الإعلام، وذلك بالنظر إلى الجمهور النشط الذي يستطيع أن يختار، ويستخدم الوسائل والمضامين التي تشبع احتياجاته.
- 2- شرح دوافع التعرض لوسائل الإعلام والإشباع المتحققة من هذا التعرض.
- 3- التأكيد على نتائج استخدام وسائل الإعلام بهدف فهم عملية الاتصال الجماهيري.

2-3- عناصر نظرية الاستخدامات والإشباع:

2-3-1- افتراض الجمهور النشط: ويرى بالمغرين (Palmagreen) أن الجمهور يكون نشطا من خلال ثلاثة أبعاد رئيسية هي:

- الانتقاء؛ حيث ينتقي الجمهور الوسائل الإعلامية والمضامين وفقا لما يتفق واحتياجاته واهتماماته.
- الاستغراق؛ ويتم ذلك من خلال الاندماج مع ما يتعرض له الفرد من مضامين.
- الإيجابية؛ بمعنى الدخول في مناقشات والتعليق على مضمون الاتصال⁽⁷⁵⁾.

2-3-2- الأصول النفسية والاجتماعية لمستخدمي وسائل الإعلام: لقد أدى ظهور مفهوم الإدراك الانتقائي المرتكز على الفروق الفردية إلى افتراض أن الأنماط المختلفة من البشر يختارون الأنشطة بأنفسهم ويفسرون وسائل الإعلام بطرق متنوعة ومتباينة، أي أن العوامل النفسية يمكن أن تؤدي إلى وجود حوافز وأن تحدد أصول كثير من استخدامات وسائل الإعلام⁽⁷⁶⁾.

وقد قدمت العديد من الدراسات الدليل الإمبريقي على دور العوامل الديمغرافية والاجتماعية في التعرض لوسائل الإعلام، مثل: ارتباط هذا التعرض بالنوع، والعمر، والمهنة، والمستوى التعليمي والاجتماعي والاقتصادي⁽⁷⁷⁾.

2-3-3- دوافع استخدام الجمهور لوسائل الإعلام: وترتبط دوافع التعرض لوسائل الإعلام بمجموعة من الحاجات تتلخص أساسا في: حاجات معرفية؛ أي الحاجة إلى الخبر والمعرفة بشكل عام حاجات عاطفية؛ كالحاجة إلى الإحساس بالأخوة والمحبة والفرح، حاجات اجتماعية، وحاجات تحقيق الذات، والحاجة إلى الترفيه⁽⁷⁸⁾. يضاف إليها الحاجة الهرمية كالحاجة إلى إزالة التوتر⁽⁷⁹⁾.

أما عن الدوافع فيقسمها روبن (Robin) إلى فئتين هما:

- **الدوافع الوظيفية (النفعية):** تعني اختيار الفرد لنوع معين من المضمون، ولوسيلة اتصالية معينة لإشباع حاجته من المعلومات والمعرفة.
- **الدوافع الطقوسية:** وتستهدف تلبية الوقت، والتنفيس والاسترخاء، والهروب من الروتين اليومي والمشكلات⁽⁸⁰⁾.

2-3-4- توقعات الجمهور من وسائل الإعلام: يرى (كاتز) أن التوقعات هي "الإشباع التي يبحث عنها"⁽⁸¹⁾. وبذلك فالتوقعات تساهم في عملية اختيار الوسائل والمضامين. ويرى (شرام) في هذا الشأن أن الإنسان يختار إحدى وسائل الإعلام المتاحة التي يظن أنها سوف تحقق له الإشباع النفسي المطلوب⁽⁸²⁾. فعلى سبيل المثال الشخص الميال للعنف والمغامرات يستخدم التلفزيون لإشباع هذا الميل من خلال مشاهدة أفلام العنف والمطاردات. والمرأة التي لديها نزعة تمرد وتتمرد على القيم تجد راحتها النفسية في ذلك النوع من البرامج التي تتبنى مثل هذا التوجه، وهكذا...⁽⁸³⁾.

2-3-5- استخدام الجمهور لوسائل الإعلام: يشير (سيفن ونداehl) إلى أن الاستخدام ربما يشير إلى عملية معقدة تتم في ظروف معينة يترتب عليها تحقيق وظائف ترتبط بتوقعات معينة للإشباع، ولذلك فإنه لا يمكن تحديده في إطار مفهوم التعرض فقط، ولكن يمكن وصفه في إطار كمية المحتوى المستخدم، نوع المحتوى، العلاقة مع وسيلة الإعلام، طريقة الاستخدام، وعلى سبيل المثال تحديد ما إذا كان الاستخدام أولياً أو ثانوياً⁽⁸⁴⁾.

2-3-6- إشباع الجمهور من وسائل الإعلام: ويفرق (لورانس وينر) بين نوعين من الإشباعات: أ- إشباعات المحتوى: وتنتج عن التعرض لمحتوى وسائل الإعلام، وهي نوعين: إشباعات توجيهية تتمثل في مراقبة البيئة والحصول على معلومات، وإشباعات اجتماعية ويقصد بها ربط المعلومات التي يتحصل عليها الفرد بشبكة علاقاته الاجتماعية.

ب- إشباعات العملية: وتنتج عن عملية الاتصال والارتباط بوسيلة محددة، وهي نوعين: إشباعات شبه توجيهية وتتحقق من خلال تخفيف الإحساس بالتوتر، والدفاع عن الذات، وتنعكس في برامج التسلية والترفيه والإثارة. وإشباعات شبه اجتماعية مثل التوحد مع شخصيات وسائل الإعلام، وتزيد هذه الإشباعات مع ضعف علاقات الفرد الاجتماعية وإحساسه بالعزلة⁽⁸⁵⁾.

2-4- نقد نظرية الاستخدامات والإشباعات:

يبدو مما سبق أن هذه النظرية تقع على النقيض من النظريات التي تقدر تأثير وسائل الاتصال ولأجل ذلك تلقت مجموعة من الانتقادات. أكثرها شهرة هي التي أوردها (ماكويل:1979):⁽⁸⁶⁾

- تعتبر مقارنة نفسية حديثة ومبالغ فيها، فهي تلغي احتمالات التواصل مع تفسيرات أخرى.
- تعتمد بإفراط على دقاتر ذاتية للحالات النفسية للمستخدمين.
- تتراوح باستمرار بين جبرية الدوافع والحاجات الأساسية للمستخدم وبين تطوعية (المستخدم) التفاعلية مع الرسائل، وهما حدان متناقضان.
- نفترض بأن السلوك اتجاه الوسيلة يعتمد على الاختيار الواعي والعقلاني، إلا أن الملاحظ عادة أن عادات الاستخدام هي الموجهة له.

- تواجه فلسفة "الاستخدامات والإشباع" باستمرار مسألة قوة تأثير مضمون الاتصال.

ومن بين الانتقادات الموجهة لهذه النظرية أيضا أنها لا تشكل نظرية مستقلة، وإنما هي إعادة صياغة مختصرة لبعض أوجه نظريات التأثير الاصطفائي⁽⁸⁷⁾.

أما أقوى الانتقادات الموجهة لنظرية الاستخدامات والإشباع فتكمن في الطابع الوظيفي لها، وهو ما يعني تكريس الوضع القائم والتنكر للتغيير الاجتماعي⁽⁸⁸⁾. ونجد (هربرت شيلر) يعتبر في هذا المجال حرية الاختيار مجرد وهم، وذلك بسبب الخلط بين وفرة الكمّ الإعلامي، وبين تنوع المضمون، وذلك بسبب التطابق الكامن للمصالح المادية والإيديولوجية، لأصحاب الملكية (الخاصة)، ومن الطابع الاحتكاري لصناعة وسائل الاتصال بوجه عام.. وهو ما يوفر أسباب القوة للنظام السائد لتعليب الوعي⁽⁸⁹⁾.

هذه الانتقادات وأخرى غيرها، ساهمت بشكل أو بآخر بتطوير نظرية الاستخدامات والإشباع وأدت إلى ظهور اتجاهات جديدة في محاولة لاستدراك النقائص المسجلة: اتجاه يهتم بالربط بين دوافع الاستخدامات وأنواع الإشباع، وطبيعة المضمون، وطبيعة الوسيلة المستخدمة. واتجاه يهتم بدراسة تأثير العوامل النفسية والاجتماعية عند تعرض الأفراد للوسائل. واتجاه ثالث يهتم بالعلاقات المتداخلة بين دوافع الاستخدام، وبين سلوكيات تلك الوسائل اتجاهها⁽⁹⁰⁾.

الهوامش:

- (1) - ابن منظور: لسان العرب، مج 4، ط3، دار صادر، لبنان، 1994، ص 149.
- (2) - جون ميرال، رالف لوينشتاين: الإعلام وسيلة ورسالة، ترجمة ساعد خضر العرابي الحارثي، دار المريخ، السعودية، 1989، ص 165.
- (3) - شون ماكبرايد وآخرون: أصوات متعددة وعالم واحد، الشركة الوطنية للنشر والتوزيع، الجزائر، 1981، ص 408.
- (4) - جمال العيفة: الثقافة الجماهيرية، جامعة باجي مختار، عنابة - الجزائر، 2003، ص 16.
- (5) - أحمد زكي بدوي: معجم مصطلحات الإعلام، ط2، دار الكتاب المصري، مصر، 1994، ص 338.
- (6) - محمد عبد الحميد: دراسة الجمهور في بحوث الإعلام، دار الفكر، لبنان، 1987، ص 25.
- (7) - عبد الكريم بابوري: عادات وأنماط مشاهدة طلبة جامعة سكيكدة للفنانيات العربية، مذكرة ماجستير غير منشورة، جامعة الأمير عبد القادر الإسلامية، قسنطينة - الجزائر، 2005، م، ص 15.
- (8) - إبراهيم مذكور: معجم العلوم الاجتماعية، الهيئة العامة للكتاب، مصر، 1975، م، ص 381.
- (9) - محمد عاطف غيث: قاموس علم الاجتماع، دار المعرفة الجامعية، مصر، 1996، م، ص 219.
- (10) - عبد الكريم بابوري: مرجع سابق، ص 16.
- (11) - عبد الفتاح مراد: موسوعة البحث العلمي وإعداد الرسائل والأبحاث والمؤلفات، (د.د.ن)، الإسكندرية - مصر، 1997، ص 1509.



- (12) - السعيد دراجي: عادات وأمطاط مشاهدة الأطفال للبرامج التلفزيونية، مذكرة ماجستير غير منشورة، جامعة الأمير عبد القادر الإسلامية، 2003م، قسنطينة - الجزائر، ص 10.
- (13) - محمد منير حجاب: المعجم الإعلامي، دار الفجر، مصر، 2004، ص، 4874.
- (14) - محمد محمود بني يونس: سيكولوجية الدافعية والانفعالات، ط1، دار المسيرة، عمان - الأردن، 2007م، ص-ص 17-18.
- (15) - محمد حافظ دياب: حاجات البشر جوع أم إشباع؟ مجلة العربي، ع558، الكويت، ماي 2005، ص-ص 131-132.
- (16) - ميشيل مان: موسوعة العلوم الاجتماعية، ترجمة عادل مختار الهواري، سعد عبد العزيز مصلوح، دار المعرفة الجامعية، مصر، 1999م، ص483.
- (17) - محمد منير حجاب: المعجم الإعلامي، مرجع سابق، ص 208.
- (18) - محمد محمود بني يونس: مرجع سابق، ص 19.
- (19) - المرجع نفسه، ص 14.
- (20) - عبد المنعم الحفني: موسوعة عالم علم النفس، دار نوبلس، لبنان، 2005م، مج3، ج 15، ص 296.
- (21) - محمد محمود بني يونس: مرجع سابق، ص 15.
- (22) - www.minshawi.com
- (23) - الموقع نفسه.
- (24) - محمد عايش، محمد قيراط: استخدامات وإشبعات الانترنت، دراسة ميدانية تحليلية لشباب الإمارات العربية المتحدة، مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية، ع12، جامعة الحاج لخضر، باتنة - الجزائر، جوان 2005م.
- (25) - خلاف بومخيلة: جمهور الطلبة الجزائريين ووسائل الإعلام المكتوبة، دراسة في استخدامات وإشبعات طلبة جامعة منتوري - قسنطينة، مذكرة ماجستير غير منشورة، قسم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة منتوري - قسنطينة - الجزائر، 2007م.
- (26) - بيزان مزيان: استغلال الأساتذة الجامعيين لشبكة الانترنت، دراسة ميدانية بجامعة منتوري - قسنطينة، مذكرة ماجستير غير منشورة، قسم علم المكتبات والمعلومات، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة منتوري - قسنطينة - الجزائر، 2007م.
- (27) - نسيمه قطاف: الانترنت والبحث العلمي في الجامعة الجزائرية - جامعة عنابة نموذجاً، مجلة بناء الأجيال، ص 15، ع58، سوريا، ص-ص 154-160.
- (28) - محمد عبد الحميد: البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، ط2، عالم الكتب، القاهرة - مصر، 2004م، ص 15.
- (29) - سمير محمد حسين: دراسات في مناهج البحث العلمي، بحوث الإعلام، ط3، عالم الكتب، مصر، 1999م، ص 147.
- (30) محمد عبد الحميد: البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، مرجع سابق، ص 159.
- (31) - المرجع نفسه، ص 353.
- (32) - محمد بن مرسل: مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2003م، ص 170.
- (33) - إحسان محمد الحسن: مناهج البحث الاجتماعي، ط1، دار وائل للنشر، عمان - الأردن، 2005م، ص 205.
- (34) - محمد عبد الحميد: البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، مرجع سابق، ص-ص 149-150.
- (35) - للمزيد انظر: فضيل دليو: تقنيات تحليل البيانات، منشورات جامعة منتوري، قسنطينة - الجزائر، 2004م، ص-ص 115-121.
- (36) - موقع جامعة قسنطينة على الانترنت، والمتاح على الخط: www.umc.edu.dz (2008/02/24).
- (37) - الموقع نفسه.
- (38) - فضيل دليو: مجلة الباحث، ع 01، معهد علم الاجتماع، جامعة منتوري - قسنطينة، 1995، ص 226.
- (39) - حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد: الاتصال ونظرياته المعاصرة، ط1، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة - مصر، 2003م، ص 123.



- (40) - جمال أبو شنب: الاتصال والإعلام والمجتمع (المفاهيم والقضايا والنظرية)، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية-مصر، 2005م، ص- ص 93-94.
- (41) - حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد: المرجع السابق، ص 124.
- (42) - محمد عبد الحميد: نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، ط2، عالم الكتب، القاهرة-مصر، 2000م، ص-ص 130-131.
- (43) - نيكولا تيماشيف: نظرية علم الاجتماع (طبيعتها وتطورها)، ترجمة محمود عودة وآخرون، دار المعرفة الجامعية الإسكندرية-مصر، 1999م، ص 359.
- (44) - فريال مهنا: علوم الاتصال والمجتمعات الرقمية، ط1، دار الفكر، دمشق-سوريا، 2002م، ص 132.
- (45) - نور الدين هميسي: أنماط الإعلان في الصحافة الجزائرية المكتوبة، دراسة ماجستير غير منشورة، قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة منتوري، قسنطينة-الجزائر، 2007م، ص 34.
- (46) - فريال مهنا: المرجع السابق، ص 132.
- (47) - نور الدين هميسي: المرجع السابق، ص 36.
- (48) - معن خليل عمر: نقد الفكر الاجتماعي المعاصر، ط2، دار الآفاق الجديدة، بيروت-لبنان، 1999م، ص-ص 152-153.
- (49) - حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد: مرجع سابق، ص 125.
- (50) - فريال مهنا: مرجع سابق، ص 132.
- (51) - مي العبد الله: نظريات الاتصال، ط2، دار النهضة العربية، بيروت-لبنان، 2006م، ص 345.
- (52) - فريال مهنا: المرجع السابق، ص 132.
- (53) - Armand et Michèle Mattelart: Histoire des théories de la communication, La découverte, Paris, 1997, p 20.
- (54) - عبد الرحمان عزوي: مسألة البحث عن منهجية بحث: إعادة النظر في نمط "لا سويل"، "المجلة الجزائرية للاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، مارس 1988م، ص 15.
- (55) - محمد عبد الحميد: البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، مرجع سابق، ص 31.
- (56) - للمزيد أنظر: ميلفين ديفلير وساندرا بول روكيتش: نظريات وسائل الإعلام، ترجمة كمال عبد الرؤوف، السدار الدولية للنشر والتوزيع، القاهرة-مصر، 1993م، ص 185-205.
- (57) - أ. لارامي، ب. فالي: البحث في الاتصال: عناصر منهجية، ترجمة ميلود سفاري وآخرون، مخبر علم اجتماع الاتصال، جامعة منتوري، قسنطينة-الجزائر، 2004م، ص 71.
- (58) - عبد الباسط عبد المعطي: اتجاهات نظرية في علم الاجتماع، سلسلة عالم المعرفة (44)، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت، 1981م، ص-ص 116-117.
- (59) - إيان كريب: النظرية الاجتماعية: من بارسونز إلى هابرماس، ترجمة محمد حسين غلوم، سلسلة عالم المعرفة (442)، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت، 1999م، ص 92.
- (60) - عبد الباسط عبد المعطي: المرجع السابق، ص 123.
- (61) - المرجع نفسه، ص 126.



- (62) - محمد عبد الحميد: نظريات الإعلام واتجاهات التأثير: مرجع سابق، ص 165.
- (63) - عاطف عدلي العبد: مدخل إلى الاتصال والرأي العام، الأسس النظرية والإسهامات العربية، دار الفكر العربي، القاهرة- مصر، 1997، ص 198.
- (64) - فريال مهنا: المرجع السابق، ص 140.
- (65) - عاطف عدلي العبد: المرجع السابق، ص 198.
- (66) - ميلفين ديفلير وساندرا بول روكيتش: مرجع سابق، ص 241.
- (67) - فريال مهنا: المرجع السابق، ص 147.
- (68) - أديب حضور: دور الإعلام في مكافحة المخدرات، ط¹، دار الأيام، الجزائر، 1999م، ص 9.
- (69) - ميلفين ديفلير وساندرا بول روكيتش: مرجع سابق، ص 266.
- (70) - Armand et Michel Mattelart: op,cit, p87.
- (71) - صالح خليل أبو أصبع: الاتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة، ط⁴، دار الآرام، الأردن، 2004م، ص 140.
- (72) - حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد: مرجع سابق، ص 240.
- (73) - محمد عبد الحميد: نظريات الإعلام واتجاهات التأثير: مرجع سابق، ص 222.
- (74) - مرزوق عبد الحكم العادلي: الإعلانات الصحفية: دراسة في الاستخدامات والإشباع، ط¹، دار الفجر، القاهرة-مصر، 2004، ص 126.
- (75) - المرجع نفسه، ص-ص 115-116.
- (76) - حمدي حسن: الوظيفة الإخبارية لوسائل الإعلام، دار الفكر العربي، مصر، 1991م، ص 21.
- (77) - حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد: مرجع سابق، ص 244.
- (78) - عبد الرحمان عزي: دراسات في نظرية الاتصال (نحو فكر إعلامي متميز)، ط¹، مركز دراسات الوحدة العربية، لبنان، 2003م، ص 115.
- (79) - صالح خليل أبو أصبع: مرجع سابق، ص 214.
- (80) - مرزوق عبد الحكم العادلي: مرجع سابق، ص 118.
- (81) - حمدي حسن: مرجع سابق، ص 23.
- (82) - وليام ريفرز وآخرون: الاتصال الجماهيري والمجتمع المعاصر، ترجمة أحمد طلعت البشيشي، دار المعرفة الجامعية، مصر، 2005م، ص 296.
- (83) - محمد بن عبد الرحمان الحضيف: كيف تؤثر وسائل الإعلام، ط²، مكتبة العبيكان، الرياض-السعودية، 1998م، ص 26.
- (84) - محمد عبد الحميد: نظريات الإعلام واتجاهات التأثير: مرجع سابق، ص 228 .
- (85) - حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد: مرجع سابق، ص 249.
- (86) - فضيل دليو: الاتصال: مفاهيمه - نظرياته - وسائله، ط¹، دار الفجر، القاهرة-مصر، 2003م، ص-ص 31-32.
- (87) - فريال مهنا: مرجع سابق، ص 156.



- (88) - حمدي حسن: مرجع سابق، ص33.
- (89) - هريوت.أ. شيللر: المتلاعبون بالعقول، ترجمة عبد السلام رضوان، عالم المعرفة، 243، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب الكويت، مارس 1999م، ص-ص 25-28.
- (90) - مرزوق عبد الحكم العادلي: مرجع سابق، ص131.



الفصل الثاني

ماهية الانترنت

تمهيد

- I - تعريف الانترنت وخصائصها.
- II - لمحة تاريخية عن تطور الانترنت.
- III - خدمات الانترنت.



تمهيد:

سنحاول من خلال هذا الفصل التعرف على ماهية الانترنت بالاستناد إلى مجموعة من تعريفات الأخصائيين، بالإضافة إلى عرض أهم خصائصها التي جعلت منها وسيلة جماهيرية ذات طابع متميز. بعدها سنقوم بتقديم لمحة تاريخية عن تطور الانترنت للتعرف أكثر على أهم الأبعاد التي ساهمت في وصولها إلى الصورة التي هي عليه اليوم، وتلمس بعض آفاقها.

ثم نختم هذا الفصل بالتعمق أكثر في ثنايا الشبكة العالمية لتتعرف على خدماتها المتعددة والمتنوعة.

I- تعريف الانترنت وخصائصها:

1- تعريف الانترنت (Internet):

1-1- لغة:

كلمة (Internet) إنجليزية الأصل مكونة من كلمتين هما:

- كلمة (interconnection) وتعني ربط أكثر من شيء ببعضه البعض.

- وكلمة (network) وتعني شبكة.

فقد أُخذ من الأولى (inter) ومن الثانية (net)، وبذلك يصبح معنى الكلمة المركبة (Internet) هو الشبكات المترابطة مع بعضها البعض⁽¹⁾.

1-2- اصطلاحا:

رغم المعنى اللغوي الواضح للانترنت، إلا أن تعريفاتها الاصطلاحية قد تعددت، وتنوعت، وذلك بتعدد وتنوع الاتجاهات التي يستند إليها كل باحث أو منظمة في تقديمها لتعريف معين للانترنت.

ونجد المجلس الفدرالي (Fédéral Networking Council FNC) بالتنسيق مع خبراء ومختصين في شبكة الانترنت وكذا جمعيات حقوق الملكية الفكرية (Intellectual Property Right IPR) يعرف الانترنت على أنها "نظام شامل للمعلومات ترتبط عناصرها ارتباطا منطقيا بواسطة العنوان الموحد الموجود في مراسيم (Internet Protocol IP) أو عن طريق الإمدادات الموجودة فيها، ويسمح بإجراء الاتصالات بين هذه العناصر عن طريق مراسيم (TCP/IP) أو عن طريق المراسيم الأخرى القابلة للتطبيق في IP، وهو بذلك ينتج ويقدم مستوى عالي للخدمات سواء بطريقة فردية أو جماعية عن طريق وسائل الاتصال المتوفرة لدى الشبكة⁽²⁾."

ويبدو جليا على هذا التعريف تركيزه على كيفية عمل الانترنت انطلاقا من اعتبارها نظاما قائما بذاته، يتميز بمراسيم خاصة تنظم سيره وترتبط عناصره ببعضها البعض. وهذا التعريف وإن أشار إلى الانترنت على أنها عبارة عن نظام تتم فيه عمليات اتصالية بشكل منظم بين مجموعة العناصر المكونة له، إلا أنه يغفل الجانب الآخر للانترنت وهو أنها عبارة عن وسيلة اتصالية إعلامية تساهم في ربط عناصر نظام أشمل هو المجتمع الإعلامي والاتصالي.

ونجد الباحث محمد عبد الحميد لا يبتعد كثيرا عن هذا التعريف البنائي الوظيفي للانترنت، إذ يعرفها بدوره على أنها "نظام للبنية الأساسية التي توفر الربط وتدعيم الاتصال ونقل البيانات بين الشبكات، بينما

الشبكات الأخرى أيا كان موقعها من شبكة الانترنت فإنها تنظم للمحتوى وإدارته، وتحكمه المعايير الخاصة بإدارة المحتوى ونشره على شبكة الانترنت⁽³⁾.

ويتضح من خلال هذا التعريف دور الانترنت الذي يقتصر على تنظيم تدفق المعلومات والبيانات بين الشبكات المختلفة، وهذا ما دفع البعض إلى وصفها بشبكة الشبكات أو الشبكة الأم التي طوت في جوفها مئات الآلاف من شبكات تبادل المعلومات، سواء كانت عالمية أو إقليمية أو محلية⁽⁴⁾.

والانترنت بصيغة أخرى تمثل عند أتوستراد ما يطلق عليه "بالطريق السريع للمعلومات" وهي عبارة مستعارة عن نائب الرئيس الأمريكي السابق "آل غور" أطلقها في حملة الانتخابات الرئاسية عام 1993م⁽⁵⁾.

لكن هذا التعبير المجازي ليس دقيقا تماما، فهو يشير ضمنا إلى وجود مشهد طبيعي، وجغرافي ومسافة بين نقطتين، كما يعني ضمنا أن عليك أن تسافر وتنتقل من مكان لآخر، والواقع أن أحد أبرز أوجه تكنولوجيا الاتصال الجديدة (ومنها الانترنت) هو أنها ستلغي المسافة. كذلك يوحي تعبير "الطريق السريع" بأن كل الأشخاص يسلكون الطريق نفسه، في حين أن هذه الشبكة هي أشبه ما يكون بمجموعة كبيرة من مجازات الريف، حيث يمكن للفرد، أن ينظر إلى، أو يفعل، ما يتناسب مع اهتمامه الشخصي.

لهذا فإن بيل غيتس صاحب (ميكروسوفت) يفضل استخدام تعبير "المعلومات في متناول يدك" والذي يسלט الضوء على الفائدة وليس على الشبكة نفسها⁽⁶⁾.

وعلى نفس المنحى ذهبت فرانسواز رانزيي إلى شرح الوظيفة الأساسية حسبها للانترنت في تعريفها الذي تقول فيه: "إن الانترنت هي شبكة الشبكات، وهي بناء جماعي يدفع إلى مقاربة تعاونية للبحث وتحسين طريقة استخدام الفضاء والزمن. وتعمل الشبكة على تحقيق الرغبة في الحرية عن طريق ابتكار فضاء عام يصبح ماديا بواسطة العرض المجاني للعديد من الخدمات والمنتجات للمستخدم النهائي"⁽⁷⁾.

إن الانترنت حسب هذا التعريف تخلق عالما افتراضيا يسمح بممارسة الحرية كبديل موازي للواقع الحقيقي. وهي بذلك تعتبر "ذاتا ثانية" للفرد حسب C.Tarkle، يعيش من خلالها في مجموعة من القيم تتمثل في: الجماعية، الشفافية، المساواة في الوصول إلى المعارف، حرية الكلمة، تقاسم فضاء عام عالمي، هذا ما يطرح تساؤل عن إمكانية ظهور ديمقراطية جديدة⁽⁸⁾.

ومن جهة أخرى توجد بعض التعريفات، التي تنظر إلى الانترنت من خلال طابعها الاتصالي كتعريف كمال حامدي الذي يقول فيه "إن الانترنت شبكة عالمية للحواسيب، تنتقل عبرها رسائل مكتوبة مصورة أو صوتية، بدون حدود جغرافية"⁽⁹⁾.

أما نبيل علي فيعرف الانترنت على أنها: "تلك الغابة الكثيفة من مراكز تبادل المعلومات التي تختزن وتستقبل وتبث جميع أنواع المعلومات في شتى فروع المعرفة وفي جوانب الحياة كافة، من قضايا الفلسفة

وأمر العقيدة إلى أحداث الرياضة ومعاملات التجارة، ومن مؤسسات غزو الفضاء وصناعة السلاح إلى معارض الفن ونوادي تذوق الموسيقى، ومن الهندسة الوراثية إلى الحرف اليدوية، ومن البريد الإلكتروني إلى البث الإعلامي، ومن المؤثرات العلمية إلى مقاهي الدردشة وحلقات السمر عن بعد، ومن صفقات بورصة نيويورك إلى مآسي المجاعات والأوبئة في أرجاء القارة السوداء" (10).

ويشير هذا التعريف بشكل مفصل إلى الاستخدامات الكثيرة والمتنوعة للانترنت، كما يركز وبشكل أساسي على اعتبار الانترنت مظهر من مظاهر تكنولوجيا المعلومات. بل يعتبرها مركز العناصر الداخلية لمنظومة تكنولوجيا المعلومات، كما هو موضح في الشكل (رقم 01).

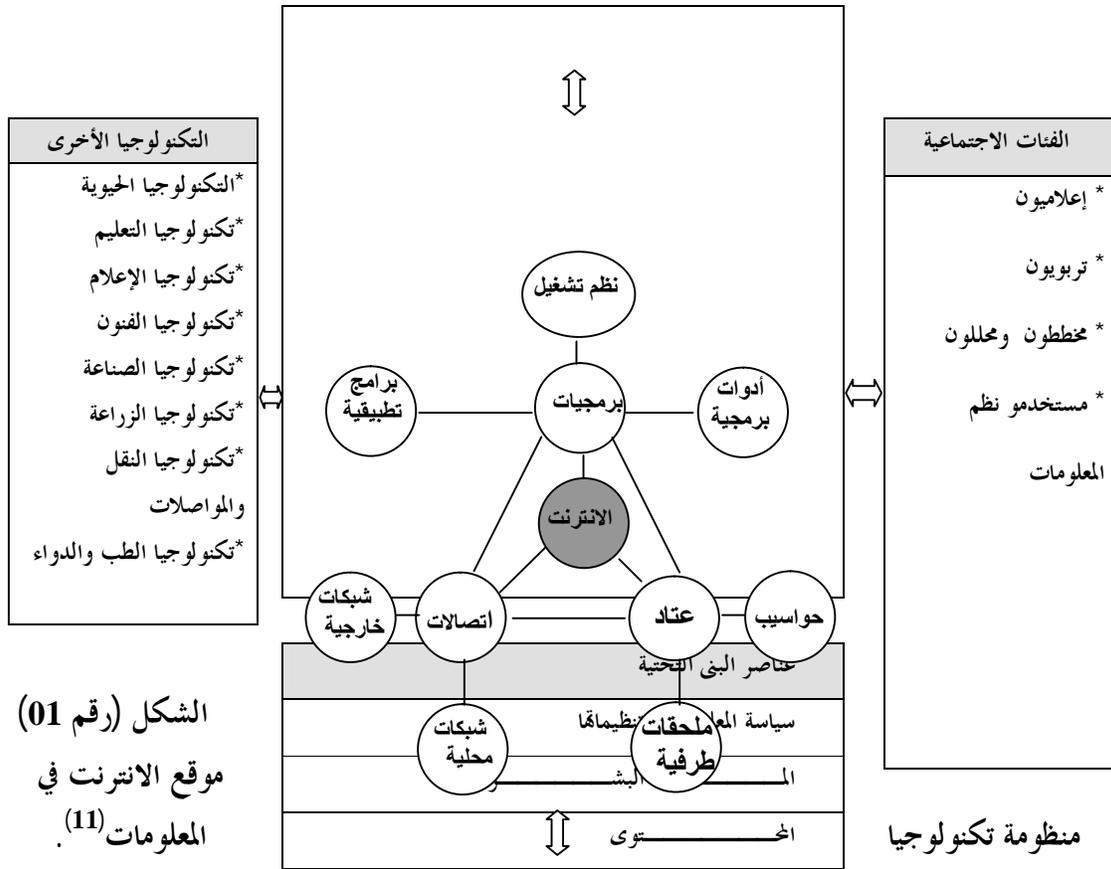
من خلال التعريفات السابقة نستنتج أن الانترنت :

- نظام اتصالي قائم بذاته.
- توفر الربط، وتدعيم الاتصال، ونقل البيانات بين مختلف الشبكات.
- أنها تجعل المعلومات في متناول اليد.
- أنها وسيلة اتصالية وإعلامية.
- تتعدد وتتنوع استخداماتها.

واستنادا إلى ذلك، يمكن تقديم التعريف الإجرائي للانترنت في هذه الدراسة كالاتي:

"الانترنت عبارة عن وسيلة اتصالية حديثة تحتوي كل وسائل الاتصال الأخرى، ما يعني أنها تحتوي كذلك خصائصها، بل وتفوقها بخصائص أخرى كالتفاعلية والعالية. وهذا يستلزم تعدد وتنوع استخداماتها التي تتحدد إيجابيتها أو سلبيتها من خلال أهداف ونوايا المستخدم".

منظومة الاقتصاد
منظومة السياسة
المنظومة الاجتماعية
العناصر الداخلية لمنظومة تكنولوجيا المعلومات



2- خصائص الانترنت:

يمثل اكتشاف الانترنت ثورة هائلة في عالم الكمبيوتر والاتصال، إذ تجتمع فيها كل قدرات وامكانات الاختراعات السابقة. وقد تطلب تحقيق هذا الإنجاز تضافر جهود أعداد كبيرة من العلماء والتكنولوجيين والباحثين ورجال الصناعة والحكومات. وروعي في تحقيق هذا الإنجاز الاسترشاد بأربعة أبعاد متفاعلة، بالرغم من تمايزها على ما يقول "ياري لاينر" وزملاؤه ، تتمثل فيما يلي :

- البعد التكنولوجي المتمثل في ثورة تكنولوجيا المعلومات والاتصال، والتقدم الكبير الذي أحرزه البحث العلمي في هذه المجالات الواسعة المتعددة.

- البعد التنظيمي والإداري المتعلق بأسلوب إدارة الانترنت ووضع السياسة العامة الموجهة لأنشطتها وعملياتها وخدماتها المختلفة.

- البعد الاجتماعي الخاص بتقوية وتوطيد العلاقات بين مختلف الأطراف، التي تستخدم الانترنت وبخاصة في مجال التراسل، وكذلك تحقيق التعاون بين الفئات العديدة التي تعمل في مجال تكنولوجيا الاتصال، والتي تؤلف البناء التحتي للانترنت.

- البعد التجاري الذي يستهدف تسويق نتاج البحث والمعلومات والبرمجيات. بحيث أصبحت الانترنت الآن الأداة الرئيسية والأكثر انتشارا في مجال المعلومات على مستوى العالم (12).

ويمكن تلخيص أهم خصائص الانترنت في النقاط الآتية:

* تعتبر الانترنت واتساع نطاق استخدامها السمة الأساسية المميزة (للعصر الرقمي)؛ وهي تسمية أطلقتها على العصر الحالي إيستر دايسون التي تتولى رئاسة عدد من شركات صناعة الالكترونيات وهذه التسمية صحيحة إلى حد بعيد فقد أدت التطورات الهائلة والمتلاحقة في تكنولوجيا الاتصال والمعلومات إلى إمكان تحويل معطيات فروع المعرفة المختلفة إلى معلومات رقمية يسهل الحصول عليها وتخزينها واسترجاعها ونقلها من جهاز لآخر بغير عناء، واستخدامها بتكاليف زهيدة جدا وفي وقت قصير للغاية (13).

هذه الثورة في تكنولوجيات الاتصال منحت مجتمعات ما بعد الصناعية اسم "مجتمع المعلومات" وهنا تبدو بصمة الانترنت جلية خاصة في محتواها الذي تنقله، وقدرة أدواتها التي تسمح بالوصول إلى هذا المحتوى (محركات البحث، التفاعلية، الإبحار....) (14).

* **عدم وجود مالك مطلق للانترنت؛** بحيث وصفها البعض بأنها فوضى تعاونية (15) "فكل من يملك كمبيوترا متصلا بالانترنت يملك قطعة من الانترنت" كما يقول "فتنون سيرف" أحد آباء الشبكة العالمية، لكن هناك رأي آخر وتمثله في الأغلب بلدان نامية وبلدان من الاتحاد الأوروبي يذهب إلى أن شبكة الانترنت، تحتاج إلى جهة مركزية ذات تمثيل دولي لإدارة شؤونها، تكون هذه الجهة تحت وصاية الأمم المتحدة (16).

هذه القضية كانت قد نوقشت خلال مؤتمر الأمم المتحدة المنعقد في جنيف كمرحلة أولى من القمة العالمية حول مجتمع المعلومات في ديسمبر 2003م. واستمر الجدل خلال المرحلة الثانية من هذه القمة التي انعقدت في تونس ما بين 16 و 18 نوفمبر 2005م. تحت شعار (كيفية إقامة مراقبة أكثر ديمقراطية للانترنت) (17) وقد تأسس خلال هذه الدورة "منتدى إدارة الانترنت" التابع للأمم المتحدة، ويتمتع بدور إشرافي استشاري في الأمور المتعلقة بالشبكة العالمية ولكنه لا يتدخل في تسيير الأعمال اليومية لشبكة

الانترنت التي بقيت مسؤولية (الآيكان) * (ICANN) هذه الأخيرة التي كانت محل انتقاد من أطراف عدة بسبب صبغتها الأمريكية (18).

* **ديمقراطية الوصول إلى المعلومات**؛ حيث يرى البعض أن الانترنت تمثل العالم الجديد حيث تتحقق الديمقراطية العالمية عبر بوابتها لتصبح برلمانا مفتوحا يعبر فيه كل من يشاء عن رأيه ويشارك في اتخاذ القرارات وصنعها، فحسب المتحمسين للانترنت أن هذه الأخيرة تمثل أقصى الصور للديمقراطية المعلومات تحت شعار المعلومات في كل مكان وكل وقت ولكل الناس.. وعن طريق الانترنت يمكن أن يعبر الفرد بحرية عن رأيه وأن يمتلك منبره الخاص وأن يتبادل الآراء وأن يشكل مع أصدقائه جماعة ضغط الكتروني تؤثر على القرارات السياسية للحكومات وتوجهها.... (19) إلى درجة تشبيه البعض الانترنت بعالم الغرب الأمريكي في القرن التاسع عشر: واسع، وغير مخطط أو منظم، وغامض، وكل شيء فيه مباح قانونيا (20).

* **غزارة المعلومات**، حيث تعطي الانترنت للمتصفح فرصة إطلاع أكبر من الناحية الكمية ففي جلسة واحدة أمام الكمبيوتر يستطيع أن يطالع عشرات المصادر الإعلامية. من جميع أنحاء العالم، بتكلفة قليلة، كما أن المتصفح له إمكانية الانتقاء والمقارنة من خلال الإطلاع السريع على المصادر المختلفة (21).

* **عالمية الانترنت**، إذ ألغت الانترنت الحواجز الجغرافية والحدود السياسية، واستعصت على الضوابط الأمنية، فبضغطة زر، أو نقرة فأرة ينتقل المستخدم وهو جالس على مقعده من أقصى الأرض إلى أقصاها (22). ولكن هناك من يرى أنها تساهم في تنشيط العولمة حسب معالم الساحة العالمية الجديدة ذات الطابع الأمريكي المهيمن. والمشكلة المطروحة هنا هي الاتجاه إلى صياغة ثقافة عالمية قوامها قيم ومعايير غربية - أمريكية الغرض منها ضبط سلوك الدول والشعوب وقولبتهم في ثقافة عالمية واحدة (23).

* **التفاعلية**؛ وتترتب على هذه الخاصية أنه لم يعد يكفي أن نصف المشاهد بأنه نشط (active) بناء على اختياراته من بين وسائل الإعلام المتعددة، أو عنيد (obstinate) بناء على رفضه أو قبوله للمحتوي أو القائم بالاتصال. بل أصبح مشاركا ومتفاعلا في العملية الاتصالية الكلية يؤثر فيها وفي عناصرها ونتائجها (24). ومعنى آخر تغير الإعلام ليصبح اتصالا.. الذي لا يقتصر على إبلاغ الرسائل، بل يشمل أيضا التراسل عبر البريد الإلكتروني والتحاو والتسامر من خلال حلقات النقاش وعقد المؤتمرات عن بعد.. (25) وأثبتت دراسات عديدة العلاقة الطردية بين تزايد عمليات التفاعل وأدواتها وزيادة استخدام الانترنت، مثل دراسة تويكسبري وآلتوس التي أثبتت زيادة اعتماد الشباب الجامعي على صحف شبكة الانترنت مقارنة بالصحف التقليدية (26).

* الآيكان: هيئة الانترنت للأسماء والأرقام المخصصة، مؤسسة أمريكية غير حكومية، أشرفت على تأسيسها إدارة بيل كلينتون عام 1998، لتتولى مسؤولية توزيع مجالات العناوين في بروتوكول الانترنت....
للمزيد أنظر: (www.icann.org)



* **الفورية**، فقد ألغت الانترنت الحواجز الزمنية كما ألغت الحواجز المكانية، إذ أن الاتصال يتم بشكل فوري بغض النظر عن مكان المرسل أو المستقبل، بحيث لا تلحظ عند اتصالك بحاسب يقع في الصين أنك استغرقت زمنا أطول مما لو كان الاتصال مع حاسب يقع في نفس المدينة⁽²⁷⁾، كما يمكن الحصول على الأخبار والمعلومات وهي لا تزال ساخنة من مصادرها المباشرة، فبمجرد نقرة على شاشة الكمبيوتر ينتقل المتصفح من موقع إلى موقع أينما أراد على وجه الأرض⁽²⁸⁾.

* **البحث الآلي عن المعلومات**؛ فقد أصبح في حكم المؤكد استحالة الاعتماد على الرسائل البشرية وحدها لمسح الشبكة دوريا بحثا عن المعلومات المطلوبة، وكان لابد من أتمته هذه العملية، وذلك باللجوء إلى ما يسمى بالروبوت المعرفي (know bot) أو البرمجى (soft bot) بصفته (وكيلا آليا) يحال إليه القيام بهذه المهام الروتينية الشاقة⁽²⁹⁾.

* **التفصيل الشخصي للمعلومات**؛ حيث بإمكان زوار موقع ما على الانترنت يتيح هذه الخدمة اختيار المواضيع، أو المقالات الإخبارية أو الخدمات التي ترغب في الحصول عليها بشكل مسبق دون غيرك، كما هو الحال مثلا على موقع CNN⁽³⁰⁾، فالرسالة الاتصالية إذن يمكن أن تتوجه إلى فرد واحد أو إلى جماعة معينة، وليس إلى جماهير ضخمة كما كان في الماضي، وهو ما يعني أيضا درجة تحكم في نظام الاتصال بحيث تصل الرسالة مباشرة من منتج الرسالة إلى المستفيد.

* **اللاتزامية**؛ وتعني إمكانية إرسال الرسائل واستقبالها في وقت مناسب للمستخدم، ولا تتطلب من كل المشاركين أن يستخدموا النظام في الوقت نفسه، فمثلا في نظام البريد الإلكتروني ترسل الرسائل مباشرة من منتج الرسالة إلى مستقبلها في أي وقت دونما حاجة لتواجد المستقبل للرسالة في وقت إرسالها⁽³¹⁾.

* **الهيرتكست**؛ وهو التعبير الوصفي لأحدث أشكال الكتابة الإلكترونية، وهو يشكل نصا إلكترونيا يرتبط بنصوص أخرى عن طريق روابط داخل النص، والكلمة (hyper text) يمكن ترجمتها حرفيا (بالنص الفائق)⁽³²⁾. وتقوم هذه الارتباط بتحرير المتصفح من خلال الارتباط التقني الذي يسمح بالقفز الاختياري من وثيقة إلى أخرى، وذلك بتمكينه من الاختيار بين صيغة القراءة الخطية التتابعية التقليدية أو الحزونية، أو غيرها. وهو ما يطلق عليه البعض القراءة المفردة⁽³³⁾.

* **سرية أفضل في تبادل المعلومات**؛ فكل جهاز كمبيوتر في شبكة الانترنت له رقم خاص به (Adresse) وبالتالي يمكن أن يرسل أي فرد رسالة إلى هذا الرقم ويضمن أن تخزن داخل هذا الجهاز فقط، ولا يستطيع أي فرد آخر معرفة محتويات الرسالة⁽³⁴⁾. فإلى جانب اعتماد الانترنت على خدمات هاتف فضائي تتعدى إمكانيات سيطرة وتحكم دولة واحدة، فهي تقدم أمانا أفضل للمراسلات الفردية، وتصبح



النتيجة المرجوة على المدى البعيد سقوط أو ضعف إمكانية الرقابة على مضايمين ورسائل الانترنت (35)، خاصة مع انتشار عمليات التجسس التي تقوم بها الجماعات الرسمية وغير الرسمية.

* **الانترنت، واقع افتراضي؛** فداخل أحشاء هذه الظاهرة النصية الالكترونية، يجري يوماً بعد يوم بناء مجتمعات إنسانية كاملة "أخرى". افتراضية ولكن حية، تتعارض مع المجتمعات الواقعية الميتة بسبب أصحاب نص أعلى (super text) .. هذا الكائن الالكتروني الذي ينتشر بلا هوادة، في الشبكة مقدماً نفسه للعالم، مؤدياً إلى تعميق تناقضات بين تآكل المجتمعات التقليدية، وبين وقائع التقنيات المعلوماتية الجديدة (36). وفي هذه المجتمعات الافتراضية، يمكن لأي عضو أن يبث حديثه لجميع أعضائها دون استثناء أو يختص به فريقاً منهم، أو يسر لشخص بعينه ما يريد أن يحجبه عن غيره. ويمكن للعضو أيضاً أن يقدم نفسه تحت أسماء مستعارة، بل يمكنه أن يتنكر في شخصيات متعددة.. إنها بحق لعبة الذات الواحدة والهويات المتعددة (37).

* **في الأخير، إن الانترنت عبارة عن وسيلة من وسائل الاتصال الجماهيري،** بحكم الجمهور الكبير والمنتشر. وغير المعروف، بالإضافة إلى تنوع المحتوى بتنوع وظائف المواقع الالكترونية على الانترنت. وخصوصاً أن وظائف الإعلام بذاتها أصبحت جزءاً هاماً من الوظائف المتعددة للانترنت، مثل صحافة الشبكات، والتي أصبحت تختلف كثيراً عن الصحافة المطبوعة والتلفزيون (38).

II - لحظة تاريخية عن تطور الانترنت :

يمكننا التمييز بين مرحلتين في تطور هذا النظام الاتصالي الجديد (الانترنت): مرحلة السبعينات والثمانينات حيث كانت الشبكة في خدمة الميدان العسكري والعلمي، ثم مرحلة التسعينات، حيث بدأت عملية إنشاء "شبكة عنكبوتية" عالمية امتدت لتشمل المؤسسات التجارية والجمهور. ففي المرحلة الأولى، قام الفاعلون ببناء إطار اجتماعي وتقني يمثل رؤاهم ومصالحهم ووضعوا ما أطلق عليه البعض "الشيء-الحدود"، بمعنى أنهم قاموا بجعل الانترنت تقنية يتقاسمونها فيما بينهم، ولا تتعدى حدودها إطار الأهداف التي حدودها لهذه التقنية.

في المقابل فإن انترنت التسعينات وما بعدها لم تأخذ شكلها النهائي، إذ يمكن اعتبارها "الشيء-الحقيقية"، وهذا يعني أن معالمها لم تتحدد بعد، فهي كالحقبة توضح فيها أشياء كثيرة غير متناسقة في غالب الأحيان (39).

1- المرحلة الأولى (من 1969 إلى 1990م):

1-1 - النشأة:

تعود الفكرة الأولى للانترنت إلى عام 1945م عندما طرح فانيفار بوش آلة أطلق عليها اسم "Memex Bush" لتنظيم المعارف الإنسانية والربط بينها وتمكين الباحثين من استعادة المعلومات بطريقة

الكثرونية والوصول على المعلومات المرتبطة بها. وفي عام 1948م طورت شركة AT&T الأمريكية المتخصصة في مجال الاتصالات جهاز الترانزستور الذي أصبح أحد أهم التكنولوجيات التي تعتمد عليها الانترنت والذي قاد إلى الثورة الرقمية وتكنولوجيا الضغط الرقمي. ودون هذا الجهاز لم يكن من الممكن قيام الانترنت⁽⁴⁰⁾.

أما نشأة الانترنت فكانت في أواخر الستينات وبالتحديد عام 1969م، كمشروع محلي لصالح وزارة الدفاع الأمريكية⁽⁴¹⁾. وذلك عندما طلبت هذه الأخيرة من خبراء الكمبيوتر إيجاد أفضل طريقة للاتصال بعدد غير محدود من أجهزة الكمبيوتر، وكان الدافع هو الخوف من أن اعتماد شبكة تدار مركزيا سيكون هدفا سهلا لهجوم نووي مباغت يقضي عليها⁽⁴²⁾. إذ كانت الحرب الباردة في أوجها، بين المعسكر الشرقي الذي يمثله الاتحاد السوفياتي (سابقا)، والمعسكر الغربي الذي تمثله الولايات المتحدة الأمريكية.

إذن فلتشبكة الانترنت تاريخ لا يتعد عن صراع القوة والسلطة وحماية مركزاتها أيام هدوء السلم وخشية الحرب، فنشأة الانترنت كانت من أجل حماية مراكز القوة والقواعد المعرفية التي يعتمد عليها. التي إليها تسند سنة الصراع في التاريخ المعاصر. وحين تتصارع وتتحارب الدول فأفضل الضربات تكون تلك التي تسدد إلى مراكز صنع القرار والقواعد المعرفية التي يعتمد عليها. وكذلك كان تفكير الاستراتيجيين في الولايات المتحدة الأمريكية⁽⁴³⁾ وكان السؤال الاستراتيجي الذي فرض نفسه عليهم هو:

- في حال نشوب حرب نووية، كيف يمكن ضمان استمرارية الاتصالات بين مختلف مراكز القرار، وعدم حرمان القيادة العسكرية الأمريكية من الإسناد المعلوماتي؟

1-2- شبكة الأربنت (A.R.P.A.NET):

وكانت (الأربنت) هي الإجابة الأولية التي سعت إلى إيجادها "الأربا" (A.R.P.A) (Advanced Research Project Agency) أو (وكالة مشروعات الأبحاث المتقدمة) بوزارة الدفاع الأمريكية. وذلك بتمويلها لمشروع كبير يقوم بتوصيل علماء الكمبيوتر والمهندسين الذين يعملون بالجامعة معا باستخدام أجهزة الكمبيوتر وخطوط الهاتف وكان اسم هذا المشروع هو (الأربنت) (A.R.P.A.NET)⁽⁴⁴⁾.

وقد استند هذا المشروع إلى الفكرة الثورية التي اقترحتها وكالة "راند" (RAND) والتي عرفت بتسليك الحزم (packets swiching) وهي طريقة تستخدم فيه تقنية إرسال البيانات التي هي نفسها عبارة عن سلسلة من الوحدات والأصفار (لغة تفاهم الحواسيب) على شكل حزم رقمية (Paquets).



وتتولى عملية التوجيه لتلك المجموعات الرقمية حواسيب وسيطة عرفت بمعالجات الرسائل الموجهة (Message Processors Inter Face : IMPs) تتصل بالحواسيب الخادمة (Servers) التي تخدم بدورها الحواسيب الوكيلية (clients) وبالتالي تكون البنية التحتية (subnet) للشبكة تتكون من معالجات الرسائل الموجهة المشار لها سابقا (IMPs) وخطوط التوصيلات بينها التي يمكن أن تكون بدورها سلكية أو لا سلكية وبتقنيات اتصالية مختلفة. و بإمكان المستخدمين بعد ذلك (وبواسطة حواسيب وكيلية وحواسيب خادمة) من الدخول إلى الشبكة (والتي هي عبارة عن معالجات موجهة -كمقاسم الهاتف- وخطوط اتصال)⁽⁴⁵⁾.

وقد بدأ المشروع بحاسوبين ثم بأربعة، لتعمم التجارب بعد ذلك من خلال شبكة متعددة الآلات تربط بين الحواسيب الموجودة بمراكز أبحاث متباعدة بغرض تبادل البريد الإلكتروني والمعلومات⁽⁴⁶⁾. وكان في البداية باستطاعة كل شخص على الشبكة أن يرسل رسالة بالبريد الإلكتروني إلى شخص واحد فقط، وكانت الخطوط التالية هي العثور على طريقة تتيح للمشاركين أن يذيعوا هذه الرسالة بصورة أفضل بحيث يمكنهم إرسال نفس الرسالة إلى عدة أشخاص في نفس الوقت⁽⁴⁷⁾.

وتجدر الإشارة إلى أن "الأرنت" كانت نتيجة تعاون كثير من الفاعلين الاجتماعيين: المهتمين بالبحث العسكري في المعلوماتية، الباحثين الأكاديميين، والصناعة المعلوماتية.

وقد شكلت الجامعة الفاعل الأساسي الذي استطاع أن يجمع بين مختلف هؤلاء الفاعلين وأن يعطي لتعاونهم فاعلية تظهر نتائجها في السبق الأمريكي في مجال المعلوماتية⁽⁴⁸⁾.

هذا التعاون الذي تشكل كتقليد قوي أطلق عليه البعض "مدرسة غير مرئية". وقد توصل مهندسو المعلوماتية الجامعيين في الولايات المتحدة الأمريكية إلى جعل الشبكة المعلوماتية القناة الطبيعية للتبادل والتواصل. وفي نفس الوقت فإن تقاليد التعاون بين المؤسسات المهمة بالمعلوماتية وتطويرها قد مكنت بعض الجامعات من الحصول المجاني على بعض البرامج المعلوماتية المتطورة من بعض المؤسسات العاملة في الميدان، مثلما كان الحال مع مختبر بركلي (Berkeley) الذي لعب دورا مهما في بعث الأرنت، واستفاد من نظام التشغيل يونكس (unix) لشركة (ATT). وبفضل هذه الشبكة فإن جامعة بركلي استطاعت أن توزع بعد ذلك النسخ الجديدة لنظام يونكس التي أنجزتها هي نفسها⁽⁴⁹⁾.

وقد عرفت بداية السبعينيات عدة محاولات وتجارب ميدانية هدفت إلى رفع كفاءة شبكة الأرنت لدعم الاتصالات في المجال العسكري، وصاحب هذه التجارب انضمام العديد من الجامعات إليها، وتمثلت أولى التوسعات العالمية (خارج نطاق الولايات المتحدة) بانضمام جامعة لندن بالبحر والموسسة الملكية للرادار بالنرويج.. وسمي هذا النشاط وقتها بمشروع ربط الشبكات (interneting project) أما نظام الشبكات الناتج عنه فقد سمي انترنت (Internet)⁽⁵⁰⁾.



1-3 - بروتوكولات الاتصال:

جرى عرض أول تحقيق تجريبي عملي، والذي تضمن (40) عقدة لشبكة الانترنت، خلال المؤتمر العالمي الأول حول اتصالات الحاسوب بواشنطن عام 1972م⁽⁵¹⁾. أين وقف المؤتمرون على المواصفات الأولية، والنقائص التي يجب تجاوزها.

وفي عام 1973م، قامت وكالة الأبحاث القضاية (darpa) بوضع برنامج للبحوث يهدف إلى إيجاد تقنيات ووسائل حديثة بامكانها التعامل مع حزم المعلومات التي تتبادلها الشبكات على اختلاف أنواعها، وكان الهدف الرئيسي تطوير نظام اتصالات قادر على إدارة ووصل الشبكات بشفافية، دون الاعتماد على نوع معين منها⁽⁵²⁾.

ليتوصل بعد ذلك مجموعة من الباحثين إلى وضع الخطوط العريضة لمحرك الانترنت الحالي، وهو ما عرف لاحقاً باسم "بروتوكولات الاتصال" (TCP/IP) أي: (transmission control Protocol/Internet Protocol) (بروتوكول مراقبة التبادل/بروتوكول الانترنت)، لأن البرامج السابقة لم تكن تسمح بربط الانترنت بالشبكات التي لا تستعمل الكابل، مثل الشبكات التي تتصل بموجات الراديو أو الأقمار الصناعية. ومعلوم أن تبادل المعلومات داخل الشبكة يتم من خلال "لغة" واحدة تدعى "بروتوكول"، أي مجموعة قواعد وأوامر تسمح بنقل المعلومات⁽⁵³⁾.

يقوم بروتوكول (TCP) بتقسيم الرسائل إلى حزم، يتم إرسالها عبر خطوط الهواتف أو الشبكة، ثم يعاد تجميعها إلى رسائل مرة أخرى عندما تصل إلى وجهتها، أما بروتوكول الانترنت (IP) فإنه يقوم بعنونة كل حزمة وتوجيهها عبر أجهزة الكمبيوتر المختلفة قبل أن تصل إلى وجهتها النهائية. وقد تبنت شبكة الانترنت بروتوكولات الاتصال عام 1983م أين أتاح لها ذلك فرصة للنمو من مجرد أربعة حواسيب عام 1969م إلى 600 حاسوب عام 1983م⁽⁵⁴⁾.

1-4 - شبكة (N.S.F.NET):

وفي عام 1983م، تم تقسيم الأرنيت (A.R.P.A.NET) إلى شبكتين : أرنيت وميلنت (Milnet)(military net work). واقتصرت هذه الأخيرة على الشؤون العسكرية، فيما خصصت الأرنيت للاستخدامات المدنية، مع إمكانية الاتصال بين الشبكتين⁽⁵⁵⁾.

في هذا الوقت، ومن جانب آخر فكرت المؤسسة الوطنية للعلوم (SNF) (national science foundation) في إقامة نظام عملاق يمكن العملاء والباحثين من تناول المعلومات والتجارب مع بعضهم البعض..ولذلك فقد قامت في منتصف 1983م بإنشاء مراكز للحاسب الآلي الفائتق (super-computer)

(centres).. وكان الحاسب الفائق في ذلك الوقت نادرا وباهظ الثمن ، لذلك فقد تولت (nsfnet) تمويل شراء هذه الحواسيب وتوظيفها لخدمات الجامعات ومراكز البحث العلمي .. وبعد ذلك فكرت هذه المؤسسة في تطوير العمل في هذه المراكز، وذلك بتوفير وصلات عالية السرعة لربط هذه المراكز بعضها ببعض، ومن ثم بين الحواسيب الفرعية في الجامعات ومراكز البحث الصغيرة والكمبيوتر الفائق في المركز الموجود في الولاية أو الإقليم (56).

ولقد لاقت شبكة (nsfnet) التي كانت تتوفر على امكانيات مالية ضخمة نجاحا كبيرا نتيجة حجم وسرعة خدماتها الاتصالية، مما جعلها بعد أقل من عشرية من الزمن رائدة هذا المجال حيث ارتبطت بها معظم الشبكات العاملة آنذاك (57).

وكانت هذه الشبكة خطوة في طريق مواجهة الاحتياجات المتنامية، خاصة وأن أعدادا كثيرة من الباحثين يتبادلون البيانات ويتعاونون في الأوراق التي تستخدم البيانات التي يحصلون عليها من الحاسب الآلي الفائق، كما أن كثيرا من الراغبين يودون الدخول في هذا المجال (58)، كما كان حال أستراليا، ألمانيا، إسرائيل، إيطاليا، اليابان، المكسيك وهولندا، هذه الدول التي ارتبطت بشبكة (nsfnet) عام 1987م (59). كل هذه المؤشرات كانت بمثابة الإرهاصات والبدايات الأولى لشبكة الانترنت التي يعرفها العالم اليوم ففي بداية التسعينات حلت شبكة "الأرنيت" بعدما غادرها معظم مستعمليها إلى (nsfnet). بعدها اتخذت هذه الأخيرة اسم "انترنت" (Internet) (60).

2- المرحلة الثانية (ما بعد 1990م):

إن الانعطافة الهامة في عصر الانترنت هي انتهاء فترة الحرب الباردة بداية التسعينات من القرن الماضي، وبالتالي برزت الحاجة إلى الاستفادة من الانترنت في الاستخدامات المدنية التي شهدت بعد ذلك اكتساحا متسارعا للحياة في العالم (61).

2-1 - ظهور الويب (www) والمتصفحات:

في نهاية 1990، كان هناك حوالي 300000 كمبيوتر مضيف متصلا بالانترنت، من مختلف الجامعات والشركات، ورغم هذا العدد الكبير إلا أن الانترنت لم تكن تجذب المستخدم المبتدئ كثيرا لاعتمادها على النصوص فقط، فقط كان الناس ينظرون إلى الانترنت في ذلك الوقت على أنها مجرد مصدر آخر للمعلومات لأولئك الذين يتحلون بالشجاعة الكافية للدخول إلى عالم يونكس (unix) وأوامره النصية (62).

ومع هذا الوضع، وقع حدث كبير سيعطي دفعا لا مثيل له للمعلوماتية وخاصة الانترنت، هذا الحدث الذي لم تكن هذه المرة الولايات المتحدة الأمريكية مصدره، هو إنشاء "الويب" الشبكة العنكبوتية العالمية (world wide web) الذي يرمز له بـ (www). والذي تم إنجازه في المخابر الأوروبية؛ المركز



الأوروبي للأبحاث النووية (CERN)⁽⁶³⁾ من قبل المرمج السويسري "تيم برنرزلي" حيث قام 1991م بتطوير الويب كطريقة مريحة وذات كفاءة للوصول إلى المستندات المحفوظة على عدد كبير من أجهزة الكمبيوتر الموجودة على مستوى المركز⁽⁶⁴⁾ وسرعان ما قامت الجامعات الأمريكية بدور البرمجة وتوفير برامج التصفح (Internet browsers) المتوافقة مع هذا النظام الجديد للإطلاع على المعلومات المصورة وأفلام الفيديو عبر الانترنت حيث يستطيع أي شخص بسهولة كبيرة استخدام هذه البرامج، دون أن يحتاج إلى أن يعرف كيف يتم انتقال المعلومات التي يتحصل عليها بحرية ومجانا في معظم الأحيان⁽⁶⁵⁾

2-2 - الانترنت التجارية:

إن أهم التطورات في تاريخ الانترنت هو ظهور خدمات الانترنت التجارية commercial service providers، فمع الضغوط التي مارستها الشخصيات النافذة في الولايات المتحدة الأمريكية، وفي دوائر الحكومة الفيدرالية على وجه الخصوص وفي داخل الشبكات البشرية من أصحاب المصالح أصبحت الاستجابة لهذا المطلب أمرا لا مفر منه. خاصة بعد أن اتضحت القيمة الحقيقية للمعلومات بالنسبة لعامة الشعوب كما اتضحت من قبل بالنسبة للعلماء والباحثين.. ويمكن أن يؤرخ لبداية العمل التجاري للشبكة عام 1993م⁽⁶⁶⁾.

وكاستجابة لهذا التطور الهائل، كان على جميع شبكات الخدمات التجارية أن تتحول تحولا كبيرا وتندمج مع الانترنت، كما حصل مع شبكة كمبيوسيرف، وأمريكا أون لاين، وبروديجي، وعلاوة على ذلك أصبحت الشبكات الثلاث توفر اتصالا مباشرة بالانترنت من خلال برامجها⁽⁶⁷⁾. وقد تأكدت الآفاق التجارية الهائلة لشبكة الانترنت، بعدما طرحت شركة أمريكا أون لاين لأسهم متصفحها نتسكيب netscape navigator في 1995/05/26م المتداول في بورصة ناسداك الأمريكية، وحققت الشركة ثالث أكبر اكتتاب عام لأسهم شركة أمريكية في التاريخ! مما دفع بالانترنت التجارية إلى محيط الوعي العام⁽⁶⁸⁾ وفتح آفاقا جديدة لاستخدامات جديدة على مستوى جماهيري أكثر اتساعا وتوسعا.

2-3 - تسارع وتراكم التطورات:

وتقدم حاليا شبكة الانترنت عدة خدمات عن طريق العديد من التطبيقات والتقنيات الالكترونية، فبالإضافة إلى الويب (web) والبريد الالكتروني (e-mail) نجد كذلك مجموعات الأخبار (news groups)، أو المؤتمرات، مجموعة النقاش والدرشة (Internet reley chat)، بروتوكول نقل الملفات (FTP)، الربط عن بعد (telnet)..⁽⁶⁹⁾

وبذلك أصبحت الانترنت مكتب بريد، وسوقا تجارية، ومكتبة ومخزن برمجيات، ووسيلة تعليم وتنقيف، وقراءة صحف ومجلات، ومراكز حوار فكري وعلمي بين الفئات المختلفة في عدة أماكن من العالم، كل ذلك باستخدام النص الكتابي، والصوري والصوتي أو ما يسمى بالأوساط المتعددة (multimedia)⁽⁷⁰⁾.

إذ لم تعد الانترنت مجرد وسيلة لإرسال واستقبال البريد الالكتروني، بل أصبحت بمثابة مكان يعج بالناس والأفكار يمكن التجول فيه، وهو ما يعرف (بالواقع الافتراضي) (cyber space)⁽⁷¹⁾ أو الخائلي (virtuality)؛ هذا المفهوم الذي يزداد استخدامه يوماً بعد يوم في دنيا الانترنت، وهو يعني كل ما يحاكي الواقع أو يناظره إلى درجة يخيل لنا معها أنه واقع⁽⁷²⁾

ولقد فرضت الانترنت نفسها إعلامياً، فهي بجانب كونها "شبكة الشبكات" فهي بالقدر ذاته "وسيط الوطاء" الاتصالية بلا منازع، وتتجلى عضمة الوسيط الالكتروني على احتواء الوطاء الأخرى كمصادر للمحتوى بالنسبة له. وفي هذا الصدد وبينما كانت عضمة التلفزيون في احتوائه الراديو، تقوم عضمة الانترنت على احتوائها الصحافة والإذاعة والتلفزيون والبحث عن المعلومات. ولا يستقيم اليوم حديث في شأن الإعلام والاتصال، دون تناول القضايا العديدة التي تطرحها الانترنت كوسيط إعلامي⁽⁷³⁾.

وقد حث الطبيعة المنفردة للانترنت كوسيلة اتصال جديدة قادة العالم على تشكيل سياسة للتعامل مع هذه الشبكة، فقد عقدت الدول السبع الصناعية الكبرى، "المؤتمر الوزاري لمجتمع المعلومات" (ministerial conference of the information society) عام 1996م. وقد تمت الموافقة في هذا المؤتمر على مجموعة من المبادئ، ومن بينها تشجيع المنافسة والاستثمار الخاص، تحديد إطار عمل تنظيمي ملائم، إتاحة الوصول المفتوح (open access) للشبكات، ضمان الوصول العالمي للشبكة، ودعم المساواة في الفرص والتعددية في المحتوى⁽⁷⁴⁾.

أما عن آفات شبكة الانترنت، فإن تضاعف تبادل المعلومات من خلالها كل مئة يوم مع ما تعكسه من إيجابيات على المستخدم، إلا أن هذه الظاهرة ستؤدي في النهاية إلى تباطؤ الشبكة، لذلك، فقد درست المؤسسات العلمية والاقتصادية في الولايات المتحدة الأمريكية هذا المشكل المحتمل، وانطلقت ببناء مشروعين كبيرين هما (انترنت 2) (Internet II)، و(انترنت الجيل التالي) (NGI : next generation Internet) وكلاهما سيوفر للمستخدمين سرعات هائلة تفوق ألف مرة سرعة الانترنت الحالية بالنسبة لمشروع (انترنت 2)، ومائة ألف مرة بالنسبة لمشروع انترنت الجيل التالي⁽⁷⁵⁾.

ونظراً إلى التطور السريع لشبكة الانترنت، فسبيلنا إلى استيعاب الظاهرة هو تعقب توجهاتها المحورية، من المنظور الثقافي المعلوماتي، والتي من أهمها من وجهة نظر الباحث الدكتور نبيل علي⁽⁷⁶⁾:

- (أ) - من المنتدى العلمي إلى سوق التجارة الالكترونية
- (ب) - من تبادل البحوث إلى تسليع الثقافة
- (ج) - نحو مزيد من الاندماج صوب الاحتكار
- (د) - من النصوص إلى التناس، ومن الخطية إلى التشعب
- (هـ) - من الإستاتي إلى الدينامي.
- (و) - من الباحث البشري إلى الوكيل الآلي.

(ز) - من الواقعي إلى الخائلي.

ويتنبأ الباحث ميتشيو كاكو بصعود صناعات وهبوط أخرى عام 2020م بسبب طريق المعلوماتية السريع عبر الانترنت، تماما كما جعل نظام السكك الحديدية العابر للقارات في القرن (19م) بعض المدن الريفية، التي لا يمر بها القطار، مدن أشباح، بينما حول البلدان الواقعة قرب تقاطعات السكك الحديدية إلى مدن مزدهرة.

ويقول في هذا الشأن جيفري كريستيان الذي يدير شركة للبحث عن مجال الإدارة في كليفاند أن: "الانترنت بنوعية مصوبة باتجاه الوسطاء والقائمين بأعمال التأمينات، والعاملين في المصارف الاستثمارية، ووكلاء السفر، ومجال توكيلات السيارات، إنها ستصيب الجميع"⁽⁷⁷⁾ ومن المحتمل أن تزدهر بعض الوظائف بعد أن تصبح أكثر تخصصا، مثل: الترفيه، البرمجة، صناعة الخدمات، العلم والتكنولوجيا، خدمات المعلوماتية..⁽⁷⁷⁾

2-4- توسع استخدام الانترنت:

2-4-1 - في العالم:

تعتبر الانترنت الوسيلة الاتصالية الأسرع نمواً، ومن بين البيانات الدالة على ذلك، ما توصلت إليه دراسة أمريكية حديثة أجريت حول الفترة التي استغرقتها وسائل وأجهزة الاتصال المختلفة، لكي تنتشر بين 50 مليون نسمة حيث تبين منها أن الراديو أمضى 38 سنة قبل أن يصل إلى ذلك الكم من البشر والكمبيوتر احتاج إلى 16 سنة والتلفزيون احتاج إلى 13 سنة أما شبكة الانترنت فقد أصبحت في متناول 50 مليون من البشر في ظرف حوالي 5 سنوات ، بعدما فتحت أبوابها للمؤسسات التجارية والجمهور على المدى الواسع⁽⁷⁸⁾.

وكانت الانترنت في عام 1990م تضم ما يفوق 3000 شبكة يرتبط بها أكثر من مئتي ألف حاسب، وفي عام 1992 قفز الرقم إلى نحو مليوني حاسب⁽⁷⁹⁾ وقدر عدد المستفيدين من الشبكة في أواخر 1994 حوالي 40 مليون مستفيد ينتمون إلى 11000 شبكة معلومات عضو في النظام منتشرة في سبعين دولة حول العالم، وقدر عدد المستخدمين للانترنت في عام 1997 حوالي 57 مليون مستخدم⁽⁸⁰⁾. وفي عام 1998م، وصل عدد المتعاملين مع الانترنت في الولايات المتحدة وكندا إلى 70 مليون فرد، وفي أوروبا 31.7 مليون، أما في آسيا فلا يزيد عدد المستخدمين عن 19.3 مليون فرد، و 7.25 مليون فرد في أمريكا الجنوبية، و 0.8 مليون فقط في إفريقيا⁽⁸¹⁾. ليقارب عدد المستخدمين حول العالم 200 مليون مستخدم عام 2000م بمعدل مليوني مستخدم كل شهر، وهناك ما يقرب المائة ألف شركة تدير أعمالها من خلال هذه الشبكة⁽⁸²⁾.

ويبين الجدول رقم (05) نسبة استخدام الانترنت في العالم عام 2005م⁽⁸³⁾، حسب دراسة أجرتها

اللجنة الاقتصادية والاجتماعية لغربي آسيا.

نسبة مستخدمي الانترنت	% لسكان العالم	عدد السكان (2005) بالمليون نسمة	
1.5%	14%	900.5	إفريقيا
34%	56.3%	3612.4	آسيا
29.2%	11.4%	731	أوروبا
2.2%	4%	259.5	الشرق الأوسط
24.9%	5.1%	328.4	أمريكا الشمالية
6.3%	8.5%	546.9	أمريكا اللاتينية
1.8%	0.5%	33.4	أوقيانوسيا/أستراليا
100%	100%	6412.1	المجموع

الجدول: (04) استخدام الانترنت في العالم عام 2005م.

أما مع بداية عام 2008م، فتذكر التقارير الصحفية أن الصين قد احتلت المرتبة الأولى عالمياً في عدد مستخدمي الانترنت، مزحزحة بذلك الولايات المتحدة الأمريكية لأول مرة إلى المرتبة الثانية. ويفوق عدد الصينيين الذين يستخدمون الانترنت حالياً 210 مليون مستخدم. بعدما كان عددهم في جانفي 2006م، 111 مليون مستخدم. وقد شهدت الصين نمواً كبيراً في استخدام الانترنت اللاسلكي حيث يستخدم حوالي 17 مليون صيني الشبكة من خلال هواتفهم الجواله⁽⁸⁴⁾.

2-4-2 - في العالم العربي:

رغم الانتشار السريع للانترنت في العالم إلا أنه كان متواضعاً في البداية على العموم في العالم العربي باستثناء بعض الدول الخليجية، هذا البطء النسبي (مقارنة بسرعة انتشار الانترنت في العالم الغربي) كان بسبب عدة عوائق، أهمها ارتفاع كلفة خدمة الاشتراك بشبكة الانترنت، سوء البنية التحتية للاتصالات في أغلب الدول العربية وعدم مواكبتها للتطورات الجديدة في هذا المجال، وبطء أداؤها مقارنة بالدول الأخرى⁽⁸⁵⁾. بالإضافة إلى خوف السلطات الحكومية من أن ديمقراطية الوصول للانترنت سوف يؤدي إلى إنهاء سيطرة الدولة على المعلومات، وعلى سبيل المثال، فقد صرحت السلطات السعودية عام 1998 بأن التآجيلات المستمرة في افتتاح خدمة الانترنت للجمهور كان سببها البحث عن نظام تستطيع بموجبه أن تعوق تدفق المعلومات "غير المرغوبة"⁽⁸⁶⁾.



وتعتبر تونس أول بلد عربي أدخل الانترنت (في عام 1991م، ولكنها لم تنتشر إلا في عام 1996م)⁽⁸⁷⁾ وبحلول ماي 1999م كانت كل الدول العربية باستثناء العراق وليبيا أصبح لديها شكل ما من الاتصال الدولي بالانترنت⁽⁸⁸⁾.

وتشير الإحصاءات المتوفرة لشهر ديسمبر عام 1997م فيما يخص مستخدمي الانترنت العرب إلى الأرقام الآتية: الإمارات العربية المتحدة (32201 مشترك)، البحرين (12923) ولبنان (15400)، مصر (15255)، سلطنة عمان (7595)، قطر (6289)، تونس (1750) و اليمن (882)⁽⁸⁹⁾.

وتجاوز عدد مستخدمي شبكة الانترنت في العالم العربي نهاية شهر جوان 1999، 1 مليون مستخدم بزيادة قدرها 80 ألف مستخدم عن عدد المستخدمين في شهر افريل من نفس السنة وهي نسبة معتبرة ويأتي ذلك عقب طلب لم يسبق له مثيل على الاشتراك في شبكة الانترنت⁽⁹⁰⁾ ما جعل وتيرة انتشارها تتسارع عما كانت عليه من قبل. والجدول (رقم 06)⁽⁹¹⁾ يوضح ذلك أكثر.

وقد بلغ عدد العرب الذين يستخدمون الانترنت حوالي 6 مليون مستخدم، عام 2003م، من أصل 650 مليون مستخدم في العالم، وهذا رقم كبير في ظرف زمني قصير⁽⁹²⁾ ليقفز العدد عام 2007م إلى حوالي 28.5 مليون، أي حوالي 2.5% من تعداد المستخدمين في العالم، وهي المرتبة العاشرة عالميا، مع تحقيق أكبر وتيرة نمو في العالم كله في الفترة ما بين 2000 و 2007 حيث بلغت نسبتها 931.8%. وكشفت أحدث الإحصائيات أن مستخدمي الانترنت الذين يجيدون اللغة العربية تقدموا إلى المرتبة الثامنة عالميا بداية جانفي 2008م⁽⁹³⁾. والجدير بالذكر أن ما نسبته حوالي 60% من الانترنتيين العرب، موجودون في منطقة الخليج، والتي تمثل حوالي 11% من التعداد العربي.

البلد	التاريخ	العدد	% السكان	المصدر
الجزائر	2001/03/.	120000	0.57	Ajeeb.com





//	2.50	570000	//	العربية السعودية
//	10.07	105000	//	البحرين
ITU	0.26	1500	2000/12/.	جزر القمر
//	0.20	1000	1999/12/.	جيبوتي
//	31.02	735000	2000/12/.	الإمارات العربية
Ajeeb.com	0.81	560000	2001/03/.	مصر
ITU	0.05	12500	2000/12/.	العراق
Ajeeb.com	4.07	210000	2001/03/.	الأردن
//	8.08	165000	//	الكويت
ITU	8.38	300000	2000/12/.	لبنان
Ajeeb.com	0.24	20000	//	ليبيا
//	0.72	220000	2001/03/.	المغرب
ITU	0.07	2000	1999/12/.	موريتانيا
//	3.55	90000	2000/12/.	عمان
Ajeeb.com	م.غ	60000	2001/03/.	فلسطين
//	9.75	75000	2001/03/.	قطر
ITU	م.غ	200	1999/12/.	الصومال
Ajeeb.com	0.08	28000	2001/03/.	السودان
//	0.19	32000	//	سوريا
//	2.89	280000	//	تونس
DIT Group	0.08	14000	//	اليمن

جدول (05) يبين عدد مستخدمي الانترنت في الدول العربية ما بين (1999-2001)

أما ما يخص نسبة السكان الذين يستخدمون الانترنت بشتى أنواعها (العادية وعالية النطاق) لتعداد السكان في كل دولة (مارس 2007م)، فهي كالتالي: (الإمارات العربية المتحدة 35.1%)، (قطر 26.5%)، (الكويت 25.6%)، (البحرين 20.7%)، (لبنان 15.4%)، (المغرب 15.1%)، (الأردن 11.7%)، (المملكة العربية السعودية 10.6%)، (عمان 10%)، (تونس 9.2%)، (فلسطين 7.9%)، (السودان 7.6%)، (مصر 6.9%)، (الجزائر 5.7%)، (ليبيا 3.3%)، (جيبوتي 1.1%)، (اليمن 1%)، (الصومال 0.7%)، (موريتانيا 0.5%)، (العراق 0.1%)⁽⁹⁴⁾.

2-4-3 - في الجزائر:





تم ربط الجزائر بالانترنت عن طريق مركز البحث في الإعلام العلمي والتقني (CERIST) في مارس 1994، وذلك في إطار التعاون مع اليونسكو بهدف إقامة الشبكة الإفريقية للمعلومات (RINAF) والتي تلعب فيها الجزائر -بحكم موقعها- بؤرة الانطلاق، إلا أن طاقة الخط التي تم لها ربط الجزائر بالمدينة الإيطالية بيزا كانت ضعيفة (96 كيلوبايت /ثا) ثم طورت عام 1997م إلى 256 كيلوبايت /ثا باستخدام الألياف البصرية والارتباط عبر باريس الفرنسية، وقد تم ربط الجزائر في نهاية 1998 عن طريق واشنطن بالقمر الصناعي الأمريكي (أم أي أي) (MAA) بطاقة 01 ميغابايت /ثا وفي شهر مارس 1999م أصبحت طاقة ارتباط الجزائر 02 ميغابايت /ثا⁽⁹⁵⁾.

ولقد قدر عدد الهيئات المشتركة في الانترنت سنة 1996 بـ 130 هيئة، وارتفع العدد إلى 800 هيئة سنة 1999م منها 100 هيئة من القطاع الجامعي، 500 هيئة من القطاع الاقتصادي، 50 هيئة من القطاع الطبي، والبقية موزعة على القطاعات الأخرى. وكان استخدام الانترنت في بادئ الأمر ضئيلا، ثم عرف تطورا سريعا خصوصا بعد صدور المرسوم التنفيذي رقم 98/257 في 25 أوت 1998م الذي يحدد شروط وكيفية استغلال خدمات الانترنت⁽⁹⁶⁾.

وفي عام 2001م، وفي محاولة منها أخذ حصة هامة من سوق الانترنت بالجزائر، قامت وزارة البريد والمواصلات بعد إنشاء مؤسسة "الجزائر تيليكوم" بالتعاقد مع شركتين عالميتين هما: لوسنت تكنولوجي (Losent Technologie) الأمريكية، وإريكسون (Ericson) السويدية لإنشاء قواعد خاصة، ستمكن من الحصول على بث يتجاوز 30 ميغابايت /ثا⁽⁹⁷⁾.

ومع ارتفاع عدد مقدمي خدمة الانترنت، ارتفع عدد المستخدمين ليصل إلى حوالي 1.9 مليون مستخدم عام 2005م، وفي أكتوبر 2006م أعلنت في تقرير لها، أن عدد المستخدمين في الجزائر قد بلغ 3 ملايين مستخدم بحلول جويلية 2006م في حين بلغ عدد من يستخدم الانترنت عالي السرعة (ADSL) منهم 700 ألف مستخدم⁽⁹⁸⁾.

أما إحصائيات سبتمبر 2007م فتشير إلى أن عدد المستخدمين قد بلغ 4 ملايين⁽⁹⁹⁾ وفي فيفري 2008م يكون عدد الانترنتيين الجزائريين قد وصل إلى 5 ملايين وذلك حسب تصريح وزير البريد وتكنولوجيات الإعلام والاتصال السيد بوجمعة هيشور . أما عدد مقاهي الانترنت فقد وصل إلى 6000 عبر 1541 بلدية على مستوى القطر الوطني⁽¹⁰⁰⁾.

وقد اعترضت في البداية انتشار الانترنت بشكل واسع في الجزائر، مجموعة من العوائق تتلخص في ارتفاع أسعار الهاتف الثابت والتي وصلت إلى نسبة 200% عام 2003م، وبطء الشبكة، بالإضافة إلى هيمنة "الجزائرية للاتصالات" على الخدمة إلى غاية 2006م، أين دخلت شركات أخرى منافسة في هذا المجال (أوراسكوم المصرية). ومن الأسباب المعيقة كذلك ارتفاع أسعار الحواسيب مقارنة مع ما هو عليه

الحال في الدول الخليجية مثلا. هذا ما زاد من اهتمام المستخدمين بمقاهي الانترنت، بعد أن افتتح أول مقهى انترنت في الجزائر عام 1997م⁽¹⁰¹⁾.

III - خدمات الانترنت:

تتميز الانترنت بتقديم عدة خدمات تسهل على المستخدم الوصول إلى أي جزء في الشبكة، وتوفر له راحة أكبر في إبحار أكثر ليونة.

ولأن الوظيفة الأساسية لهذه الخدمات (الأدوات) حسب محمد عبد الحميد، هي تحقيق التفاعل الإنساني لتعويض غياب الاتصال المواجهي الذي يعمق من مفهوم الفردية والتفصيل في تقديم المحتوى للمتلقى في الوسائل الجديدة، فإنه يصف هذه الخدمات على أساس توقيت استخدامها بين أطراف عملية الاتصال إلى:

- خدمات الاتصال المتزامن (Synchronous): الحادثة (Internet relay chat) والمؤتمرات بأنواعها.
- خدمات الاتصال غير المتزامن (Asynchronous): البريد الإلكتروني (E-mail)، نقل الملفات (FTP)، صفحات الويب (www)، القوائم البريدية (Mailing lists)، وصناديق الاقتراع Poll Box⁽¹⁰²⁾.

وتتناول هذه الخدمات فيما يأتي:

1 - البريد الإلكتروني (E-mail):

وهو أكثر ما يستخدم من تطبيقات الانترنت، وفيه يستطيع المستخدم إرسال واستقبال البريد من خلال علبة الكترونية افتراضية، وعبر عنوان الكتروني خاص لا يشاركه فيه أحد، مثل: @ibnaljabel maktoob.Com وتتميز عملية الإرسال والاستقبال هذه بسرعة كبيرة إذ تتم في ثواني معدودة فقط⁽¹⁰³⁾ بالإضافة إلى ذلك فإن البريد الإلكتروني يتميز بانخفاض التكلفة، وإمكانية إرسال رسالة واحدة إلى العديد من الأفراد في أماكن متفرقة من العالم في نفس الوقت، وإمكانية ربط ملفات إضافية بالبريد، بجانب تهيئة المتلقي نفسه لقراءة الرسالة والرد عليها في الوقت الذي يناسبه⁽¹⁰⁴⁾ كما يمكن معرفة ما إذا كانت الرسالة قد وصلت إلى وجهتها أم لا، ومن مميزات البريد الإلكتروني أيضا أنه لا يفرض على المستخدم الارتباط بمكان معين بمعنى أنه يمكن له الاتصال من أي مكان وفي أي وقت بجهاز مزود الخدمة واستلام البريد من أي مكان⁽¹⁰⁵⁾.

والبريد الإلكتروني بذلك هو الأداة الأساسية في أشكال الاتصال الرقمية الجديدة التي تتحاور بها الجماعات الرقمية، فهي طريقة فريدة ومهمة للاتصال والحوار وتطوير العلاقات بين البشر، وقد يكون أهم وسيلة منذ اختراع الهاتف لأنه سهل الاستخدام، ومألوف لتشابهه في نقاط كثيرة مع كتابة الرسائل، إلا أنه يتخلص من مصادر الإزعاج مثل عنونة المطاريق ولصق الطوابع، والذهاب إلى صندوق البريد لوضعه أو استلامه.. وهو أكثر خصوصية، ويقلل كثيرا من فوضوية الكلام⁽¹⁰⁶⁾.

ويمكن استخدامه كوسيلة للاتصال بين المتلقي والمحرر (أداة للتغذية الراجعة) (Feed back) وتبادل المعارف والخبرات من مجموعات المتخصصين في مجالات معينة. وهو وسيلة للاتصال مع المجتمعات الافتراضية والاستفادة من خبرات أفرادها في تبادل الآراء وتدعيمها. وهو كذلك وسيلة لإرسال الأخبار والموضوعات بصفة شخصية وتحديث المعلومات⁽¹⁰⁷⁾.

وكما تعددت أشكال الخدمات في الإنترنت بصفة عامة، تعددت أيضا أشكال البريد الإلكتروني⁽¹⁰⁸⁾ فهو إما يكون على شكل نصوص (صندوق البريد الإلكتروني، خدمات التلكس والتليتكس) أو على شكل بريد صوتي (رسائل صوتية مسجلة)، أو على شكل صور ورسوم.

وقد لاقى البريد الإلكتروني منذ طرحه للاستخدامات المدنية والجماهيرية إقبالا واسعا وانتشر بشكل سريع، فالبريد الإلكتروني (HOTMAIL) مثلا والذي يعني اسمه (البريد الساخن) وصل عدد مستخدميه عام 2000، وبعد أقل من 4 سنوات من ابتكاره من قبل (صابر باتيا) الهندي الأصل إلى أكثر من 65 مليون شخص⁽¹⁰⁹⁾.

ولكن مع ما للبريد الإلكتروني من مزايا إلا أنه لا يخلو من عيوب منها أن بعض الناس لا يميلون إلى البريد الإلكتروني المكتوب لأنه يتطلب منهم الكتابة على لوحة مفاتيح الكمبيوتر، فليس لكل واحد القدرة على الكتابة، بالإضافة إلى أنه يسمح للأشخاص بالتجرد من الطبيعة الشخصية للاتصال وانتهاك تقاليد وعادات الاتصال المعتادة، والتي توجه عادة سلوك التفاعل الاجتماعي لذلك لا نفاجأ أن الدراسات أظهرت أن الناس في الاتصالات الإلكترونية أكثر حرية وغير مقيدين بالعادات والتقاليد والأخلاق⁽¹¹⁰⁾ كما أن البريد الإلكتروني يعتبر فريسة سهلة للتجسس حيث يمكن وباستخدام أساليب معينة التحول في حساب الشخص المعين والإطلاع على خصوصياته وعلاقاته المختلفة⁽¹¹¹⁾.

2- الشبكة العنكبوتية العالمية (www) (World Wide Web):

في بداية التسعينات حاولت أنظمة عديدة تنظيم الفضاء المعلوماتي، لكن مع ظهور الويب الذي ابتكره تيم برنرزي في معهد سيرن (CERN)، فرض نفسه. وأصبح أداة الإنترنت الرئيسية، وعن سؤال: عن ماذا كان يدور في ذهنه عندما ابتكر الويب، قال تيم برنرزي " كان الحلم من وراء الويب هو الفضاء الإعلامي المشترك"⁽¹¹²⁾ وبالفعل فقد سهل الويب من عملية الإبحار في الإنترنت، وصار متاحا للجميع وذلك بمجرد النقر على جزء من البرنامج المعروض على الشاشة للاستفادة من مختلف ما تقدمه الشبكة.

فهو عبارة عن طريقة جديدة للبحث تعتمد على الروابط المتشعبة (hyper texts) والمبدأ في هذه الطريقة أن المستخدم هو الذي يقوم بالبحث عن المعلومات التي يحتاجها وليس المؤلف أو الناشر الذي يقوم بإرسال مواده إلى قائمة من القراء⁽¹¹³⁾ وذلك باستخدام لغة برمجة خاصة، كلفة: (HTML : hypertext)



(Markup Language) أي لغة النص الفائق المترابط ، وهي لغة برمجة تستخدم لإنشاء وثائق نصوص مترابطة يمكن استخدامها في أجهزة كمبيوتر ذات نوعيات مختلفة ، وأصبحت صورة قياسية لهيكلية المعلومات ووضعها في وثائق (114).

ومنذ فترة بسيطة ، ظهرت جافا java، وهي لغة برمجة تضيف مزيدا من الإثارة إلى الويب وقد أتاحت بفضل خاصية "البرمجة باستخدام الكائنات" لمصممي الويب طريقة سهلة للفت انتباه المستخدم إلى صفحات معينة وجعل هذه الصفحات تتميز عن بقية الصفحات الأخرى (115). بالإضافة إلى اللغة، يجب استخدام بروتوكول نقل النص المتشعب (HTTP : Hyper Text Transfer Protocol) ويتم الربط بين صفحات الأنسجة المختلفة بما يسمى (URL : Uniforme Resource Locator) أي محدد المصدر المتناسق ، ويتكون من قسمين هما : طريقة الاتصال ، وعنوان خزن المعلومات ، فمثلا عنوان الموقع الإلكتروني بجامعة Durahm في المملكة المتحدة UK هو : (URL : http:// www.dur.ac.uk) حيث يمثل الرمز ac مختصر كلمة أكاديمية تشير إلى الجامعات فقد تكونت رموز خاصة للعناوين مثل com للمراكز التجارية و gov للحكومات ... (116).

وللإبحار في الإنترنت لا بد من استخدام متصفح معين (browser)، مثل متصفح مايكروسوف انترنت إكسبلورر (Internet explorer) الذي يسيطر حاليا على السوق العالمية بـ 77.35 % بعد 13 عاما من طرحه إلى السوق ودفع بشركة أمريكا أنلاين (AOL) إلى اتخاذ قرار إيقاف Netscape Navigator في فيفري 2008م، في حين تبقى متصفحات أخرى تصارع من أجل البقاء كفايرفوكس fire fox (16.01 % من الاستخدام العالمي)، سفاري safari (5.14 %)، opera (0.65 %)، mazilla (0.09 %) (117).

ويمكننا تمييز نوعين من صفحات الويب (118) وذلك طبقا لوجود التفاعل أو غيابه، وهذان النوعان هما:
- صفحات الويب الساكنة static web page ، ويكتفي القارئ بقراءتها فقط لغياب أدوات التفاعل، فهي صفحات في اتجاه واحد من الكاتب أو المؤسسة إلى المتلقي .

- صفحات الويب التفاعلية interactive web page ويضم تصميمها الأدوات الخاصة بالتفاعل مع محتواها وبنائها مثل إتاحة الوصول إلى ارتباطاتها ، والبحث في قواعد البيانات والمعلومات ذات العلاقة بموضوعاتها ، أو الإجابة على الأسئلة ، أو طلب المساعدات أو إبداء الآراء في موضوعات معينة.

وللوصول إلى مختلف المواقع الإلكترونية والمواضيع التي تجهل مكانها في الشبكة العالمية يمكننا الاستعانة بمحركات البحث على الإنترنت ، وهي مواقع الكترونية تقدم لزائريها إمكانية العثور على ما يريدون من معلومات .. وثمة إضافات جديدة لمحركات البحث تتيح للمستخدم إمكانية تضيق مجال البحث عن كلمة معينة ، فيختار مثلا البحث بين ملفات الصور ، أو ملفات المواد الصوتية والمرئية أو ضمن الأخبار الجارية فحسب.. (119).



وتوجد الكثير من محركات البحث التي تختلف فيما بينها بالأسلوب وبمجموع التغطية والخدمات الإضافية التي تقدمها بهدف تحقيق أفضل النتائج للباحث.. إذ تعمل هذه المحركات على تجميع أو تحديث كل ما يمكنها الحصول عليه بعدة طرق، منها استخدام برامج خاصة يطلق عليها تسميات مختلفة مثل "روبوت" أو "سبايدر" أو "كراولر"، تطوف الانترنت بشكل دوري للبحث عن الصفحات والمواقع الجديدة وعندما تجدها تقوم بتحليل وترتيب معلوماتها على شكل فهرس (index) يرجع إليه المحرك في عمليات البحث، وعادة ما يتم تصنيف النتائج بعد ذلك حسب معايير معينة⁽¹²⁰⁾.

ولكن محركات البحث ليست قوائم شاملة لكل ما هو موجود على الانترنت، فهي قواعد بيانات لا تعرض إلا ما أدخل فيها. ونظرا للحجم الهائل للشبكة فلا نعجب من أن أكبر محركات البحث لا تغطي سوى نسبة تتراوح بين 16-17% من مواقع الويب المتوفرة⁽¹²¹⁾.

وتنقسم محركات البحث العامة إلى ثلاث فئات رئيسية وهي :

- محركات البحث العامة وتشمل البحث في مختلف المجالات ، ومن أمثلة هذه الفئة : (Altavista)، (Yahoo)، (Google)، (Hot bot).

- محركات البحث المتخصصة وتهدف إلى تغطية أعمق وأكثر شمولاً لموضوع محدد، ومن أمثلة هذه المحركات : (searchdu .com) المتخصصة في التعليم ، و (search mil) المتخصصة في العلوم العسكرية. - محركات البحث الفائقة (الباحثات الشاملة) وتقوم بترجمة مصطلح البحث وإرساله للعديد من محركات البحث العامة ، أو المتخصصة، أو الأدلة وفي النهاية تقوم باستعراض مجموعة من النتائج التي حصلت عليها من كل أداة. ومن أمثلة هذه المحركات (Meta Crawler Askjeeves)⁽¹²²⁾.

ويبدو واضحا من الجدول رقم(07) حجم الطلب الكبير على آلات البحث المختلفة حسب إحصائيات 2005م⁽¹²³⁾.

عدد المستخدمين	نسبة الاستخدام	محرك البحث
112 مليون	35.11%	Google
105 مليون	32.79%	Yahoo



39 مليون	12.00%	MSN
29 مليون	9.00%	AOL
18 مليون	5.60%	Overture
6 مليون	1.74%	Altavista
5 مليون	1.57%	Lycos
4 مليون	1.10%	Netscape
أقل من مليون	0.10%	Hot Bot

جدول (06) قائمة بأهم محركات البحث وعدد المستخدمين.

3- القوائم البريدية (Mailing Lists):

ويقصد بها نظام إدارة وتصميم الرسائل والوثائق على مجموعة من الأشخاص المشتركين في القائمة، عبر البريد الإلكتروني، وتغطي القوائم مواضيع ومجالات شتى، وتتناول كل قائمة عادة، موضوعاً محدداً، فإذا كنت تريد متابعة آخر أخبار السباحة مثلاً، يمكنك الاشتراك بإحدى القوائم المتخصصة في هذه الرياضة، وتصلك تباعاً النشرات الخاصة بها⁽¹²⁴⁾.

وتأخذ المشاركة في هذه القوائم أحد الشكلين الآتيين:

- الأول: أحادي الاتجاه، وهذا يرتبط بالاستقبال فقط، ويفيد في توزيع المعلومات أو التعليمات أو الإرشادات أو المساعدات على المشاركين في هذه الخدمة.

- الثاني: قوائم الحوار، وهذا يتيح للمشارك في البرنامج إرسال الرسائل إلى القائمة واستقبالها، مما يتيح الحوار غير المتزامن بين المشاركين في القائمة. مثل إرسال الأسئلة واستقبال الردود عليها⁽¹²⁵⁾.

4- مجموعات الأخبار (News Groups):

وهي أشبه ما يكون بمنتهى يتقابل فيه مستخدمو المعلومات، والنقاش حول موضوع ما، حيث هناك مجموعات إخبارية تدير الحوار عبر الإنترنت عن أي موضوع تريد. تقع هذه المجموعات في شبكة تدعى (usenet) التي تضم آلاف المجموعات الإخبارية⁽¹²⁶⁾. وبإمكان مستخدم الإنترنت من خلالها تقديم أي استفسار وطلب أي معلومات. وفي الوقت نفسه تقدم أي معلومات يرى أنها مفيدة لمجموعة المناقشة حتى تستفيد منها المجموعة. ومن أشهر هذه المجموعات: الكمبيوتر comp، موضوعات متنوعة misc، الأخبار news، الإبداع Rec، العلمية والطبية sci، الاجتماعية soc، الحديث talk... ولكل موضوع من هذه الموضوعات، موضوعات فرعية تقع تحته، وتتم قراءة الأخبار بواسطة برنامج قراءة الأخبار أو





برنامج استعراض الويب، ومن غير المفضل الإبقاء على الاتصال مفتوحا وقراءة الملفات أثناء الاتصال، لكن يستحب قراءة رؤوس الموضوعات قبل نقلها إلى جهاز الكمبيوتر الذي تعمل عليه⁽¹²⁷⁾.
ولمجموعات الأخبار فوائد منها أنها تزود المستخدم بشعور عام حول القضايا الراهنة (في مجال معين)، وأنها توفر له قصصا إخبارية، كما أنها تتيح له العثور على موارد ومصادر المعلومات⁽¹²⁸⁾.

5- نقل الملفات (FTP):

يشير مصطلح "بروتوكول نقل الملفات" (file transfer protocol) إلى تلك اللغة التي يستخدمها أي برنامج في الاتصال ببرنامج آخر ونقل نسخة منه . ونستطيع نقل أي ملف أو برنامج من الانترنت من تلك المكتبات الالكترونية المنتشرة في أرجائها وهي تعرف باسم مواقع نقل الملفات (FTP Sites). ومعظم الملفات الموجودة في هذه المواقع تكون ملفات برامج . وهناك نوعان أساسيان من هذه البرامج : برامج مجانية freeware programs، وبرامج تجريبية sharware programs⁽¹²⁹⁾.
وبالإضافة إلى البرامج ، تحتوي مواقع نقل الملفات أيضا على ملفات نصية تضم جميع أنواع المعلومات. وهذه الملفات النصية تشبه إلى حد بعيد ملفات معالج الكلمات بحيث يستطيع أي كمبيوتر تحميلها وعرضها على الشاشة ، ويتم عادة تنظيمها وفهرستها طبقا للموضوع أو المحتوى⁽¹³⁰⁾.
وتعتمد سرعة نقل الملفات على عدة عوامل منها سرعة المودم ومدى ازدحام الطلب على الموقع وحجم الملف المنقول وغيرها من العوامل.

توضع الملفات في أماكن التخزين بحيث يتم توفير أكبر قدر ممكن من مساحة التخزين في الأجهزة التي تقوم بخدمة نقل الملفات لذلك يتم تخزين هذه الملفات على صورة مضغوطة لهذا يجب على المستخدم أن يقوم بعد نقلها بفك الضغط الذي جرى لهذه الملفات حتى تصبح جاهزة للاستخدام⁽¹³¹⁾.

6- خدمة الربط عن بعد (Telnet):

التلنت عبارة عن برنامج خاص يتيح للمستخدم أن يصل إلى جميع الحواسيب في جميع أنحاء العالم وأن يرتبط بها ، فخدمة التلنت تجعل من حاسوب المستخدم زبوناً (client) لها، وذلك لكي يتمكن من الوصول إلى البيانات والبرمجيات الموجودة في إحدى خادمت التلنت (servers) الموجودة في أي مكان من العالم . وهناك نوعان رئيسيان من أنواع الوصول باستخدام التلنت هما : الوصول الخاص، والوصول العام، ويمكن للمكتبات ومراكز المعلومات الاستفادة منه في الارتباط بالنظم البعيدة أو النائية مثل: فهارس المكتبات الجامعية . والشبكات الحرة⁽¹³²⁾.

وتتيح هذه الخدمة لأي مشترك في الشبكة ، الاتصال بالحواسيب المختلفة وتنفيذ برامجه عليها ، إذا حصل على التصريح الخاص بذلك، كذلك يمكنه الوصول مباشرة إلى قواعد البيانات المتاحة والتفاعل معها، كما لو كانت في مكان الحاسوب نفسه . وهذا الأمر يتطلب معرفة المشترك لنظام التشغيل على الحاسوب الذي يتصل به⁽¹³³⁾.

واستخدام التلنت يبدأ بتشغيل البرنامج ثم إدخال العنوان ليقوم بفتح الاتصال مع الجهاز المضيف البعيد الذي يطلب اسم الدخول وكلمة السر ، بعد ذلك تظهر الموارد المتاحة على الشاشة ، مما يعني أن خدمة التلنت تشترط اسم الدخول وكلمة السر في أغلب الأحيان⁽¹³⁴⁾.

7- خدمة (Gopher):

تعني كلمة غوفر ذلك البرنامج الذي يتبع أحد البروتوكولات البسيطة المستخدمة في التنقيب داخل الانترنت . وهذا الاستخدام من الاستخدامات الحديثة لهذه الكلمة التي تطلق في الأصل على نوع من الحيوانات الثديية القصيرة التي تنقب في الأرض بحثا عن طعامها، وموطنها الأصلي أمريكا الشمالية . وقد أصبح يستخدم في مجال الانترنت للدلالة على ذلك النظام الذي يعتمد على القوائم النصية text menus التي تقوم بتصنيف المعلومات حسب الموضوع بدلا من تصنيفها تبعا لاسم الملف الموجود داخله أو تبعا لنوعه أو موقعه على الانترنت . فهو بمثابة فهرس موضوعي لمحتويات الانترنت⁽¹³⁵⁾.

ويمكن الاطلاع على قوائم الغوفر (المدرجة على شبكة الويب) بسهولة باستخدام المتصفح ولا تختلف وسيلة الوصول إلى قوائم الغوفر على الإطلاق عن وسيلة الوصول إلى أية صفحة مرجعية منشورة على الويب.

8- خدمة (Wais):

وكلمة (WAIS) اختصار لـ (Wide Area Information Service)، وهي من أهم أدوات البحث خلال كميات ضخمة من المعلومات بطريقة سريعة ودقيقة، وتعمل هذه الخدمة على تنظيم المعلومات على هيئة قواعد بيانات ضخمة تسمح للمستخدم بتحديد قاعدة البيانات المحتوية على المعلومات التي يريدتها ثم إدخال مجموعة من الكلمات المفتاحية (keywords) التي تساعد على الوصول إلى المعلومات المطلوبة⁽¹³⁶⁾.

حيث يقوم جهاز الخدمة بعرض قائمة الوثائق التي تحتوي على الموضوع المستفسر عنه ، مرتبة بناء على ما يقوم البرنامج بتقدير ما يرى أنه مناسب للإجابة على الاستفسار الموجه إليه بالبحث عن الكلمة أو الكلمات التي وصلت إليه للبحث عنها مع وضع تقدير لكل نص (من درجات تبدأ من 1 إلى 1000) حيث يكون رقم 1000 هو أعلى تقدير للنص الذي يحصل عليه إذا اعتقد البرنامج أنه الأنسب في تلبية طلب السائل⁽¹³⁷⁾.

9- خدمة آرشي Archie :

إن البحث عن ملف ما بين الهائل من الملفات المتوفرة في الانترنت أشبه بالبحث في غابة من الأشجار مليئة بأكوام القش عن إبرة ، وتخضع عملية البحث للصدفة البحتة أو الحظ السعيد .



هذا ما دعى مجموعة من الباحثين في جامعة ماكجيل بكندا بالتفكير في إنشاء نظام آرشي للاستفسار والبحث عن الملفات، وقد صمم البرنامج ليكون وسيلة سريعة وسهلة لمسح مواقع أجهزة نقل الملفات العامة الموجودة حول العالم (138).

ويتطلب نظام آرشي معرفة اسم أو جزء من اسم الملف المطلوب ليقوم آرشي بالبحث في قواعد بيانات أدلة نقل الملفات لإيجاد الملف المطلوب حيث يظهر اسم الملف وموقعه والمسار، ليتمكن الحصول على نسخة الملف عن طريق نقل الملفات. وفي حالة استخدام برنامج يقدر على النسخ يمكن نسخ الملف مباشرة بالنقر على اسمه في نافذة البحث (139).

10- صناديق الاقتراع أو الاستفتاء (Poll Box):

من أكثر الخدمات انتشارا في صحف الشبكات حيث تطرح الصحف الأفكار أو الأحداث أو الشخصيات ويطلب من القاري المشاركة بالتصويت أو الاقتراع على الفكرة أو الرأي أو السؤال المطروح للإجابة .

وتتميز هذه الأداة بالسهولة في التفاعل مع ما هو مطروح في صندوق الاقتراع أو التصويت من خلال قيام القارئ بتسجيل علامة الموافقة أو الاعتراض، أو التأمين أو المعارضة أو الحياد في المكان المخصص للتسجيل في الصندوق الذي عادة ما يكون في الصفحة الرئيسية أو واجهة التفاعل ، أو في نهاية الموضوعات أو الأفكار المطروحة (140).

11- الدردشة (Chat):

وهي عبارة عن نظام يسمح للمستخدمين بتبادل الرسائل في الزمن الحقيقي بالترتيب على لوحة المفاتيح. أهم الأنظمة تسمح بالتساوي بتبادل ملفات أو أيضا بتصفح صفحات الويب معا. أما هذه التكنولوجيا فتتميز بالمحادثة ، بالإضافة أيضا إلى وظائف مختلفة .

ويمكن ببساطة أكبر القيام بشيء آخر في الوقت نفسه . أو أخذ وقت قصير قبل الرد . ثم إن (chat) أداة تترك آثارا مكتوبة يمكننا بسهولة تخزينها . كما يمكننا تسيير نقاش من مجموعة من الأشخاص بسهولة مع خبرة قليلة .

وعملية الكتابة ترفع في كل مرة نوعية النقاش، لأنه قبل إرسال نص معين ، بإمكان الشخص إعادة قراءة المحتوى .بالإضافة إلى إمكانية العودة إلى الوراء ، واسترجاع ما كتب. ويتميز أيضا نظام الدردشة بتعدد وتعدد الغرف التي يمكن استعمالها في آن واحد مثل: دردشة خاصة ، دردشة جماعية ، إعلانات لجميع المستخدمين.. (141).

ويتوفر نظام الدردشة على مجموعة من الخدمات أهمها : معرفة شخص، دعوة أحد المشاركين في جلسة راهنة إلى غرفة خاصة ، تجاهل أو وقف عرض رسائل مستخدم معين، إمكانية الحصول على معلومات مشترك معين، تغيير المعلومات الشخصية ، تسجيل جلسة الدردشة ، اختيار رمز أو صورة تمثل



حضور المستخدم ، والتعبيرات الرمزية (الابتسام ، الغضب، الضحك..) (142). وتتيح هذه الأداة من خلال البرامج الجاهزة للمحادثة ، التفاعل بين المتحدثين كتابة أو صوتا وقد تضاف إليها الصورة (web camera) في برامج معدة خصيصا لهذا الغرض (143).

12- اجتماعات الشبكة (Net Meeting):

يستخدم برنامج اجتماعات الشبكة لإدارة لقاءات ومؤتمرات عبر الشبكة ، وإرسال دعوات لمستخدمين على شبكة محلية أو مستخدمين مسجلين في خدمات أدلة الانترنت. يمكن عقد مؤتمرات الفيديو مع هؤلاء الأشخاص برؤيتهم والتحدث معهم باستخدام الوسائل السمعية البصرية المتاحة ، ويمكن استخدام هذا البرنامج للمشاركة في الأعمال والمشروعات ، والتدريس ، كما يمكن من المشاركة في التطبيقات وتبادل المستندات، واستقبال الملفات، ولشرح المفاهيم والخطط بالتشارك في الرسم ، كما يمكن البرنامج من إجراء دردشة وتبادل الرسائل بين أكثر من مستخدم في نفس الوقت (144).

وهناك العديد من البروتوكولات والإرشادات الخاصة بتصميم التفاعل الخاص بهذه الأدوات في حالة استخدام الكتابة في المؤتمرات ، أو الصوت في حالة المؤثرات السمعية ، أو عروض الصور والرسومات وصور الفيديو، يتصدرها مراعاة المصمم لخصائص هذه الأدوات، والمستخدم لأسس استخدام الكتابة .

ويتميز نظام عقد المؤتمرات عن بعد بمزايا أهمها ما يلي :

- التقليل من الحاجة إلى السفر، وتوفير الكثير من الوقت والجهد والمال.
- تتيح للمشاركين فيها الأخذ والرد من خلال حواراتهم وتبادلهم للمعلومات المختلفة.
- أصبحت وسيلة هامة خاصة في وقت الحروب أو المشاكل السياسية بين بعض الدول (...).
- إتاحة المجال للحوار والمشاركة الفعالة لمن يرغب أو يحتاج إلى معلومات ذات علاقة باهتمامه بعكس ما كان سائدا في الماضي حيث كانت المؤتمرات تتم بين عدد من الأشخاص وفي مكان محدود (145).

- (1)- محمد علي شمو: التكنولوجيا الحديثة والاتصال الدولي والانترنت، ط1، الشركة السعودية للأبحاث، حدة، 1999م، ص 232 .
- (2)- رحيمة عيساني: مدخل إلى الإعلام والاتصال، المفاهيم الأساسية والوظائف الجديدة في عصر العولمة الإعلامية، ط1، مطبوعات الكتاب والحكمة، باتنة- الجزائر، 2007م، ص 170.
- (3)- محمد عبد الحميد: الاتصال والإعلام على شبكة الانترنت، ط1، عالم الكتب، القاهرة- مصر، 2007م، ص 14 .
- (4)- نبيل علي: الثقافة العربية وعصر المعلومات، رؤية لمستقبل الخطاب الثقافي العربي، سلسلة عالم المعرفة (276)، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت، 2001، ص 93 .
- (5)- محمد شطاح: قضايا الإعلام في زمن العولمة بين التكنولوجيا والايديولوجيا، دراسات في الوسائل والرسائل، دار الهدى للطباعة والنشر والتوزيع، عين مليلة - الجزائر، 2006م، ص 118.
- (6)- بيل غيتس: المعلوماتية بعد الانترنت، ترجمة عبد السلام رضوان، سلسلة عالم المعرفة (231)، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت، مارس 1998م، ص- ص 16-17 .
- (7)- نور الدين بومهرة، ماحدة حجار: الانترنت، مفهوماً وتجلياتها والآثار المترتبة عن استخدامها، مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية، ع12، جامعة باتنة- الجزائر، جوان 2005م، ص 216 .
- (8)- الصادق راجح: الإعلام والتكنولوجيا الحديثة، ط1، دار الكتاب الجامعي، العين- الإمارات العربية المتحدة، 2004م، ص 131 .
- (9)- Kimmel Hamdi : **guide pratique de l'Internet , le monde à portée de tous**, imprimerie essalam, Algérie, 2000, p12 .
- (10)- نبيل علي : مرجع سابق، ص- ص 92-93 .
- (11)- المرجع نفسه، ص 81 .
- (12)- أحمد أبو زيد : هل تغفلت الانترنت من الهيمنة الأمريكية؟، مجلة العربي، ع 565، الكويت، ديسمبر 2005، ص-ص 30-31 .
- (13)- أحمد أبو زيد : الانترنت الساحة الأخيرة للديمقراطية الرقمية، مجلة العربي، ع 541، الكويت، ديسمبر 2003، ص 30 .
- (14)- Semra Halima : **la communication de l'IST à l'université : un enjeu pour le chercheur à l'ère de la société de l'information** , revu de sciences humaines ,n° 25, université du Constantine, juin 2006 , p 79 .
- (15)- عبد الفتاح بيومي حجازي : الانترنت والأحداث، دراسة متعمقة عن أثر الانترنت في المحرّفات الأحداث، ط1، دار الفكر الجامعي، مصر، 2002م، ص 20 .
- (16)- وليد الشوبكي : من يحكم الانترنت، العربي العلمي، ع 19، الكويت، ديسمبر 2006م، ص 18 .
- (17)- Ignacio Ramont : **Contrôler d'Internet**, le monde diplomatique,n° 612 , Paris, Novembre 2005, p1.
- (18)- وليد الشبكي : من يحكم الانترنت، المرجع السابق، ص 21.
- (19)- صلاح سالم : تكنولوجيا المعلومات والاتصالات والأمن القومي للمجتمع، ط1، عين للدراسات والبحوث الإنسانية والاجتماعية، مصر، 2003م، ص 87 .
- (20)- غسان منير، علي أحمد : الهويات الوطنية والمجتمع العالمي والإعلام، دراسات في إجراءات تشكل الهوية في ظل الهيمنة الإعلامية العالمية، ط1، دار النهضة العربية، بيروت- لبنان، 2004م، ص 220.
- (21)- أحمد جوهر أحمد : الإعلام الإلكتروني واقع وآفاق، ط1، دار الكلمة للنشر والتوزيع، مصر، 2004م، ص 43.
- (22)- علي عبد الله العسيري: الآثار الأمنية لاستخدام الشباب للانترنت (2)، مجلة الأمن والحياة، ع267، المملكة العربية السعودية، شعبان 1425هـ، ص 66 .
- (23)- فضيل دليو وآخرون: العولمة وإشكالية حياد تكنولوجيا الاتصال الدولي، ملتقى دولي حول (الجزائر والعولمة)، جامعة منتوري- قسنطينة، الجزائر، نوفمبر 1999م، ص 141.
- (24)- محمد عبد الحميد : الاتصال والإعلام على شبكة الانترنت، مرجع سابق، ص 32.
- (25)- نبيل علي : مرجع سابق، ص 364.
- (26)- محمد عبد الحميد : الاتصال والإعلام على شبكة الانترنت، مرجع سابق، ص 71.

- (27) - علي عبد الله العسيري: الآثار الأمنية لاستخدام الشباب للإنترنت (2)، مرجع سابق، ص 66.
- (28) - أحمد جوهر احمد : مرجع سابق ، ص 44.
- (29) - نبيل علي: مرجع سابق، ص 101 .
- (30) - رامي شريم: الإعلام الإلكتروني العربي مقارنة نقدية ، مجلة الإذاعات العربية ، ع4، تونس، 2001م، ص 15 .
- (31) - عبد الأمير الفيصل: الصحافة الإلكترونية في الوطن العربي ، ط1، دار الشروق للنشر والتوزيع ، عمان- الأردن، 2006م، ص25
- (32) - نجية من الكتاب: مستقبل الثورة الرقمية العرب والتحدي القادم، (كتاب العربي)، ع55، مجلة العربي، الكويت (2004/1/15م) ص 128.
- (33) - الصادق رايح : مرجع سابق ، ص 104 .
- (34) - محمود علم الدين: تكنولوجيا المعلومات والاتصال ومستقبل صناعة الصحافة، ط1، دار السحاب للنشر والتوزيع ، القاهرة- مصر، 2005م ، ص 242.
- (35) - جون ب ألزمان: إعلام جديد..سياسة جديدة ، ترجمة عبد الله الكندي، ط1، دار الكتاب الجامعي ، غزة - فلسطين، 2003م ، ص 174.
- (36) - فريال مهنا : مرجع سابق ص-ص 571-572.
- (37) - نبيل علي : مرجع سابق، ص105.
- (38) - محمد عبد الحميد : الاتصال والإعلام على شبكة الإنترنت ، مرجع سابق ، ص 43 .
- (39) - الصادق رايح : مرجع سابق، ص 191.
- (40) - حسني محمد نصر: الإنترنت والإعلام (الصحافة الإلكترونية)، ط1، مكتبة الفلاح، الكويت، 2003م، ص-ص 19-20.
- (41) - عبد الأمير الفيصل: مرجع سابق، ص 38.
- (42) - أنطوان بطرس: الإنترنت شبكة تحتوي العالم، مجلة العربي، ع449، الكويت، أبريل 1996م، ص 100.
- (43) - عبد الرضا الفائز: الإنترنت النشأة.. والأخطار، مجلة جامعة عجمان للعلوم والتكنولوجيا، المجلد السادس، ع3، الإمارات العربية المتحدة، 2001م، ص96.
- (44) - محمد سيد فهمي: تكنولوجيا الاتصال في الخدمة الاجتماعية ، المكتب الجامعي الحديث، 2006م، ص 303 .
- (45) - عبد الرضا الفائز: المرجع السابق، ص 97.
- (46) - فضيل دليو: مدخل إلى الاتصال الجماهيري ، مخبر علم اجتماع الاتصال، جامعة منتوري ، قسنطينة - الجزائر، 2003م، ص 121.
- (47) - محمد سيد فهمي: مرجع سابق، ص 303 .
- (48) - الصادق رايح : مرجع سابق ، ص 192.
- (49) - المرجع نفسه: ص-ص 191-192.
- (50) - محمد فلحي: صناعة العقل في عصر الشاشة ، ط1، الدار العلمية الدولية للنشر والتوزيع ودار الثقافة للنشر والتوزيع ، عمان - الأردن، 2002م، ص 119.
- (51) - إياد شاكر البكري : تقنيات الاتصال بين زمنين ، دار الشروق ، عمان- الأردن، 2003م، ص 122.
- (52) - محمد فلحي : المرجع السابق، ص 118.
- (53) - فضيل دليو : مدخل إلى الاتصال الجماهيري ، مرجع سابق ، ص 121.
- (54) - محمد سيد فهمي : مرجع سابق ، ص 306.
- (55) - صادق بن: ما هي شبكة الإنترنت ومن يملكها، الخبز الأسبوعي ، ع49، الجزائر (من 09 إلى 15 فيفري 2000)، ص23.
- (56) - علي محمد شمو: الاتصال الدولي والتكنولوجيا الحديثة، ط1، مكتبة الإشعاع ، مصر، 2002م، ص- ص 230- 231 .
- (57) - فضيل دليو : مدخل إلى الاتصال الجماهيري ، مرجع سابق، ص 122.
- (58) - علي محمد شمو : المرجع السابق ، ص 231.
- (59). [www.iranprivate.tripod.com/internet.htm\(22/01/2008\)](http://www.iranprivate.tripod.com/internet.htm(22/01/2008))

- (60) - فضيل دليو : مدخل إلى الاتصال الجماهيري ، مرجع سابق، ص 122.
- (61) - عبد الرضا الفائز : مرجع سابق ، ص - ص 97-98.
- (62) - محمد سيد فهمي : مرجع سابق ، ص 313 .
- (63) - الصادق رايح : مرجع سابق ، ص 193.
- (64) - محمد سيد فهمي : مرجع سابق ، ص 313 .
- (65) - علي الأعمس : عوامل إنجاح شبكة انترنت عربية، مجلة المستقبل العربي، ع222، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت-لبنان، أوت1997م، ص 93.
- (66) - علي محمد شمو : الاتصال الدولي والتكنولوجيا الحديثة، مرجع سابق، ص - ص 231-232.
- (67) - محمد سيد فهمي : مرجع سابق ، ص 314.
- (68) - وليد الشويكي: من يحكم الانترنت، مرجع سابق، ص 18.
- (69) - فضيل دليو: مدخل إلى الاتصال الجماهيري ، مرجع سابق ، ص 122.
- (70) - شذى سلمان الدركزلي: الانترنت : ثورة المعلومات والثقافة والتعليم ، مجلة آفاق الثقافة والتراث، السنة الرابعة، ع 16، شوال1417هـ، مارس1997م ، ص 35.
- (71) - عبد الملك ردمان الدنانى: تطوير تكنولوجيا الاتصال وعولمة المعلومات، المكتب الجامعي الحديث، 2005م، ص 43 .
- (72) - نبيل علي : مرجع سابق، ص 103 .
- (73) - المرجع نفسه، ص 371.
- (74) - شريف درويش اللبان : شبكة الانترنت بين حرية التعبير وآليات الرقابة، المدينة برس، مصر، 2004م، ص31.
- (75) - بشار عباس : العرب والانترنت ، الجوانب الاجتماعية والاقتصادية ، متاح على الخط : www.arabcin.net/arabiall/studies/arabandinternet.htm
- (76) - نبيل علي : مرجع سابق، ص 95.
- (77) - للزمزيد أنظر: ميتشيو كاكو : رؤى مستقبلية، كيف سيغير العلم حياتنا في القرن 21، ترجمة سعد الدين خرفان، سلسلة عالم المعرفة(270)، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت، 2001م، ص-ص 161-166 .
- (78) - ج.رضوان: الصحافة والصحافة الالكترونية، مجلة روضة الجندي، ع298، الجزائر، أكتوبر2003/2، ص 07 .
- (79) - عبد الرضا الفائز : مرجع سابق، ص 98.
- (80) - محمد فلحي : مرجع سابق ، ص 120 .
- (81) - انشراح الشال: الدهش والانترنت والتلفزيون في إطار علم الاجتماع الإعلامي، المدينة برس، مصر، 2003م، ص77.
- (82) - يوسف بن يزة : كيف يتعامل الجزائريون مع شبكة الانترنت؟، جريدة رسالة الأطلس، ع312، الجزائر، (25 سبتمبر- 1 أكتوبر2000م)، ص 9 .
- (83) - بيزان مزيان : استغلال الأساتذة الجامعيين لشبكة الانترنت: دراسة ميدانية بجامعة منتوري، قسنطينة، مذكرة ماجستير غير منشورة، قسم علم المكتبات، جامعة منتوري- قسنطينة- الجزائر، 2007، ص 138.
- (84) - إذاعة سطيف الجهوية: (حصّة العالم بين يديك)، 2008/01/25.
- (85) - قضي إبراهيم الشطي: النشر الالكتروني العربي، مجلة العربي، ع491، الكويت، أكتوبر، 1999، ص87.
- (86) - شريف درويش اللبان : مرجع سابق ، ص 151 .
- (87) -خلدون غسان سعيد : تطور الانترنت في العالم العربي، جريدة الشرق الأوسط ، ع10437، لندن (26/06/2007م)، ص 12.
- (88) - شريف درويش اللبان : مرجع سابق ، ص 151.
- (89) - انشراح الشال : مرجع سابق ، ص 77.
- (90) - صادق، بن : عدد مستخدمي الانترنت في العالم العربي يفوق المليون، الخبر الأسبوعي، ع19، الجزائر، (من 14 إلى 20 جويلية 1999)، ص23.



- (91) - فضيل دليو : مدخل إلى الاتصال الجماهيري ، مرجع سابق ، ص 125 .
- (92) - عبد الوهاب بوخنوقة : تأثيرات البث الفضائي والوسائط الالكترونية المتعددة في الإذاعة عموما وفي ثقافة الطفل العربي خصوصا، مجلة الإذاعات العربية، ع04، اتحاد إذاعات الدول العربية، تونس، 2004م، ص 144 .
- (93) - وكالات الأنباء : اللغة العربية في المرتبة الثامنة على الانترنت ، النهار الجديد، ع75، الجزائر، (2008/01/30)، ص12 .
- (94) - خلدون غسان سعيد : مرجع سابق ، ص 12 .
- (95) - محمد بشير بن طبة : الانترنت والبحث العلمي في العلوم الإنسانية ، دراسة استكشافية في كليات العلوم الإنسانية بجامعتي قسنطينة وورقلة ، مذكرة ماجستير غير منشورة، قسم الدعوة والإعلام والاتصال، جامعة الأمير عبد القادر الإسلامية، 2003م، ص 75 .
- (96) - نور الدين بومهرة ، ماجدة حجار: مرجع سابق ، ص-ص 230-231 .
- (97) - ص، حفيظ : البريد والمواصلات تكتسح سوق الانترنت ، الخبر الأسبوعي ، ع119، الجزائر، (من 12 إلى 17 جوان 2001م)، ص22 .
- (98) - [http://www.openarab.net/reports/net2006/algeria.shtml\(23/01/2008\)](http://www.openarab.net/reports/net2006/algeria.shtml(23/01/2008))
- (99) - مونية زغناش : السيبركافي... العنف والغرام بين السبابة والإهمام، جريدة المسار العربي، الجزائر، (2008/01/05م)، ص 12 .
- (100) - B. Chellali : Les tarifs d'accès à Internet haut débit revus à la baisse, Maghreb Hebdo, n°06, Algérie, (du 28 février au mercredi 05 mars 2008), p06.
- (101) - <http://www.openarab.net> (23/01/2008).
- (102) - محمد عبد الحميد : الاتصال والإعلام على شبكة الانترنت ، مرجع سابق، ص-ص 75-77 .
- (103) - Samia Kora : Research on line : Internet for Education Pur poses (IEP) langes, n° 02, faculté des lettres et des langes, Alger; 2001, p309.
- (104) محمد عبد الحميد : الاتصال والإعلام على شبكة الانترنت، مرجع سابق ، ص 78 .
- (105) - محمد سيد فهمي : مرجع سابق ، ص 329 .
- (106) - أحمد محمد صالح : سيكولوجية البريد الالكتروني، مجلة العربي، ع 511 ، الكويت ، جوان 2001م) ص115 .
- (107) - محمد عبد الحميد : الاتصال والإعلام على شبكة الانترنت ، مرجع سابق، ص-ص 78-79 .
- (108) - للمزيد أنظر : عبد الباسط عبد الوهاب: استخدام تكنولوجيا الاتصال في الإنتاج الإذاعي والتلفزيوني، المكتب الجامعي الحديث، 2005م ، ص-ص 187-190 .
- (109) - ص، حفيظ : مشاريع جديدة لمختبر Hotmail ، الخبر الأسبوعي ، ع60، (من 26 إلى 02 ماي 2000م)، ص 23 .
- (110) - أحمد محمد صالح : مرجع سابق ، ص 116 .
- (111) - (د.ك) : الانترنت تحت رحمة الإرهاب الالكتروني، رسالة الأطلس، ع364، (من 23 إلى 29 سبتمبر 2001م)، ص 15 .
- (112) - Daniel K.SCHNEIDER : le rôle de Internet dans la formation supérieure : scenarii et technologie, langes, n°02, faculté des lettres et des langes, Alger; 2001, p183.
- (113) - الصادق رايح : مرجع سابق ، ص 193 .
- (114) - محمد سيد فهمي : مرجع سابق ، ص 336 .
- (115) - المرجع نفسه ، ص 346 .
- (116) - شذى سلمان الدرکزلي ، مرجع سابق، ص 36 .
- (117) [http://www.alriadh.com/2008/01/10/article307956.html\(2008/01/24\)](http://www.alriadh.com/2008/01/10/article307956.html(2008/01/24))
- (118) - محمد عبد الحميد : الاتصال والإعلام على شبكة الانترنت ، مرجع سابق، ص-ص 86-87 .
- (119) - وليد الشوبكي : محركات رقمية ويليونيرات شبان ، العربي العلمي، ع3، أوت 2005، ص4 .
- (120) - صادق، بن : كيف تبث في شبكة الانترنت، الخبر الأسبوعي، ع17، (من 30 جوان إلى 06 جويلية 1999م)، ص 23 .
- (121) - ديفيد راندال: الصحفي العالمي، ترجمة معين الإمام، مكتبة العبيكان، ط1، 2007م، ص-ص 154-155 .
- (122) - محمد عبد الحميد : الاتصال والإعلام على شبكة الانترنت ، مرجع سابق، ص-ص 218-220 .





- (123) - مظفر الرزو : آلات البحث على الانترنت : تبحث لك أم عنك؟ مجلة العربي، ع556، مارس2005م، ص146.
- (124) - عبد الفتاح بيومي حجازي : مرجع سابق، ص 24.
- (125) - محمد عبد الحميد : الاتصال والإعلام على شبكة الانترنت ، مرجع سابق، ص-ص 84-85.
- (126) - صادق، بن : ما هي شبكة الانترنت ومن يمتلكها، مرجع سابق، ص 23.
- (127) - محمد سيد فهمي : مرجع سابق ، ص-ص 330-331.
- (128) - ديفيد راندال: مرجع سابق، ص-ص 162-163.
- (129) - مجدي محمد أبو العطا: الدليل العلمي لاستخدام الانترنت، ط1، كمبيوتر ساينس العربية لعلوم الحاسب، القاهرة، 1997م، ص160.
- (130) - المرجع نفسه ، ص 161.
- (131) - محمد سيد فهمي : مرجع سابق ، ص 332.
- (132) - رحيمة عيساني : مرجع سابق ، ص 176.
- (133) - محمود علم الدين : مرجع سابق ، ص 244.
- (134) - محمد سيد فهمي : مرجع سابق ، ص 332.
- (135) - مجدي محمد أبو العطا : مرجع سابق ، ص-ص 120-121.
- (136) - محمود علم الدين : مرجع سابق ، ص 250.
- (137) - محمد سيد فهمي : مرجع سابق ، ص 334.
- (138) - محمد عبد الحميد بسيوني: دليل استخدام شبكة الانترنت، مكتبة ابن سينا للنشر والتوزيع ، الرياض- السعودية، 1996م ص 82.
- (139) - محمد سيد فهمي : مرجع سابق ، ص 333.
- (140) - محمد عبد الحميد : الاتصال والإعلام على شبكة الانترنت، مرجع سابق، ص 87.
- (141) - Daniel K .SCHNEIDER : op,cit, p215.
- (142) - محمد عبد الحميد بسيوني: الشبكات والانترنت في ويندوز إكس بي، مكتبة ابن سينا، الرياض- السعودية، 2002م، ص 147.
- (143) - محمد عبد الحميد : الاتصال والإعلام على شبكة الانترنت ، مرجع سابق، ص 81.
- (144) - م، عبد الحميد بسيوني : دليل استخدام شبكة الانترنت ، مرجع سابق ، ص 151.
- (145) - عبد الباسط عبد الوهاب : مرجع سابق، ص-ص 196-197.



الفصل الثالث

استخدامات الانترنت

تمهيد

- I - الاستخدامات الايجابية للانترنت.
- II - الاستخدامات السلبية للانترنت.
- III - الوقاية من الاستخدامات السلبية للانترنت وعلاجها.

تمهيد:

استخدمنا هنا مصطلح "استخدامات" بدلا من "وظائف"، لأن منطلقنا أولا في هذه الدراسة هو "المستخدم"، وليس الانترنت/الوسيلة في حد ذاتها.



وثانيا، نظرا لخصوصية الانترنت كوسيلة اتصالية وإعلامية حديثة، لم تتبلور وظائفها بشكل جلي بعد، مع حداثة الدراسات الخاصة بها والتي تنصدرها البحوث الخاصة بأسباب الاستخدام ودوافعه، والتي يتفق خبراء الاتصال والإعلام على الاستدلال بها على وظائف الاتصال الإنساني بصفة عامة، ووظائف وسائل الإعلام بصفة خاصة⁽¹⁾.

I- الاستخدامات الإيجابية للانترنت:

إن خصائص الانترنت الكثيرة، ومزاياها المتعددة يمكن أن تعود على المستخدم بفوائد جليلة لا تستطيع أية وسيلة أخرى أن تجاريها في ذلك، لكن بشرط الاستخدام الجيد والايجابي لها. وتستخدم الانترنت في هذا الشأن لأغراض كثيرة نذكر أهمها فيما يأتي:

1- الصحافة الالكترونية والاستخدامات الصحفية للانترنت:

ويشار إلى الصحافة الالكترونية في الدراسات العربية بمسميات عديدة أبرزها: الصحافة الفورية النسخ الالكترونية الصحافة الرقمية، صحافة الشبكات، والصحافة عبر الانترنت .

وحاول إحسان محمود الحسان وضع تعريف للصحافة الالكترونية ينص على أنها الصحف التي تستخدم الانترنت كقناة لانتشارها بالكلمة والصورة الحية والصوت أحيانا والخبر المتغير آنيا.

فيما يشير محمود علم الدين إلى أن الصحافة الالكترونية هي تلك الصحف التي يتم إصدارها على شبكة الانترنت وتكون كجريدة مطبوعة على شاشة الكمبيوتر وتشمل المتن والصورة والرسوم والصوت والصورة المتحركة، وقد تأخذ شكلا أو أكثر من نفس الجريدة المطبوعة الورقية أو موجز بأهم محتويات الجريدة الورقية أو منابر و مساحات للرأي أو خدمات مرجعية واتصالات مجتمعية⁽²⁾.

بالإضافة إلى خصائص الانترنت التي يمكن إسقاطها على الصحافة الالكترونية، نجد هذه الأخيرة تتميز بسمات خاصة تتمثل فيما يلي:

- أنها توجد في إطار موقع معين Web site .
- أن الصحيفة قد توجد مستقلة بمفردها، أو في إطار موقع مؤسسة أخرى.
- أن القارئ يستطيع التوسع في التفاصيل أو الاكتفاء بالنص الموجود أمامه، فهناك مزج بين التطورات الراهنة في الحدث(النص المنشور) وحلقاته(الوصلة).
- أن هناك توظيفا للنص المكتوب إلى جانب الصور والرسوم مثلها في ذلك مثل الجريدة بالإضافة إلى توظيف تقنية الوسائل المتعددة(الصوت-الصورة-الحركة)
- أن القارئ يستطيع العودة إلى أعداد الجريدة السابقة من خلال خدمة الأرشفة إذا كانت متاحة⁽³⁾.



- إمكانية الحصول على التغذية العكسية أو رجوع الصدى الفوري من المستخدم، ويظهر هذا جليا في الحصول الفوري على نتائج استطلاعات الرأي حول الموضوعات أو القضايا المثارة على صفحات الموقع.
- الآنية والتحديث المستمر، حيث تتفق صحافة الشبكات طبع الصحافة التلفزيونية في أن الخبر لم يعد تسجيلا للوقائع والأحداث، وإنما أصبح الخبر هو الحدث نفسه نظرا لتطور تقنيات التسجيل والبث المباشر عبر الأقمار الصناعية، وهو ما تتسم به صحافة الشبكات التي لا ترتبط بموعد خاص للصدور الدوري⁽⁴⁾ فالعمل الصحفي على الانترنت لا يتوقف على مدار 24 ساعة.
- التغطية الصحفية اللامحدودة، لتوافر مساحة كبيرة ولا محدودة على الانترنت، تسمح بتغطية كبيرة للحدث، وإحالة تفاصيله إلى روابط عديدة⁽⁵⁾.
- تعد الصحافة الالكترونية جزء من فكرة النشر الالكتروني الذي يقصد به كل نشر تكون فيه المواد(نصوص، صور وسائط متعددة) محفوظة للتداول، أو موزعة بشكل الكتروني أو رقمي، وتدخل في ذلك المواد المحملة على قرص ممغنط أو مليزر أو التي يتم بثها عبر الانترنت⁽⁶⁾.
- وتصنف الصحافة الالكترونية إلى ثلاث فئات⁽⁷⁾:
 - المواقع التابعة لمؤسسات صحفية تقليدية كالصحف وبعض الفضائيات، وتعد امتدادا لها.. ولا يعمل بهذه المواقع صحفيون وإنما مبرمجون ينقلون ما في الصحيفة المطبوعة مثلا إلى الموقع الالكتروني.
 - المواقع الإخبارية كبوابات الإعلامية وهي مواقع إعلامية متخصصة تنشر أخبارا وتحليلات وتحقيقات أعدت خصيصا للنشر على شبكة الانترنت، وتحديث المواد على مدار 24 ساعة ويعمل في هذه البوابات محررون ومراسلون مهنيون يمكن تسميتهم بصحافي الانترنت.
 - الصحف الالكترونية البحتة التي ليس لها صحيفة مطبوعة، وتدار عادة بجهد فردي وتغطي مجالات الأخبار كافة من سياسة واقتصاد ورياضة وسينما وموسيقى... وتحاول أن تستفيد من تقنيات تصميم الصفحة لمزيد من التنوع وهي صحف يومية يتم تحديث موادها الإخبارية آنيا، وصفحتها يوميا.
- أما عن نشأة الصحافة الالكترونية، فكانت صحيفة (هيلزنبورغ داغبلاد) السويدية هي الصحيفة الأولى في العالم التي نشرت الكترونيا بالكامل على شبكة الانترنت عام 1990.. ووصل عدد الصحف الالكترونية إلى 2000 صحيفة عام 1996م⁽⁸⁾.
- أما عربيا، فقد توافرت الصحيفة اليومية العربية للمرة الأولى عبر شبكة الانترنت في 09 سبتمبر 1995م وتمثل في (الشرق الأوسط)، تلتها صحيفة النهار البيروتية بدءا من 1 جانفي 1996م⁽⁹⁾.
- وأما جزائريا، فإن أول جريدة إلكترونية تظهر على شبكة الانترنت تتمثل في (Algeria Interface) وذلك في نوفمبر 1999م، أسسها جزائريون في الخارج بتمويل من (sida) وكالة التنمية السويدية⁽¹⁰⁾.



أما أول جريدة ورقية تنشأ موقعا لها على الانترنت فكانت (El watan) في نوفمبر 1997م، ثم (LIBERTE) في جانفي 1998م⁽¹¹⁾.

وفيما يخص الاستخدامات الصحفية للانترنت، فنجد أهمها يتمثل فيما يلي :

- أن الانترنت تحقق التواصل المباشر والفوري بين الصحفي ومؤسسته كما شاهدنا في حرب الخليج الأخيرة ، وأفغانستان، حيث كانت وسيلة فعالة استخدمتها الشبكات الإخبارية من بينها أبو ظبي والجزيرة في نقل أحداث الحرب كبديل للث عبر الأقمار الصناعية حينما يتعذر وجود تسهيلات فنية، فيكفي المراسل خط تليفوني (نقال) وتوصيله بجهاز كمبيوتر محمول مزود بكاميرا صغيرة لينقل رسالته الإخبارية عبر الشبكة الدولية لتصل إلى المشاهدين في نفس اللحظة .
 - من ناحية أخرى ، أصبح البريد الإلكتروني وسيلة سريعة لحصول الصحفي على أية معلومات أو إجراء أي حديث مع أية شخصية، كما يمكن عقد مؤتمرات عن بعد، ونقاشات جماعية ..
 - الانترنت قد تكون نفسها مصدر من المصادر بما تملكه من مواقع رسمية كالوزارات والدوائر تتيح الحصول على وثائق وأرقام وإحصائيات⁽¹²⁾.
 - استطلاع وجهات نظر المستخدمين في الموضوعات الصحفية والتعرف على آرائهم وأفكارهم وردود أفعالهم حول القضايا التي يطرحها عليهم الصحفي .
 - الاتصال بقواعد المعلومات ومحركات البحث و أرشيفات العديد من المنظمات والشركات ووسائل الإعلام والمكتبات والجامعات والمنظمات، والاستفادة منها في نواحي صحفية عديدة.
 - استخدام الانترنت كأرشيف خاص للصحفي، يحوي موضوعاته الصحفية ومواعيده وعناوينه الخاصة واهتماماته وكتبه وقرائمه ..
 - الانضمام إلى جماعات صحفية وإخبارية يتبادل معها الخبرات الصحفية في موضوعات شتى، وبما يساعد في تطوير مهاراته ومعارفه⁽¹³⁾.
- ما يجب الإشارة إليه عند الحديث عن تأثير الانترنت على الصحافة المكتوبة، هو ذلك التغير الذي طرأ على العمل الصحفي بصفة عامة، ولم يعد الاهتمام منصبا فقط على إصدار الصحف وتوزيعها، بل امتد إلى الشكل، فالانترنت كشفت عن تحديات جديدة للصحافة المكتوبة، ومن المتوقع أن تقودها نحو ثورة عميقة في تطبيقات الصحافة في مختلف مراحل العملية وخاصة في مجال العرض و الإخراج، كما جعلت الانترنت العديد من الصحف تتجه إلى إنشاء مواقع لها على الشبكة⁽¹⁴⁾.
- فالانترنت سوف لن تقضي على الصحيفة أو على أية مؤسسة إعلامية أخرى، وإنما ستقدم خدمات جلية للإعلام والاتصال وللمختلف المؤسسات الإعلامية، فالعملية هي عملية تكامل أكثر منها عملية تنافس أو القضاء على الآخر⁽¹⁵⁾.





2- المكتبة الالكترونية (الافتراضية) عبر الانترنت:

يعكس مفهوم المكتبة الالكترونية، المعلومات المخزنة الكترونياً والمتاحة للمستخدمين من خلال نظم الشبكات الالكترونية، ولكن دون أن يكون هناك موقعا ماديا، فهي شبه مخزن للمعلومات، وقد يسميها البعض بالمكتبة الافتراضية، وهي تحقق دون شك انخفاضا في تكاليف الإنتاج والاختزان والبث الالكتروني، في مقابل ارتفاع واضح في تكاليف إنتاج المعلومات المعتمدة على الورق، وقد صادف ذلك انخفاض ميزانية المكتبات، مما دفع العديد من الدارسين إلى القول بأن مكتبة المستقبل هي المكتبة الالكترونية.

بالإضافة إلى المبررات الاقتصادية، هناك أيضا الإتاحة الأفضل التي تقدمها المعلومات الالكترونية للمستخدمين في أي وقت من الليل والنهار، والمكتبة الالكترونية تضع أوعية المعلومات في صورة الكترونية سواء على أقراص مدججة أو شبكة محلية أو على الانترنت⁽¹⁶⁾.

وزيادة على ما تقدم هناك مزايا كثيرة للمكتبة الافتراضية، منها:

- أن المنتفعين بشبكة الانترنت، سواء يعيشون في مناطق فقيرة أو غنية في العالم يتمتعون كمبدأ بإمكانية غير محدودة للوصول إلى أية مادة بالمكتبة.

- وعند الوصول إلى الوثائق التي يبحثون عنها، يمكنهم أن ينسخوها إلكترونياً، أو الحصول على نسخة مطبوعة منها.

- يمكن القيام بأبحاث الكترونية من خلالها، ووضع فهرس وقوائم لها.

- وفي الوقت نفسه فإن بنود النسخة المطبوعة الأصلية تبقى مخزنة بأمان لتصير بالتدريج متاحف للكتب بدلا من أن تبقى مكتبات تقليدية⁽¹⁷⁾.

- وتتميز المكتبة الافتراضية أيضا بمقدرتها العالية على إيصال المعلومات إلى طالبها بسرعة فائقة، ووصولهم بأحدث المعلومات مع إتاحتها لهم في جميع الأوقات.

- لا تحتاج المكتبة الافتراضية إلى مبنى يأويها بل إلى مجموعة من الخوادم، وشبكة تربطها، وهي عملية في خدماتها... وليست حكرا على المعلومات النصية، بل تحوي صورا وأشكالا رقمية⁽¹⁸⁾.

- المكتبة الافتراضية تقوم أساسا على الكتاب الالكتروني وهو مصطلح يستخدم لوصف نص مشابه للكتاب الورقي، يمكن عرضه على شاشة الحاسوب⁽¹⁹⁾.

وكان بيل كلينتون قد لمح إلى إمكانية إقامة مكتبة افتراضية انطلاقا من مكتبة الكونغرس وذلك في

فيفري 1996م عندما وقع الرئيس الأمريكي في قاعة المطالعة الكبرى لمكتبة الكونغرس معاهدة رفع القيود القانونية عن الاتصالات عن بعد (Télécommunications act). وفي هذه المناسبة أعلن أن "ثورة الإعلام قد تمكن كل طفل أمريكي باستقدام المعارف المتجمعة في هذه القاعة إلى صالونه"، وكانت مكتبة





الكونغرس قد أطلقت منذ 1994م برنامجا واسعا لترقيم محتواها، أي حوالي 5 ملايين وثيقة، من أجل نشر الإرث الثقافي والتاريخ الأمريكي بصورة أفضل⁽²⁰⁾.

وتعتبر مكتبة الكونغرس من بين قلة من أكبر مكتبات العالم العامة والخاصة بالبحوث التي تخطط، أو بدأت بالفعل تحضر لتكون (ومنها ما أصبح بالفعل) متاحة على شبكة الانترنت.

وبذلك تشكل رأس المال المشترك لمكتبة ضخمة ليس لها وجود مادي-إنها المكتبة الافتراضية⁽²¹⁾ مثلما هو الحال مع مشروع "بيرسوس" (perseus) الأمريكي الذي كان يرمي إلى جمع مكتبة إلكترونية لمؤلفات حول الدراسات الكلاسيكية...أو المكتبة الكوكبية التي طرح فكرتها تيد نيلسون في شكل مشروع "كاسانادو" (Xanadu)، مقترحا أن تكون مكتبة مدفوعة الخدمة، وأن تتحول تدريجيا إلى فضاء كوكبي للكتابة...

ويتطلع مصمموا الكاسانادو نحو بناء صرح أكبر بكثير من مجرد خلق بنية معلوماتية للمعطيات، إنهم يتخيلون فضاء مفهوميًا واحدًا يعمل عليه كتاب وقراء العالم بأسره، أي أنهم يخططون لبناء شبكة كوكبية قادرة على خدمة مئات الملايين من المشتركين بشكل فوري، ومتزامن، عبر إمكانية الوصول إلى الجسم المخزن لجميع المكتوب والجرافكي والمعطيات المنتجة في العالم⁽²²⁾.

ويعتبر موقع (المكتبة العربية) الالكترونية، أول موقع عربي على الانترنت، متخصص في الكتب الالكترونية العربية فقط دون الكتب الورقية، ويتميز بكونه مكتبة فعلية تحتوي على إصدارات دور النشر من جميع أنواع الكتب التي صدرت سابقا أو حديثا في جميع المواضيع والاهتمامات .. ويقدم كتبًا إلكترونية بصيغة (e-book) وهي ملفات طبق الأصل عن الكتاب الورقي من ناحية الشكل والتصميم والمحتوى⁽²³⁾.

ويبقى أهم عائق يقف أمام المكتبة الافتراضية عبر الانترنت هو حقوق الملكية الفكرية، إذ توضع اليوم أشكال متنوعة من الحماية للملكية الفكرية، منها التقني لمنع الوصول إلى المادة. ومنها القانوني الذي شدد حصرياً الملكية الفكرية في التكنولوجيا الرقمية أكثر مما كان موجودا في الماضي⁽²⁴⁾.

3- التعليم عن بعد (الافتراضي):

يعرف التعليم عن بعد بأنه: "ذلك النوع من التعليم الذي يكون فيه المعلم (أو المؤسسة التي تقدم التعليم) بعيدا عن المتعلم إما في المكان أو الزمان، أو كليهما معا" ويعتمد هذا النوع من التعليم على وسائط اتصال عديدة، مطبوعة، مسموعة، مرئية وحتى الالكترونية منها.





وكانت إحدى الوسائل الحديثة المستخدمة في هذا النوع من التعلم شبكة الانترنت، بما تتيحه من إمكانات هائلة لتخزين إرسال، واستقبال المعلومات، إذ سمحت لكل من الأساتذة، والباحثين، والطلبة من التراسل والتخاطب خارج إطار الزمان والمكان⁽²⁵⁾.

وتتنوع البرامج والمقررات العلمية المعروضة بين مقررات محو الأمية وأعلى مستويات دراسات البرمجة، وهناك المئات من الدرجات التعليمية المتاحة الآن من خلال برامج التعليم عن بعد- حيث أكثر من 90% من الوحدات المطلوبة متوفرة - مثلة في العشرات من درجات الماجستير وبعض درجات الدكتوراه، وتشير بعض التقديرات إلى أن 50 ألفاً من المقررات متاحة الآن (عام 2000م) عبر نظم تعتمد تقنيات التعليم عن بعد⁽²⁶⁾.

ولقد ظهرت العديد من الجامعات عبر الانترنت التي تتيح هذا النوع من التعليم مثل جامعة ألمانيا الدولية للتعليم عن بعد، ومعهد روكستر للتكنولوجيا الذي يقدم فصولاً دراسية عبر الانترنت، بمنح شهادة الماجستير في تكنولوجيا المعلومات، وتطوير البرامج، والإدارة وغيرها، أما معهد ماساتشوستس للتكنولوجيا (MIT) فيقدم برنامجاً لنيل درجة الماجستير في إدارة وتنظيم الأنظمة⁽²⁷⁾. وفي الولايات المتحدة الأمريكية أكثر من 300 جامعة (حتى عام 2000م) تقدم إعداداً إلكترونياً عن بعد، وبعضها غير موجود إلا عبر الانترنت مثل (Internationnal University) المشهورة ودروسها وإن كانت تعتمد على أساتذة تقليديين، إلا أنها تتكيف بصورة خاصة مع التعليم على الخط⁽²⁸⁾.

ومن المتوقع أن تكون 95% من المحاضرات في الولايات المتحدة الأمريكية على الأقل مدعوماً رقمياً بحلول العام 2025، وستكون المقررات التعليمية الرقمية لمعظم المستويات التعليمية متاحة عن بعد قبل 2025م بكثير⁽²⁹⁾.

أما في فيما يخص التجارب العربية في هذا الميدان فنجد دولة الإمارات العربية، قد تبوأ دوراً ريادياً في تطوير التعليم واتجاهه نحو التعليم الإلكتروني، حيث نجد، مشروع مدرسة الشارقة النموذجية.. أين تربط المواد الدراسية المقررة مع أجهزة الحاسوب والفيديو والانترنت، كما أطلقت السعودية من جهتها عام 2000م مشروع عبد الله بن عبد العزيز لإدخال الانترنت وتكنولوجيا المعلومات إلى التعليم المدرسي، وانطلق المشروع من خلال قاعدة بيانات ومعلومات ضخمة يقوم عليها متخصصون تربويون وفنيون في البرمجة الحاسوبية لتعميمه على مدارس التعليم العام والخاص في المملكة العربية السعودية⁽³⁰⁾.

وفي الجزائر وفي أول تجربة من نوعها، أقيم ما بين 28 و 30 مارس 2001 ملتقى دولي لمناقشة إقامة الجامعة الافتراضية على الانترنت في إطار مشروع "ابن سينا" الأوروبي المتوسطي تحت إشراف منظمة "اليونسكو" على أن ينفذ المشروع بجامعة التعليم والتكوين المتواصل، ابتداءً من ماي 2001م⁽³¹⁾. وفي 2007م أقام المركز الوطني لدمج وتطوير تكنولوجيا الإعلام والاتصال في المنظومة التربوية حجر الأساس



لمشروع المدرسة الالكترونية (e-ecole) بالتعاون مع مؤسسات أجنبية، وتمويل من طرف المنظمة الأوروبية بالتعاون مع وزارة البريد وتكنولوجيا الإعلام والاتصال، وقد اختيرت 4 مؤسسات لتطبيق المشروع منها متوسطة وثانوية بالعاصمة، ثانوية بعنابة، وثانوية في الاغواط⁽³²⁾.

ونذكر فيما يلي، أهم مزايا التعليم عن بعد باستخدام الانترنت:

- جمع عدة أقسام دراسية حول موضوع واحد عبر العالم، وإجراء حوار مباشر فيه، وتبادل الآراء والأفكار في مجاله.

- متابعة الدراسة في معاهد افتراضية بديلة عن فصول الدراسة التقليدية .. مما يمكن الفرد من الدراسة في أفضل جامعات العالم عن طريق الانترنت⁽³³⁾.

- إمكانية الحصول على معلومات أكثر بغزارة وغنى من خلال الويب (www).. فبعض الطلبة يفضلون استخدام الانترنت بدل المكتبة التقليدية، لأنهم يعتبرون المصادر الالكترونية أكثر حداثة من المصادر المطبوعة، حتى الموسوعات الشاملة تبدو قديمة ما لم تكن حدثت كل عام⁽³⁴⁾. مما يربط المستخدم بآخر ما توصل إليه العلم في أي مجال.

- توفير جو من المتعة والتشويق أثناء البحث عن المعلومات أكثر من طرق البحث عن طريق الكتب والمراجع والمجلات وذلك نظرا لاحتوائها على عناصر الوسائط المتعددة من أصوات وصور متحركة ورسوم وأشكال وأتماط مختلفة من العروض.

- توفير بيئة تعليمية تنصف بالحرية وعدم الاقتصار على غرفة الصف، أو زمان محدد بل التعلم في أي وقت وأي زمان⁽³⁵⁾.

- يمكن استخدام البريد الالكتروني ليتواصل من خلاله المتعلمون مع الموجه أو المرشد الأكاديمي بسرعة وفعالية دون مواعيد مسبقة، أو ساعات مكتبية، إذ بإمكانه توجيههم إلى مصادر المعلومات المتوفرة عبر هذه الشبكة، كما يمكنهم استشارته في بعض القضايا التعليمية.

- إمكانية الاشتراك لكل من المتعلمين والموجهين في منتديات محلية أو عالمية للحوار. كما يمكن الاشتراك بالدوريات التي تنشرها دور النشر عبر الانترنت⁽³⁶⁾.

- يعمل التعليم عن بعد على حل العديد من المشكلات والأعباء المتمثلة في عدم قدرة الجامعات على استيعاب الأعداد المتزايدة من خريجي الثانويات العامة في البلدان العربية، وخاصة بالنسبة للطلبة الذين يتطلعون لدراسة تخصصات معينة ولكن لا تسمح لهم معدلاتهم بذلك.

- إكساب الطلبة مهارات إيجابية من خلال التعامل مع الشبكة، مثل مهارة القيادة، ومهارة بناء الفريق، ومهارة التواصل مع الآخرين، ومهارة حل المشكلات، ومهارة التفكير الإبداعي، ومهارة التفكير الناقد، وغيرها من المهارات⁽³⁷⁾.





● بالإضافة إلى ما سبق فإن التعلم عن بعد باستخدام الانترنت، يؤكد على محوريات العملية التعليمية، فالمتعلم قادر على مواصلة التعلم ذاتيا، وهذه المحورية تقتضي التركيز على احتياجات المتعلم (إضفاء الطابع الفردي) ومراعاة خلفيته الفردية.

● فيما يخص المعلم، المزيد من الحرية في اختيار مادة الدراسة وأسلوب تقديمها وعرضها، وفي تقويم أداء طلبته - أي تعليم الإنسان كيف يتعلم ذاتيا؟ وكيف يواصل تعليمه؟ أمام تضخم المعرفة وتنوع مصادرها وطرق اكتسابها ووسائل تعليمها. ومنه نقول أن المعلم قد فقد سلطة احتكار المعرفة، ولم يعد مجرد ناقل لها إلى كونه مشاركا وموجها إلى موارد المعلومات. وفرص التعلم المتعددة المتاحة عبر الانترنت.

● فيما يخص المنهج أو المادة التعليمية، لم يعد يتم بطريقة خطية، بل أصبح منهجا حلزونيا، قائما على أن أية مادة تعليمية يمكن تدريسها في أية مرحلة من العمر، مع استمرارية عملية التعميق المعرفي من خلال (تكرار-زيادة) ما تم تدريسه في مراحل سابقة. فنحصل على ما سماه البعض بتشظي النصوص والمعارف، وتشظي المناهج⁽³⁸⁾.

4- المنظمة الافتراضية:

تعرف المنظمة الافتراضية على أنها "المنظمة التي تستخدم الشبكات (الانترنت بالخصوص) في الارتباط بالأفراد، والممتلكات والأفكار، بغرض أن تؤمن وتوزع المنتجات والخدمات، من دون أن تلزم نفسها بالحدود التنظيمية التقليدية والمواقع (المادية) الفعلية"⁽³⁹⁾.

كما تعرف على أنها "شكل من أشكال التعاون الأفقي والرأسي بين مجموعة من الشركات المستقلة للحصول على خدمة أو منتج وفقا للفهم السائد للعمل، إذ تساهم كل شركة بأفضل ما لديها من قدرات، بحيث تبدو المؤسسة الافتراضية للملاحظ الخارجي وكأنها وحدة متكاملة. وتدار المؤسسة الافتراضية من قبل إدارة مركزية، تعتمد على تكنولوجيا المعلومات والاتصالات (مثل الانترنت) في دعم عملية التنسيق. وتزول هذه المؤسسة بزوال الهدف من إنشائها إما بالحصول على الخدمة أو المنتج، أو بفشلها"

وتقوم المنظمة الافتراضية على مبادئ: الافتراضية (virualness)، الفصل بين متطلبات المستهلك وإرضاء تلك المتطلبات، المرونة في التحول (switching) من أجل إرضاء المتطلبات، التفاعلية عبر استخدام تكنولوجيا الاتصالات والوسائط المتعددة، والتعاون⁽⁴⁰⁾.

ويمتد مقر العمل الافتراضي عبر المنظمات الافتراضية. وتشارك الآن مصانع الطائرات والسيارات مع مورديها لتصميم قطع الغيار ووحدات التجميع. وغالبا ما يعمل المهندسون في كثير من الشركات مع بعضهم البعض على موقع العمل الافتراضي لتطوير منتجات جديدة.. إنهم يتقاسمون المعلومات





والتصميمات، والخواطر والأفكار دون حاجة إلى تقارب مكاني فيما بينهم. فقد أضحى من السهل على فريق من المهندسين في شركات عدة، أن يعقد اجتماعا في شكل منتدى من تلك المنتديات التي تنظم عن طريق مؤتمرات الفيديو (عبر الانترنت)⁽⁴¹⁾.

وهناك عدد من المزايا التي عكستها الانترنت على المنظمات وعلى إجراء العمل والإدارة فيها، يمكن أن نحددها في الآتي:

- ضاعفت الانترنت من فرص الوصول والحصول على المعلومات والمعرفة، وكذلك تخزينها وتوزيعها. لذلك فإن أية معلومات تقريبا، وفي أي مكان وموقع كانت يمكن أن تكون متاحة للمنظمات.
- باستخدام الانترنت تستطيع المنظمة تقليص عدد من المستويات الإدارية، وتمكن من سرعة وقرب في الاتصالات بين الإدارات العليا والإدارات في المستويات الأقل منها.
- قلصت الانترنت من التكاليف الإجمالية للمؤسسة المعنية باستخدامه⁽⁴²⁾.

5- استخدام الانترنت في العلاقات العامة:

هناك تعريف شائع للعلاقات العامة وأكثر نوعية عرضته مجلة العلاقات العامة الأمريكية (Public Relations News) وفيها تشير إلى أن "العلاقات العامة وظيفة إدارية تقيم اتجاهات الجمهور، وتحقق سياسات وتصرفات الفرد أو التنظيم مع المصلحة العامة، وتضع وتنفذ برنامج عمل للفوز بثقة الجمهور وتقبله للمؤسسة"⁽⁴³⁾.

ولأن العلاقات العامة وظيفة إدارية (داخل المنظمة)، فهي ليست بمنأى عن استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة والانترنت بشكل خاص، والتي صارت أكثر من ضرورية للمزايا الكثيرة التي تقدمها.

ويمكن إجمال أوجه الاستفادة من الانترنت في مجال العلاقات العامة في الآتي:

- استخدام قواعد البيانات على الشبكة في الحصول على المعلومات وكتابة التقارير، الأمر الذي يمكن بعض ممارسي العلاقات العامة من المشاركة في صنع القرار داخل منظماتهم.
- استخدام البريد الإلكتروني كوسيلة اتصال شخصي داخليا بين أفراد المنظمة، وخارجيا مع الجمهور ومع المنظمات الأخرى (الجمهور الداخلي والخارجي).
- التواجد الدائم في الشبكة العنكبوتية من خلال الموقع الخاص بالمنظمة.
- إجراء البحوث: في شكل مقابلات في الشبكة (on-line interviewing)، عبر البريد الإلكتروني، والتصويت في موقع المنظمة (websurveys)، ومجموعات الأخبار (news groups)، والتخاطب (الدردشة) (chat) والمهاتفة عبر الانترنت.





- التعرف على صورة المنظمة من خلال ما ينشر عنها من قبل وسائل الإعلام والمنافسين والمستخدمين وغيرهم ، في الانترنت.
- تقوم بعض المنظمات الرائدة بإعداد مواقع توضع على الشبكة في حالات الأزمات يطلق عليها تسمية (dark web sites) وتستهدف جمهورا محددًا⁽⁴⁴⁾.
- وهناك من يرى بأن استخدام الانترنت في مجال العلاقات العامة أزال الحاجز النفسي بين المنظمة وجمهورها، فأصبحت تبدو قريبة منهم ، وكأن الانترنت هي البوابة الأمامية للمنظمة، وموقعها على الويب هو الردهة التي يتحول فيها الجمهور⁽⁴⁵⁾.

6- الإعلان الإلكتروني (عبر الانترنت):

إذا كان الإعلان حسب التعريف الذي أورده جمعية التسويق الأمريكية: "جهود غير شخصية لتقديم الأفكار أو السلع أو الخدمات بواسطة جهة معلومة و مقابل أجر مدفوع"⁽⁴⁶⁾.

والمقصود بالجهود غير الشخصية هو استخدام وسائل الإعلام المختلفة، فإن الإعلان عبر الانترنت هو نوع من الإعلانات وذلك حسب الوسيلة الإعلامية المستخدمة، كأن نقول الإعلان التلفزيوني مثلا، مسبة إلى التلفزيون.

ويمكن تعريف الإعلان الإلكتروني (عبر الانترنت) على أنه "جمع أشكال العرض الترويجي المقدم من معلن معين من خلال شبكة الانترنت"⁽⁴⁷⁾.

ويتخذ الإعلان على شبكة الانترنت عدة أشكال⁽⁴⁸⁾، أهمها: الشريط الإعلاني، إعلانات الرعاية الرسمية، الإعلانات المفاجئة، الإعلانات الفاصلية، الإعلانات المرتبطة، النسخ الإعلامي.

ولقد انتشرت الاستثمارات الإعلانية بشكل واسع على شاشة الانترنت، بعد انطلاقتها من نقطة الصفر في عام 1995م، هذا الواقع دفع المستثمرين إلى التفكير جديا لتأسيس صناعة قائمة بمجد ذاتها، تختص فقط بالإعلان عبر الانترنت الذي تختلف قواعده اختلافا كبيرا عن قواعد الإعلان في وسائل الإعلام الأخرى⁽⁴⁹⁾.

لذلك قامت مجموعة من الشركات الدعائية ودور النشر الإلكتروني على الانترنت نهاية 1998 بتشكيل منظمة جديدة أطلق عليها رمز (fast) أي السرعة. وهي رمز مختصر للاسم الكامل لها (مستقبل المساهمين بالحصص في الترويج والدعاية) ما ساهم في تشجيع أكبر الشركات العالمية في الاستثمار للإعلان الإلكتروني، وجعل مداخل الإعلانات تتضاعف سنويا⁽⁵⁰⁾.

حيث شهدت الإعلانات بالانترنت نموا متصاعدا، فعلى سبيل المثال كان المنفق على الإعلان بالانترنت في عام 1995م لا يتجاوز 43 مليون دولار أمريكي. قفز إلى 1 بليون عام 1998م، ثم





تضاعف عام 1999م ليصبح 2 مليون دولار. وكان من المتوقع آنذاك أن يصل إلى حوالي 15 بليون دولار عام 2005م⁽⁵¹⁾.

ويتميز الإعلان عبر الانترنت بمجموعة من الخصائص، أهمها:

● أن أي معلن على الانترنت يمكنه أن يدفع فقط على نسبة المترددين الفعليين على إعلانه، وليس على العدد المحتمل لمستخدمي الانترنت الذين يمكن أن يتعرضوا لإعلانه، وهنا يكمن الفرق الكبير بين الرؤية الحديثة لقياس درجة التردد⁽⁵²⁾.

● توفر الإعلانات بالانترنت للمعلن تغذية عكسية فورية من خلال المعلومات المرتدة من زائري موقعه على الانترنت وهي إمكانية لا تتوفر في الإعلانات التقليدية.

● كما تتيح للمعلن تفصيل رسائل ترويجية تناسب مع كل قطاع مستهدف من العملاء، بمجرد تنشيط (ضغط) المشتري المحتمل لموضع الإعلان داخل الموقع.

● تخدم الإعلانات بالانترنت التسويق المباشر، حيث يمكن للمعلن تتبع كل زائر لموقعه على الانترنت تعامل مع الإعلان ونوعية الاستفسارات التي طلبها، والموضوعات مثار اهتمامه، وهو يمكن المنظمة من توجيه رسائل ترويجية مباشرة للمستثمرين المحتملين على بريدهم الالكتروني تتضمن الاهتمامات الخاصة بكل مشتري⁽⁵³⁾.

● إمكانية الوصول إلى أعداد كبيرة جدا من الأفراد الذين يمثلون سوقا هائلة للسلع والمنتجات التي تقدمها المنظمات. وذلك يجعل عمليات الاختيار والمنافسة قائمة بين المنظمات المختلفة .

● تقديم الخدمات بأساليب متنوعة وببسر وسهولة، مع إمكانية التقييد المستمر لأساليب العرض والإفصاح عما تريده المنظمة بسرعة وبتكاليف معقولة قياسا للطرق التقليدية التي يصعب فيها تصحيح ما نريده بهذه المرونة العالية.

● يمكن للأفراد الحصول على كميات هائلة من المعلومات المعروضة من قبل المنظمة في الإعلان بالانترنت، مع السرعة الكبيرة من خلال نقرات بسيطة على الفأرة⁽⁵⁴⁾.

● يتصف الإعلان بالانترنت كذلك باقتصاديته، فتكلفته أقل بكثير من تكلفة الإعلان التقليدي على صفحات الجرائد والمجلات، والطبع أقل من تكلفة الإعلان في التلفزيون والقنوات الفضائية.

● يمكن للمعلن استخدام التقنيات الفنية المتقدمة لشبكة الانترنت من مؤثرات بصرية وصوتية لجذب انتباه المشتريين المحتملين⁽⁵⁵⁾.

7- التسويق الالكتروني (عبر الانترنت):





يقصد بالتسويق (marketing) تلك العملية الاجتماعية والإدارية التي يتم بمقتضاها الحصول على الاحتياجات والرغبات عن طريق خلق وتبادل منتجات ذات قيمة مع الآخرين، ويتضمن ذلك تخطيط وتسعير وترويج تلك المنتجات⁽⁵⁶⁾.

ويقصد بالتسويق الإلكتروني استخدام امكانات شبكة الانترنت وشبكات الاتصال المختلفة والوسائط المتعددة في تحقيق الأهداف التسويقية⁽⁵⁷⁾.

ويشير التسويق الإلكتروني عبر الانترنت إلى الأنشطة التسويقية التي يتم تنفيذها عبر شبكة الانترنت⁽⁵⁸⁾. ويستفاد من ذلك أن التسويق بالانترنت متعدد الوظائف، فهناك التوزيع بالانترنت، التسعير بالانترنت، والترويج بالانترنت.

وللتسويق بالانترنت مزايا عديدة، أهمها:

- التسويق المباشر على الانترنت باستخدام البريد الإلكتروني، أو كتيبات الانترنت المصورة، أو بالبريد الصوتي، أو التسويق بقواعد البيانات (داخلية أو خارجية)⁽⁵⁹⁾ وذلك ما يؤدي إلى خفض ميزانية التسويق وتوفير الأموال.

- توفير الوقت من خلال اختصار خطوات عملية التسويق، إذ أن جميع مراحل عملية التسويق يمكن أن تتم بواسطة الخدمة المباشرة على أجهزة الكمبيوتر وشبكة الانترنت، بالإضافة إلى أن التسويق الإلكتروني متاح على مدار الساعة طوال العام⁽⁶⁰⁾.

- يتيح للمنظمات خدمة قطاعات جديدة ومتنامية من العملاء، يشار إليهم بعملاء التسويق بالانترنت.
- يسهم التسويق بالانترنت في زيادة رضا العملاء، وتحسين جودة المنتج، فالقدرة التفاعلية لهذا النشاط تتيح تغذية عكسية فورية لمواقع المنظمات على الانترنت.

- يساعد التسويق بالانترنت بمفهومه الواسع في خلق الوعي لدى المشتري بالمنتج، فعرض المنتجات المختلفة على شبكة الانترنت يسهم في خلق إدراك عال بالمنتج ومكوناته، وخصائصه وأسعاره، بما يتوافر للشبكة من تقنيات ومؤثرات فنية عالية⁽⁶¹⁾.

- تستخدم إمكانيات الانترنت في خدمة العملاء إلكترونياً (خدمة ما بعد الشراء) وجعل أية منظمة على اتصال وثيق بعملائها الحاليين أو المستقبليين، وتساعد أتمتة خطوات خدمة العميل الروتينية والمتكررة، على تخفيف العبء الفني على المسؤول عن إجابة الأسئلة المتكررة التي يطرحها العملاء، ويعفيه من تكرارها أكثر من مرة⁽⁶²⁾.

8- التجارة الإلكترونية (عبر الانترنت):





تعرف التجارة الالكترونية بأنها مفهوم مشتق (emerged concept) يصف عمليات تبادل المنتجات من بيع وشراء وتبادل المعلومات بين الباعين والمشتريين عبر شبكات الحاسبات الآلية وشبكة الانترنت.

ويوصف مصطلح التجارة الالكترونية بأنه مفهوم مشتق، نظرا لأنه يمكن اشتقاق أكثر من تعريف لها وفقا للمنظور الذي يتم به تناول تلك الظاهرة⁽⁶³⁾.

وعرفت منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية (OCDE) بأنها بصفة عامة "المعاملات التجارية التي تتم من قبل الأفراد والهيئات، والتي تعتمد على معالجة ونقل البيانات الرقمية بما فيها الصوت والصورة من خلال شبكات مفتوحة مثل الانترنت، أو مغلقة مثل (minitelaoi) والتي تسمح بالدخول إلى شبكات مفتوحة"⁽⁶⁴⁾.

وقد نمت التجارة الالكترونية عبر شبكة الانترنت بسرعة لم تكن متوقعة، ففي الفترة ما بين 1998م إلى نهاية 1999م خلقت نحو 2.3 مليون وظيفة تتعلق بالتجارة الالكترونية في نفس الفترة من 16.5 مليار دولار إلى 37.5 مليار دولار أي بمعدل نمو 127%⁽⁶⁵⁾. أما في إحصائيات أخرى فتشير إلى أن حجم التجارة الالكترونية وصل إلى 170 مليار دولار عام 1999م، وتوقعت أن يصل إلى 7000 مليار دولار عام 2005م⁽⁶⁶⁾.

وأظهرت دراسة أجرتها مدرسة لندن للاقتصاد في سبتمبر 1999م أن قطاعات السياحة والإعلام والترفيه هي القطاعات الغالبة على أكبر 100 موقع مؤسسي تقدم التجارة الالكترونية على الانترنت⁽⁶⁷⁾.

واللافت أن الدول العربية عموما بقيت بعيدة عن هذه الثورة التقنية - الاقتصادية كونها اصطدمت باديء الأمر بعدة معوقات .. تتمثل أولا في كون اللغة العربية كانت لا تشكل سوى نسبة ضئيلة من مساحة الاستخدام على الانترنت بالإضافة إلى غياب الإطار التشريعي والقانوني لرعاية هذه التجارة وفقدان البنية التحتية سواء في الالكترونيات أو الاتصالات، ونقص كبير في وعي المستهلك لوسائل التجارة الالكترونية، وخصوصا وسائل الدفع الالكتروني وتسلم المشتريات فضلا عن ضعف الثقة ببطاقات الائتمان، وبالأمور المتعلقة بحماية المعلومات سواء بالنسبة إلى التاجر أو المستهلك.. لكن وسط كل هذه المعوقات تمكنت مملكة البحرين والإمارات العربية المتحدة لاسيما دبي، من أن تتخطو خطوات كبيرة على صعيد التجارة الالكترونية⁽⁶⁸⁾.

تتمثل أهم خصائص التجارة الالكترونية عبر الانترنت فيما يلي:

- بحكم الطبيعة التفاعلية للانترنت، فإن المستهلك الجديد لم يعد نفسه المستهلك القديم المغيب في الاقتصاد التقليدي فالمستهلك على الشبكة يتفاعل مع المنتج ومع المستهلكين الآخرين.





وأصبح بإمكانه أن يكتسب معلومات شبه كاملة عن السوق وعن السلعة⁽⁶⁹⁾، فالتسويق ضمن شبكة الانترنت يتيح الإطلاع على عناوين وأسعار الخدمات الأكثر انتشارا مثل المصارف والفنادق والمسارح ووكالات السفر، مع توفير إمكانية الحجز وقطع التذاكر. وإذا كانت بعض السلع التجارية مثل الثياب والهدايا المعلبة تتطلب دقة أكثر على صعيد التدقيق وكيفية الاختيار، فإن البرامج الرسومية الثلاثية الأبعاد (3d) على الانترنت ستسهل التجارة الالكترونية المرتبطة بالعديد من السلع إلى حد بعيد⁽⁷⁰⁾.

● من المؤكد أن التجارة الالكترونية تقوم بتخفيض المسافة الاقتصادية التي تفصل المنتجين عن المستهلكين الذين بإمكانهم القيام مباشرة بالمشتريات دون اللجوء إلى الطرق العادية، كتجارة الجملة، أو حتى الموزعين الذين سيستفيدون من معلومات جيدة، وتكاليف ضعيفة التبادل، وأسعار منخفضة، واختيارات متنوعة، وإمكانية طلب سلع متكيفة مع احتياجاتهم الخاصة والتسليم في وقت معين وبيع غير مادية وفي شكل رقمي⁽⁷¹⁾.

● لقد أصبح المستهلكون قادرين على التسوق في وطنهم أو على مستوى العالم، باختيار تشكيلة متنوعة من المنتجات في السوق المحلية وأيضا على مستوى العالم⁽⁷²⁾.

● إن معظم البضائع والسلع المعروضة على شبكة الانترنت عادة ما تكون أقل سعرا من رفوف المحلات، حتى وإن أضفت عليها رسومات البريد والنقل فستكون أقل سعرا مما هي عليه في الشارع. كما يوفر التسوق الالكتروني إمكانية البحث والشراء لمواد قد لا تكون متوفرة في السوق أصلا⁽⁷³⁾.

● أما بالنسبة إلى البائعين، فإن التجارة الالكترونية تمكنهم من الوصول إلى الأسواق العالمية. وبفضل التجارة الالكترونية تتمكن الشركات من إيجاد مصادر دخل جديدة، مما يفرض عليها أن تنتهياً بسرعة وتنظم لنفسها بدقة في كل الميادين، بدء بالأمور المالية إلى الأمور الإدارية، فالتسويقية وغيرها. كما أن التجارة الالكترونية ستوفر الكثير من التكاليف⁽⁷⁴⁾.

● وتنقسم الأعمال التجارية التي يمكن خدمتها الكترونياً إلى تجارة بين "مؤسسات تجارية" من ناحية و "أفراد" من ناحية ثانية، وتجارة بين "مؤسسات تجارية" من ناحية، و "مؤسسات تجارية" أخرى من ناحية ثانية، وطبقاً لدراسة أجرتها مؤسسة "ديلويت" الأمريكية، ونشرت في أكتوبر 2000م تبلغ نسبة حصيلة تجارة المؤسسات فيما بينها، من خلال العمل الالكتروني نحو 17%⁽⁷⁵⁾.

9- الطب عن بعد باستخدام الانترنت:

تعود جذور فكرة الطب عن بعد إلى الستينات، عندما أثبت العلماء العاملون في وكالة الفضاء الأمريكية (ناسا) إمكانية مراقبة الوظائف الفسيولوجية، كضغط الدم وسرعة ضربات القلب وحرارة الجسم لرواد الفضاء خلال رحلاتهم الفضائية وذلك بواسطة الأطباء على الأرض⁽⁷⁶⁾.



وجاءت الانترنت لتوسع وتعمق من مفهوم الطب عن بعد، وبتوسع استخدام الانترنت اتسعت دائرة استخدامها في مجال الصحة بصفة عامة وفي مجال الطب عن بعد بصفة خاصة.

وزاد الاهتمام الدولي بهذا المجال، حيث انعقدت الندوة العالمية الأولى للطب عن بعد في البرتغال في جويلية 1997م. وقد ناقشت الندوة مختلف تطبيقات الطب عن بعد والتجارب المكتسبة في بلدان عديدة وآليات التمويل، فضلا عن استراتيجيات التعاون بين قطاعي الرعاية الصحية والاتصالات⁽⁷⁷⁾.

وحتى وقت قريب كان الطب عن بعد يستعمل بصورة خاصة من قبل المستشفيات لعمليات متخصصة مثل الجراحة عن بعد، ولكن اختبارات أجريت على عينات من المرضى دلت على أن الطب عن بعد بإمكانه تأمين عناية ذات نوعية بالمرضى في منازلهم أو في مراكز معاينة محلية⁽⁷⁸⁾.

وانشرت مواقع الانترنت التي تهتم بالصحة الالكترونية والطب عن بعد في البلدان العربية، وخاصة في المملكة العربية السعودية التي بلغ فيها عدد المواقع ما يقارب 480 موقعا حتى عام 2005⁽⁷⁹⁾.

ويتميز الطب عن بعد بمزايا وخصائص عديدة منها:

- يتجه الطب عن بعد اليوم إلى العالمية، حيث نجد أن العديد من المستشفيات بدأت تشترك في مشاريع عالمية، مثل مركز مايو الطبي الأمريكي الذي يستفيد من خدماته 400 ألف مريض سنويا، منهم 12 ألف مريض ينتمون إلى مناطق الشرق الأوسط وأمريكا الجنوبية وأوروبا ويمثلون 12 % من دخل المركز⁽⁸⁰⁾.
- يمكن أن يكون الطب عن بعد في الوقت الحقيقي حيث يكون الاتصال والتفاعل متزامنا، وقد يكون غير متزامن (باستخدام البريد الالكتروني مثلا) .
- إمكانية تطوير مبادئ الرعاية الصحية بشكل أسرع، فيعزز التعاون الطبي في تقاسم المعلومات والخبرات، حيث يسهل الاستعانة بمختصين أجانب من دول مختلفة.
- تأتي أهمية الطب عن بعد بالنسبة للأمراض المزمنة من إمكانية متابعة حالة المريض بشكل دوري من محل إقامته، وتلقي التعليمات اللازمة من الطبيب المختص بشكل دوري كذلك⁽⁸¹⁾.
- يمكن للطب عن بعد أن يفرض نفسه كوسيلة للحد من التكاليف المتعلقة بالإيواء في مراكز العناية والعلاج⁽⁸²⁾.

10- استخدام الانترنت في مجال السياحة:

نظرا للتقدم التكنولوجي الذي يشهده العالم اليوم تحرص كافة وزارات السياحة على مستوى العالم على ربط المنشآت السياحية في مجتمعاتها بشبكة الانترنت، ووضع بنك معلومات سياحي عن جميع المناطق السياحية، يتضمن معلومات وافية عن التاريخ الحضاري للمعالم السياحية، فضلا عن كيفية حجز الفنادق





واستئجار السيارات السياحية، وكافة المعلومات التي تلزم السائح بغية خدمة العملية السياحية وترويجها في المجتمعات الأخرى⁽⁸³⁾.

وعلى سبيل المثال كان في عام 1999م، 140 منتجعا سياحيا و 1000 فندق و 2200 شقة لقضاء الإجازات بمنطقة (غروبندين) السويسرية الواقعة في أحضان جبال الألب، قد تم ربط جميع حساباتها الآلية المستخدمة في تنفيذ عمليات الحجز وحسابات تكلفة الإقامة، وتأجير الغرف في موقع واحد على الانترنت⁽⁸⁴⁾.

أما في الجزائر، فقد تم عام 2001م تسجيل حوالي 50 موقعا للترويج السياحي والثقافي وغالبا ما تبقى هذه المواقع دون متابعة أو تجديد لمدة طويلة . وفي نفس الفترة سجل في مصر أكثر من 100 موقع مختص بالسياحة⁽⁸⁵⁾.

أدى توسع استخدام الانترنت في مجال السياحة إلى ظهور ما يدعى بالسياحة الافتراضية التي تسمح لمستخدم الانترنت بزيارة متاحف ومعارض افتراضية، بالإضافة إلى زيارة مناطق سياحية عن بعد والإطلاع على أدلة السياحة التي تعرضها العديد من المؤسسات⁽⁸⁶⁾. ويمكن لمستخدمي الانترنت الإطلاع على أدق تفاصيل الفنادق ما يدفع الشركات المشرفة على الفنادق لتحسين أوضاع الخدمات بسرعة قبل أن يتعرف السياح على التفاصيل في الموقع الإلكتروني على الانترنت⁽⁸⁷⁾.

11- الألعاب عبر الانترنت:

كغيرها من وسائل الإعلام التقليدية، فإن الانترنت قد خصصت حيزا كبيرا من مواقعها التي تشهد ازديادا مطردا للترفيه والتسلية بطرق وأساليب متنوعة. حيث تتوفر في الانترنت ألعاب إلكترونية تتميز بالتنوع الشديد الذي يتيح للمستخدم ممارسة أية لعبة. مهما كانت ميوله، بالإضافة إلى تعدد مصادر هذه الألعاب، منها على سبيل المثال (anonymous ftp). كما أن هناك ألعاب تستفيد من خصائص الانترنت كالتفاعلية إذ يمكن مثلا لعب الشطرنج مع شخص آخر في مكان آخر من هذا العالم⁽⁸⁸⁾.

ويمكن استخدام ألعاب الانترنت كوسيلة للتشخيص والعلاج لأولئك الذين يعانون من الاضطرابات النفسية كبرنامج (eliza) وهو عبارة عن تقليد لجلسة مع طبيب نفسي، حيث أن مستخدم الانترنت يمكنه أن يفرضي بجمومه عن طريق أسئلة وأجوبة بينما..⁽⁸⁹⁾.

بل أصبحت الانترنت في حد ذاتها تمثل ساحة لعب للصغار، عندما تتوفر لديهم الإمكانيات والفرص بلا حدود، حيث يصبح في متناول يدهم الصوت والموسيقى والصورة والصور المتحركة والنص المتشابه من الأجزاء المختلفة للكرة الأرضية⁽⁹⁰⁾.

12- التواصل من خلال مجتمع افتراضي:





يعتبر الباحث هـ. رينبورد (H. Rheirgold) أول من استعمل مصطلح (المجتمع الافتراضي)، ويصفه بأنه العناصر الاجتماعية التي تبرز في شبكة الانترنت⁽⁹¹⁾.

حيث لا يتم الاتصال وجها لوجه ولكن من خلال المحادثات والحوارات والبريد الإلكتروني، ومع آخرين لا يعرف بعضهم البعض، ولا تميزهم سمات خاصة سوى ما يفرضه هذا الواقع وحاجاته، بدء من الصداقات الجديدة مع آخرين في ثقافات مختلفة إلى الاتصال بهذه الثقافات ذاتها والتحول خلالها بما يلي حاجة الفرد إلى الاتصال بهذه الثقافات وأفرادها.

وفي هذا يسود الاعتقاد بأن الفرد قام بتوسيع دائرة علاقاته، ولكن في إطار واقع جديد يرسمه الأفراد لأنفسهم، أو ترسمه عمليات التخيل والتقمص التي تتم في عمليات هذا الاتصال الرقمي⁽⁹²⁾.

وقد يتعدى الأمر إلى إقامة جمهورية ديمقراطية افتراضية، كالتي أقامها طلبة ألمان، وتتوفر هذه الدولة على حكومة وشرطة وعملة وأحزاب افتراضية والزواج علاقة روحية إلكترونية، يتم كل ذلك في موقع على الانترنت (www.do12day.com) كان قد أنشئ عام 2000م⁽⁹³⁾.

13- الإعلام الإسلامي والدعوة عبر الانترنت:

إن الإعلام الإسلامي روح تسري في النشاط الإعلامي كله، تصوغه وتحركه وتوجهه منذ أن يكون فكرة إلى أن يغدو عملا منتجا متكاملا مقروء كان أو مسموعا أو مرئيا.

وقد طرح الإعلام الإسلامي بقوة على الساحة الثقافية في الربع الأخير من القرن العشرين على أهميته كتعبير عن نمط من أنماط الفن والفهم الإعلامي. وفضل السابقين إليه، في محاولتهم التأسيس القيمي والتأصيل الأخلاقي لمقومات وأركان العملية الإعلامية⁽⁹⁴⁾.

وتعتبر الانترنت وسيلة إعلامية مثالية لاحتواء الإعلام الإسلامي بصفة عامة والإعلام الديني والدعوة الإسلامية بشكل خاص.

وحسب المفكر الجزائري عبد الرحمن عززي فإن المدخلات الإسلامية في الانترنت ليست بأي حال ضئيلة، لكنها تفتقر إلى التحدث المستمر في مختلف ميادين المعرفة. كما أن المحتوى الإسلامي في الانترنت يتجه إلى عكس وجود النسق السوسيوسياسي في العالم الإسلامي، منتوج دنيوي لا يختلف عن النموذج الغربي.

ويجب تقدير وجود عدد من المصادر الإسلامية الأصلية في شبكة الانترنت، أهمها القرآن الذي صار في المتناول بمختلف اللغات، ونفس الشيء يقال عن السنة النبوية، المفهرسة والمصنفة لتسهيل الوصول





إلى نصوصها⁽⁹⁵⁾. ولا يخفى على أحد ما لذلك من فوائد تحتزها خصائص الانترنت والدعوة من خلالها، هذه الفوائد يمكن ذكر أهمها في:

- عالمية الدعوة، فالداعية يخاطب مشارق الأرض ومغاربها.
- سهولة الانتشار بإجراءات وخطوات بسيطة.
- حرية الكلمة والدعوة في هذا المجال بلا قيود ولا حدود.
- قلة التكلفة المادية في إعداد البرامج والأنشطة
- الدعوة فيها ذات طابع تفاعلي بين الداعية والمتلقين
- توثيق المعلومات وحفظها سواء كانت المادة صوتية أو مكتوبة أو مرئية.
- سهولة الإطلاع والوصول على نتاج الدعاة وبحوث العلماء وفتوهم، والاستفادة منها في أي وقت ولو طالت المدة⁽⁹⁶⁾.

ورغم هذه الخصائص التي توفرها شبكة الانترنت، إلا أنه هناك تحديات تواجه البلدان العربية والإسلامية في سبيل استخدام أمثلة للتقنية الشبكية. ويمكن جمع هذه التحديات في ثلاثة عناصر محورية:

- التحديات المرتبطة بواقع التخلف المادي المحض.. كالتقص في صناعة الحاسوب محليا.
- التحديات المرتبطة بالتخطيط من حيث تحديد الأهداف والإمكانات والوسائل وضوابط التعامل التطبيقي معها.
- التحديات ذات العلاقة المباشرة بالتقنية الشبكية واستخدامها، ليطم توظيفها بالأسلوب المناسب للغرض المناسب⁽⁹⁷⁾.

14- الأبعاد العلمية والبحثية للانترنت:

لقد كان لشبكات المعلومات الجامعية والبحثية الدور الكبير في نمو الانترنت، فكانت تلك الشبكات بأعدادها الكبيرة الإقليمية والوطنية والدولية تمثل الجو الملائم لها، فاستقطبت حولها الباحثين ليتبادلوا الأفكار فيما بينهم وإثراء الشبكة بالمعلومات والمعطيات⁽⁹⁸⁾.

لذلك فيإمكان المكتبات الجامعية القيام بإنجاز مشاريع تتمثل في النشر الإلكتروني للرسائل الجامعية، كون أن هذا الإنتاج الفكري متوفر عكس ما هو ينشر في شكل كتب أو دوريات.. الخ، ومن ناحية أخرى فإن تداول الرسائل الجامعية واستعمالها كونها وثيقة علمية هو استعمال ضعيف ومحدود لأسباب كثيرة، ولهذا فإن النشر الإلكتروني لهذه الأعمال الأكاديمية وبثها بواسطة الانترنت يمثل أحسن طريقة للتعريف بهذه الأعمال ووضعها في متناول كل من في حاجة إليها. وباستطاعة المكتبات الجامعية لما تتوفر عليه من حواسيب وبرمجيات وإمكانات بشرية أن تجسد هذا المشروع على أرض الواقع⁽⁹⁹⁾.

II- الاستخدامات السلبية للانترنت:





رغم الاستخدامات الايجابية الكثيرة للانترنت، إلا أن هناك جانب آخر من الاستخدامات مليء بالأخطار والسلبيات تجعل الانترنت تبدو في غاية الخطورة كوسيلة يمكن استغلالها من أطراف لهم غايات وأهداف إجرامية وغير قانونية، أو من أطراف يسيئون استخدامها من غير قصد، ويمكن أن نورد فيما يلي أهم الاستخدامات السلبية للانترنت:

1- التخريب باستخدام الفيروسات (viruses) والديدان (worms)

1-1- التخريب باستخدام الفيروسات (viruses):

يعرف خبير الكمبيوتر الأمريكي فريد كوهن الفيروس بأنه "برنامج كمبيوتر (سوفت وير) تم تصميمه ليدخل الكمبيوتر بسرية تامة، فيفعل فعله الذي يتراوح بين أن يكون غير مدمر للجهاز كأن يستخدم للتنصت مثلا، أو أن يكون عنيفا ويتلف الملفات فلا يعود بعده الكمبيوتر سوى كتلة معدنية لا فائدة منها"⁽¹⁰⁰⁾.

ويقوم عمله على تعديل البرامج الأخرى بحيث تقوم بتكرار (نسخ) الفيروس مرة أخرى (تكاثر) وهذه العملية مشابهة لعملية انتقال الفيروس الذي يصيب الإنسان.

فالفيروس الالكتروني يتصف عموما بثلاث خصائص هي: التكاثر والمضاعفة، والاختفاء أو التخفي، ثم الانفجار حيث يبدأ بالعمل⁽¹⁰¹⁾.

وتنتشر فيروسات الكمبيوتر بشكل كبير بسبب سهولة تكوينها، فهناك ما بين (200 و 300) فيروس جديد كل شهر مع استمرار انتشار الحاسبات الشخصية والمحمولة، والبريد الالكتروني، والاتصال عن بعد، وزيادة الارتباط على الشبكات. وبناء على تقرير نظم من الانترنت فإن هناك (71402) هجوم فيروس في الربع الأول من عام 2000م⁽¹⁰²⁾.

ويمكن أن تتسبب هذه الفيروسات بخسائر فادحة كالتى تسبب فيها (فيروس الحب) ذو الاسم المغربي (I love you)، والذي بلغ ذروة انتشاره من خلال البريد الالكتروني يومي 4 و 5 ماي 2000م، في خسارة الملايير من الدولارات على المستوى العالمي، وفي ضياع المعطيات وشل آلاف المواقع المعلوماتية والحواسيب الشخصية إلى حين اكتشاف واستعمال مضاده المعلوماتي⁽¹⁰³⁾.

والفيروس أنواع مختلف المختصون في تصنيفاتها ومسمياتها، ولكن أشهرها يتمثل في:

• فيروسات قسم التحميل (boot sector): إذ يحل هذا النوع من الفيروسات محل تعليمات التحميل في نظام الكمبيوتر ويتغلغل فيها، وحالما يبدأ تشغيل النظام فإن الفيروسات تنتشر في الذاكرة





الرئيسية قبل نظام التشغيل، حيث يستطيع التأثير في بقية الملفات، وهكذا تتكرر العدوى وتنتشر، ومن أمثلة هذا النوع: ant cmos, ripper, stoned⁽¹⁰⁴⁾.

• **فيروسات الماكرو (macro viruses):** فيروس الماكرو هو تعليمات يحملها برنامج تنفذ تلقائياً. وغالبية البرامج (الورد، الإكسل...) مهددة بهذا الفيروس الذي ينتج نفسه بنفسه في كل مرة يشغل فيها البرنامج المصاب، وغالباً ما ينسخ الفيروس نفسه في ملف تشغيل البرنامج، وبالتالي فإن أية وثيقة تستخدم من خلال ذلك البرنامج تصبح مصابة، وإذا ما تم إرسال أية وثيقة سواء كانت على قرص أو بالبريد الإلكتروني فإنها تصيب برنامج الشخص المتلقي بها. وقد ظهرت هذه الفيروسات في منتصف عام 1995م، وتعتبر من أكثر الفيروسات انتشاراً⁽¹⁰⁵⁾.

• **فيروسات الملفات (file sector viruses):** ويمتاز هذا النوع من الفيروسات بقابليته أن ينقل العدوى إلى الملفات الفاعلة في البرامج والتي تكون في العادة تمدداتها (extension) من النوع (com,exe)، ثم يبقى في ذاكرة الحاسوب، ويصيبها بالعطب، ويصبح عندها أي برنامج قيد التشغيل معرضاً لخطر الإصابة بالفيروس⁽¹⁰⁶⁾. ومن الفيروسات المشهورة من هذا النوع فيروس القدس، الذي ينتشر كل يوم جمعة يصادف الثالث عشر من أي شهر منذ ظهوره عام 1988م⁽¹⁰⁷⁾.

• **الفيروسات متعددة الأشكال:** وهذا النوع يصعب التعامل معه والتغلب عليه، إذ أنه يعتبر تجميعاً للأنواع السابقة من الفيروسات، فهو يصيب وحدة التشغيل، وإصابة أي منها يعني أن الآخر معرض للإصابة في أية لحظة. وتطهير الملفات من شر هذا الفيروس لن يجدي نفعاً ما دام أنه موجود في وحدة التشغيل، وأبرز الأمثلة على هذا النوع، فيروس (تاكيل) و (الانثراكس)⁽¹⁰⁸⁾.

1-2- التخريب باستخدام الديدان (worms):

تختلف الديدان عن الفيروس، حيث إنه برنامج مستقل ولا يعتمد على البرامج الأخرى، وهو يكرر نفسه (ينسخ) على الحاسوب ذاته، ويحاول أن يصيب الحواسيب الأخرى التي يمكن أن تكون متصلة بشبكة الانترنت، وتقوم الديدان بهدم نظام الحاسوب وتعطيله، وتدمير البيانات، وذلك في وقت معين، أو بعد تكاثر معين من النسخ⁽¹⁰⁹⁾، حيث تتكاثر حتى تختلف منظومة العمل بزحمة امتلاء الذاكرة بشكليها الحقيقي والافتراضي وتوقف سعتها عن نسخة العمل اللازمة⁽¹¹⁰⁾.

وتختص الديدان بمهاجمة أجهزة الكمبيوتر الخادمة (servers) التي تحتوي على المعلومات والبيانات الموجودة على شبكة الانترنت. فالديدان (worms) لا تحتاج إلى مكان إقامة فهي دائمة الترحال بعد أن تحط لوقت معين لتعيث فساداً⁽¹¹¹⁾.

2- الاختراق في الانترنت:



تتمثل ميكانيكية الاختراق في السيطرة عن بعد .. وتختلف طرق اختراق الأجهزة والنظم باختلاف وسائل الاختراق ولكنها جميعا تعتمد على فكرة توفر اتصال عن بعد بين جهازي الضحية والذي يزرع به الخادم (server) الخاص بالمخترق، وجهاز المخترق على الطرف الآخر حيث يوجد برنامج المستفيد أو العميل (client) (112).

وهناك ثلاث طرق شائعة لتنفيذ الاختراق في الانترنت:

2-1 - عن طريق ملفات أحصنة طروادة (trojan horses):

وسميت هذه الملفات بأحصنة طروادة لأنها تشبه قصة "حصان طروادة" التاريخية المعروفة، إذ تبدو بريئة ونافعة ولكنها في الحقيقة تستخدم لإدخال برنامج آخر ضار (113). فالتروجان عبارة عن برنامجين، الأول برنامج موثوق به يرغب المستخدم في تحميله على جهازه، ولكن يلتصق في هذا البرنامج، برنامج آخر مثل برنامج (الباب الخلفي) الذي لا يظهر للمستخدم حيث يقوم بتحميل نفسه تلقائيا متى قام المستخدم بتحميل البرنامج الأول.

وعندما يحمل برنامج الباب الخلفي في جهاز كمبيوتر ما فإنه يفتح ثغرة في ذلك الجهاز تسمح لأي مستخدم على الانترنت. وباستخدام برنامج مرافق، من التحكم الكامل بالجهاز حيث يمكن استرجاع أو حذف أو تغيير أي معلومة مخزنة على ذلك الجهاز، كما يمكن أيضا سماع ورؤية ما يدور حول ذلك الجهاز المصاب إذا كان الجهاز يضم مايكروفون وكاميرا (114).

2-2 - عن طريق (IP Adress):

مبدئيا كل جهاز متصل بشبكة الانترنت يكون له رقم معين خاص به يعرف باسم الـ IP Adress (Internet Protocol Adress)، أي أن (IP) يكون كرقم هوية خاص بكل من يعمل على الانترنت.

حينما يتمكن مخترق محترف من معرفة رقم (IP) الخاص بالضحية، فإنه من خلاله يتمكن من الولوج إلى الجهاز والسيطرة عليه خلال الفترة التي يكون فيها الضحية متصلا بالشبكة فقط.

لكن هذا الخيار لا يخدم المخترق كثيرا لأن السيرفر الخاص بمزود الخدمة يقوم بتغيير رقم الـ IP الخاص بالمستخدم تلقائيا عند كل عملية دخول للشبكة (115).

2-3 - عن طريق الكعك (cookies):



وهي عبارة عن ملفات نصية (text files) على القرص الصلب للمستخدم، تخزن الفئة الأمنية من هذا النوع قائمة تفصيلية عن أهم خيارات المستخدم .. و التي يمكن أن تستثمر كدليل يمكن للمضيف تقديم أفضل الخدمات الممكنة لزبائنه من خلاله.

أما الفئات غير الأمنية من الكعك فتقوم (ودون علم المستخدم) بتتبع جميع الانتقالات المعلوماتية التي يمارسها في الفضاء المعلوماتي خطوة بخطوة، فتدون جميع المواقع التي يقوم بزيارتها، والكلمات المفتاحية التي يستخدمها في آلات البحث، والبريد الإلكتروني الوارد والصادر لفترات طويلة مما يوفر مثلاً للجهة المنافسة في حقل ما فرصة ثمينة لمعرفة ما يدور بذهن المنافس، والتلصص على جميع تحركاته وأنشطته العلمية والاقتصادية والصناعية⁽¹¹⁶⁾.

3- القرصنة عبر الانترنت:

ويقصد بها نسخ البرامج بصورة غير شرعية أو الحصول على معلومات مخزنة في ذاكرة الحاسوب دون وجه حق. ويتم الحصول على المعلومات المخزنة إما بصورة مباشرة عن طريق الحصول على كلمة السر ... وإما بصورة غير مباشرة عن طريق التقاط الموجات الكهرومغناطيسية المنبعثة من الحاسوب أثناء تشغيله وترجمتها⁽¹¹⁷⁾.

وتنتشر في الانترنت عشرات المواقع المختصة بالقرصنة والتي تتضمن مختلف الأنواع من البرامج (الألعاب، نظم التشغيل البرامج الخدمية...) التي تحمل مجانا أو بأثمان بخسة بينما قد يقدر ثمنها في السوق بعشرات الآلاف من الدولارات. ويصطلح على تسمية هذه المواقع في مجتمع الانترنت الموازي، بمواقع (warez)⁽¹¹⁸⁾.

وارتبط بظاهرة القرصنة على الانترنت مصطلح (الهاركنز) أو قرصنة الكمبيوتر والشبكات، الذين يمكن تمييز ثلاثة أنواع منهم⁽¹¹⁹⁾:

- النوع الأول لا يهدف إلى الإيذاء، وهدفهم هو المشاركة الحرة للمعلومات، ورفض احتكار المعرفة.
- النوع الثاني يهدف إلى الاستفادة والإثارة بالتلاعب بشركات الاتصالات والبرمجيات .
- النوع الثالث يهدف إلى التسلسل لتخريب الأنظمة وربما الأجهزة، ويتم ذلك إما بشل المواقع على الشبكة وتعجيزها عن العمل أو بزرع الفيروسات المدمرة، أو الملفات القادرة على سرقة ملفات المعلومات من الأجهزة أو المواقع المستهدفة.

وتنجر عن هذه القرصنة خسائر فادحة للمنتجين الأصليين قدرت سنة 1998م فقط بحوالي 11 مليار دولار في مجال البرمجيات وحدها، بغض النظر عن قرصنة الموسيقى والإنتاج الأدبي والعلمي، كما





قدرت عدد الوظائف المفقودة بسبب عمليات القرصنة في أمريكا بـ 130 ألف وظيفة سنويا وقيمة الضرائب غير المحصلة بمليار دولار سنويا⁽¹²⁰⁾.

4- الإباحية الجنسية عبر الانترنت:

إنها عبارة عن شكل من أشكال الجريمة المنظمة تقوم بها شبكات محلية، جهوية وعالمية، تقدم عروضاً جنسية مغرية نفسياً ومالياً عبر مواقع ظاهرة ومنتشرة، أو تقتحم بها بريد مستخدمي الانترنت دون استئذان. ويجد هذا النوع من الإباحية الدعم الكامل والتشجيع العلني من طرف الجماعات الموازية والجمعيات الافتراضية التي تعمل على فرض أخلاقياتها الإباحية في شتى المجالات، وتوفير الحماية القانونية لها⁽¹²¹⁾.

بل واستغلت شبكات المافيا العالمية بعض هذه المواقع لتحقيق أرباح طائلة من العلاقات غير الشرعية التي تنشأ من خلالها، وتسويق الفتيات والسيدات من روسيا وأوكرانيا ودول شرق أوروبا عبر هذه الشبكة⁽¹²²⁾. وكانت إحدى الدراسات قد أشارت إلى وجود ما يقرب 500 ألف موقع (قبل عام 2003م) يحتوي على مضمون جنسي، ويصور عدد كبير من علاقات جنسية مع الأطفال⁽¹²³⁾.

و تلقى المواقع الإباحية رواجاً بين زائري الانترنت، إذ تزعم شركة (play boy) مثلاً أن 4.7 مليون زائر يزور صفحاتها في الأسبوع الواحد، وفي دراسة أجرتها (webside story) بعدد زوار صفحات الدعارة والإباحية في الانترنت وجدت أن بعض هذه الصفحات يزورها أكثر من 280000 زائر في اليوم الواحد.

وفي سنة 1999م بلغت مجموعة مشتريات الدعارة في الانترنت 8% من التجارة الالكترونية كما بلغت مجموعة الأموال المنفقة على الدخول على الصفحات الإباحية 970 مليون دولار⁽¹²⁴⁾.

كما تفتش ارتياد المواقع المروجة للجنس من قبل الشباب العربي، إذ توصلت إحدى الدراسات إلى أن 13.2% ممن شملتهم الدراسة في المجتمع السعودي المحافظ يستخدمون الانترنت للإطلاع على مواد جنسية. وأشارت دراسة أخرى إلى أن موضوع الجنس يحتل مرتبة متقدمة من حيث اهتمام مرتادي مقاهي الانترنت متقدماً حتى على البريد الإلكتروني⁽¹²⁵⁾.

وللإشارة، تختلف القوائم البريدية - التي تخصص لتبادل الصور والأفلام الجنسية- عن المواقع الإباحية، أمَّا على عكس الأخيرة، غالباً ما تكون مجانية ويقوم أعضاؤها من المشتركين بتبادل الصور والأفلام على عناوينهم البريدية وربما تكون ابعده عن المراقبة الأمنية.





وقد استفادت هذه المواقع والقوائم البريدية من الانتشار الواسع للشبكة والمزايا الأخرى التي تقدمها حيث تتيح أفضل الوسائل لتوزيع الصور الفاضحة والأفلام الخليعة بشكل علني فاضح يقتحم على الجميع بيوتهم ومكانتهم (126).

5- الاحتيال عبر الانترنت :

لقد وجد الاحتيال -هذا السلوك القديم أقدم الإنسان - له حقا خصبا في شبكة الانترنت. إذ يتلقى الكثير من أصحاب الصناديق البريدية الإلكترونية رسائل تحمل اقتراحات ووعود من مصادر مجهولة يدعي أصحابها أنهم أصحاب ثروات يريدون نقلها أو تهريبها، فلذلك هم يطلبون المساعدة من المراسل إليه قصد لعب دور (ضابط الاتصال) بين بلده وبلد الشخص المختال .

ومنهم من يزعم أنه ينتمي إلى شركة عالمية مثل كوكاكولا أو ميكروسوفت ، أسست مكتبا أو مؤسسة لليانصيب ، ثم تأتي الرسالة لتبشر المرسل إليه بأنه صاحب الحظ الموفور الذي فاز بكذا أورو أو دولار لتطالبه بدفع مبلغ معين كشرط لتسريح الجائزة أنه مجرد احتيال (127).

وفي الجزائر أوردت جريدة الشروق اليومي أن عددا كبيرا من الجزائريين تعرضوا لاحتيال عن طريق الانترنت من أطراف تبقى مجهولة ويصعب الكشف عنها ، بالنظر إلى تعقيدات الظاهر ، وتأخر الجزائر في محاربة ظاهرة الجريمة الإلكترونية ، وحسب أحد الضحايا أنه شارك في قرعة على البريد الإلكتروني ، وبعد عام وصلته رسالة تؤكد له بأنه مؤهل للحصول على مبلغ مالي يقدر بـ 950 ألف جنيه إسترليني (قرابة 13 مليار سنتيم) ، ولكن الشركة في الجزائر وبعد تحقيقات قامت بها الشركة ، أنها عملية احتيال قد نجح منها (128).

وتقوم عملية الاحتيال على أسلوبين ، الأول يقوم على أساس انتحال شخصية الأفراد ، ومن خلاله .. يمكن الاستيلاء على الرصيد البنكي أو السحب من البطاقة الائتمانية أو حتى الإساءة إلى سمعة الضحية. والثاني يقوم على هجوم يشنه المختال على الموقع للسيطرة عليه ، ومن ثم يقوم بتحويله كموقع بيني . ويتوقع أن يكثر استخدام أسلوب انتحال شخصية المواقع في المستقبل نظرا لصعوبة اكتشافها (129).

6- تزوير البيانات في الانترنت:

لا تكاد تخلو جريمة من جرائم نظم الانترنت من شكل من أشكال تزوير البيانات وتتم عملية التزوير بالدخول إلى قاعدة البيانات وتعديل البيانات الموجودة بها أو إضافة معلومات مغلوطة بهدف الاستفادة غير المشروعة من ذلك (130).





وتشير الغالبية العظمى من الحالات المكتشفة لأفعال هذا الغش المعلوماتي أنها ارتكبت بواسطة مستخدم من المنشأة التي تدار بنظام المعلوماتية ، أو على الأقل عن طريق اشتراكه فيها وهم ينفذون هذا الفعل إما لحسابهم أو لحساب أشخاص أجانب مقابل دفع مبلغ مالي .

بل قد يرتكب التزوير بواسطة مستخدم المنشأة ولحسابها أيضا وبموافقة واشتراك إدارتها مثلما حدث بإحدى شركات التأمين بمدينة لوس أنجلوس الأمريكية ، حيث تمكن مستخدموها من خلق عملاء مهمين مؤمن عليهم ، ما جعل هذه الشركة تكسب عددا كبيرا من العملاء الجدد⁽¹³¹⁾.

7- غسيل الأموال والقمار عبر الانترنت :

يمكن تعريف غسيل الأموال بأنه "أي عملية من شأنها إخفاء المصدر غير المشروع الذي اكتسبت منه الأموال"⁽¹³²⁾.

ويرجع التوجه الجديد نحو غسيل الأموال عبر الانترنت إلى الخصائص التي تضيفها هذه الأخيرة على حركة الأموال : السرعة، السرية (لإغفالها التوقيع)، عدم اعترافها بالحدود الجغرافية.. بالإضافة إلى جاذبية الانترنت وشعبيتها المتربتين عن جودتها وحدثاتها .

وأما فيما يخص مواقع الانترنت المتهنة لعملية غسيل الأموال والمروجة لحركية ما أصبح يدعى اليوم (بالنقود الالكترونية)، فيتمثل أهمها في نظر الحكومات الأوروبية و الأمريكية في نوادي القمار عبر الانترنت ، والتي اشتهرت باسم (الكازينوهات الافتراضية)التفاعلية.

وينطلق معظمها من حوض جزر ودويلات أمريكا الوسطى . ويقدر المتخصصون المبالغ التي يتم تنظيفها سنويا بحوالي 400 مليار دولار ، بطرق مختلفة ، أهمها القمار⁽¹³³⁾.

ويوجد على الانترنت (قبل عام 2001م) أكثر من ألف موقع للقمار يسمح لمرتاديه من مستخدمي الانترنت ممارسة جميع أنواع القمار التي توفرها المواقع الحقيقية ، وكان من المتوقع أن ينفق الأمريكيون ما يزيد عن 600 مليار دولار سنويا في هذه الأندية⁽¹³⁴⁾.

8 - صناعة وتسويق الممنوعات عبر الانترنت :

لقد أصبحت الانترنت سوقا مغرية للباحث على الممنوعات من المنحرفين والخارجين عن القانون، فهي تتيح الفرصة لهم أن يكتشفوا كيفية الحصول على المخدرات بمختلف أنواعها، وأن يتعلموا كيفية استعمالها بصيغها الكيماوية المختلفة والتجهيزات اللازمة لها، وان يطلعوا على أسعارها، وذلك عبر مئات المواقع المنتشرة في كثير من دول العالم، أو من خلال موقع المنتديات والدردشة التي تتكاثر فيها ثقافة الانترنت بشكل متصاعد⁽¹³⁵⁾.



ومن المنوعات المروج لبيعها ولكيفية صناعتها أيضا نجد المتفجرات والأسلحة. وتعرض مواقعها الانترنتية على روادها خدماتها المعرفية والمادية التي تغذي صغار الجانحين مثلما قد تزود العصابات المنظمة بل وحتى الدول المتحاربة والتسلطية- ولقد اكتشف في ماي 2000 موقع لبلد خيالي عبر الانترنت اسمه (sealand) يستعمل ويبيع أصحابه جوازات سفر رسمية، ويشترون بسهولة- مستفيدين من الحصانة الدبلوماسية- أسلحة ثقيلة باسم بلدهم الوهمي لبيعها في السوق السوداء⁽¹³⁶⁾.

9- الإرهاب (الالكتروني) عبر الانترنت:

لقد حذر تقرير صادر من وزارة الدفاع الأمريكية عام 1997م من (بيرل هاربور الالكترونية) في إشارة إلى الهجوم المفاجيء الذي شنه سلاح الجو الياباني على الأسطول الأمريكي في ميناء بيرل هاربور أثناء الحرب العالمية الثانية، وتوقع التقرير أن يزداد الهجوم على نظم المعلومات في الولايات المتحدة الأمريكية من قبل الجماعات الإرهابية أو عصابات الإجرام المنظم أو عملاء المخابرات الأجنبية، وأن يصل هذا الهجوم إلى ذروته عام 2005م⁽¹³⁷⁾.

وطهر مفهوم الإرهاب في بلدان عديدة، إلا أنه بفضل آلة الحملات الإعلامية التي تملكها وقدراتها المتفوقة في شتى المجالات تمكنت الولايات المتحدة الأمريكية من ترويج تعريفها الخاص، وبدت بذلك: "الاستخدام غير القانوني للقوة أو العنف ضد أفراد أو ممتلكات بغية الإرهاب بالتهديد لإرغام الحكومة أو السكان المدنيين أو أية فئة أخرى على القبول بهدف سياسي أو اجتماعي"⁽¹³⁸⁾.

وكان تنظيم القاعدة (العدو الأول لأمريكا حسب أجندها للجماعات الإرهابية) قد برهن على مقدرات متزايدة لاستغلال الانترنت في عملية تجميع صفوفها وتعديل تشكيلاتها. وقد أصبحت المواقع الالكترونية التي تديرها القاعدة ومؤيدوها فصولا افتراضية لتعليم عناصرها وتدريبهم. وتستخدم خلايا القاعدة شبه المستقلة عن بعضها البعض، برامج شفرية ووسائل تقنية مبسطة لتبادل رسائل عسوية على الاكتشاف بين مقاهي الانترنت من كراتشي وحتى لندن⁽¹³⁹⁾.

وفي الجزائر أصبح تنظيم الجماعة السلفية للدعوة والقتال يستعرض قدرات تكنولوجية متقدمة في العمل الدعائي الذي يقوم به، وهو بذلك يحقق نفس الوقع والتأثير والإهبار الذي يبتثه عبر مواقعه على الانترنت.. وتتميز المادة الإعلامية بإخراج مثير يحتوي على مقاييس الجاذبية المطلوبة في العمل الدعائي، كما يقدم إمكانات التفاعل مع الجمهور وإمكانية تحميل سريعة للمادة التي يعرضها⁽¹⁴⁰⁾.

وتعتبر إسرائيل أكثر من يستخدم الانترنت بغية الإرهاب، ومن أمثلة ذلك إنشائها مثلا لموقع باللغة العبرية "إسرائيل ستنصر" تحت عنوان الانتفاضة، بغرض التحريض ضد الانتفاضة الفلسطينية وتبرير



المجمات على المدنيين والأطفال الفلسطينيين، بالإضافة إلى التشويه و الدعاية المغرضة في حق المقاومة الفلسطينية⁽¹⁴¹⁾.

10- الحرب عبر الانترنت:

من نتائج التقدم الهائل الذي سجلته تكنولوجيا الإعلام والاتصال، ميلاد أسلحة جديدة بالكامل. إنها أسلحة سيبرنيتيكية قادرة على إفناء اقتصاد أمة كاملاً. ومنذ الآن بدأ العد التنازلي لنهاية عصر الحروب الكلاسيكية، وبداية عصر آخر أكثر قسوة ووحشية من الأسلحة النووية، إنها "الحروب عبر الانترنت" التي لا تعرف لا قيود الزمان ولا المكان، وتتسبب في خسائر لا تقدر⁽¹⁴²⁾.

ومن مظاهر استخدام الانترنت في الحروب، استخدامها كسلاح دعائي كما حصل في حرب كوسوفو ما أعطى للحرب النفسية بعداً آخر ولو بأدائية متفاوتة، للتأثير على الرأي العام العالمي، وكسب تعاطفه مع الرؤى التي يدافعون عنها، فهناك كم هائل من المواقع التي عاجلت أزمة كوسوفو، ابتداء من المواقع الرسمية للحكومات والمؤسسات والهيئات العالمية والمحلية، وصولاً إلى التجمعات الصغيرة التي تمهها الأزمة بصورة مباشرة أو غير مباشرة.. وكانت هذه الحرب أول صراع حيث لعبت الانترنت فيه دوراً هاماً⁽¹⁴³⁾.

إذ لم يقتصر دور الانترنت في الحرب في الدعاية، بل تعداها إلى الهجوم الإلكتروني كالذي شنه الصرب على موقع الحلف الأطلسي، بإرسال عشرات الرسائل الإلكترونية إلى الموقع لإشباعه ومن ثم تعطيله، بالإضافة إلى طريقة الإغراق هذه، كانت بعض الرسائل الإلكترونية تحمل فيروسات خطيرة⁽¹⁴⁴⁾.

وفي صيف 2006م نشبت عن المواجهة الساخنة بين حزب الله والكيان الصهيوني بروز تهديدات معلومات وبأنماط مختلفة، على نظم معلومات الجهتين. فقد تعرضت مواقع حزب الله على الانترنت إلى هجمة شرسة مارستها الكوادر المعلوماتية في وزارة الدفاع الإسرائيلية كرد فعل للإخفاقات التي أصيبت بها على أرض الجنوب اللبناني، ومن تلك المجمات، ما أحدث تشويهاً مباشراً على صورة أمين عام حزب الله حسن نناء إلقائه كلمته على موقع محطة المنار في 31 جويلية 2006م.. وفي المقابل تعرضت الكثير من مواقع الكيان الصهيوني إلى هجمات قام بها أنصار حزب الله من داخل لبنان وأماكن أخرى من العالم⁽¹⁴⁵⁾.

مثال آخر عن الحرب عبر الانترنت صنعه النزاع الذي حدث بين استونيا وروسيا الفدرالية، وكان هذا النزاع قد بدأ نحو نهاية أفريل 2007م، عندما قررت السلطات الاستونية إنزال تمثال برونزي يمثل عسكري روسي. وما أشعل حرب سيبرنيتيكية استمرت حوالي شهر شلت فيها هجمات - لحجب



الخدمة- مواقع الويب للبرلمان الأستوني، الاتصالات عن بعد البنوك، وحتى الجرائد. هذه الهجمة المدبرة على الخط (on-line) كانت الحرب الأولى التي كانت الانترنت المسرح الوصيد لها⁽¹⁴⁶⁾.

ودون أدنى شك، فإن هذه الحادثة ليست سوى قطرة من السيل الجارف المقبل خلال الأعوام القليلة المقبلة، وتدل المؤشرات الكثيرة على أن كثيرا من الأعداء الآن يدرسون كيفية استخدام الانترنت كوسيلة هجومية من بعضهم ضد بعضهم الآخر.. وتشير التكهات العسكرية في هذا المجال إلى توقع حدوث كوارث باستخدام الحرب الالكترونية كوسيلة هجومية خلال السنوات العشرين المقبلة⁽¹⁴⁷⁾.

11- الإدمان على استخدام الانترنت:

يعرف بعض العلماء الإدمان بأنه عدم قدرة الإنسان الاستغناء عن شيء ما.. بصرف النظر عن هذا الشيء طالما استوفى بقية شروط الإدمان من حاجة إلى المزيد من هذا الشيء بشكل مستمر حتى يشبع حاجته حين يحرم منها. وبالتالي اقتنع بعض العلماء أن هناك من يسمون: "مدمني الانترنت"⁽¹⁴⁸⁾.

أما الأسباب التي تقف وراء هذا الإدمان فهي عديدة، نذكر منها:

- الانترنت توفر للإنسان إطلاق رغباته الدفينة.
- الافتقاد إلى السند العاطفي عند المراهقين يجعلهم يلهثون وراء الإشباع الوهمي واللذة المؤقتة من خلال الدردشة مع أناس وعوالم لا يعرفون عنها شيئا .
- التخلص من حالات القلق النفسي وضغوطات الحياة الصعبة التي يعاني منها الشباب⁽¹⁴⁹⁾.
- ويرتبط على إدمان الانترنت ظواهر قريبة من إدمان المخدرات، ومن هذه الظواهر:
- **التحمل:** ويعد من مظاهر الإدمان حيث يعيل المدمن إلى زيادة الجرعة لإشباع التي كان يتطلب إشباعها لديه جرعة أقل، وكذلك مدمن الانترنت فإنه يزيد من ساعات الاستخدام باطراد لإشباع رغبته المتزايدة إلى الانترنت
- **الانسحاب:** يعاني المدمن من أعراض نفسية وجسمية عند حرمانه من المخدر، وكذلك مدمن الانترنت فإنه يعاني عند انقطاع اتصاله بالشبكة من التوتر النفسي الحركي، والقلق، وتركز تفكيره على الانترنت بشكل قهري وأحلام وتخييلات مرتبطة بالانترنت⁽¹⁵⁰⁾.

وينتج عن إدمان الانترنت سلبيات كثيرة بالنسبة للمدمن نفسه مثل السهر والأرق وآلام الرقبة والظهر والتهاب العين وبالنسبة لأسرته لما تسببه من مشكلات زوجية وعدم الاهتمام بالأبناء ومشكلات في عمله نتيجة لتأخره في أعماله ومشكلات اجتماعية لإهمال المصاب به لأهله وأقاربه.





لهذا فقد بدأت بالظهور عيادات نفسية لعلاج الإدمان الانترنتي، حيث أنشئت عيادة نفسية عام 1996م في مستشفى (ماكين) في جامعة هارفارد، وبدأت تلك العيادة تقدم خدماتها الإرشادية والعلاجية⁽¹⁵¹⁾.

III- الوقاية من الاستخدامات السلبية للانترنت وعلاجها:

رغم الأخطار الكثيرة والمتنوعة التي تنجر عن الاستخدام السليبي للانترنت، إلا أنه يبقى هناك مجال للوقاية أو التخفيف على الأقل من مضارها. ويمكن أن يحدث ذلك بإتباع ما يلي:

1- تنشيط التعاون الدولي (القانوني، المعلوماتي، المادي والبشري) في هذا المجال لتنظيم شبكة الانترنت.. وقبل ذلك على مستوى الدائرة الحضارية للعرب والمسلمين، لأن هناك- كما هو معروف- صراع حول الانترنت من أجل احتلال مكانة في هذا المجتمع الالكتروني من جميع النواحي السياسية والإعلامية والاقتصادية والثقافية والدينية. وهذا ما يهدد بترك بصمات تروج لأنماط حياتية غريبة عن نمطنا الحضاري على شعوبنا.

وتكون الوقاية مثلا بإقامة تجمعات شبكية متفاعلة: إقليمية مغاربية، خليجية، شرق أوسطية، عربية، إسلامية، تمكننا من احتلال مكانتنا المناسبة في عالم الانترنت⁽¹⁵²⁾.

2- إصدار تشريعات منظمة ومسايرة للتطورات التي تطرأ على استخدامات شبكة الانترنت، ويكون ذلك على مستوى كل دولة، احتذاء بالدول التي سيطرت على إنتاج تكنولوجيا المعلومات واستخدامها كالولايات المتحدة الأمريكية واليابان وفرنسا. وذلك بوضع القواعد القانونية التي تجعل هذه الوسيلة في خدمة الجماعة، وتضمن عدم جنوحها⁽¹⁵³⁾.

وينبغي عدم الخلط بين تنظيم شبكة الانترنت وبين خنق الحريات في الرأي والتعبير الذي تضمنه المنظومة الدولية كالنص في المادة(19) من الإعلان العالمي لحقوق الإنسان التي تقول: "إنه لكل شخص حق التمتع بحرية الرأي والتعبير ويشمل هذا الحق حرية اعتناق الآراء دون مضايقة، وفي التماس الأنباء والأفكار وتلقيها ونقلها للآخرين بأية وسيلة، ودونما اعتبار للحدود". فنص المادة واضح ولا اجتهاد بوجود نص قانوني صريح⁽¹⁵⁴⁾.

3- العمل على نشر ثقافة الانترنت في المجتمع وخاصة بين الصغار والمراهقين لتقوية مناعتهم وتعزيز رفضهم الذاتي للمخاطر التي تتضمنها الشبكة، وذلك بتحذيرهم من إعطاء معلومات شخصية عن أنفسهم للأشخاص الذين يتم التعارف بينهم عن طريق الانترنت، أو تنظيم لقاء معهم مباشرة، دون استشارة الوالدين، وعدم الرد على الرسائل الالكترونية المريبة، ويفضل أن يوضع الكمبيوتر في منطقة مفتوحة في المنزل، مع الاستخدام العائلي الجماعي للانترنت⁽¹⁵⁵⁾.





كما يمكن إدخال كلمات مفتاحية على مستوى الكمبيوتر، مثل (جنس) وشبهاتها بلغات عدة لمنع تدفق المعلومات وفتح المواقع المروجة للإباحية الجنسية مثلا⁽¹⁵⁶⁾.

أو الاستفادة من البرامج التي تتيحها الانترنت كبرنامج (nanny net) الذي يقوم بمنع المستخدمين من الدخول على المواقع التي لا تتناسب مع القيم والتقاليد الدينية بحيث يمكن ترك الأطفال أمام الشبكة للحصول على المعلومات والبيانات التي يحتاجونها دون خوف من تعرضهم للمواقع غير الملائمة. وهذا البرنامج يعطي المسؤولين عن الحاسب سواء كانوا آباء أو أمهات أو مدير مسؤول في العمل كلمة سر تمكنه من تحديد خصائص هذا البرنامج⁽¹⁵⁷⁾.

4- تفصي أثر الشبكات غير القانونية عبر الانترنت من طرف الشرطة القضائية وحجز الأجهزة المعلوماتية للبحث عن أثر الاتصالات والارتباطات السابقة فوق القرص الصلب، ثم فك الرموز والشفرة اللغوية والرقمية التي تتخفى وراءها هذه المواقع أو رسائلها. ولأجل ذلك يتوجب على السلطات العمومية توفير الوسائل الكافية لمطاردة مثل هذه المواقع ومناهضة أنشطتها⁽¹⁵⁸⁾.

5- حماية المعلومات، ويفترض ذلك مواجهة الظاهرة الإجرامية والمخاطر التي تهدد المعلومات والشبكات، سواء تعلق الأمر بنظام المعالجة الآلية للمعلومات أو انتهاك سرية هذه المعلومات، أو ارتكاب جرائم متعلقة بسريتها، مثل القرصنة والإتلاف والتزوير، وما إلى ذلك سواء وقعت محليا أو اتخذت صبغة عالمية⁽¹⁵⁹⁾.

وللعمل على تحقيق أمن للكم الهائل من المعلومات الموجودة على شبكة الانترنت لا بد من اتخاذ العديد من الخطوات إلا أنه يمكن تقسيم تلك الخطوات إلى ثلاثة اتجاهات هي:

- سرية المعلومات، أي ضمان حفظ تلك المعلومات المخزنة على أجهزة الحواسيب الآلية، أو تلك المنقولة عبر شبكة الانترنت، بحيث لا يطلع عليها إلا من هو مخول له ذلك.
- سلامة المعلومات، أي ضمان عدم تغيير تلك المعلومات إلا من هو مخول له ذلك.
- وجود المعلومات، أي ضمان عدم حذف تلك المعلومات إلا من هو مخول له ذلك⁽¹⁶⁰⁾.

أما أهم طرق الحماية التي يمكن الاستعانة بها فتمثل فيما يلي:

5-1- التشفير: يرى (بوير) ويعرفه على النحو التالي: "تشفير المعلومات هو تغيير مظهرها بحيث يختفي معناها الحقيقي" فعن طريق تحويل صورة البيانات- بحيث تكون غير مفهومة لمن يتلصص عليها- يستطيع أخصائيو أمن المعلومات منع الأشخاص غير المرخص لهم من الإطلاع على هذه البيانات، والبيانات التي لا يمكن قراءتها لا يمكن بالتالي تعديلها أو تزيفها. ويستخدم التشفير الآن كأساس لبعض البروتوكولات التي تضمن إتاحة الموارد لمن يحتاج إليها⁽¹⁶¹⁾.



5-2- جدار النار: وهو عبارة عن مكونات مادية، وبرمجيات خاصة توضع بين الشبكة الداخلية للمنظمة من جهة، وبين الشبكات الخارجية من جهة أخرى. ويعمل جدار النار على منع أي من المستخدمين الخارجيين من التوغل في الشبكات الخاصة والمرخص لها. وقد صمم جدار النار بطريقة تؤمن له اعتراض كل حزمة رسائل تمر بين شبكتين، وتفحص صفتها ومن ثم رفض أية رسالة منها غير مخولة، من محاولة الدخول والاختراق (162).

5-3- دعم أنظمة البريد الإلكتروني، ومن بينها برنامج البريد الشبح (Ghost mail) وهو برنامج يساعد على إخفاء شخصيتك عند إرسالك لبريد الكتروني. وكذا يساعد برنامج (Junk busters) في تعليم المستخدمين كيفية تتبع الكعكات الالكترونية لهم، وأيضا برنامج (Anonymous remailer) الذي يساعد في إرسال رسائل الكترونية بدون تحديد هويتك، كما تتوفر امكانيات في برنامج (Audora) للتحكم في نوعية الرسائل القادمة إليك عن طريق تحديد أسماء الحقول، أو بعض العبارات (163).

5-4- فاحصات الفيروسات: وتستخدم هذه البرامج ملف بصمات الفيروسات لمقارنته بالملفات الموجودة على القرص لاكتشاف وجود الفيروس.. كما يمكنها تنظيف الجهاز من الفيروس المكتشف. ولكن المشكلة الأساسية في هذا النوع أنه لا يكتشف إلا الفيروسات المسجلة لديه، ومن ثم يجب تحديثه باستمرار بإضافة بصمات الأنواع الجديدة المكتشفة من الفيروسات (164).

6- علاج الإدمان على الانترنت؛ وذلك بتتبع عدة طرق منها:

- عمل العكس لما اعتاد عليه المدمن فإذا كان مثلا يفتح البريد الإلكتروني حينما يستيقظ من النوم نطلب منه أن ينتظر حتى يفطر.
- الامتناع التام عن استخدام مجال محدد كغرف الدردشة مثلا.
- إعداد بطاقات يكتب فيها أهم المشاكل الناتجة عن إسرافه في استخدام الانترنت. بحيث تكون معه أينما ذهب وذلك لتذكيره بهذه المشاكل.
- الزيادة في مساحة العلاقات الاجتماعية والانضمام إلى فرق رياضية معينة... (165)

والمعروف أن الوقاية دائما حيز من العلاج، فلا بد من التوعية (توعية الأطفال خاصة) بضرورة الاستخدام الرشيد للانترنت، مع مزيد من اليقظة والتوجيه والإرشاد النفسي الوقائي من إمكانية الوقوع في هذه المشكلة.



الهوامش:

- (1) - محمد عبد الحميد: الاتصال والإعلام على شبكة الانترنت، مرجع سابق، ص 50.
- (2) - عبد الأمير الفيصل: مرجع سابق، ص-ص 78 - 79.
- (3) - محمود علم الدين: مرجع سابق ص-ص 262 - 263.
- (4) - محمد عبد الحميد: الاتصال والإعلام على شبكة الانترنت، مرجع سابق، ص-ص 144-145.
- (5) - السيد نجيت: الصحافة و.. الانترنت، ط1، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة-مصر، 2000م، ص 29.
- (6) - أشرف جابر سيد: الصحافة عبر الانترنت وحقوق المؤلف، دار النهضة العربية، 2003م، ص 8.
- (7) - عبد الأمير الفيصل: مرجع سابق، ص 81.
- (8) - المرجع نفسه.
- (9) - نجية من الكتاب: مستقبل الثورة الرقمية، مرجع سابق، ص 33.
- (10) - للمزيد أنظر: جلال ملاقي: الجزائر، استقلال الصحافة عن طريق الانترنت، رسالة اليونسكو، فيفري 2000م، ص-ص 29-30.
- (11) - محمد شطاح: مرجع سابق، ص 127.
- (12) - خالد مجد الدين: صناعة الأخبار في عصر المعلوماتية، ط1، دار الأمين، مصر، 2005م، ص 254.
- (13) - عبد الأمير الفيصل: مرجع سابق، ص-ص 43-44.
- (14) - محمد شطاح: مرجع سابق، ص 119.
- (15) - محمد قيراط: الانترنت والإعلام. والانجراف الثقافي، رسالة الأطلس، ع410، (من 18 إلى 24 أوت 2002م) ص 18.
- (16) - محمد فتحي عبد الهادي: النشر الإلكتروني وتأثيره على مجتمع المكتبات والمعلومات، المكتبة الأكاديمية، القاهرة، 2001م، ص-ص 60-61.
- (17) - ج.س. نييري: فضاء سيرناني (متحكم فيه أوتوماتيكيا)، رسالة اليونسكو، جوان 1997م، ص 28.
- (18) - عبد اللطيف صوفي: المعلومات الإلكترونية في المكتبات الجامعية، التحديات وثقافة المواجهة، الحوار الفكري، ع3، مخبر الدراسات التاريخية، جامعة قسنطينة، جوان 2002م، ص-ص 69-70.
- (19) - محمد جاسم فليحي: اتجاهات إعلامية معاصرة، كتاب الكتروني متاح على: www.ao-academy.org/wesima-articles/library-20060114-324.html.
- (20) - فرانسوا لسلي، نكولا ماركاريز: وسائل الاتصال المتعددة "ملتصدا"، ترجمة فؤاد شاهين، ط1، دار عويدات للنشر والطباعة، بيروت-لبنان، 2001م، ص 37.
- (21) - ج.س. نييري: المرجع السابق، ص 28.
- (22) - فريال مهنا: مرجع سابق، ص-ص 515-516.
- (23) - محمد فتحي عبد الهادي: مرجع سابق، ص 62.
- (24) - هدى بترولس: الملكية الفكرية في عصر التكنولوجيا، القافلة، المجلد 56، ع01، الأردن، جانفي/فيفري 2007م، ص 13.
- (25) - بوعنافة حدي سعاد: دور الانترنت في دعم التعليم عن بعد، مجلة المكتبات والمعلومات، المجلد الأول، ع2، قسم المكتبات والمعلومات، جامعة قسنطينة، ديسمبر 2002م، ص 56.
- (26) - صامويل دون: التعلم الافتراضي، ترجمة حنان حسين عواد، مجلة الثقافة العالمية، ع104، الكويت، مارس 2001م، ص 172.
- (27) - بوعنافة حدي سعاد: المرجع السابق، ص 56.
- (28) - فرانسوا لسلي، نكولا ماركاريز: مرجع سابق، ص 80.
- (29) - صامويل دون: مرجع سابق، ص 174.
- (30) - جودت أحمد سعادة، عادل فايز السرطاوي: استخدام الحاسوب والانترنت في ميادين التربية والتعليم، ط1، دار الشروق، عمان-الأردن، 2003م، ص-ص 172-174.
- (31) - ص.حفيظ: الجامعة الافتراضية في الجزائر، الخبر الأسبوعي، ع109، (من 03 إلى 09 أفريل 2001م)، ص 22.

- (32)- كاهينة صفاية: تعميم تكنولوجيا الإعلام والاتصال، جريدة الهاتف الجوال، ع32، الجزائر، (من 20 إلى 26 ديسمبر 2007م)، ص07.
- (33)- عبد اللطيف صوفي: مرجع سابق، ص 74.
- (34)- عبد الله اسماعيل الصوفي: التكنولوجيا الحديثة ومراكز المعلومات والمكتبة المدرسية، دار المسيرة، عمان-الأردن، 2002م، ص 61.
- (35)- جودت أحمد سعادة، عادل فايز السرطاوي، مرجع سابق، ص 135.
- (36)- بوعنقة جدي سعاد: مرجع سابق، ص 57.
- (37)- جودت أحمد سعادة، عادل فايز السرطاوي، مرجع سابق، ص-ص 126-136.
- (38)- شرفاوي حاج عبو: ديداكتية الانترنت، البدائل المتاحة لتفاعلية رباعية المعلم، المعلم، المنهج والمنهجيات، مجلة منتدى الأستاذ، ع1، المدرسة العليا للأساتذة، قسنطينة، أفريل 2005م، ص 72.
- (39)- عامر إبراهيم قنديلجي، علاء الدين عبد القادر الجنابي: نظم المعلومات الإدارية، ط2، دار المسيرة عمان- الأردن، 2005م، ص136.
- (40)- محمد الأمين موسى: مستقبل العلاقات العامة في عصر الوسائط المعلوماتية، مؤتمر العلاقات العامة في الوطن العربي في ظل العولمة الواقع الحالي وآفاق المستقبل، جامعة الشارقة، 4-5 ماي 2004. متاح على: <http://www.arabicmediastudies.net>
- (41)- فرانك كيلش: ثورة الانفومديا، ترجمة حسام الدين زكريا، سلسلة عالم المعرفة(253)، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت، جانفي 2000م، ص 459.
- (42)- عامر إبراهيم قنديلجي، علاء الدين عبد القادر الجنابي: مرجع سابق، ص 152.
- (43)- حسين عبد الحميد احمد رشوان: العلاقات العامة والإعلام من منظور علم الاجتماع، ط4، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية- مصر، 2004م، ص 117.
- (44)- محمد الأمين موسى: مرجع سابق.
- (45)- المرجع نفسه.
- (46)- طاهر محسن الغالي، أحمد شاکر العسكري: الإعلان مدخل تطبيقي، ط1، دار وائل للنشر والتوزيع عمان-الأردن، 2003م، ص18.
- (47)- عبد السلام أبو قحف، طارق طه أحمد: محاضرات في هندسة الإعلان والإعلان الإلكتروني، الدار الجامعية الإسكندرية-مصر، 2006، ص 341.
- (48)- للمزيد انظر: طارق طه: التسويق والتجارة الالكترونية، الاصدار 2، دار الكتب ومنشأة المعارف الإسكندرية- مصر، 2005، ص-ص 229-233.
- (49)- مصطفى عبد القادر: دور الإعلان في التسويق السياحي، ط1، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع بيروت-لبنان، 2003م، ص 179.
- (50)- صادق بن: تضاعف مداخيل الإعلانات في الانترنت، الخبر الأسبوعي، ع55، الجزائر، (من 22 إلى 28 مارس 2000م)، ص23.
- (51)- عبد السلام أبو قحف، طارق طه أحمد: مرجع سابق، ص 340.
- (52)- الصادق رايح، مرجع سابق، ص 99.
- (53)- عبد السلام أبو قحف، طارق طه أحمد: مرجع سابق، ص 342.
- (54)- طاهر محسن الغالي، أحمد شاکر العسكري: مرجع سابق، ص 244.
- (55)- عبد السلام أبو قحف، طارق طه أحمد: مرجع سابق، ص 342.
- (56)- طارق طه: مرجع سابق، ص 31.
- (57)- ممجدي حمد أبو العطا: مرجع سابق، ص 203.
- (58)- طارق طه: مرجع سابق، ص 32.

- (59) - المرجع نفسه: ص 222.
- (60) - مجدي محمد أبو العطا: مرجع سابق، ص 204.
- (61) - عبد السلام أبو قحف، طارق طه أحمد: مرجع سابق، ص 349-350.
- (62) - مجدي محمد أبو العطا: مرجع سابق، ص 212.
- (63) - عبد السلام أبو قحف، طارق طه أحمد: مرجع سابق، ص 331.
- (64) - زايري بلقاسم، طوباش علي: طبيعة التجارة الالكترونية وتطبيقاتها المتعددة، المستقبل العربي، السنة 25، ع 288 مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت-لبنان/2003، ص 72.
- (65) - صلاح زين الدين: تكنولوجيا المعلومات والتنمية، الطريق إلى مجتمع المعرفة ومواجهة الفجوة التكنولوجية في مصر، مكتبة الشروق الدولية، القاهرة-مصر، 2002م، ص 45.
- (66) - بهاء الرملي: التجارة الالكترونية.. ما هي حصّة العرب منها؟ مجلة القافلة، المجلد 54، ع 6، الأردن نوفمبر-ديسمبر 2005، ص 18.
- (67) - صادق بن: قطاعات السياحة والنقل والإعلام والترفيه تغلبت على أكبر 100 موقع، الخبر الأسبوعي، ع 13 (من 6 إلى 12 أكتوبر 1999م)، ص 23.
- (68) - بهاء الرملي: المرجع السابق، ص 18.
- (69) - أمين نجيب: اقتصاد الشبكات، مجلة القافلة، المجلد 53، ع 05، الأردن، سبتمبر/أكتوبر 2004، ص 16.
- (70) - أنطوان بطرس: التجارة الالكترونية، مجلة العربي، ع 478، الكويت، سبتمبر 1998، ص 184.
- (71) - زايري بلقاسم، طوباش علي: مرجع سابق، ص 78.
- (72) - صلاح زين الدين: مرجع سابق، ص 45.
- (73) - صادق بن: التسويق على شبكة الانترنت، الخبر الأسبوعي، ع 40، (من 8 إلى 14 ديسمبر 1999)، ص 23.
- (74) - زايري بلقاسم، طوباش علي: مرجع سابق، ص 78.
- (75) - سعد علي الحاج بكري: العمل الكترونيا وآفاق المستقبل، مجلة الفيصل، ع 296، المملكة السعودية أفريل/ماي 2001، ص 45.
- (76) - مشعل عبد الله الحميدان: الطب عن بعد، جريدة الرياض، ع 13384، السعودية، 14 فيفري 2005م، ص 14.
- (77) - <http://www.ituarabic.org/medecin.htm> (22.03.2008)
- (78) - فرانسوا لسلي، نيكولا ماركاريز: مرجع سابق، ص 86.
- (79) - مشعل عبد الله الحميدان: مرجع سابق، ص 14.
- (80) - <http://www.islamonline.net/arabic/science/2001/01/article5.html>.
- (81) - مشعل عبد الله الحميدان: مرجع سابق، ص 14.
- (82) - فرانسوا لسلي، نيكولا ماركاريز: مرجع سابق، ص 87.
- (83) - محمد علي البدوي: دراسات سوسيوإعلامية، ط1، دار النهضة العربية، بيروت-لبنان، 2006م، ص 252.
- (84) - مصطفى عبد القادر: مرجع سابق، ص 182.
- (85) - ص.حفيظ: مواقع جزائرية للترويج السياحي، الخبر الأسبوعي، ع 115، (من 15 إلى 21 ماي 2001م)، ص 22.
- (86) - محمد الطيب زاوي: الإعلام الإسلامي الالكتروني المعاصر، مذكرة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر، 2003-2004، ص 216.
- (87) - مصطفى عبد القادر: مرجع سابق، ص 182.
- (88) - محمد الطيب زاوي: المرجع السابق، ص 216.
- (89) - محمد أحمد صوالحة: علم النفس اللعب، ط1، دار الميسرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان-الأردن، 2005م، ص 149.
- (90) - احمد محمد الصالح: جيل الانترنت ثقافة المراهقة الجديدة، مجلة العربي، ع 538، الكويت، سبتمبر 2003م، ص 175.
- (91) - نصر الدين ليعاضي: الشباب الإماراتي والانترنت: استخدام الانترنت والسلوك الثقافي، مجلة الإذاعات العربية ع 3، تونس، 2005م، ص 95.
- (92) - محمد عبد الحميد: الاتصال والإعلام على شبكة الانترنت، مرجع سابق، ص 51.

- (93) - (د.ك.): دولة على الانترنت فقط، جريدة رسالة الأطلس، ع355، الجزائر، (من 22 إلى 28 جويلية 2001م)، ص 16.
- (94) - نصير بوعلی: الإعلام والقيم قراءة في نظرية المفكر الجزائري عبد الرحمن عزي، دار الهدى، عين مليلة- الجزائر 2005، ص-ص 79-80.
- (95)-Abderrahmane Azzi : Islam in cyberspace.(online):
<http://www.renaissance.com.pk/julnevi99.html>
- (96)- [http://www.saaaid.net/doat/binbulihed/18.htm\(27.03.2008\)](http://www.saaaid.net/doat/binbulihed/18.htm(27.03.2008)).
- (97) - نبيل شبيب: المسلمون وتحديات الانترنت، رسالة الأطلس، ع330، الجزائر، (من 28 جانفي إلى 3 فيفري 2001م)، ص 16.
- (98) - ریحان معمر جميلة: الانترنت بجامعة منتوري، مجلة المكتبات والمعلومات، المجلد الأول، ع2، جامعة منتوري، قسنطينة- الجزائر 2002م، ص80.
- (99) - فردي لخضر: المرجع السابق نفسه، ص75.
- (100) - غسان حزين: الفيروس الإلكتروني سارس عصر التكنولوجيا، مجلة العربي، ع 538، الكويت، سبتمبر 2003م ص 142.
- (101) - عامر إبراهيم، علاء الدين عبد القادر: مرجع سابق، ص 217.
- (102) - ذياب البدائية: الأمن وحرب المعلومات، ط1، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان-الأردن، 2006م، ص 309.
- (103) - فضيل دليو وآخرون: التحديات المعاصرة (العولمة، الانترنت، الفقر، اللغة...)، مخبر علم اجتماع الاتصال، جامعة منتوري، قسنطينة-الجزائر، 2002م، ص-ص 20-21.
- (104) - عامر إبراهيم، علاء الدين عبد القادر: مرجع سابق، ص 220.
- (105) - ذياب البدائية: مرجع سابق، ص 312.
- (106) - غسان حزين: مرجع سابق، ص 144.
- (107) - المرجع نفسه، ص 143.
- (108) - المرجع نفسه، ص 144.
- (109) - ذياب البدائية: مرجع سابق، ص-ص 312-313.
- (110) - عبد الرضا الفاتر: الانترنت النشأة... والأخطار، مرجع سابق، ص 101.
- (111) - غسان حزين: مرجع سابق، ص 144.
- (112) - رأفت نبيل علوة: قرصنة الانترنت، ط1، مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع، عمان-الأردن، 2006م، ص13.
- (113) - عبد الرضا الفاتر: مرجع سابق، ص 100.
- (114) - أحمد كاظم: تعلم الانترنت خطوة خطوة، ط1، منشورات دار اليوسف، بيروت-لبنان، 2005م، ص-ص 107-108.
- (115) - رافت نبيل علوة: مرجع سابق، ص 18.
- (116) - حسن مظفر الرزو: مرجع سابق، ص 146.
- (117) - محمد السعيد رشدي: الانترنت والجوانب القانونية لنظم المعلومات، دار النهضة العربية، القاهرة-مصر، 2004م، ص 32.
- (118) - فضيل دليو وآخرون: التحديات المعاصرة، مرجع سابق، ص-ص 13-14.
- (119) - نخبة من الكتاب: مستقبل الثورة الرقمية، مرجع سابق، ص 175.
- (120) - فضيل دليو وآخرون: المرجع السابق، ص 14.
- (121) - المرجع نفسه، ص 28.
- (122) - محمد سيد فهمي: مرجع سابق، ص 371.
- (123) - انشراح الشال: مرجع سابق، ص 78.
- (124) - مشعل عبد الله القدهي: المواقع الإباحية على شبكة الانترنت وأثرها على الفرد والمجتمع، متاح على :
[http://www.minchawi.com\(20.12.2007\)](http://www.minchawi.com(20.12.2007))
- (125) - علي عبد الله عسيري: الآثار الأمنية لاستخدام الشباب للانترنت، مجلة الأمن والحياة، ع264، جمادى الأولى، السعودية 1425هـ، ص 78.

- (126)- حسن طاهر داود: جرائم نظم المعلومات، أكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض-السعودية، 1420هـ، ص 93.
- (127)- عمر: ازدياد ضحايا الملايير الوهمية، جريدة القادسية، ع8، الجزائر، (من 15 إلى 21 ديسمبر 2007م)، ص 7.
- (128)- الياس.ف: جزائريون تعرضوا للنصب والاحتيال، جريدة الشروق اليومي، ع2220، الجزائر، (10 فيفري 2008م)، ص 24.
- (129)- حسن طاهر داود: مرجع سابق، ص-ص 84-93.
- (130)- المرجع نفسه، ص 45.
- (131)- محمد سامي الشوا: الإجرام المعلوماتي، مجلة الأمن والحياة، ع279، السعودية، شعبان، 1422هـ، ص 45.
- (132)- محمد فتحي عيد: الإجرام المعاصر، أكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض-السعودية، 1422، ص 125.
- (133)- فضيل دليو وآخرون: التحديات المعاصرة، مرجع سابق، ص-ص 23-24.
- (134)- ممدوح عبد المطلب: الجريمة عبر الانترنت، منشأة المعارف، الإسكندرية-مصر، 2001، ص 82.
- (135)- فضيل دليو وآخرون: المرجع السابق، ص-ص 25-26.
- (136)- المرجع نفسه، ص 28.
- (137)- حسن داود طاهر: مرجع سابق، ص 47.
- (138)- (د.ك): الإرهاب الرقمي، جريدة رسالة الأطلس، ع408، (من 04 إلى 10 أوت 2002م)، ص 16.
- (139)- (د.ك): الخطر السايبري يخرج من المغارات، رسالة الأطلس، ع151، (من 22 إلى 28 أوت 2004م)، ص 11.
- (140)- حميد روية: حرب الانترنت المسلحة، الخبر الأسبوعي، ع448، (من 29 سبتمبر إلى 05 أكتوبر، 2007م) ص 04.
- (141)- (د.ك): موقع إسرائيلي يجرّض على قتل الفلسطينيين، رسالة الأطلس، ع356، (من 29 جويلية إلى 4 أوت 2001م)، ص 17.
- (142)- Kamel Rahmouni : les cyberguerres : une nouvelle menace sur la sécurité Internationale ,El watan,journal Algérien,n°5251,16 février 2008.p23.
- (143)-الصادق رايح: الإعلام والتكنولوجيا الحديثة، مرجع سابق، ص-ص 124-212.
- (144)-المرجع نفسه، ص 215.
- (145)-للزميد أنظر: حسن مطفر الرزو: المواجهة غير المعلنة بين حزب الله والكيان الصهيوني في الفضاء المعلوماتي للانترنت، المستقبل العربي، ع342، السنة الثلاثون، بيروت-لبنان، أوت 2007، ص-ص 15-35.
- (146)- Kamel Rahmouni : op.cit ,p23.
- (147)- ميساء الصعبي: حرب الانترنت، مجلة العربي، ع537، الكويت، أوت 2003م، ص 145.
- (148)-محمد أحمد الصوالحة: مرجع سابق، ص 153.
- (149)-وليد أحمد المصري: الأسرة العربية وهوس الانترنت، مجلة العربي، ع573، الكويت، أوت 2006م، ص 173.
- (150)-علي عبد الله عسيري: الآثار الأمنية لاستخدام الشباب للانترنت، مرجع سابق، ص 80.
- (151)- وليد أحمد المصري: المرجع السابق، ص 174.
- (152)-فضيل دليو وآخرون: التحديات المعاصرة، مرجع سابق، ص 33.
- (153)-محمد السعيد رشدي: الانترنت والجوانب القانونية لنظم المعلومات، دار النهضة العربية، القاهرة، 2004م، ص-ص 47-48.
- (154)- فوزي أوصديق: الصحافة خطر أم في خطر، الشروق اليومي، ع2194، (10 جانفي 2008م) ، ص 16.
- (155)-عبد الفتاح بيومي حجازي: مرجع سابق، ص 291.
- (156)- فضيل دليو وآخرون: التحديات المعاصرة، مرجع سابق، ص 31.
- (157)-أحمد عصام فكري: الإبحار عبر مواقع الانترنت، كتاب الجمهورية، مصر، 2002م، ص 111.
- (158)- فضيل دليو وآخرون: التحديات المعاصرة، مرجع سابق، ص 32.
- (159)-محمد نصر مهنا: في النظرية العامة للمعرفة الإعلامية، المكتبة الجامعية، الإسكندرية-مصر، 2003م، ص 512.
- (160)-منير محمد الجنبهي، ممدوح محمد الجنبهي: جرائم الانترنت والحاسب الآلي ووسائل مكافحتها، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية-مصر، 2004م، ص 157.
- (161)-حسن طاهر داود: أمن شبكات المعلومات، مكتبة الملك فهد الوطنية، الرياض - السعودية، 2004م، ص 190.



- (162) - عامر إبراهيم، علاء الدين عبد القادر: مرجع سابق، ص 459.
- (163) - السيد بحيث: مرجع سابق، ص 275.
- (164) - حسن طاهر داود: أمن شبكات المعلومات، مرجع سابق، ص 182.
- (165) - محمد احمد صوالحة: مرجع سابق، ص 158.



الفصل الرابع

نتائج الدراسة الميدانية

- I - بيانات حول استخدام جمهور الطلبة الجزائريين للانترنت.
- II - بيانات حول الإشباعات المتحققة لجمهور الطلبة الجزائريين من خلال استخدامهم للانترنت.
- III - النتائج النهائية للدراسة.

I - بيانات حول استخدام جمهور الطلبة الجزائريين للانترنت:

1. بيانات عامة :

- جدول رقم (07): ترتيب وسائل الإعلام من حيث درجة استخدام الطلبة لها.

الرتبة	المجموع	التكرار المعدل	المعامل	التكرار	الرتبة	
4	284	42	6	07	1	الانترنت
		95	5	19	2	
		48	4	12	3	
		57	3	19	4	
		34	2	17	5	
		08	1	08	6	
1	421	270	6	45	1	التلفزيون
		95	5	19	2	
		32	4	08	3	
		18	3	06	4	
		04	2	02	5	
		02	1	02	6	
3	322	84	6	14	1	الإذاعة
		105	5	21	2	
		88	4	22	3	
		15	3	05	4	
		20	2	10	5	
		10	1	10	6	
2	332	72	6	12	1	الجريدة
		80	5	16	2	
		108	4	27	3	
		57	3	19	4	
		14	2	07	5	
		01	1	01	6	
6	140	00	6	00	1	المجلة
		05	5	01	2	
		04	4	01	3	
		39	3	13	4	
		50	2	25	5	

		42	1	42	6	
5	223	24	6	4	1	الكتاب
		30	5	6	2	
		48	4	12	3	
		60	3	20	4	
		42	2	21	5	
		19	1	19	6	

يمثل الجدول رقم (07) ترتيب وسائل الإعلام حسب درجة استخدام الطلبة لها. وتبين الأرقام أن التلفزيون يأتي في المرتبة الأولى وتليه الجرائد ثم الإذاعة، لتأتي الانترنت في المرتبة الرابعة، قبل الكتاب والمجلة الذين جاءا في المرتبة الخامسة والسادسة على التوالي.

ويكشف الجدول بذلك المكانة التي تحتلها الانترنت من بين وسائل الإعلام الأخرى، والتي تبدو أنها لا تزال بعيدة عن أخذ مكانة متقدمة في سلم استخدامات الطلبة، التي تبقى من نصيب الوسائل التقليدية. إذ من الملاحظ أن التلفزيون يبقى الوسيلة الأولى المفضلة لدى الطلبة نظرا إلى تنوع برامجهم وتعدد وتنوع قنواته الفضائية، ومسايرته لمقتضيات الراهن (تجدّده)، واستفادته من تقنيات التكنولوجيا الجديدة. بالإضافة لانتشاره على نطاق واسع وإمكانية تواجده في كل منزل.

أما الإذاعة فيمكن تفسير توقعها المتقدم إلى إمكانية استخدامها في أي مكان نظرا لتناقص حجم الأجهزة المستقبلية لها باستمرار، بالإضافة إلى سعرها الزهيد نسبيا، مع سهولة استخدامها ومتابعة مختلف الإذاعات (المحلية، والوطنية، والدولية) دون تعقيدات.

وعن الجرائد يمكن أن نقول أنها لا تزال تحتل مكانة متميزة نظرا لما تتمتع به من خصائص فنية، وتوفيرها جوا من حرية اختيار التعرض من حيث الكمية والتنوعية والكيفية، بالإضافة إلى اختيار الزمان والمكان المناسبين.

و يمكن تفسير قلة الإقبال على الانترنت إلى مجموعة من الأسباب نلخصها في ما يلي:

- أنها لا تزال حديثة مقارنة مع الوسائل الأخرى.
- أنها تتطلب وجود أجهزة كومبيوتر بالإضافة إلى الهاتف، وهذا ليس في متناول الجميع، ما يعني أن استعمالها يقتضي في غالب الأحيان الذهاب إلى مقهى الانترنت. وهنا أيضا يوجد عائق آخر يتمثل في ارتفاع الأسعار.

- أنها تتطلب تحكما في المعلوماتية.

- أنها تتطلب أيضا إتقان اللغات الحية وخاصة الإنجليزية نظرا إلى لسيطرتها على أغلبية المواقع

الإلكترونية.

أما الكتب والمجلات فارتفعت أسعارهما نسبة إلى ميزانية الطلبة يمكن أن يكون السبب الرئيسي وراء احتلالهما لذيل الترتيب من حيث التعرض والتفضيل.

و نشير إلى عدم ربط هذا الجدول بمتغيري الجنس والتخصص، وذلك لأن هدفنا منصّب على معرفة ترتيب الانترنت أو مكائنها من بين وسائل الإعلام بصفة عامة من حيث استخدام الطلبة لها، مع العلم أن النتائج لم تشر إلى وجود فروق أو اختلاف في ترتيب وسائل الإعلام لدى الطلبة لا من حيث الجنس، ولا من حيث التخصص.

جدول رقم (08): مدة استخدام الطلبة للانترنت.

التكرار	% النسبة	
08	09.75	منذ أكثر من 08 سنوات
18	21.95	4 - 08 سنوات
38	46.34	سنة - 04 سنوات
18	21.95	منذ أقل من سنة
82	100%	المجموع

يمثل الجدول رقم (08) المدة التي بدأ فيها الطلبة استخدام الانترنت، ونلاحظ من خلالها أن النسبة الكبيرة من الطلبة (46.34%) قد بدؤوا استخدام الانترنت منذ (سنة إلى أربع سنوات)، في حين تمثل نسبة الذين بدؤوا استخدامها (من 04 إلى 08 سنوات) (18%)، ونفس النسبة (18%) تمثل الطلبة الذين لم يبدؤوا استخدام هذه الوسيلة الإعلامية إلا منذ أقل من سنة. وما نسبته (09.75%) فقط من الطلبة كان قد بدأ استخدام الانترنت منذ أكثر من ثماني سنوات.

ومن خلال الجدول يمكن القول أن أغلبية الطلبة لم يبدؤوا التعامل مع الانترنت إلا منذ أربع سنوات فقط، وهذه النتيجة تفسر الجدول السابق الذي أظهر المكانة الضعيفة نسبيا التي تحتلها هذه الوسيلة مقارنة مع الوسائل الإعلامية الأخرى في سلم استخدامات الطلبة.

ويمكن إرجاع تأخر الطلبة في الالتحاق بركب مستخدمي الانترنت إلى عدة أسباب:

- حداثة هذه الوسيلة مقارنة بالوسائل الأخرى.
- تأخر انتشار الانترنت في المجتمع الجزائري بصفة عامة.
- عدم انتشار الانترنت في المؤسسات التعليمية السابقة (كالثانويات مثلا) حيث كان الطلبة يزاولون دراستهم قبل أن يلتحقوا بالجامعة.

- وقبل ذلك افتقار المنظومة التعليمية أثناء ذلك الوقت إلى مادة تختص بالمعلوماتية، وتعليم الإعلام الآلي ومختلف تقنياته...

وعموماً، تشير نتائج الجدول رقم (08)، إلى حداثة ارتباط الطلبة في الجزائر بالانترنت رغم ما تعرفه هذه الوسيلة من انتشار واسع إن كان ذلك على مستوى العالم، أو على مستوى الوطن العربي.

جدول رقم (09): مدة استخدام الطلبة للانترنت حسب متغير الجنس.

المجموع		إناث		ذكور		الجنس
%	ت	%	التكرار	%	التكرار	المدة
09.75	08	04.83	03	25	05	منذ أكثر من 08 سنوات
21.95	18	12.90	08	50	10	08 - 4 سنوات
46.34	38	56.45	35	15	03	سنة - 04 سنوات
21.95	18	25.80	16	10	02	منذ أقل من سنة
100%	82	100%	62	100%	20	المجموع
كا ² الجدولية =		د=3		كا ² المحسوبة=23		07.81

يمثل الجدول رقم (09)، مدة استخدام الطلبة للانترنت وعلاقة ذلك بمتغير الجنس. وما نلاحظه من خلاله هو الفروق الواضحة بين الذكور والإناث من حيث بداية استخدام الانترنت. فإذا إذا كانت أغلبية الذكور (50 %) كانت بدايتهم مع استخدام الشبكة العالمية ما بين أربع وثمان سنوات، فإن أغلبية الإناث (56.45 %) كانت بدايتهن مع الشبكة منذ سنة إلى أقل من أربع سنوات.

كما نلاحظ أن أغلبية الذين استخدموا الانترنت منذ ثماني سنوات فأكثر هم ذكور وذلك بنسبة مقدارها (25 %). في حين أن (25.80 %) من الإناث لم يستخدموا الانترنت إلا منذ سنة فأقل. هذا الاختلاف الواضح بين الجنسين في مدة استخدام الانترنت الذي تبينه بيانات الجدول، يؤكد اختبار كا² الذي دلّ على وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين الجنس ومدة استخدام الانترنت من طرف أفراد العينة.

حيث أن قيمة χ^2 المحسوبة (23) تفوق قيمة χ^2 الجدولية (07.81) عند درجة حرية (د=03) ومستوى ثقة (0.95).

جدول رقم (10): مدة استخدام الطلبة للانترنت حسب متغير التخصص.

المجموع		بيولوجيا الحيوان		إعلام واتصال		التخصص
%	ت	%	التكرار	%	التكرار	
09.75	08	06.45	02	11.76	06	منذ أكثر من 08 سنوات
21.95	18	19.35	06	23.52	12	4 - 08 سنوات
46.34	38	61.29	19	37.25	19	سنة - 04 سنوات
21.95	18	12.90	04	27.45	14	منذ أقل من سنة
100%	82	100%	31	100%	51	المجموع
χ^2 الجدولية =		د=3		χ^2 المحسوبة = 05.63		07.81

يمثل الجدول رقم (10) مدة استخدام الانترنت حسب متغير التخصص. وذلك لمحاولة الكشف عن وجود أو عدم وجود علاقة بينهما (أي بين مدة الاستخدام والتخصص).

أما ما نلاحظه على البيانات المدرجة خلال هذا الجدول فهو وجود فروق لكنها طفيفة بين طلبة علوم الإعلام والاتصال من جهة وطلبة بيولوجيا الحيوان من جهة أخرى، من حيث بداية استخدام الشبكة. إذ نلاحظ أن أغلبية الطلبة في تخصص الإعلام (37.25%) تتراوح مدة استخدامهم ما بين سنة واحدة وأربع سنوات. ونفس الشيء يقال عن طلبة البيولوجيا الذين بدأ غالبيتهم (61.29%) استخدام الانترنت من سنة إلى أربع سنوات.

لكن نلاحظ في المقابل أن نسبة طلبة الإعلام الذين بدؤوا تصفح الانترنت من أربع سنوات إلى ثماني سنوات والتي تقدر بـ (23.52%)، ومن ثماني سنوات فأكثر والتي تقدر بـ (11.76%) تفوق نسبي طلبة البيولوجيا الذين بدؤوا تصفح الانترنت في نفس الفترتين واللذان تقدران على التوالي بـ (19.35%) و(06.45%).

هذا ما قد يوحي إلى أن طلبة الإعلام يكونون قد احتكوا بشبكة الانترنت قبل طلبة البيولوجيا، لكن نسبة طلبة الإعلام الذين ارتبطوا بها منذ سنة فأقل (27.45%) تفوق نسبة طلبة البيولوجيا الذين ارتبطوا بها خلال نفس المدة المقدرة بـ(12.90%).

هذا يجعلنا نستنتج عدم وجود علاقة بين التخصص ومدة استخدام الانترنت. هذه النتيجة يؤكدتها اختبار كاي² إذ تقل قيمة كاي² المحسوبة والمقدرة بـ(05.63) عن كاي² الجدولية المقدرة بـ(07.81) عند درجة حرية (د=3) ومستوى ثقة (0.95). ما يعني عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين الظاهرتين.

جدول رقم (11): نوع الوسيلة التي يستخدم الطلبة من خلالها الانترنت.

النسبة %	التكرار	
85.41	82	كمبيوتر شخصي (PC)
06.25	04	حاسوب محمول
08.33	08	هاتف نقال
%100	94	المجموع

يبين الجدول رقم (11) نوع الوسيلة التي يستخدم الطلبة من خلالها الانترنت. والتي يبدو أنها تتركز في الحاسوب الشخصي (PC)، حيث يستخدمها الغالبية العظمى من الطلبة بنسبة مقدارها (85%) من مجموع الاستخدامات. كما يتضح من خلال التكرارات أن جميع الطلبة (82 مفردة) يستخدمون الحاسوب الشخصي، ثم تأتي الوسيلة الثانية والمتمثلة في الهاتف النقال التي يستعين بها ما مقداره (08.33%) من الطلبة للاتصال بشبكة الانترنت، وبنسبة مقاربة لذلك (06.25%) يستعينون بالحاسوب المحمول.

هذه البيانات تدل على أن الطلبة الذين هم في الأصل فئة من المجتمع الجزائري، لم يصلوا بعد إلى المسيرة الحقيقية للتقنية المعلوماتية التي يشهدها العالم. ويكاد يكون السبب منحصرا في القدرة الشرائية الضعيفة للفرد الجزائري، فضلا عن أن يكون طالبا جامعيًا.

أما ما يهمنا في الأمر أن هذه النتائج تحيلنا إلى الاستنتاج أن الطالب غالبا ما يكون مرتبطا بالمكان. أي مقيدا. بمكان تواجد جهاز الكمبيوتر. إن كان ذلك في المنزل أو في مكان آخر، وهذا ما قد ينقص من تحمس الطلبة في الإقبال على الانترنت.

جدول رقم (12): نوع الوسيلة التي يستخدم الطلبة من خلالها الانترنت حسب الجنس.

المجموع		إناث		ذكور		الجنس
%	ت	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	الوسيلة المستخدمة
85.41	82	93.93	62	66.66	20	كمبيوتر شخصي (PC)
06.25	06	03.03	02	13.33	04	حاسوب محمول
08.33	08	03.03	02	20	06	هاتف نقال
%100	96	%100	66	%100	30	المجموع
كا ² الجدولية =		د=02		كا ² المحسوبة = 12.28		05.99

يمثل الجدول رقم (12) نوع الوسيلة التي يستخدم الطلبة من خلالها الانترنت وعلاقة ذلك بمتغير الجنس. ونلاحظ على البيانات التي يحتويها أن الأغلبية الساحقة من الإناث (93.93%) يستخدمون الكمبيوتر الشخصي كوسيلة أولى تسمح لهم بالاتصال بالانترنت. وتوزع النسبة الباقية منهن بشكل متساوٍ على استخدام الحاسوب المحمول والهاتف النقاب بـ (03.03%) لكل من الوسيلتين.

أما ما نلاحظه على استخدامات الذكور فهو ارتفاع نسبة مستخدمي الهاتف النقاب كأداة للاتصال بالانترنت إذ تقدر هذه النسبة بـ (20%) محدثة بذلك الفرق مع استخدامات الإناث. خاصة إذا أضفنا لها النسبة الخاصة باستخدام الحاسوب المحمول المقدرة بـ (13.33%). رغم أن أغلبية الطلبة يستخدمون مثل الإناث الكمبيوتر الشخصي كأداة رئيسية للارتباط بالانترنت بنسبة تقدر بـ (66.66%).

ومن جهة آخر يؤكد اختبار كا² هذه الملاحظات حيث تفوق قيمة كا² والمقدرة بـ (12.28) المحسوبة قيمة الجدولية والمقدرة بـ (05.99) عند درجة حرية (د=2) ومستوى ثقة (0.95). وهذا ما يعني وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين نوع الوسيلة المستخدمة والجنس.

جدول رقم (13): نوع الوسيلة التي يستخدم الطلبة من خلالها الانترنت حسب التخصص.

المجموع		بيولوجيا الحيوان		إعلام واتصال		التخصص الوسيلة المستخدمة
%	ت	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	
85.41	82	85.71	30	85.24	52	كمبيوتر شخصي (PC)
06.25	06	08.57	03	04.91	03	حاسوب محمول
08.33	08	05.71	02	09.83	06	هاتف نقال
%100	96	%100	35	%100	61	المجموع
كا ² الجدولية =		د=02		كا ² المحسوبة = 00.75		05.99

نحاول من خلال الجدول رقم (13) الكشف عن العلاقة بين نوع الوسيلة المستخدمة للارتباط بالانترنت والتخصص. أما ما نلاحظه على بياناته فهو النسب المتقاربة بين طلبة كلا التخصصين في استخدام الوسائل الموضحة أعلاه.

حيث يستعمل ما نسبته (85.24%) من طلبة الإعلام الكمبيوتر الشخصي وبنفس النسبة تقريبا (85.71%) من طلبة البيولوجيا يستعملون نفس الأداة للارتباط بالانترنت.

ثم يستخدم طلبة الإعلام في المرتبة الثانية الهاتف النقال بنسبة تقدر بـ (09.83%). و يأتي في الأخير الحاسوب المحمول كأداة أخرى تسهل على ما نسبته (04.91%) من طلبة الإعلام، الاتصال من خلالها بالانترنت.

في المقابل نلاحظ أن المرتبة الثانية من الوسائل المستخدمة بالنسبة لطلبة البيولوجيا تعود إلى الحاسوب المحمول بنسبة مقدارها (08.57%) من أفراد العينة. وما نسبته (05.71%) يستخدمون بالإضافة إلى ذلك الهاتف النقال.

أما إذا استخدمنا اختبار χ^2 للكشف عن العلاقة بين التخصص والوسيلة المستخدمة للاتصال بالانترنت فسنجد أن χ^2 المحسوبة = 00.75، و χ^2 الجدولية = 05.99، ما يعني أن χ^2 المحسوبة تقل عن χ^2 الجدولية عند درجة حرية (د=2) ومستوى دلالة (0.95).

وهذا يجعلنا نستنتج عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين الظاهرتين.

جدول رقم (14): مواجهة أو عدم مواجهة الطلبة لصعوبات في استخدام الانترنت.

النسبة %	التكرار	
29.26	24	نعم
70.73	58	لا
%100	82	المجموع

يبين الجدول رقم (14) مواجهة أو عدم مواجهة الطلبة لصعوبات في استخدام الانترنت، ونلاحظ من خلاله أن 29.26% من أفراد العينة يواجهون صعوبات في استخدامهم للانترنت. مقابل 70.73% لا يواجهون صعوبات في هذا الشأن.

ولكن رغم أن نسبة الذين لا يواجهون صعوبات أكبر، إلا أن نسبة الذين يواجهون صعوبات هي نسبة معتبرة. وهو ما يفسر قلة إقبال الطلبة على الانترنت مقارنة مع وسائل الإعلام الأخرى كما رأينا في الجدول رقم (07). وهو ما يؤكد كذلك التبرير الذي قدمناه حينها.

هذه البيانات/النتائج تجعلنا أيضا نستنتج أن استخدام الانترنت ليس بالسهولة التي قد تتميز بها الوسائل الإعلامية الأخرى. وإنما ينطوي (الاستخدام) على شروط معينة قد تقف عائقا أو تتحول إلى صعوبات أمام المستخدمين.

جدول رقم (15): مواجهة أو عدم مواجهة الطلبة لصعوبات في استخدام الانترنت وعلاقته بمتغير الجنس.

المجموع		إناث		ذكور		الجنس
%	ت	%	التكرار	النسبة %	التكرار	مواجهة صعوبات
29.26	24	32.25	20	20	04	نعم
70.73	58	67.74	42	80	16	لا
%100	82	100 %	62	%100	20	المجموع
كا ² الجدولية =		د = 1		كا ² المحسوبة = 01.08		03.83

نحاول من خلال الجدول رقم (15) الكشف عن علاقة مواجهة أو عدم مواجهة الطلبة لصعوبات في استخدام الانترنت بمتغير الجنس. ونلاحظ أن نسبي كل من الذكور والإناث الذين لا يواجهون صعوبات في هذا الشأن هي الأكبر، واللتي تقدران على التوالي بـ (80%) و(67%).

كما نلاحظ أن نسبة الذكور الذين يواجهون صعوبات في استخدام الانترنت والتي تقدر بـ (20%) هي أقل من نسبة الإناث اللاتي يواجهنها والمقدرة بـ (32%). ما يجعلنا نقول أن الطلبة هم الأكثر تحكما بهذه الوسيلة والأكثر تجاوزا لصعوباتها.

لكن هذه النتيجة لن تكون ذات دلالة إحصائية إذا ما طبقنا اختبار كا². حيث سنجد أن قيمة كا² المحسوبة تقدر بـ (01.08). وهي أقل من قيمة كا² الجدولية المقدره بـ 03.83، عند درجة الحرية (د=1) و مستوى ثقة (0.95).

— جدول رقم (16) : مواجهة أو عدم مواجهة الطلبة لصعوبات في استخدام الانترنت وعلاقته
بمتغير التخصص.

المجموع		بيولوجيا الحيوان		إعلام واتصال		التخصص
%	ت	%	التكرار	النسبة %	التكرار	ممارسة أنشطة
29.26	24	38.70	12	23.52	12	نعم
70.73	58	61.29	19	76.47	39	لا
%100	82	100 %	31	%100	51	المجموع
كا ² الجدولية =		د=1		كا ² المحسوبة = 02.09		03.83

نحاول من خلال الجدول رقم (15) الكشف عن علاقة مواجهة أو عدم مواجهة الطلبة لصعوبات في استخدام الانترنت بمتغير التخصص. وكما هو واضح فإن نسبة الطلبة الذين يزاولون دراستهم في تخصص الإعلام والاتصال والذين يواجهون صعوبات في استخدام الانترنت أقل من نسبة الطلبة الذين يزاولون دراستهم في تخصص البيولوجيا. إذ تقدر النسبتان على التوالي بـ (23.52%) و(38.70%).

وهذا ما يجعلنا نقول أن طلبة الإعلام هم الأقدر على تجاوز الصعوبات التي تقف كعائق في طريق استخدامهم للشبكة العالمية.

وقد يعود السبب إلى أن الانترنت كوسيلة إعلامية هي في حقيقة الأمر تقع ضمن اهتمامات طلبة الإعلام أكثر، ما يدعوهم إلى ضرورة تجاوز صعوباتها بالاحتكاك المستمر بالانترنت. كما أن وجود مقياس الإعلام الآلي ضمن المقرر الدراسي لهذا التخصص سيحسن من درجة تحكم الطلبة بالانترنت أكثر، انطلاقاً من التحكم في جهاز الكمبيوتر. مع العلم أن هناك صعوبات أخرى موضوعية خارجة عن نطاق المستخدم كما سنرى في الجدول التالي.

أما عن اختبار كا² فقد كشف عن عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين مواجهة أو عدم مواجهة الطلبة لصعوبات في استخدام الانترنت، والتخصص. حيث تقدر قيمة كا² المحسوبة بـ

(02.09) وهي أقل من قيمة χ^2 الجدولية المقدر بـ (03.83) عند درجة حرية (د=1) ومستوى ثقة (0.95).

— جدول رقم (17) : الصعوبات التي يواجهها الطلبة عند استخدامهم للانترنت.

النسبة %	التكرار	
06.25	02	عدم توفر ملحقات كافية
31.25	10	بطء الاتصال بالانترنت
09.37	03	ارتفاع ثمن الاستخدام
15.62	05	صعوبات لغوية
37.50	12	عدم التحكم في استخدام الكمبيوتر
100%	32	المجموع

بعد أنة تعرّفنا على نسبة الطلبة الذين يواجهون صعوبات في استخدام الانترنت، نحاول من خلال الجدول رقم (17) التعرف على هذه الصعوبات.

وما نلاحظه أن عدم التحكم في استخدام الكمبيوتر، و بطء الاتصال بالانترنت هما أكثر الصعوبات التي تعيق استخدام الانترنت إذ تمثل نسبة كل منهما ثلث الصعوبات الموضحة أعلاه حيث تقدران على التوالي بـ (37.50%) و(31.25%). ثم تأتي الصعوبات اللغوية في المرتبة الثالثة بنسبة (09.37%). وأخيرا عدم توفر ملحقات كافية بنسبة (06.25%).

وإن دلّ هذا على شيء فإنما يدل على أن الصعوبات التي تواجه الطلبة تتوزع على فئتين؛ الأولى هي صعوبات ذاتية، وتمثل في الجدول أعلاه في الصعوبات اللغوية والصعوبات في التحكم في استخدام الكمبيوتر. وهي صعوبات كان من المفروض تجاوزها من فئة نوعية مثقفة كالطلبة الجامعيين.

وصعوبات موضوعية ليس للطلاب فيها دخل وهي بطء الاتصال بالانترنت، وعدم توفر ملحقات كافية (كاميرا، طابعة، المسمّع..)، بالإضافة إلى ارتفاع تكاليف الاتصال بالانترنت. وهي صعوبات تدل على الحالة العامة للانترنت في الجزائر التي لا تزال تحتاج إلى مزيد من الاهتمام من قبل السلطات المعنية للدفع بما قدما، للحاق بالركب التكنولوجي العالمي، أو حتى الإقليمي فقط.

— جدول رقم (18) : الصعوبات التي يواجهها الطلبة عند استخدامهم للانترنت، وعلاقتها
بمتغير الجنس.

الجنس	ذكور		إناث		المجموع	
	التكرار	النسبة %	التكرار	%	ت	%
عدم توفر ملحقات كافية	02	18.18	00	00	02	06.25
بطء الاتصال بالانترنت	03	27.27	07	33.33	10	31.25
ارتفاع ثمن الاستخدام	00	00	03	21	03	09.37
صعوبات لغوية	02	18.18	03	21	05	15.62
عدم التحكم في استخدام الكمبيوتر	04	36.36	08	38.09	12	37.50
المجموع	11	%100	21	100%	32	%100
كا ² المحسوبة = 04.02		د = 4		كا ² الجدولية =		
09.48						

يمثل الجدول رقم (18) كما يوضحه عنوانه، علاقة الصعوبات التي يواجهها الطلبة في طريق استخدامهم للانترنت بمتغير الجنس.

وما نلاحظه على هذه الصعوبات أنها تكاد تكون بنسب متساوية عند الطرفين إلا فيما يتعلق بعدم توفر ملحقات كافية، وارتفاع ثمن الاتصال بالانترنت. حيث نجد أن (18.18%) من الذكور يعيقهم عدم توفر ملحقات كافية وذلك ما لا يُعتبر عائقاً بالنسبة للإناث. في المقابل ترى ما نسبته (21%) من الإناث في ارتفاع ثمن الاتصال بالانترنت عائقاً، بينما نجد أنه لا ليس من الصعوبات التي تقف أمام الذكور في الاتصال بالانترنت.

لكن عموماً يمكن القول أن العلاقة بين طبيعة الصعوبات التي يواجهها الطلبة والجنس ليست ذات دلالة إحصائية إذ تقل قيمة χ^2 المحسوبة (04.02) عن قيمة χ^2 الجدولية (09.48) عند درجة الحرية (د=4) ومستوى ثقة (0.95).

— جدول رقم (19) : الصعوبات التي يواجهها الطلبة عند استخدامهم للانترنت وعلاقتها بمتغير التخصص.

المجموع		بيولوجيا الحيوان		إعلام واتصال		التخصص
%	ت	%	التكرار	النسبة %	التكرار	الصعوبات
06.25	02	07.69	01	05.26	01	عدم توفر ملحقات كافية
31.25	10	30.76	04	31.57	06	بطء الاتصال بالانترنت
09.37	03	07.69	01	10.52	02	ارتفاع ثمن الاستخدام
15.62	05	07.69	01	21.05	04	صعوبات لغوية
37.50	12	46.15	06	31.57	06	عدم التحكم في استخدام الكمبيوتر
%100	32	%100	13	%100	19	المجموع
χ^2 الجدولية		د = 4		χ^2 المحسوبة = 02.19		09.48 =

يمثل الجدول رقم (19) الصعوبات التي يواجهها الطلبة عند استخدامهم للانترنت، وعلاقتها بمتغير التخصص. ونلاحظ من خلاله :

- نسبة طلبة الإعلام الذين يجدون صعوبات في التحكم في استخدام الكمبيوتر (31.57%) أقل من نسبة طلبة البيولوجيا (46.15%).
- في المقابل نلاحظ أن نسبة طلبة البيولوجيا الذين لديهم صعوبات لغوية (07.69%) أقل من نسبة طلبة الإعلام (21.05%).

أما بقية الصعوبات فنلاحظ تقارب نسبها عند التخصصين، وهو ما جعل اختبار كا² يكشف عن عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الظاهرتين، حيث أن كا² المحسوبة (02.19) أقل من كا² الجدولية (09.48) عند درجة حرية (د=4) ومستوى ثقة (0.95).

2. بيانات حول عادات استخدام جمهور الطلبة الجزائريين للانترنت:

— جدول رقم (20): انتظام أو عدم انتظام الطلبة في تصفح الانترنت.

النسبة %	التكرار	
21.95	18	منتظم
78.04	64	غير منتظم
%100	82	المجموع

يكشف الجدول رقم (20) عن نسبة انتظام أو عدم انتظام الطلبة في تصفح الانترنت، وكما نلاحظ على بياناته، فإن الطلبة المنتظمين في زيارة الانترنت لا تمثل نسبتهم سوى 21.95%. في حين يزور البقية منهم الانترنت والمقدرة نسبتهم بـ (78.04%)، بشكل غير منتظم.

هذا ما يجعلنا نقول أن معظم الطلبة لا يحرصون كثيرا على زيارة الانترنت، وإنما يقومون بعملية تصفحها حسب الظروف، إن كانت متعلقة بالوقت أو متعلقة بتوفر أو عدم توفر تكاليف الاتصال بالانترنت، أو حتى عدم ثقة الطلبة بعد، في قدرة الانترنت على إشباع حاجاتهم التي يتوقعون من الوسائل الأخرى إشباعها.

ولكن عموما نستنتج أن الانترنت كوسيلة إعلامية واتصالية لم تحظى بعد بمكانة متميزة ضمن سلم اهتمامات الطلبة، بحيث يجعلهم ذلك مثلا يحرصون على الانتظام في زيارتها.

— جدول رقم (21): انتظام أو عدم انتظام الطلبة في تصفح الانترنت.

المجموع	إناث		ذكور		الجنس	
	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار		
21.95	18	19.35	12	30	06	منتظم/غير منتظم
78.04	64	80.64	50	70	14	منتظم
%100	82	%100	62	%100	20	غير منتظم
المجموع						
كا ² المحسوبة = 0.97						
كا ² الجدولية = 03.83						
د=1						
كا ² الجدولية						

يمثل الجدول رقم (21) علاقة انتظام أو عدم انتظام الطلبة في تصفح الانترنت بالجنس. وما نلاحظه عليه أن نسبة الذكور المنتظمين في زيارة الانترنت المقدرة بـ (30%) هي أكبر من نسبة الإناث المقدرة بـ (19.35%).

ما معناه أن الطلبة الذكور هم الأكثر حرصاً على الانتظام في استخدام الانترنت، والإناث هن الأكثر استسلاماً للظروف التي تقلل من إمكانية الاستخدام المنتظم للانترنت.

لكن تبقى الفروق ضعيفة وليست ذات دلالة إحصائية، كما يؤكد ذلك اختبار كا²، حيث أن قيمة كا² المحسوبة المقدرة بـ (0.97) أقل من قيمة كا² الجدولية المقدرة بـ (03.83) عند درجة حرية (د=1) ومستوى ثقة (0.95).

— جدول رقم (22): انتظام أو عدم انتظام الطلبة في تصفح الانترنت.

المجموع	بيولوجيا الحيوان		إعلام واتصال		التخصص منظم/غير منتظم	
	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار		
21.95	18	12.90	04	27.45	14	منتظم
78.04	64	87.09	27	72.54	37	غير منتظم
%100	82	%100	31	%100	51	المجموع
كا ² الجدولية		د=1		كا ² المحسوبة = 02.36		= 03.83

يمثل الجدول رقم (22) انتظام أو عدم انتظام الطلبة في تصفح الانترنت وعلاقة ذلك بالتخصص. وكما هو ملاحظ فإن نسبة طلبة الإعلام والاتصال المنتظمين في استخدام الانترنت تقدر بـ (27.45%) وهي أكبر من نسبة طلبة بيولوجيا الحيوان المقدرة بـ (12.90%) فقط.

وقد يعود سبب هذا الفرق قى أن الانترنت كوسيلة اتصالية وإعلامية تُعدّ من اهتمامات طلبة الإعلام أكثر - كما أشرنا سابقا- لذلك يكون حرصهم على الانتظام في استخدامها شيء منطقيًا إن لم يكن مطلوبًا.

لكن تبقى هذه الفروق أقل من أن تصبح ذات دلالة إحصائية، فاستخدام كا² قد كشف أن كا² المحسوبة هي أقل من كا² الجدولية عند درجة حرية (د=1) ومستوى ثقة (0.95).

— جدول رقم (23) : حجم الوقت الذي يقضيه الطلبة في تصفح الانترنت .

النسبة %	التكرار	الوقت	
35.36	29	أقل من ساعة	في الزيارة الواحدة
39.02	32	ساعة - ساعتين	
25.60	21	ساعتين فأكثر	
100%	82	المجموع	
34.14	28	أقل من 5 ساعات	في الأسبوع
45.12	37	5 - 10 ساعات	
15.85	13	10 - 15 ساعة	
04.87	04	أكثر من 15 ساعة	
100%	82	المجموع	

يمثل الجدول رقم (23) حجم الوقت الذي يقضيه الطلبة في تصفح الانترنت، وذلك خلال زيارة واحدة، ثم خلال أسبوع. ونلاحظ أن النسبة الأكبر من الطلبة (39.02%)، يتصفحون الانترنت ما بين ساعة وساعتين في الزيارة الواحدة، ثم تليها نسبة (35.36%) من الطلبة يتصفحون الانترنت في أقل من ساعة في الزيارة الواحدة. ويتصفح بقية الطلبة ونسبتهم (25.60%) الانترنت من ساعتين فأكثر. أما المتوسط الحسابي للوقت الذي يقضيه الطلبة في تصفح الانترنت فيقدر بـ 1.24 ساعة. وهو وقت ليس بالطويل ولا بالقصير وهو عموماً مناسب وغير مبالغ فيه.

أما فيما يخص حجم الوقت الذي يقضيه الطلبة في تصفح الانترنت أسبوعياً، فنلاحظ أن أغلبية الطلبة يستخدمونها ما بين 5 و10 ساعات ونسبتهم (45.12%)، ثم تأتي بعدها نسبة الطلبة الذين يقضون أقل من 5 ساعات في تصفح الانترنت أسبوعياً وتقدر بـ (34.14%). أما الذين يتصفحونها ما بين 10 و15 ساعة فنسبتهم (15.85%)، في حين لا يستخدم الانترنت لأكثر من 15 ساعة في الأسبوع سوى (04.87%) من الطلبة أفراد العينة. هذا ويقدر المتوسط الحسابي للوقت الذي يقضيه الطلبة في تصفح الانترنت في الأسبوع الواحد بـ 6.55 ساعة. وهو وقت ليس بالكبير لكنه مناسب للجمهور كجمهور الطلبة.

— جدول رقم (24): حجم الوقت الذي يقضيه الطلبة في تصفح الانترنت وعلاقته بمتغير الجنس.

المجموع		إناث		ذكور		الجنس	
%	ت	%	ت	%	%	الوقت	
35.36	29	38.70	24	25	05	أقل من ساعة	في الزيارة الواحدة
39.02	32	33.87	21	55	11	ساعة - ساعتين	
25.60	21	25.80	16	20	04	ساعتين فأكثر	
%100	82	%100	62	%100	20	المجموع	
χ^2		د=2				χ^2 المحسوبة = 02.76 الجدولية = 05.99	
34.14	28	40.32	25	15	03	أقل من 5 ساعات	في الأسبوع
45.12	37	46.77	29	40	08	5 - 10 ساعات	
15.85	13	11.29	07	30	06	10 - 15 ساعة	
04.87	04	01.61	01	15	03	أكثر من 15 سا	
%100	82	%100	62	%100	20	المجموع	
χ^2		د=3				χ^2 المحسوبة = 07.52 الجدولية = 07.81	

يمثل الجدول رقم (24) حجم الوقت الذي يقضيه الطلبة في تصفح الانترنت وعلاقته بمتغير الجنس. ونبدأ أولاً بالوقت الذي يقضيه الطلبة في الزيارة الواحدة، حيث نلاحظ أن أغلبية الإناث، يقضين أقل من ساعة في تصفح الانترنت، في حين أن أغلبية الذكور يقضون ما بين ساعة وساعتين. في المقابل فإن نسبة الطالبات اللاتي يقضين أكثر من ساعتين أكبر من نسبة الطلبة الذين يتصفحون الانترنت بنفس المدة. ما

يؤدي إلى عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين حجم الوقت والتخصص، وهو ما يؤكد اختبار χ^2 إذ تقل χ^2 المحسوبة (02.76) عن χ^2 الجدولية (05.99) عند (د=2) ومستوى ثقة (0.95).

أما إذا اتجهنا إلى حجم الوقت الذي يقضيه الطلبة في تصفح الانترنت خلال أسبوع، فنلاحظ أن أغلبية الذكور والإناث يتصفحون الانترنت ما بين 5 و10 ساعات في الأسبوع بنسبتين متقاربتين. في حين أن الطالبات اللواتي يتصفحن الانترنت في أقل من 5 ساعات أسبوعياً أكثر من الطلبة الذكور بكثير. ونسبة الطلبة الذين يتصفحون الانترنت لأكثر من 15 ساعة في الأسبوع أكثر من الإناث.

ورغم هذه الفروق إلا أنها تبقى دون دلالة إحصائية. حيث أن χ^2 المحسوبة رغم أن قيمتها كبيرة (07.52) إلا أنها أقل من قيمة χ^2 الجدولية المقدره — (07.81) عند (د=3) ومستوى ثقة (0.95).

— جدول رقم (25): حجم الوقت الذي يقضيه الطلبة في تصفح الانترنت وعلاقته بمتغير التخصص.

المجموع		بيولوجيا الحيوان		إعلام واتصال		التخصص	
%	ت	%	ت	%	%	الوقت	
35.36	29	48.38	15	27.45	14	أقل من ساعة	في الزيارة الواحدة
39.02	32	32.25	10	43.13	22	ساعة - ساعتين	
25.60	21	19.35	06	29.41	15	ساعتين فأكثر	
%100	82	%100	31	%100	51	المجموع	
		χ^2 الجدولية =		د=2		χ^2 المحسوبة = 01.96	
						05.99	
34.14	28	32.25	10	35.29	18	أقل من 5 ساعات	في الأسبوع
45.12	37	41.93	13	47.05	24	5 - 10 ساعات	
15.85	13	22.58	07	11.76	06	10 - 15 سا	
04.87	04	03.22	01	05.88	03	أكثر من 15 سا	
%100	82	%100	31	%100	51	المجموع	
		χ^2		د=3		χ^2 المحسوبة = 01.82	
						الجدولية = 07.81	

يمثل الجدول رقم (15) حجم الوقت الذي يقضيه الطلبة في تصفح الانترنت وعلاقته بمتغير التخصص. ونبدأ أولاً بالزيارة الواحدة لنلاحظ أن أغلبية طلبة الإعلام يقضون ما بين ساعة وساعتين في تصفح الانترنت، بينما أغلبية طلبة البيولوجيا يتصفحون الانترنت لأقل من ساعة. ونسبة طلبة الإعلام الذين يقضون أكثر من ساعتين في تصفح الانترنت أكبر من نسب طلبة البيولوجيا. لكن الملاحظ على النسب أنها متقاربة في العموم، ما جعل الفروق تخلو من دلالة إحصائية، حيث تقل قيمة χ^2 المحسوبة (01.96) عن χ^2 الجدولية (05.99) عند (د=2) ومستوى ثقة (0.95).

أما عن حجم الوقت الذي يقضيه الطلبة في تصفح الانترنت خلال أسبوع، فنلاحظ أن أغلبية الطلبة في كلا التخصصين يقضون ما بين 5 و10 ساعات في استخدام الشبكة، ثم ونسب متقاربة يأتي ترتيب حجم الوقت الذي يتصفح فيه الطلبة الانترنت نفسه عند كلا التخصصين أيضا. ويؤكد اختبار χ^2 هذه الملاحظات إذ يكشف عن عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين التخصص وحجم الوقت الذي يقضيه الطلبة في تصفح الانترنت خلال أسبوع، حيث تقل قيمة χ^2 المحسوبة (01.82) عن χ^2 الجدولية (07.81) عند (د=3) ومستوى ثقة (0.95).

• جدول رقم (26) : الأيام التي يتصفح فيها الطلبة الانترنت غالبا.

الترتيب	النسبة %	التكرار	
06	07.82	14	السبت
05	11.17	20	الأحد
03	13.40	24	الاثنين
07	06.14	11	الثلاثاء
03	13.40	24	الأربعاء
01	25.69	46	الخميس
02	20.67	37	الجمعة
08	01.67	03	كل يوم
08	%100	179	المجموع

يوضح الجدول رقم (26) الأيام التي غالبا ما يتصفح فيها الطلبة الانترنت ، وكما نلاحظ فإن المرتبة الأولى تعود ليوم الخميس، ثم يليها يوم الجمعة في المرتبة الثانية، وهما كما هو معلوم يوما عطلة بالنسبة للطلبة، وهو ما يفسر إقبال الطلبة فيهما على الانترنت.

وحتى الأيام الأخرى مرتبطة بمدى تفرغ الطلبة من الدراسة ، حيث أن السبب الرئيسي لاختيار يوم معين مرتبط أساسا بوقت الفراغ ، فالانترنت ليست كوسائل الإعلام الأخرى التي يمكن استخدامها بسهولة ، وإنما تتطلب تفرغا كليا لها.

كما أن استخدام الانترنت ليوم معين لا علاقة له بمحتوى هذه الوسيلة في ذلك اليوم كما هو الحال مثلا مع التلفزيون. فمحتوى الانترنت متاح على مدار 24 ساعة وكل أيام الأسبوع.

أما الملاحظة الأخرى التي يمكن تسجيلها على هذا الجدول فهو أن الطلبة الذين يزورون الانترنت كل يوم لا تقدر نسبتهم سوى بـ 01.67. وهي نسبة ضعيفة جدا تؤكد ما ذهبنا إليه من تبرير سابق عن خصوصية هذه الوسيلة أولا. وهي تعطينا ثانيا فكرة وافية عن مكانة الانترنت ضمن سلم استخدامات الطلبة.

• جدول رقم(27) : الأيام التي يتصفح فيها الطلبة الانترنت غالبا وعلاقتها بمتغير الجنس.

الجنس الأيام	ذكور			إناث			المجموع		
	ت	%	ر	ت	%	ر	ت	%	ر
السبت	03	06.12	06	11	08.46	06	14	07.82	06
الأحد	05	10.20	05	15	11.53	05	20	11.17	05
الاثنين	07	14.28	04	17	13.07	03	24	13.40	03
الثلاثاء	03	06.12	06	09	06.92	07	11	06.14	07
الأربعاء	08	16.32	03	16	12.30	04	24	13.40	03
الخميس	14	28.57	01	32	24.61	01	46	25.69	01
الجمعة	09	18.36	02	28	21.53	02	37	20.67	02
كل يوم	01	02.04	07	2	01.53	08	03	01.67	08
المجموع	49	100%	08	130	100%	08	179	100%	08

يوضح الجدول رقم (27) الأيام التي يتصفح فيها الطلبة الانترنت غالبا وعلاقتها بمتغير الجنس، وما نلاحظه على ترتيب الأيام أنه نفسه سوى ما تعلق بالرتبة الثالثة والرابعة. كما أن النسب المئوية تكاد تكون نفسها عند كل من الذكور والإناث. حيث لا يتعدى الفارق بين نسب الاستخدام الموزعة على الأيام عند الطرفين 3 % على الأكثر.

كما نلاحظ أن كلا من الذكور والإناث يستخدم الانترنت بشكل أكبر خلال نهاية الأسبوع المتمثلة في يومي الخميس والجمعة.

هذا ما يجعلنا نستنتج عدم وجود علاقة بين الجنس واختيار أيام معينة لاستخدام الانترنت، وهذا التقارب الكبير في النسب الموزعة على مختلف الأيام والترتيب المتطابق يغنيانا عن استخدام اختبار كاي².

• جدول رقم (28) : الأيام التي يتصفح فيها الطلبة الانترنت غالبا وعلاقتها بمتغير التخصص.

المجموع			بيولوجيا الحيوان			إعلام واتصال			التخصص الأيام
ر	%	ت	ر	%	ت	ر	%	ت	
05	07.82	14	05	09.58	07	06	06.60	07	السبت
04	11.17	20	06	08.21	06	04	13.20	14	الأحد
03	13.40	24	02	16.43	12	05	11.32	12	الاثنين
06	06.14	11	03	08.21	06	07	04.71	05	الثلاثاء
03	13.40	24	06	09.58	07	03	16.03	17	الأربعاء
01	25.69	46	01	27.73	20	01	24.52	26	الخميس
02	20.67	37	03	19.17	14	02	21.69	23	الجمعة
07	01.67	03	08	01.36	01	08	01.88	02	كل يوم
08	100%	179	08	%100	73	08	100%	106	المجموع

يمثل الجدول رقم (28) الأيام التي يتصفح فيها الطلبة الانترنت غالبا وعلاقتها بمتغير التخصص. وما نلاحظه على الترتيب أنه هنا أيضا نفسه فيما يخص المراتب الأولى حيث يتصدر دائما يوم الخميس باقي الأيام في المرتبة الأولى ثم يليه يوم الجمعة وبعده يأتي يوم الأربعاء.

أما باقي الأيام فإنه وإن اختلف ترتيبها بين طلبة التخصصين إلا أنه يبقى اختلاف طفيف، وذلك ما نلاحظه على النسب المئوية المتقاربة جدا.

وهذا ما يجعلنا نستنتج عدم وجود علاقة بين التخصص واختيار أيام معينة لتصفح الانترنت، ونظرا للتقارب الواضح للنسب المئوية الموزعة على الأيام في كلا التخصصين، بالإضافة إلى الترتيب الذي يكاد يكون نفسه للأيام سواء عند طلبة الإعلام أو طلبة البيولوجيا، فإننا نحجم هنا عن استخدام اختبار كا².

— جدول رقم (29): الفترات التي يتصفح فيها الطلبة الانترنت غالبا.

النسبة %	التكرار	
21.90	23	في الصباح (06 - 12)
40	42	في المساء (12 - 18)
34.28	36	في الليل (18 - 24)
03.80	04	في الهزيع (06 - 24)
%100	105	المجموع

يبين الجدول أعلاه الفترات التي يفضلها الطلبة أفراد العينة لتصفح الانترنت، وتبين الأرقام أن الفترة المسائية هي أكثر الفترات جذبا للطلبة وذلك بنسبة (40%)، ثم تليها الفترة الليلية بنسبة (34.28%)، ويستخدم ما نسبته (21.90%) من أفراد العينة الانترنت في الفترة الصباحية. أما فترة الهزيع الممتدة من منتصف الليل حتى السادسة صباحا فلا يستخدم فيها الانترنت سوى 03.80% من الطلبة.

ويبدو هذا الترتيب منطقيا، حيث تعتبر الفترتين المسائية والليلية أكثر الفترات تناسبا مع ظروف الطلبة. حيث يتوفرون على وقت الفراغ الذي يساعدهم على التفرغ للانترنت. بالإضافة إلى أن الانترنت توفر للمستخدم اختيار الوقت الذي يناسبه ولا تشترط وجوده في وقت معين كالتلفزيون مثلا.

أما نسبة الطلبة الذين يقبلون على الانترنت في الصباح فتبدو أنها معتبرة، ولكنها مرتبطة غالبا بوقت فراغ الطلبة من الدراسة. في حين يمكن تبرير ضعف نسبة الطلبة الذين يستخدمون الانترنت في الهزيع.

بالوقت المتأخر أولاً، ثم لأن في هذا الوقت غالباً ما تغلق مقاهي الانترنت، وهي أكثر الأماكن استقطاباً للطلبة كما سنرى لاحقاً.

— جدول رقم (30): الفترات التي يتصفح فيها الطلبة الانترنت غالباً وعلاقته بمتغير الجنس.

الجنس	ذكور		إناث		المجموع	
	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	ت	%
الفتريات المفضلة						
في الصباح (06 - 12)	08	29.62	15	19.23	23	21.90
في المساء (12 - 18)	01	03.70	41	52.56	42	40
في الليل (18 - 24)	15	55.55	21	26.92	36	34.28
في الهزيع (06 - 24)	03	11.11	01	01.28	04	03.80
المجموع	27	100%	78	100%	105	100%
كأ ² المحسوبة = 23.05			د=3		كأ ² الجدولية =	
						07.81

يبين الجدول أعلاه الفترات التي يفضلها الطلبة أفراد العينة لتصفح الانترنت وعلاقتها بمتغير الجنس. وما نلاحظه أن الذكور يفضلون أولاً الفترة الليلية وذلك بنسبة مقدارها (55.55%) ثم تليها الفترة الصباحية بنسبة (29.62%)، بعدها تأتي فترة الهزيع بنسبة معتبرة تقدر بـ (11.11%). في حين لا يستخدم سوى (03.70%) من الطلبة أفراد العينة الانترنت في الفترة المسائية.

في المقابل وعلى العكس من ذلك تماماً نجد الإناث يفضلن أولاً الفترة المسائية بنسبة (52.56%)، ثم تليها الفترة الليلية بنسبة (26.92%)، بعدها تأتي الفترة الصباحية بنسبة (19.23%). وفي الأخير لا تستخدم من الطالبات الانترنت في فترة الهزيع سوى ما مقداره (01.28%).

ولهذا الاختلاف في الفترات التي يستخدم فيها الطلبة الانترنت ما يبرره، حيث تفرض طبيعة المجتمع من حيث الدين والعادات والتقاليد مثلاً عدم خروج الأنثى في الليل فضلاً عن تأخر إلى الهزيع، ما يجد من نسبة استخدامهن للشبكة في هذه الفترة. ويزيد في فترات أخرى.

ويؤكد اختبار χ^2 الفروق الواضحة أعلاه، حيث أن χ^2 المحسوبة تقدر بـ (23.05) وهي أكبر من χ^2 الجدولية التي تقدر بـ (07.81) عند $(d=3)$ ومستوى ثقة (0.95)، ما يعني وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين الفترات التي يستخدم فيها الطلبة الانترنت والجنس.

— جدول رقم (31) : الفترات التي يتصفح فيها الطلبة الانترنت غالبا وعلاقته بمتغير التخصص.

المجموع		بيولوجيا الحيوان		إعلام واتصال		التخصص
%	ت	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	الفترات المفضلة
21.90	23	16.66	06	24.63	17	في الصباح (06 - 12)
40	42	50	18	34.78	24	في المساء (12 - 18)
34.28	36	33.33	12	34.78	24	في الليل (18 - 24)
03.80	04	00	00	05.79	04	في الهزيع (24 - 06)
100%	105	100%	36	100%	69	المجموع
χ^2 الجدولية		$d=3$		χ^2 المحسوبة = 04.19		$=07.81$

يمثل الجدول رقم (31) الفترات التي يتصفح فيها الطلبة الانترنت غالبا وعلاقته بمتغير التخصص. ونلاحظ على طلبة الإعلام أنهم يقبلون على استخدام الانترنت في الفترتين المسائية والليلية بنسبة متساوية، ثم تليها بعد ذلك بنسبة غير بعيدة كثيرا عنهما الفترة الصباحية. ويستخدم (05.79%) منهم الانترنت في فترة الهزيع.

ولا يختلف ترتيب الفترات كثيرا عند طلبة البيولوجيا عما هو عليه الحال عند طلبة الإعلام ولكن بنسب متفاوتة. حيث نجد أن نصف إجابات الطلبة أفراد العينة تستخدم الفترة المسائية، ثم تليها الفترة الصباحية. مع ملاحظة أن لا إجابة من إجابات طلبة هذا التخصص قد اختارت فترة الهزيع.

أما ما تستنتجه من الملاحظات السابقة أن الفروق ليست كبيرة بين طلبة التخصصين في الفترات التي يستخدمون فيها الانترنت. بل ونزيد على ذلك فنقول أن الفروق المسجلة ليست ذات دلالة إحصائية وهو

ما يكشفه اختبار كا²، حيث أن قيمة كا² المحسوبة (04.19) أصغر من قيمة كا² الجدولية (07.81) عند درجة حرية (د=3) ومستوى ثقة (0.95).

— جدول رقم (32) : مكان تصفح الطلبة للانترنت.

النسبة %	التكرار	
12.24	12	المتزل
39.79	39	الجامعة
47.95	47	مقهى الانترنت
%100	98	المجموع

يمثل الجدول رقم (32) مكان تصفح الطلبة للانترنت. وما نلاحظ أولاً على الأمكنة أعلاه هو انحصارها في ثلاثة فقط هي (المتزل، الجامعة، ومقهى الانترنت) وهي محدودة إذا ما قارناها مع الأمكنة التي يمكن أن نستخدم فيها وسائل الإعلام الأخرى، كالصحف مثلاً التي يمكن قراءتها في أي مكان. ولا تشترط تواجد المستخدم في مكان معين.

الملاحظة الثانية أن أغلبية الطلبة يستخدمون الانترنت في المقاهي المخصصة لذلك وذلك بنسبة (47.95%)، أي ما يقارب نصف الطلبة أفراد العينة. ثم تأتي الجامعة كمكان ثاني يوفر للطلبة استخدام الانترنت، حيث اختاره ما نسبته (39.79%) من أفراد العينة. في حين يستخدم ما نسبته (12.24%) من الطلبة الانترنت في المنازل .

وإن دل هذا التوزيع على شيء، فإنما يدل على أن انتشار الانترنت داخل المنازل في الجزائر يبقى محدوداً على عكس ما هو حاصل في العالم المتقدم حيث أصبح وجود الانترنت في المنازل مثله مثل التلفزيون. وفي ظل هذه الظروف تبقى مقاهي الانترنت المكان الأكثر توفراً للطلبة بالإضافة لمبادرة الجامعة بفتح الأبواب أمام الطلبة لاستخدام الانترنت مجاناً، وهي مبادرة تحسب لها وإن كانت كما هو ملاحظ ما تزال محدودة.

— جدول رقم (33): مكان تصفح الانترنت وعلاقته بمتغير الجنس.

المجموع		إناث		ذكور		الجنس
%	ت	%	التكرار	%	التكرار	مكان التصفح
12.24	12	14.28	09	08.57	03	المزل
39.79	39	42.85	27	34.28	12	الجامعة
47.95	47	42.85	27	57.14	20	مقهى الانترنت
%100	98	%100	63	%100	35	المجموع
كا ² الجدولية =		د=2		كا ² المحسوبة = 02.73		05.99

يمثل الجدول رقم (33) مكان تصفح الطلبة للانترنت وعلاقته بمتغير الجنس. ويمكننا تسجيل الملاحظات الآتية عليه:

- أكثر من نصف الذكور يستخدمون الانترنت في المقاهي المخصصة لذلك، وأكثر من ثلثهم يستخدمونها في الجامعة، و(8.57%) فقط منهم يستخدمونها في المنازل.

- تستخدم الطالبات الانترنت في المقاهي وفي الجامعة بشكل متساوٍ بنسبة مقدارها (42.85%). كما تستخدم منهن الانترنت في المنازل بنسبة معتبرة وأكبر من الذكور تقدر بـ (14.28%).

مع ملاحظة أن الفرق بين النسب عند كلا الطرفين ليست كبيرة، وفي هذا الشأن يشير اختبار كا² أن كا² المحسوبة (02.73) أقل من كا² الجدولية (05.99) عند درجة حرية (د=2) ومستوى ثقة (0.95). وذلك ما يعني عدم وجود علاقة بين التخصص ومكان تصفح الانترنت.

— جدول رقم (34): مكان تصفح الانترنت وعلاقته بمتغير التخصص.

المجموع		بيولوجيا الحيوان		إعلام واتصال		التخصص مكان التصفح
%	ت	%	التكرار	%	التكرار	
12.24	12	10.81	04	13.11	08	المتزل
39.79	39	35.13	13	42.62	26	الجامعة
47.95	47	54.05	20	44.26	27	مقهى الانترنت
%100	98	%100	37	%100	61	المجموع
كا ² الجدولية =		د=2		كا ² المحسوبة = 0.83		05.99

يمثل الجدول رقم (34) مكان تصفح الطلبة للانترنت وعلاقته بمتغير التخصص. ويمكننا تسجيل الملاحظات الآتية عليه:

- طلبة الإعلام أكثر استخداما للانترنت في الجامعة من طلبة البيولوجيا.
 - طلبة البيولوجيا أكثر استخداما للشبكة في مقاهي الانترنت من طلبة الإعلام.
 - تقارب نسبة الطلبة المستخدمين للانترنت في المتزل عند كلا التخصصين.
- مع ملاحظة عامة أن الفارق بين النسب المئوية الموزعة على أماكن استخدام الانترنت عند التخصصين ليس كبيرا، وهو ما جعل اختبار كا² يكشف عن عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين مكان التصفح والتخصص. حيث تقل قيمة كا² المحسوبة (0.83) عن قيمة كا² الجدولية (05.99) عند درجة حرية (د=2) ومستوى ثقة (0.95).

— جدول رقم (35) : مع من يتصفح الطلبة الانترنت عادة.

النسبة %	التكرار	
51.45	53	بمفردهم
04.85	05	مع أفراد العائلة
43.68	45	مع الأصدقاء والزملاء
%100	103	المجموع

يمثل الجدول رقم (35) مع من يتصفح الطلبة الانترنت عادة. إن كانوا بمفردهم أو مع أفراد العائلة أو مع الأصدقاء والزملاء. ويمكن تسجيل الملاحظات الآتية:

- أغلب الطلبة يتصفحون الانترنت بمفردهم في الغالب. وقد يعود سبب ذلك إلى طبيعة الاستخدام الفردي لجهاز الكمبيوتر، حيث يتطلب وجود مستخدماً واحداً.
- أكثر من ثلث الطلبة يتصفحون الانترنت غالباً مع الأصدقاء والزملاء. وهي نسبة معتبرة قد تعود إلى عدة أسباب منها أن بعض الطلبة يساعدون بعضهم في استخدام الانترنت، كما أن بعضهم يتشاركون في البحث عن مصادر معلومات لانجاز البحوث الدراسية المشتركة..
- نسبة الطلبة الذين يتصفحون الانترنت غالباً مع أفراد العائلة نسبة ضعيفة جداً. وقد يعود السبب الأساس في ذلك إلى أن استخدامهما غالباً ما يتم خارج المنزل.
- بالإضافة إلى ما سبق ملاحظته وتبريره، يمكن القول أن طبيعة الانترنت كوسيلة يرتبط استخدامها أساساً بطبيعة استخدام جهاز الكمبيوتر، فإن ذلك يساهم في فردية استخدامها أكثر. أي أن الانترنت تساهم بشكل أو بآخر في تقوقع الفرد على ذاته، وتقلص من علاقاته الاجتماعية.

— جدول رقم (36): مع من يتصفح الطلبة الانترنت وعلاقته بمتغير الجنس.

المجموع		إناث		ذكور		الجنس
%	ت	%	التكرار	%	التكرار	
51.45	53	44.30	35	75	18	بمفردهم
04.85	05	06.32	05	00	00	مع أفراد العائلة
43.68	45	49.36	39	25	06	مع الأصدقاء والزملاء
%100	103	%100	79	%100	24	المجموع
كا ² الجدولية =		د = 2		كا ² المحسوبة = 09.55		05.99

يمثل الجدول رقم (36) مع من يتصفح الطلبة الانترنت وعلاقته بمتغير الجنس. ومن خلاله يمكن ملاحظة ما يلي:

- أغلب الطلبة الذكور و بأكثر من الثلثين يتصفحون الانترنت بمفردهم ، ثم يتصفح ما نسبته (25%) منهم الانترنت مع الأصدقاء والزملاء. والملاحظ كذلك عدم وجود أية إجابة من الذكور أفراد العينة اختارت استخدام الانترنت مع أفراد العائلة.

- في حين يتصفح أغلب الإناث وبمقدار النصف الانترنت مع الأصدقاء والزملاء. ثم وبنسبة مقاربة لذلك (44.30) يتصفح الانترنت بمفردهن، ويستخدم منهن الانترنت مع أفراد العائلة ما نسبته (06.32%).

وما نستنتجه عموماً أن الذكور أكثر ميلاً لاستخدام الانترنت بشكل فردي من الإناث، في تميل الإناث إلى استخدام الانترنت مع الأصدقاء والزملاء أكثر.

هذه الفروق الواضحة يؤكدتها اختبار كا²، إذ تفوق قيمة كا² المحسوبة (09.55) قيمة كا² الجدولية (05.99) عند درجة حرية (د=2) ومستوى ثقة (0.95)، وهو ما يعني وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين الجنس ومع من يستخدم الطلبة الانترنت.

— جدول رقم (37): مع من يتصفح الطلبة الانترنت وعلاقته بمتغير التخصص.

المجموع		بيولوجيا الحيوان		إعلام واتصال		التخصص
%	ت	%	التكرار	%	التكرار	
51.45	53	54.05	20	50	33	مفردهم
04.85	05	05.40	02	04.54	03	مع أفراد العائلة
43.68	45	40.54	15	45.45	30	مع الأصدقاء والزملاء
%100	103	%100	37	%100	66	المجموع
كا ² الجدولية		د=2		كا ² المحسوبة = 00.23		05.99 =

يمثل الجدول رقم (37) مع من يتصفح الطلبة الانترنت وعلاقته بمتغير التخصص. ومن خلاله يمكن ملاحظة ما يلي:

- أغلب طلبة الإعلام و بمقدار النصف يتصفحون الانترنت بمفردهم ، ثم يتصفح ما نسبته (45%) منهم الانترنت مع الأصدقاء والزملاء. ولا يتصفح منهم الانترنت مع أفراد العائلة سوى ما نسبته (04.54%)

- و يتصفح أغلب طلبة البيولوجيا وبأكثر من النصف بقليل الانترنت بمفردهم .ثم وبنسبة ليست بعيدة من ذلك (40.54) يتصفحون الانترنت مع الأصدقاء والزملاء ، ويستخدم منهم الانترنت مع أفراد العائلة ما نسبته (05.40%) فقط.

وما نستنتجه عموما هو عدم وجود اختلاف بين طلبة التخصصين في مع من يتصفحون الانترنت، إذ يميل طلبة كلا التخصصين إلى الاستخدام الفردي ثم الاستخدام مع الأصدقاء والزملاء، ثم وبنسبتين ضعيفتين استخدام الانترنت مع أفراد العائلة.

وهذا ما يؤكد اختبار كا²، إذ تقل قيمة كا² المحسوبة (00.23) عن قيمة كا² الجدولية (05.99) عند درجة حرية (د=2) ومستوى ثقة (0.95)، وهو ما يعني عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين التخصص ومع من يستخدم الطلبة الانترنت.

3. بيانات حول أنماط استخدام جمهور الطلبة الجزائريين للانترنت:

— جدول رقم (38): خدمات الانترنت المفضلة لدى الطلبة .

الترتيب	النسبة %	التكرار	
02	21.55	36	البريد الالكتروني
03	14.37	24	الدردشة
03	14.37	24	نقل الملفات
01	35.92	60	خدمة الويب
05	01.52	03	الربط عن بعد
04	11.97	20	مجموعات الأخبار
05	%100	167	المجموع

يمثل الجدول رقم (38) خدمات الانترنت المفضلة لدى الطلبة، ونلاحظ أن خدمة الويب هي الأكثر تفضيلا من قبل ثلث الطلبة أفراد العينة. ثم تليها خدمة البريد الالكتروني بنسبة (21.55%)، ونجد بعدهما كلا من الدردشة وخدمة نقل الملفات بنسبتين متساويتين تقدران بـ (14.73%).

في حين يفضل (11.97%) من الطلبة مجموعات الأخبار، ولا يفضل خدمة الربط عن بعد سوى (01.52%). وهي نسبة ضئيلة جدا بالنسبة لخدمة مهمة للغاية توفر إمكانية الربط عن بعد مهما تباعدت المسافات، ما ينتج عنه الكثير من الفوائد للطلاب الجامعي، من بينها مثلا التعليم عن بعد والارتباط بجامعات أجنبية ذات سمعة كبيرة عالميا، للاستفادة من خبراتها في مختلف المجالات.

ولكن عموما لا تبدو هذه التفضيلات مفاجئة، نظرا للخصائص التي تتمتع بها كل خدمة من هذه الخدمات (التي تعرفنا عليها في الفصل الثاني). وإن كان تفضيل خدمة الويب لا يحتاج إلى قراءة، بحكم أن أغلبية التطبيقات تتم من خلالها، فإن مجيء خدمة البريد الالكتروني في المرتبة الثانية لها دلالات عدة منها أن (21.55%) على الأقل من الطلبة يملكون البريد الالكتروني، وهي نسبة معتبرة تدل على أن الطلبة يستغلون هذه التكنولوجيا جيدا، كما يمكننا تخيل ما لذلك من انعكاسات على وسائل الاتصال التقليدية كالبريد العادي.

— جدول رقم (39): خدمات الانترنت المفضلة لدى الطلبة وعلاقته بمتغير الجنس.

المجموع			إناث			ذكور			الجنس
ر	%	ت	ر	%	ت	ر	%	ت	
02	21.55	36	02	20.38	21	01	23.43	15	البريد الالكتروني
03	14.37	24	03	11.65	12	03	18.75	12	الدردشة
03	14.37	24	03	11.65	12	03	18.75	12	نقل الملفات
01	35.92	60	01	43.68	45	01	23.43	15	خدمة الويب
06	01.52	03	06	01.94	02	06	01.56	01	الربط عن بعد
05	11.97	20	05	10.67	11	05	14.06	09	مجموعات الأخبار
06	100%	167	12	%100	103	12	100%	64	المجموع
كا ² الجدولية			د=5			كا ² المحسوبة = 07.79			11.07=

يمثل الجدول رقم (39) خدمات الانترنت المفضلة لدى الطلبة وعلاقته بمتغير الجنس. ونلاحظ عليه

ما يلي:

- بالنسبة للذكور فإنهم يفضلون بنسبة متساوية كلا من البريد الالكتروني وخدمة الويب، ثم بعدهما يأتي دور كلا من الدردشة وخدمة نقل الملفات بنسبة متساوية كذلك. ويفضلون مجموعات الأخبار بنسبة معتبرة ولكنها أقل من الخدمات الأولى. أما نسبة تفضيلهم لخدمة الربط عن بعد فهي ضئيلة جدا.
- بالنسبة للإناث فإنهم يفردون البريد الالكتروني في المرتبة الأولى وبنسبة كبيرة من حيث تفضيلهم، ثم يأتي البريد الالكتروني في المرتبة الثانية، وفي الثالثة تأتي كل من الدردشة ونقل الملفات. وتحتل خدمة الربط عن بعد مثلما هو الحال عند الذكور المرتبة الأخيرة وبنسبة ضئيلة جدا، وذلك بعد خدمة مجموعات الأخبار.

ورغم النسب متفاوتة بين الطرفين إلا أن الترتيب يبقى متقاربا جدا، وذلك ما جعل اختبار χ^2 يكشف عن عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين الجنس وخدمات الانترنت المفضلة لدى الطلبة، إذ تقل قيمة χ^2 المحسوبة (07.79) عن قيمة χ^2 الجدولية (11.07) عند درجة حرية (د=5) ومستوى ثقة (0.95).

— جدول رقم (40): خدمات الانترنت المفضلة لدى الطلبة وعلاقته بمتغير التخصص.

المجموع			بيولوجيا الحيوان			إعلام واتصال			التخصص الخدمات المفضلة
ر	%	ت	ر	%	ت	ر	%	ت	
02	21.55	36	02	17.64	09	02	23.27	27	البريد الالكتروني
03	14.37	24	02	17.64	09	03	12.93	15	الدرشة
03	14.37	24	02	17.64	09	03	12.93	15	نقل الملفات
01	35.92	60	01	35.29	18	01	36.20	42	خدمة الويب
05	01.52	03	04	00	00	05	02.58	03	الربط عن بعد
04	11.97	20	03	11.76	06	04	12.06	14	مجموعات الأخبار
06	100%	167	06	100%	51	06	100%	116	المجموع
χ^2 الجدولية =			د=5			χ^2 المحسوبة = 02.92			11.07

يمثل الجدول رقم (40) خدمات الانترنت المفضلة لدى الطلبة وعلاقته بمتغير التخصص. ونلاحظ عليه أن الترتيب عند كلا التخصصين يكاد يكون نفسه تماما.

- حيث تحتل خدمة الويب المرتبة الأولى عند الطرفين بنسبتين متقاربتين تقدران بـ (36.20%) عند طلبة الإعلام، و(35.29) عند طلبة البيولوجيا.
- أما المرتبة الثانية عند طلبة الإعلام فينفرد بها البريد الالكتروني، ويشترك فيها كل من البريد الالكتروني والدرشة ونقل الملفات عند طلبة البيولوجيا.

- ويشترك في المرتبة الثالثة في سلم تفضيلات طلبة الإعلام كل من الدررشة ونقل الملفات، وتأتي كل مجموعات الأخبار والربط عن بعد في المرتبتين الأخيرتين. ونفس الشيء نسجله عند طلبة البيولوجيا.

ورغم النسب متفاوتة بعض الشيء بين الطرفين إلا أن الترتيب يبقى متقاربا جدا أيضا (كما رأيناه في الجدول السابق)، وذلك ما جعل اختبار كا² يكشف عن عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين التخصص وخدمات الانترنت المفضلة لدى الطلبة، إذ تقل قيمة كا² المحسوبة (02.92) عن قيمة كا² الجدولية (11.07) عند درجة حرية (د=5) ومستوى ثقة (0.95).

— جدول رقم (41): محركات البحث الأكثر استخداما لدى الطلبة .

الترتيب	النسبة %	التكرار	
01	46.87	75	Google
02	34.37	55	Yahoo
03	16.87	27	Hotmail
04	01.87	03	Altavista
04	%100	160	المجموع

يمثل الجدول رقم (41) محركات البحث المفضلة عند الطلبة، ومن خلال هذا الجدول نلاحظ أن محرك البحث (Google) قد تحصل على المرتبة الأولى بنسبة تقارب نصف إجابات الطلبة أفراد العينة ومقدارها (46.87%)، ثم يأتي بعده محرك (Yahoo) في المرتبة الثانية وقد كان نصيبه الثلث من اختيارات الطلبة أي (34.37%). وفي المرتبة الثالثة جاء محرك (Hotmail) بنسبة (16.87%). وكان نصيب محرك البحث (Altavista) الذي جاء في المرتبة الأخيرة (01.87%) فقط.

ويبدو هذا الترتيب أنه يتوافق مع الترتيب العالمي لاستخدامات محركات البحث كما رأينا سابقا في الجدول رقم (6). مع تسجيل غياب بعض المحركات المشهورة، بالإضافة إلى غياب أي محرك بحث عربي، وقد لا يتحمل الطلبة هنا المسؤولية بقدر ما تتحملها المحركات العربية التي عجزت عن إقناع المستخدمين العرب على الأقل بأهميتها.

— جدول رقم (42): محركات البحث الأكثر استخداما لدى الطلبة وعلاقته بمتغير الجنس.

المجموع			إناث			ذكور			الجنس
ر	%	ت	ر	%	ت	ر	%	ت	
01	46.87	75	01	49.10	55	01	41.66	20	Google
02	34.37	55	02	34.82	39	02	33.33	16	Yahoo
03	16.87	27	03	15.17	17	03	20.83	10	Hotmail
04	01.87	03	04	0.89	01	04	04.16	02	Altavista
04	100%	160	04	%100	112	04	100%	48	المجموع
كا ² الجدولية			د=3			كا ² المحسوبة = 02.93			
07.81=									

يمثل الجدول رقم (42) محركات البحث الأكثر تفضيلا لدى الطلبة وعلاقته بمتغير الجنس. وما نلاحظه على الترتيب عند كل من الذكور والإناث أنه نفسه. حيث يحتل (Google) المرتبة الأولى، ثم يأتي بعده المحرك (Yahoo)، ثم يأتي في المرتبة الثالثة (Hotmail) وأخيرا يأتي (Altavista).

لكن وإن كان الترتيب نفسه إلا أن النسب المئوية الموزعة من الطرفين على المحركات المختلفة، تتفاوت بعض الشيء. حيث نلاحظ أن الإناث يفضلون (Google) أكثر مما يفضله الذكور، في المقابل يفضل الذكور كلا من (Hotmail)(Altavista) أكثر مما تفضلهما الإناث.

وعلى العموم يبقى الاختلاف طفيفا بين تفضيلات كل من الذكور والإناث، ما يجعلنا نستنتج عدم وجود علاقة بين الجنس ومحركات البحث الأكثر تفضيلا لدى الطلبة.

ويؤكد هذا الاستنتاج اختبار كا² حيث تشير قيمة كا² المحسوبة إلى (02.93) وهي أقل من قيمة كا² الجدولية المقدره بـ (07.81) عند درجة حرية (د=3) ومستوى ثقة (0.95) وهو ما ينفي وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين الجنس ومحركات البحث الأكثر تفضيلا لدى الطلبة.

— جدول رقم (43): محركات البحث الأكثر استخداما لدى الطلبة وعلاقته بمتغير التخصص.

المجموع			بيولوجيا الحيوان			إعلام واتصال			التخصص
ر	%	ت	ر	%	ت	ر	%	ت	
01	46.87	75	01	47.05	24	01	46.78	51	Google
02	34.37	55	02	29.41	15	02	36.69	40	Yahoo
03	16.87	27	03	23.52	12	03	13.76	15	Hotmail
04	01.87	03	04	00	00	04	02.75	03	Altavista
04	100%	160	12	%100	51	4	100%	109	المجموع
كا ² الجدولية			د=3			كا ² المحسوبة = 03.97			
07.81=									

يمثل الجدول رقم (43) محركات البحث الأكثر تفضيلا لدى الطلبة وعلاقته بمتغير التخصص. وما نلاحظه على الترتيب عند كل من طلبة الإعلام وطلبة البيولوجيا أنه نفسه. حيث يحتل (Google) المرتبة الأولى، ثم يأتي بعده المحرك (Yahoo)، ثم يأتي في المرتبة الثالثة (Hotmail) وأخيرا يأتي (Altavista).

لكن وإن كان الترتيب نفسه إلا أن النسب المئوية الموزعة من الطرفين على المحركات المختلفة، تتفاوت فيما بينها بعض الشيء. حيث نلاحظ أن طلبة الإعلام يفضلون كلا من (Yahoo) (Altavista) أكثر مما يفضلهما طلبة البيولوجيا، في المقابل يفضل طلبة البيولوجيا (Hotmail) أكثر مما يفضل طلبة الإعلام.

وعلى العموم يبقى الاختلاف طفيفا بين تفضيلات كل من الطرفين، ما يجعلنا نستنتج عدم وجود علاقة بين التخصص ومحركات البحث الأكثر تفضيلا لدى الطلبة.

ويؤكد هذا الاستنتاج اختبار كا² حيث تشير قيمة كا² المحسوبة إلى (03.97) وهي أقل من قيمة كا² الجدولية المقدره بـ (07.81) عند درجة حرية (د=3) ومستوى ثقة (0.95) وهو ما ينفي وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين الجنس ومحركات البحث الأكثر تفضيلا لدى الطلبة.

— جدول رقم (44) : أنواع المواقع الالكترونية التي يفضل أن يتصفحها الطلبة .

النسبة %	التكرار		
16.66	55	توافق التخصص	من حيث المضمون
07.20	24	اجتماعية	
08.18	27	سياسية	
09	30	دينية	
14.41	48	ثقافية	
10.81	36	فنية	
06.30	21	رياضية	
04.80	16	اقتصادية	
12.91	43	علمية	
09.90	33	ترفيهية	
100	333	المجموع	
06.71	10	محلية	من حيث المجال الجغرافي
19.46	29	وطنية	
29.53	44	عربية	
44.29	66	دولية	
100	149	المجموع	
38.52	47	عربية	من حيث اللغة
46.72	57	فرنسية	
07.37	09	الانجليزية	
07.37	09	اسبانية	
100	122	المجموع	
46.36	51	الصحف	من حيث تبعيتها لوسائل الإعلام الأخرى
32.72	36	التلفزيونات	
13.63	15	الإذاعات	
07.27	08	وكالات الأنباء	
100	110	المجموع	

يمثل الجدول رقم (44) أنواع المواقع الالكترونية التي يفضل الطلبة تصفحها. وذلك من حيث المضمون، ومن حيث المجال الجغرافي، ومن حيث اللغة، وكذلك من حيث تبعيتها لوسائل الإعلام الأخرى.

أولا - من حيث المضمون: نلاحظ أن الطلبة يفضلون المواقع التي تتوافق مع تخصصهم الدراسي أولا ثم المواقع ذات المحتوى الثقافي، ثم المواقع العلمية. وبعدها تأتي بنسب متقاربة المواقع الفنية والمواقع الترفيهية والمواقع الدينية، ثم بنسب أقل تأتي كل من السياسية والاجتماعية والرياضية. وأخيرا وبنسبة ضئيلة تأتي المواقع الاقتصادية.

ومنه نستنتج أن الطلبة يفضلون المواقع الالكترونية التي تفيدهم معرفيا وتزيد من ثقافتهم وتحصيلهم المعرفي أكثر من المواقع التي ترفه عنهم، أو المواقع البعيدة عن اهتمامهم كطلبة، مثل المواقع الاقتصادية.

ثانيا - من حيث المجال الجغرافي: يبدو جليا من خلال اختيارات الطلبة تفضيلهم للمواقع الدولية بالدرجة الأولى، ثم بعدها المواقع ذات الاهتمام الإقليمي العربي، ثم يتدرج تفضيلهم بعد ذلك إلى المواقع الوطنية، وأخيرا المواقع المحلية. ومن الواضح أن طبيعة الانترنت كوسيلة إعلامية (عالمية) لها التأثير المباشر على تفضيلات الطلبة.

ثالثا - من حيث اللغة: نلاحظ أن المواقع التي تستخدم اللغة الفرنسية هي الأكثر تفضيلا من قبل الطلبة وذلك بنسبة كبيرة تقدر بـ (46.72%)، ثم تأتي بعد ذلك المواقع التي تستخدم اللغة العربية في المرتبة الثانية بنسبة تقدر بـ (38.52%)، تليها كل من المواقع الانجليزية والاسبانية بنسبتين متساويتين تقدران بـ (07.37%). ويبدو أن هذه التفضيلات لا تحكمها المنفعة المرجوة من لغة معينة بقدر ما تحكمها الثقافة العامة السائدة في المجتمع، حيث تتقدم مثلا المواقع الفرنسية على حساب المواقع الانجليزية رغم أن الانجليزية هي لغة الانترنت الأولى، وقد يعود ذلك أساسا إلى انتشارها في المجتمع وفي المنظومة التعليمية (الفروع العلمية في الجامعة). وعلى ما يبدو فإن تفضيل الطلبة للمواقع العربية جاء نتيجة لعدم تمكنهم من اللغات الأخرى كما رأينا في الجدول رقم (17).

رابعا - من حيث تبعيتها لوسائل الإعلام الأخرى: نلاحظ أن مواقع الصحف على الانترنت هي الأكثر تفضيلا من قبل الطلبة، ثم بعدها المواقع التلفزيونية، تليها مواقع الإذاعات، وأخيرا مواقع وكالات الأنباء. وعلى ما يبدو فإن هذا الترتيب يستند بالأساس إلى ما تضيفه هذه المواقع للمؤسسات الإعلامية الأصلية، وليس المعيار هو أهمية الوسيلة الإعلامية في حد ذاتها رغم ما لذلك من دور لا يمكن إنكاره. فمواقع التلفزيونات والإذاعات مثلا قد لا تزيد عما تحتويها التلفزيونات والإذاعات، بقدر ما تفعله مواقع الصحف التي تساهم في تغطية بعض النقائص المسجلة على هذه الوسيلة ومنها مثلا الآنية ومتابعة الأخبار أولا بأول.

— جدول رقم (45) : أنواع المواقع الالكترونية التي يتصفحها الطلبة وعلاقتها بمتغير الجنس .

المجموع		إناث		ذكور		الجنس	
%	ت	%	ت	%	ت	أنواع المواقع	
16.66	55	19.63	43	10.52	12	توافق	من حيث المضمون
						التخصص	
07.20	24	09.58	21	02.63	03	اجتماعية	
08.18	27	06.84	15	10.52	12	سياسية	
09	30	09.58	21	07.89	09	دينية	
14.41	48	13.69	30	15.78	18	ثقافية	
10.81	36	09.58	21	13.15	15	فنية	
06.30	21	02.73	06	13.15	15	رياضية	
04.80	16	05.47	12	03.50	04	اقتصادية	
12.91	43	14.15	31	10.52	12	علمية	
09.90	33	08.67	19	12.28	14	ترفيهية	
100	333	100	219	100	114	المجموع	
كا ² الجدولية		د=9		كا ² المحسوبة = 26.54		= 16.91	
06.71	10	09.34	10	00	00	محلية	من حيث المجال الجغرافي
19.46	29	19.62	21	19.04	08	وطنية	
29.53	44	27.10	29	35.74	15	عربية	
44.29	66	43.92	47	45.23	19	دولية	
100	149	100	107	100	42	المجموع	
كا ² الجدولية		د=3		كا ² المحسوبة = 05.08		= 07.81	
38.52	47	38.55	32	38.46	15	عربية	من حيث
46.72	57	50.60	42	38.46	15	فرنسية	
07.37	09	03.61	03	15.38	06	انجليزية	

اللغة	اسبانية	03	07.39	06	07.22	09	07.37
المجموع	39	100	83	100	122	100	100
كا^2 المحسوبة = 05.14 $\text{د} = 3$ كا^2 الجدولية 07.81 =							
من حيث تبعيتها لوسائل الإعلام الأخرى	الصحف	12	44.44	39	46.98	51	46.36
	التلفزيونات	12	44.44	24	28.91	36	32.72
	الإذاعات	00	00	15	18.07	15	13.63
	وكالات الأنباء	03	11.11	05	06.02	08	07.27
	المجموع	27	100	83	100	110	100
كا^2 المحسوبة = 07.12 $\text{د} = 3$ كا^2 الجدولية 07.81 =							

يمثل الجدول رقم (45) أنواع المواقع الالكترونية التي يفضل أن يتصفحها الطلبة وعلاقتها بمتغير الجنس. نسجل عليه هذه الملاحظات:

أولاً - من حيث المضمون: نلاحظ أن الذكور أكثر تفضيلاً للمواقع الثقافية أولاً، ثم الرياضية والفنية، ثم الترفيهية، على التوالي. أما الإناث فهن أكثر تفضيلاً للمواقع التي توافق تخصصهن أولاً، ثم العلمية، ثم الثقافية، على التوالي. والمواقع الأقل تفضيلاً بالنسبة للذكور تتمثل في المواقع الدينية (07.89%)، ثم المواقع الاقتصادية (03.50%) ثم المواقع الاجتماعية (02.63%)، أما الإناث فهن أقل تفضيلاً للمواقع السياسية (06.84%)، ثم المواقع الاقتصادية (05.47%) فالرياضية (02.73%).

هذا الاختلاف الواضح، يؤكد اختبار كا^2 حيث تفوق قيمة كا^2 المحسوبة (26.54) قيمة كا^2 الجدولية (16.91) عند درجة حرية ($\text{د} = 9$) ومستوى ثقة (0.95) وذلك ما معناه وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين أنواع المواقع التي يفضلها الطلبة من حيث المضمون، والجنس.

ثانياً - من حيث المجال الجغرافي: نلاحظ أن كلا من الذكور والإناث يفضلون المواقع الدولية بالدرجة الأولى. ويفضل الذكور المواقع العربية أكثر مما تفضلها الإناث، بينما تفضل الإناث المواقع المحلية أكثر من الذكور، و يتساوى تقريبا مقدار التفضيل عند الطرفين للمواقع الوطنية. ولكن الاختلاف يبقى دون القدر الذي يصبح فيه ذا دلالة، إذ تقل قيمة كا^2 المحسوبة (05.08) عن قيمة كا^2 الجدولية

(07.81) عند درجة حرية (د=3) ومستوى ثقة (0.95) ما يعني عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين أنواع المواقع التي يفضلها الطلبة من حيث المجال الجغرافي، والجنس.

ثالثا- من حيث اللغة: وبغض النظر عن الترتيب، من الملاحظ أن الإناث أكثر تفضيلا للمواقع ذات اللغة الفرنسية، والذكور أكثر تفضيلا للمواقع الانجليزية من الإناث. في حين تكاد تتساوى لغات المواقع الأخرى. وهذا ما جعل اختبار كا² يكشف عن عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين أنواع المواقع التي يفضلها الطلبة من حيث اللغة، والجنس. حيث تقل قيمة كا² المحسوبة (05.14) عن كا² الجدولية (07.81) عند درجة حرية (د=3) ومستوى ثقة (0.95).

رابعا- من حيث تبعيتها لوسائل الإعلام الأخرى: نلاحظ أن الذكور يفضلون بالدرجة الأولى مواقع الصحف والتلفزيونات بشكل متساوٍ، أما الإناث فيفردن مواقع الصحف أولا ثم مواقع التلفزيونات، كما أن الإناث أكثر تفضيلا لمواقع الإذاعات من الذكور، والذكور أكثر تفضيلا لمواقع وكالات الأنباء. ورغم هذا الاختلاف إلا أنه غير معنوي، فقيمة كا² المحسوبة (07.12) تبقى أقل من قيمة كا² الجدولية (07.81) عند درجة حرية (د=3) ومستوى ثقة (0.95). وهو ما يعني عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين أنواع المواقع التي يفضلها الطلبة من حيث تبعيتها لوسائل الإعلام الأخرى، والجنس.

— جدول رقم (46) : أنواع المواقع الالكترونية التي يتصفحها الطلبة وعلاقتها بمتغير التخصص .

المجموع		بيولوجيا الحيوان		إعلام واتصال		الجنس	أنواع المواقع
%	ت	%	ت	%	ت		
16.66	55	29.13	25	12.55	30	توافق	من حيث المضمون
07.20	24	06.38	06	07.53	18	اجتماعية	
08.18	27	00	00	11.29	27	سياسية	
09	30	09.57	09	08.78	21	دينية	
14.41	48	12.76	12	15.06	36	ثقافية	
10.81	36	09.57	09	11.29	27	فنية	
06.30	21	03.19	03	07.53	18	رياضية	
04.80	16	00	00	06.69	16	اقتصادية	
12.91	43	19.14	18	10.46	25	علمية	



09.90	33	12.76	12	08.78	21	ترفيهية	
100	333	100	94	100	239	المجموع	
كا ² المحسوبة = 31.83							
د=9							
كا ² الجدولية							
16.91=							
06.71	10	02.43	01	08.33	09	محلية	من حيث المجال الجغرافي
19.46	29	12.19	05	22.22	24	وطنية	
29.53	44	19.51	08	33.33	36	عربية	
44.29	66	65.85	27	36.11	39	دولية	
100	149	100	41	100	108	المجموع	
كا ² المحسوبة = 10.96							
د=3							
كا ² الجدولية							
07.81=							
38.52	47	13.15	05	50	42	عربية	من حيث اللغة
46.72	57	78.94	30	32.14	27	فرنسية	
07.37	09	00	00	10.71	09	الانجليزية	
07.37	09	07.89	03	07.14	06	اسبانية	
100	122	100	38	100	84	المجموع	
كا ² المحسوبة = 25.37							
د=3							
كا ² الجدولية							
07.81=							
46.36	51	34.28	12	52	39	الصحف	من حيث تبعيتها لوسائل الإعلام الأخرى
32.72	36	34.28	12	32	24	التلفزيونات	
13.63	15	25.71	09	08	06	الإذاعات	
07.27	08	05.71	02	08	06	وكالات الأخبار	
100	110	100	35	100	75	المجموع	
كا ² المحسوبة = 05.30							
د=3							
كا ² الجدولية							
07.81=							



يمثل الجدول رقم (46) أنواع المواقع الالكترونية التي يفضل أن يتصفحها الطلبة وعلاقتها بمتغير التخصص. ونلاحظ على نتائجها الأولية ما يلي:

أولاً - من حيث المضمون: نلاحظ أن طلبة الإعلام يفضلون تباعاً كلا من المواقع الثقافية أولاً، ثم المواقع التي توافق تخصصهم الدراسي، ثم المواقع السياسية والفنية بشكل متساوٍ. أما طلبة البيولوجيا فهم أكثر تفضيلاً للمواقع التي توافق تخصصهم أولاً، ثم الثقافية، ثم العلمية، على التوالي. والمواقع الأقل تفضيلاً بالنسبة لطلبة الإعلام تتمثل في المواقع الاجتماعية والرياضية بنفس النسبة، ثم المواقع الاقتصادية، أما طلبة البيولوجيا فهم أقل تفضيلاً للمواقع الرياضية، ثم المواقع السياسية والاقتصادية بدون أي اختيار. هذا الاختلاف الواضح، يؤكد اختبار χ^2 حيث تفوق قيمة χ^2 المحسوبة (31.83) قيمة χ^2 الجدولية (16.91) عند درجة حرية (د=9) ومستوى ثقة (0.95) وذلك ما معناه وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين أنواع المواقع التي يفضلها الطلبة من حيث المضمون، والتخصص.

ثانياً - من حيث المجال الجغرافي: نلاحظ أن طلبة كلا التخصصين يفضلون المواقع الدولية بالدرجة الأولى مع أفضلية لطلبة البيولوجيا الذين يفضلونها بنسبة تقارب الثلثين. ويفضل طلبة الإعلام المواقع الأخرى، أكثر مما يفضلها طلبة البيولوجيا. هذا الاختلاف جعل اختبار χ^2 يكشف عن وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين أنواع المواقع التي يفضلها الطلبة من حيث المجال الجغرافي، والتخصص، إذ تقل قيمة χ^2 المحسوبة (10.96) عن قيمة χ^2 الجدولية (07.81) عند (د=3) ومستوى ثقة (0.95).

ثالثاً - من حيث اللغة: من الملاحظ أن طلبة الإعلام أكثر تفضيلاً للمواقع ذات اللغة العربية، ثم الإنجليزية. وطلبة البيولوجيا أكثر تفضيلاً للمواقع الفرنسية. في حين تتساوى نسبة تفضيل الطرفين للمواقع الإسبانية. ولكن هذا لم يخفي الاختلاف البارز بين التخصصين ما جعل اختبار χ^2 يكشف عن وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين أنواع المواقع التي يفضلها الطلبة من حيث اللغة، والتخصص. حيث تفوق قيمة χ^2 المحسوبة (25.37) χ^2 الجدولية (07.81) عند درجة حرية (د=3) ومستوى ثقة (0.95).

رابعاً - من حيث تبعيتها لوسائل الإعلام الأخرى: نلاحظ أن طلبة البيولوجيا يفضلون بالدرجة الأولى مواقع الصحف والتلفزيونات بشكل متساوٍ، أما طلبة الإعلام فيفردون مواقع الصحف أولاً ثم مواقع التلفزيونات، كما أن طلبة البيولوجيا أكثر تفضيلاً لمواقع الإذاعات من طلبة الإعلام، وطلبة الإعلام أكثر تفضيلاً لمواقع وكالات الأنباء. ورغم هذا الاختلاف إلا أن قيمة χ^2 المحسوبة (05.30) تبقى أقل من قيمة χ^2 الجدولية (07.81) عند درجة حرية (د=3) ومستوى ثقة (0.95). وهو ما يعني عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين أنواع المواقع التي يفضلها الطلبة من حيث تبعيتها لوسائل الإعلام الأخرى، والتخصص.

— جدول رقم (47) : أسباب تفضيل الطلبة للمواقع الالكترونية .

النسبة %	التكرار	
20.15	16	الإخراج الجيد
23.25	30	بسبب شهرتها
43.41	56	توافق اهتمامهم
20.93	27	بسبب مصداقيتها
%100	129	المجموع

يمثل الجدول رقم (47) أسباب تفضيل الطلبة للمواقع الالكترونية. وما نلاحظه عليه أن أكثر الأسباب التي تتحكم في تفضيل الطلبة للمواقع الالكترونية هو موافقتها لاهتمامهم وذلك بنسبة (43.41%)، ثم الشهرة التي تتمتع بها وذلك بنسبة (23.25%)، بعد ذلك يأتي الإخراج الجيد ومصداقية المواقع بنسبتين متساويتين (20.93%).

ويدل هذا التوزيع للنسب على الأسباب التي تقف وراء تفضيل مواقع معينة على حساب أخرى، إلى أن عملية التفضيل لدى الطلبة تتوقف على مجموعة متنوعة ومتداخلة من الأسباب التي تتمتع كل منها بقدر معين من الأهمية، وذلك بداية من المحتوى ونهاية إلى الشكل، بالإضافة إلى ما تتمتع به هذه المواقع من مصداقية وشهرة، حيث تساهم الشهرة في اختزال عملية الاختيار.

— جدول رقم (48) : أسباب تفضيل المواقع الالكترونية وعلاقته بمتغير الجنس.

المجموع		إناث		ذكور		الجنس
%	ت	%	التكرار	%	التكرار	أسباب التفضيل
20.15	16	07.50	06	20.40	10	الإخراج الجيد
23.25	30	18.75	15	30.61	15	بسبب شهرتها
43.41	56	55	44	24.48	12	توافق اهتمامهم
20.93	27	18.75	15	24.48	12	بسبب مصداقيتها
100 %	129	100 %	80	%100	49	المجموع
كا ² الجدولية		د=3		كا ² المحسوبة = 11.30		= 07.81

يمثل الجدول رقم (48) أسباب تفضيل الطلبة للمواقع الالكترونية وعلاقته بمتغير الجنس. وما نلاحظه هو اختلاف الأسباب التي تقف وراء تفضيلات كل من الذكور والإناث.

حيث تتجلى أكثر الأسباب التي تقف وراء تفضيلات الذكور في شهرة المواقع وذلك بنسبة قدرها (30%)، ثم وبنسبتين متساويتين مقدارهما (24.48%) تأتي مصداقيتها وموافقتها لاهتمامهم، ويتمثل آخر الأسباب في الإخراج الجيد وذلك بنسبة (20.40%).

أما أكثر الأسباب التي تقف وراء تفضيلات الإناث فتتجلى في موافقة المواقع لاهتمامهن وذلك بنسبة تفوق نصف إجابتهن وقدرها (20.40%). ثم وبنسبتين متساويتين مقدارهما (18.75%) تأتي مصداقية المواقع، وشهرتها. ويتمثل آخر الأسباب في الإخراج الجيد وذلك بنسبة (07.50%).

هذا الاختلاف الواضح، يؤكد اختبار χ^2 حيث تفوق قيمة χ^2 المحسوبة (11.30) قيمة χ^2 الجدولية (07.81) عند درجة حرية (د=3) ومستوى ثقة (0.95) وذلك ما معناه وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين أسباب تفضيل الطلبة للمواقع الالكترونية، والجنس.

— جدول رقم (49): أسباب تفضيل المواقع الالكترونية وعلاقته بمتغير التخصص.

المجموع		بيولوجيا الحيوان		إعلام واتصال		التخصص
%	ت	%	التكرار	%	التكرار	أسباب التفضيل
20.15	16	14.28	07	11.25	09	الإخراج الجيد
23.25	30	18.36	09	26.25	21	بسبب شهرتها
43.41	56	42.45	21	43.75	35	توافق اهتمامهم
20.93	27	24.48	12	18.75	15	بسبب مصداقيتها
100%	129	100%	49	100%	80	المجموع
χ^2 الجدولية		د=03		χ^2 المحسوبة = 01.47		07.81=

يمثل الجدول رقم (49) أسباب تفضيل الطلبة للمواقع الالكترونية وعلاقته بمتغير التخصص. وما نلاحظه هو عدم وجود اختلاف كبيرة بين الأسباب التي تقف وراء تفضيلات كل من طلبة الإعلام وطلبة البيولوجيا.

حيث تتجلى أكثر الأسباب التي تقف وراء تفضيلات طلبة الإعلام للمواقع في موافقتها لاهتمامهم وذلك بنسبة قدرها (43.75%)، ثم شهرتها بنسبة (26.25%)، ثم تأتي مصداقيتها بنسبة (18.75%)، ويتمثل آخر الأسباب في الإخراج الجيد وذلك بنسبة (11.25%).

وتتجلى أكثر الأسباب التي تقف وراء تفضيلات طلبة البيولوجيا في موافقة المواقع لاهتماماتهم وذلك بنسبة كبيرة قدرها (42.45%). ثم مصداقيتها بنسبة (24.48%)، وبعدها تأتي شهرة المواقع بنسبة (18.36%)، ويتمثل آخر الأسباب في الإخراج الجيد وذلك بنسبة (14.28%).

هذا الاختلاف الطفيف، جعل اختبار χ^2 يكشف عن عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين أسباب تفضيل الطلبة للمواقع الالكترونية، والتخصص.

حيث تقل قيمة χ^2 المحسوبة (01.47) عن قيمة χ^2 الجدولية (07.81) عند درجة حرية (د=3) ومستوى ثقة (0.95).

— جدول رقم (50) : عدد المواقع التي يتصفحها الطلبة غالبا في الزيارة الواحدة.

النسبة %	التكرار	
14.63	12	موقع واحد
41.46	34	1 - 3 مواقع
18.29	15	3 - 6 مواقع
25.60	21	أكثر من 6 مواقع
100%	82	المجموع

يمثل الجدول رقم (50) عدد المواقع التي يتصفحها الطلبة غالبا في الزيارة الواحدة. وكما نلاحظه فإن أكثر الطلبة يتصفحون ما بين موقع واحد وثلاثة مواقع وذلك بنسبة (41.46%)، ثم يتصفح ما نسبته (25.60%) من الطلبة أفراد العينة أكثر من ستة مواقع، في حين يتصفح ما نسبته (18.29%) من الطلبة ما بين ثلاثة إلى ستة مواقع، ولا يكفي بتصفح موقع واحد سوى ما نسبته (14.63%) من الطلبة.

وتعبر هذه الملاحظات على الخصوصية التي تتوفر عليها الانترنت مقارنة مع وسائل الإعلام الأخرى حيث توفر للمستخدم الوصول أكثر من موقع في الزيارة الواحدة. ولكن هذا الامتياز قد يتحول إلى سلبية من السلبيات عند المبالغة في تعداد المواقع لأن ذلك سيؤدي على السطحية في التصفح فضلا عن تشتيت الذهن.

ويبدو على الجدول أعلاه أن الطلبة لم يقعوا بشكل كبير في هذا الفخ، حيث يتصفح أكثر من الثلثين منهم من ستة مواقع فأقل مع تركز أغليبتهم في خانة الذين يتصفحون ما بين موقع وثلاثة مواقع. وهو عدد معقول يمكن الطالب من استيعاب محتوى المواقع الالكترونية بشكل أفضل.

— جدول رقم(51): عدد المواقع التي يتصفحها الطلبة غالبا في الزيارة الواحدة وعلاقته بتغير

الجنس.

الجنس عدد المواقع	ذكور		إناث		المجموع	
	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	ت	%
موقع واحد	00	00	12	19.35	12	14.63
1 - 3 مواقع	02	10	32	51.61	34	41.46
3 - 6 مواقع	04	20	11	17.74	15	18.29
أكثر من 6 مواقع	14	70	07	11.29	21	25.60
المجموع	20	% 100	62	% 100	82	% 100
كا ² المحسوبة = 30.52			د=3		كا ² الجدولية =	
07.81						

يمثل الجدول رقم (51) عدد المواقع التي يتصفحها الطلبة غالبا في الزيارة الواحدة وعلاقة ذلك

بمتغير الجنس.

وكما نلاحظه فإن أغلبية الطلبة الذكور يتصفحون أكثر من ستة مواقع وذلك بنسبة (70%)، ثم يتصفح ما نسبته (20%) منهم من ثلاثة إلى ستة مواقع، في حين يتصفح ما نسبته (10%) منهم ما بين موقع إلى ثلاثة مواقع، وليس هناك أي طالب من أفراد العينة أجاب بأنه يكتفي بموقع واحد.

أما الإناث فنلاحظ أن أغليبتهم يتصفح ما بين موقع إلى ثلاثة مواقع وذلك بنسبة (51.61%)، ثم تكتفي ما نسبته (19%) منهم بتصفح موقع واحد، في حين تقدر نسبة اللواتي يتصفح من ثلاثة إلى ستة مواقع بـ (17.74%)، وأخيرا تقدر نسبة اللواتي يتصفح أكثر من ستة مواقع بـ (11.29%)

وتعبر هذه الملاحظات على أن الذكور أكثر ميلا لتعداد المواقع التي يتصفحونها في الزيارة الواحدة

من الإناث.

أما اختبار χ^2 فيبين أن هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين عدد المواقع التي يتصفحها الطلبة غالبا في الزيارة الواحدة ومتغير الجنس. إذ تفوق قيمة χ^2 المحسوبة (30.52) بشكل كبير قيمة χ^2 الجدولية (07.81) عند درجة حرية (د=3) ومستوى ثقة (0.95).

— جدول رقم(52): عدد المواقع التي يتصفحها الطلبة غالبا في الزيارة الواحدة وعلاقته بمتغير التخصص.

المجموع		بيولوجيا الحيوان		إعلام واتصال		التخصص عدد المواقع
%	ت	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	
14.63	12	19.35	06	11.76	06	موقع واحد
41.46	34	32.25	10	47.05	24	1 - 3 مواقع
18.29	15	29.03	09	11.76	06	3 - 6 مواقع
25.60	21	19.35	06	29.41	15	أكثر من 6 مواقع
%100	82	%100	31	%100	51	المجموع
χ^2 الجدولية		د=3		χ^2 المحسوبة = 07.58		07.81 =

يمثل الجدول رقم (52) عدد المواقع التي يتصفحها الطلبة غالبا في الزيارة الواحدة وعلاقة ذلك بمتغير التخصص.

وكما نلاحظه فإن أغلبية طلبة الإعلام يتصفحون من ثلاثة إلى ستة مواقع وذلك بنسبة (47.05%)، ثم يتصفح ما نسبته (29.41%) منهم أكثر من ستة مواقع، في حين يتصفح بنسبتين متساويتين تقدر كل منهما بـ (11.76%) من الطلبة ما بين موقع إلى ثلاثة مواقع، وموقع واحد.

أما طلبة البيولوجيا فنلاحظ أن فئة الذين يتصفحون ما بين موقع إلى ثلاثة مواقع يمثلون أكبر نسبة وتقدر بـ (32.25%)، وتليها فئة الطلبة الذين يتصفحون من ثلاثة إلى ستة مواقع بنسبة تقدر بـ (29.03%)، وأخيرا الفئتين اللتين ينتمي إليهما الطلبة الذين يتصفحون موقع واحد، وأكثر من ستة مواقع، وذلك بنفس النسبة والتي تقدر بـ (19.35%).

ويبدو من خلال الملاحظات السابقة وجود اختلافات بين طلبة التخصصين في عدد المواقع التي يتصفحونها غالبا في الزيارة الواحدة، ولكنها ليست بالحدة التي سجلنا في الجدول السابق مع متغير الجنس.

وهذا ما جعل اختبار كاي² يبين عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين عدد المواقع التي يتصفحها الطلبة غالبا في الزيارة الواحدة ومتغير الجنس. إذ تقل قيمة كاي² المحسوبة والمقدرة بـ (07.58) عن قيمة كاي² الجدولية المقدرة بـ (07.81) عند درجة حرية (د=3) ومستوى ثقة (0.95).

— جدول رقم (53) : عمق أو سطحية تصفح الطلبة للمواقع.

النسبة %	التكرار	
14.63	12	الاكتفاء بقراءة العناوين
01.21	01	مشاهدة الصور فقط
29.26	24	الاكتفاء بالعناوين والصور
54.87	45	انتقاء موضوعات وتصفحها
% 100	82	المجموع

يمثل الجدول رقم (53) عمق أو سطحية تصفح الطلبة للمواقع. وما يمكن تسجيله من ملاحظات

حواله هو:

أن فئة الطلبة الذين ينتقون موضوعات معينة ويقرؤونها تمثل الأغلبية وذلك بنسبة (54.87%) أي نصف الطلبة أفراد العينة، تليها فئة الطلبة الذين يكتفون بالعناوين والصور بنسبة تقارب الثلث وهي (29.56%) أما فئة الطلبة الذين يكتفون بالعناوين فقط فنسبتهم (14.63%). وأخير لا تمثل نسبة الطلبة الذين يكتفون بمشاهدة الصور فقط سوى (01.21%).

وهذا إن دل على شيء فإنه يدل على أن الطلبة يميلون إلى التصفح المتعمق للانترنت أكثر من التصفح السطحي، رغم ما يعرف عن الانترنت أنها على عكس الصحف تميل أكثر إلى تسريع القراءة وتسطيحها بسبب كثافة المعلومات التي تحتويها وغزارتها.

— جدول رقم (54) : عمق أو سطحية تصفح الطلبة للمواقع وعلاقته بمتغير الجنس.

المجموع		إناث		ذكور		الجنس عمق/سطحية التصفح
%	ت	%	التكرار	%	التكرار	
14.63	12	19.35	12	00	00	الاكتفاء بقراءة العناوين
01.21	01	00	00	05	01	مشاهدة الصور فقط
29.26	24	24.19	15	45	09	الاكتفاء بالعناوين والصور
54.87	45	56.45	35	50	10	انتقاء موضوعات وتصفحها
%100	82	100%	62	%100	20	المجموع
كا ² الجدولية		3=د		كا ² المحسوبة = 11.99		= 07.81

يمثل الجدول رقم (54) عمق أو سطحية تصفح الطلبة للمواقع وعلاقته بمتغير الجنس. ويمكننا من خلاله تسجيل الملاحظات الآتية:

أن نصف عدد الذكور ينتقون موضوعات معينة ويتصفحونها، ثم ونسبة قريبة من النصف منهم يكتفون بالعناوين والصور، و(05%) فقط منهم يشاهدون الصور فقط.

أما الإناث فنلاحظ أن أغليبتهم كذلك ينتقن موضوعات معينة ويتصفحونها وذلك بنسبة (56.45%). ويكتفي منهن بالعناوين والصور ما نسبته (24.19%)، في حين تقدر نسبة اللواتي يكتفن بقراءة العناوين بـ (19.35%).

وماعدا الطلبة الذين ينتقون موضوعات معينة ويتصفحونها، فإن بقية النسب تبدو مختلفة بين الطرفين خاصة ما يخص الاكتفاء بقراءة العناوين، والاكتفاء بالعناوين والصور.

وفي هذا الشأن يكشف اختبار كا² عن وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين عمق أو سطحية تصفح الطلبة للمواقع ومتغير الجنس. إذ تفوق قيمة كا² المحسوبة والمقدرة بـ (11.99) قيمة كا² الجدولية المقدر بـ (07.81) عند درجة حرية (د=3) ومستوى ثقة (0.95).

— جدول رقم (55) : عمق أو سطحية تصفح الطلبة للمواقع وعلاقته بمتغير التخصص.

المجموع		بيولوجيا الحيوان		إعلام واتصال		التخصص عمق/سطحية التصفح
%	ت	%	التكرار	%	التكرار	
14.63	12	19.35	06	11.76	06	الاكتفاء بقراءة العناوين
01.21	01	03.22	01	00	00	مشاهدة الصور فقط
29.26	24	19.35	06	35.29	18	الاكتفاء بالعناوين والصور
54.87	45	58.06	18	52.94	27	انتقاء موضوعات وتصفحها
%100	82	100%	31	%100	51	المجموع
كا ² الجدولية =						كا ² المحسوبة = 03.47
						07.81

يمثل الجدول رقم (55) عمق أو سطحية تصفح الطلبة للمواقع وعلاقته بمتغير التخصص. ويمكننا من خلاله تسجيل الملاحظات الآتية:

أن أكثر من نصف طلبة الإعلام ينتقون موضوعات معينة ويتصفحونها، ثم وبما مقداره الثلث منهم يكتفون بالعناوين والصور، و(11.76%) منهم يكتفون بقراءة العناوين .

أما طلبة البيولوجيا فنلاحظ أن أغليبتهم كذلك ينتقون موضوعات معينة ويتصفحونها وذلك بنسبة (58.06%). ويكتفي منهم بالعناوين والصور ما نسبته (19.35%)، ونفس النسبة تمثل الطلبة الذين يكتفون بقراءة العناوين. في حين لا تمثل نسبة اللواتي يشاهدن الصور فقط سوى (03.22%)

وعلى العموم لا تبدو الفروق المسجلة عند الطرفين كبيرة، لذلك فإن اختبار كا² كشف عن عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين عمق أو سطحية تصفح الطلبة للمواقع ومتغير التخصص. إذ تقل قيمة كا² المحسوبة والمقدرة بـ (03.47) عن قيمة كا² الجدولية المقدرة بـ (07.81) عند درجة حرية (د=3) ومستوى ثقة (0.95).

— جدول رقم (56) : مدى تعليق الطلبة على ما يتصفحونه في المواقع الالكترونية .

النسبة %	التكرار	
21.73	17	يعلقون دائما
47.56	39	يعلقون أحيانا
18.29	15	نادرا ما يعلقون
13.41	11	لا يعلقون
%100	82	المجموع

يمثل الجدول رقم (56) مدى تعليق الطلبة على ما يتصفحونه في المواقع الالكترونية. ونهدف من خلاله إلى معرفة إيجابية أو سلبية الطلبة في استخدامهم للانترنت.

أما ما نلاحظه فهو أن أغلبية الطلبة وبنسبة مقدارها (47.56%) يعلقون على ما يتصفحونه على الانترنت أحيانا، أما الطلبة الذين يعلقون دائما فقد جاؤوا في المرتبة الثانية وذلك بنسبة (21.73%)، ثم يلي ذلك الطلبة الذين نادرا ما يعلقون على المواد التي تمهم بنسبة (18.29%). في حين تمثل نسبة الذين لا يعلقون تماما على ما يتصفحونه على الانترنت (13.41%).

ومن خلال ما سبق يمكن أن نستنتج أن الطلبة يميلون ليكونوا أكثر إيجابية وتفاعل مع ما يتصفحونه على الانترنت، أكثر من ميلهم إلى السلبية والحمول.

وهم بذلك يستغلون أهم خصائص الانترنت المتمثلة في خاصية التفاعل والمشاركة في تعديل أو حتى تشكيل المحتوى الذي يناسبهم، ويناسب ميولاتهم واهتماماتهم، لتكون إمكانية إشباع حاجاتهم ورغباتهم أقرب إلى اليقين عند استخدامهم للانترنت.

— جدول رقم (57) : مدى تعليق الطلبة على ما يتصفحونه في المواقع الالكترونية وعلاقته بمتغير الجنس.

الجنس حجم التعليق	ذكور		إناث		المجموع	
	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	ت	%
دائما	03	15	14	22.58	17	21.73
أحيانا	09	45	30	48.38	39	47.56
نادرا	05	25	10	16.12	15	18.29
لا يعلقون عليها	03	15	08	12.90	11	13.41
المجموع	20	%100	62	%100	82	%100
كا ² المحسوبة = 01.08		كا ² الجدولية = 07.81				

يمثل الجدول رقم (57) مدى تعليق الطلبة على ما يتصفحونه في المواقع الالكترونية وعلاقته بمتغير الجنس. ونهدف من خلاله إلى معرفة علاقة إيجابية أو سلبية الطلبة في استخدامهم للانترنت بالجنس.

أما ما نلاحظه فهو أن أغلبية الطلبة الذكور وبنسبة مقدارها (45%) يعلقون على ما يتصفحونه أحيانا، أما الذكور الذين نادرا ما يعلقون فقد جاؤوا في المرتبة الثانية وذلك بنسبة (25%). ثم يلي ذلك الطلبة الذين يعلقون دائما على المواد التي تهمهم بنسبة (15%). وبالنسبة نفسها من الطلبة لا يعلقون تماما على ما يتصفحونه على الانترنت.

وأما ما نلاحظه على الإناث فهو أن أغليتهن وبنسبة مقدارها (48.38%) يعلقن على ما يتصفحنه أحيانا، أما اللواتي يعلقن دائما على المواد التي تهمهن فقد جئن في المرتبة الثانية وذلك بنسبة (22.58%). ثم يلي ذلك الطالبات اللواتي نادرا ما يعلقن بنسبة (16.12%). في حين تمثل نسبة اللواتي لا يعلقن تماما على ما يتصفحنه على الانترنت (12.90%).

خلال ما سبق يمكن أن نقول أن الإناث يملن إلى الإيجابية والتفاعل مع ما يتصفحنه على الانترنت، أكثر من الذكور. لكن يبقى ذلك بشكل طفيف ولا يمكن اعتباره دال إحصائيا. وهذا ما يثبتته اختبار كا² حيث كشف عن عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين مدى تعليق الطلبة على ما يتصفحونه في

المواقع الالكترونية ومتغير الجنس. إذ تقل قيمة χ^2 المحسوبة والمقدرة بـ (01.08) عن قيمة χ^2 الجدولية المقدره بـ (07.81) عند درجة حرية (د=3) ومستوى ثقة (0.95).

— جدول رقم (58) : مدى تعليق الطلبة على ما يتصفحونه في المواقع الالكترونية وعلاقته بمتغير التخصص.

المجموع		بيولوجيا الحيوان		إعلام واتصال		التخصص
%	ت	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	حجم التعليق
21.73	17	16.12	05	23.52	12	دائما
47.56	39	58.06	18	41.17	21	أحيانا
18.29	15	19.35	06	17.64	09	نادرا
13.41	11	06.45	02	17.64	09	لا يعلقون عليها
% 100	82	% 100	31	% 100	51	المجموع
χ^2 الجدولية =						χ^2 المحسوبة = 06.14
						07.81

يمثل الجدول رقم (58) مدى تعليق الطلبة على ما يتصفحونه في المواقع الالكترونية وعلاقته بمتغير التخصص. وتهدف من خلاله إلى معرفة علاقة إيجابية أو سلبية الطلبة في استخدامهم للانترنت بالتخصص.

أما ما نلاحظه فهو أن أغلبية طلبة الإعلام وبنسبة مقدارها (41.17%) يعلقون أحيانا على ما يتصفحونه، أما الذين دائما ما يعلقون فقد جاؤوا في المرتبة الثانية وذلك بنسبة (23.52%). ثم يلي ذلك الطلبة الذين نادرا يعلقون على المواد التي تمهم بنسبة (17.64%). وبنسبة نفسها من الطلبة لا يعلقون تماما على ما يتصفحونه على الانترنت.

وأما ما نلاحظه على طلبة البيولوجيا فهو أن أغليبتهم وبنسبة مقدارها (58.06%) يعلقون على ما يتصفحونه أحيانا، أما الذين نادرا ما يعلقون منهم على المواد التي تمهم فقد جاؤوا في المرتبة الثانية وذلك بنسبة (19.35%). ثم يلي ذلك الطلبة الذين دائما ما يعلقون بنسبة (16.12%). في حين تمثل نسبة الذين لا يعلقون تماما على ما يتصفحونه على الانترنت (06.45%).

خلال ما سبق يمكن أن نقول أن الفروق بين الطرفين من حيث الإيجابية أو السلبية مع ما يتصفحوه على الانترنت تبقى ضئيلة، لذلك فإن اختبار كا² حيث كشف عن عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين مدى تعليق الطلبة على ما يتصفحوه في المواقع الالكترونية ومتغير التخصص. إذ تقل قيمة كا² المحسوبة والمقدرة بـ (01.08) عن قيمة كا² الجدولية المقدرة بـ (07.81) عند درجة حرية (د=3) ومستوى ثقة (0.95).

— جدول رقم (59) : كيفية تعامل الطلبة مع ما يوافق حاجاتهم في الانترنت.

النسبة %	التكرار	
12.50	13	القيام بتصفحه فقط
14.42	15	كتابته باليد
43.26	45	تحميله
23.07	24	طبعه
06.73	07	إرساله إلى البريد الالكتروني
%100	104	المجموع

يمثل الجدول رقم (59) كيفية تعامل الطلبة مع ما يوافق حاجاتهم في الانترنت. أما ما نلاحظه فهو أن أغلبية الطلبة وبنسبة مقدارها (43.26%) يقومون بتحميله، أما الطلبة الذين يقومون بطبعه فنسبتهم (23.07%). ثم يلي ذلك الطلبة الذين يقومون بكتابته باليد بنسبة (14.42%). في حين تمثل نسبة الذين يقومون بتصفحه فقط على الانترنت (12.50%). وأخيرا لا تمثل نسبة الذين يرسلونه إلى البريد الالكتروني سوى (06.73%).

ومن خلال ما سبق يمكن أن نستنتج أن الطلبة يميلون لاستغلال ما يجدون أنه يشبع حاجاتهم بشكل أفضل، كما أن استغلالهم لمحتوى الانترنت لا يتم بشكل مباشر فقط أثناء عملية التعرض ولكن قد يمتد بعد ذلك من خلال أساليب عديدة قد تكون تقليدية كالكتابة باليد، أو حديثة بتحميله..

كما قد تدل عملية التحميل على أن الطلبة الذين يقومون بذلك يملكون أجهزة كمبيوتر في المنازل حتى يعيدوا تصفح ما كانوا قد حملوه، وهي عملية مهمة للغاية توفر للمستخدم الراحة أكثر بالإضافة إلى الاستغراق في المادة المحملة.

وهم بذلك يستغلون خاصية أخرى من خصائص الانترنت المتمثلة في مرونتها، وتوفيرها لإمكانية نقل محتواها بطرق مختلفة؛ كالطبع، والتحميل، والإرسال إلى البريد الالكتروني.

— جدول رقم (60) : كيفية تعامل الطلبة مع ما يوافق حاجاتهم في الانترنت وعلاقته بمتغير الجنس.

الجنس الكيفية	ذكور		إناث		المجموع	
	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	ت	%
القيام بتصفحه فقط	02	09.09	11	13.41	13	12.50
كتابته باليد	00	00	15	18.29	15	14.42
تحميله	15	68.18	30	36.58	45	43.26
طبعه	01	04.54	23	28.04	24	23.07
إرساله إلى البريد الالكتروني	04	18.18	03	03.65	07	06.73
المجموع	22	% 100	82	% 100	104	% 100
كا ² المحسوبة = 17.80		د=4		كا ² الجدولية		
= 09.48						

يمثل الجدول رقم (60) كيفية تعامل الطلبة مع ما يوافق حاجاتهم في الانترنت وعلاقته بمتغير الجنس. أما ما نلاحظه فهو أن أغلبية الطلبة الذكور وبنسبة الثلثين وبمقدار (68.18%) يقومون بتحميله، أما الطلبة الذين يرسلونه إلى البريد الالكتروني فنسبتهم (18.18%)، ثم يلي ذلك الطلبة الذين يقومون بتصفحه فقط على الانترنت ونسبتهم (09.09%)، في حين لا تمثل نسبة الذين يقومون بطبعه سوى (04.54%). وأخيرا لم يجب أي طالب بأن يقوم بكتابة ما يهمه في الانترنت بيده.

أما الإناث فنلاحظ أن أغليبتهم كذلك يقمن بتحميل ما يوافق حاجتهن في الانترنت وذلك بنسبة (36.58%)، ثم يلي ذلك الطالبات اللواتي يقمن بطبعه بنسبة (28.04%)، و تقدر نسبة الطالبات اللواتي يكتبنه باليد (18.29%)، بينما اللواتي يكتفين بتصفحه فقط فنسبتهم (13.41%)، ولا يرسلنه إلى بريدهن الالكتروني سوى (03.65%) منهن.

ويبدو أن طرق تعامل الذكور والإناث مع المحتوى الذي يهمهم في الانترنت، يتخلله اختلاف كبير وجلي. ما أدى إلى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين هذه الطرق ومتغير الجنس. وذلك ما بينه اختبار χ^2 ، إذ تفوق قيمة χ^2 المحسوبة والمقدرة بـ (17.80) قيمة χ^2 الجدولية المقدرة بـ (09.48) عند درجة حرية (د=4) ومستوى ثقة (0.95).

— جدول رقم (61) : كيفية تعامل الطلبة مع ما يوافق حاجاتهم في الانترنت وعلاقته بمتغير التخصص.

المجموع		بيولوجيا الحيوان		إعلام واتصال		التخصص
%	ت	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	الكيفية
12.50	13	09.37	03	13.88	10	القيام بتصفحه فقط
14.42	15	09.37	03	16.66	12	كتابته باليد
43.26	45	40.62	13	44.44	32	تحميله
23.07	24	37.50	12	16.66	12	طبعه
06.73	07	03.12	01	08.33	6	إرساله إلى البريد الإلكتروني
% 100	104	% 100	32	% 100	72	المجموع
χ^2 الجدولية =		د=4		χ^2 المحسوبة = 07.41		09.48

يمثل الجدول رقم (61) كيفية تعامل الطلبة مع ما يوافق حاجاتهم في الانترنت وعلاقته بمتغير التخصص. أما ما نلاحظه فهو:

- أن الأغلبية من الطلبة عند التخصصين يقومون بتحميله.
 - نسبة طلبة البيولوجيا الذين يقومون بطبع ما يهمهم من الانترنت أكبر من طلبة الإعلام.
 - طلبة الإعلام الذين يرسلونه إلى البريد الإلكتروني، والذين يقومون بكتابته باليد، ثم الذين يقومون بتصفحه فقط على الانترنت أكبر من طلبة البيولوجيا.
- ويبدو عموماً أن طرق تعامل طلبة الإعلام والاتصال، وطلبة بيولوجيا الحيوان مع المحتوى الذي يهمهم في الانترنت، لا يتخلله اختلاف كبير. ما أدى إلى عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين هذه

الطرق ومتغير التخصص. وذلك ما بينه اختبار كا²، إذ تقل قيمة كا² المحسوبة والمقدرة بـ (07.41) عن قيمة كا² الجدولية المقدرة بـ (09.48) عند درجة حرية (د=4) ومستوى ثقة (0.95).

— جدول رقم (62): قيام الطلبة أو عدم قيامهم باستخدام سلمي على الانترنت.

النسبة %	التكرار	
18.29	15	نعم
81.70	67	لا
%100	82	المجموع

يمثل الجدول رقم (62) قيام الطلبة أو عدم قيامهم باستخدام سلمي على الانترنت. وما نلاحظه أن (18.29%) منهم كانوا قد استخدموها بشكل سلمي، وهي وإن كانت نسبة معتبرة إلا أنها قليلة إذا ما قارناها بنسبة الطلبة الذين لم يقوموا باستخدام سلمي على الانترنت والتي تقدر بـ (81.70%).

وتدل هذه النتائج الأولية على أن الطلبة يميلون إلى الاستخدام الايجابي للانترنت أكثر من ميلهم إلى الاستخدام السلبي، فالطلبة فئة واعية وناضجة وأقدر على اختيار ما يناسبهم وينفعهم. ولا يمكن أن نتجاهل دور الدين هنا في تقويم سلوكيات المستخدمين، وقد يكون دوره رادعا مباشرا، أو قد يكون بشكل غير مباشر، لما يساهم في التنشئة الاجتماعية للفرد بحيث يخلق لديه مناعة ضد الاستخدامات السلبية، أو يجعل الفرد يعاقب نفسه ذاتيا وذلك بتأنيب الضمير والندم والأسف، في حالة تجاوزه للأخلاقيات التي نشأ عليها.

— جدول رقم (63): قيام الطلبة أو عدم قيامهم باستخدام سلمي على الانترنت وعلاقته بمتغير الجنس.

المجموع	إناث		ذكور		الجنس قيام/ عدم قيام	
	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار		
18.29	15	16.12	10	25	05	نعم
81.70	67	83.87	52	75	15	لا
% 100	82	% 100	62	% 100	20	المجموع
كا ² الجدولية =		د=1		كا ² المحسوبة = 0.79		03.83

يمثل الجدول رقم (63) قيام الطلبة أو عدم قيامهم باستخدام سلمي على الانترنت وعلاقته بمتغير الجنس.

وما نلاحظه أن (25%) من الذكور كانوا قد استخدموا الانترنت بشكل سلمي، مقابل (75%) منهم لم يقوموا باستخدام سلمي على الانترنت.

أما الإناث فإن (83.87%) منهن لم يقمن باستخدام سلمي على الانترنت، مقابل (16.12%) قمن بذلك.

ويبدو أن الذكور قياما بالاستخدامات السلبية على الانترنت من الإناث، ولكن يبقى الفرق طفيفا جدا، فالإناث أيضا لم يعدن بمعزل عن استخدام سلمي للانترنت.

وعموما يكشف اختبار كا² عن عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية قيام الطلبة أو عدم قيامهم باستخدام سلمي على الانترنت ومتغير الجنس. إذ تقل قيمة كا² المحسوبة والمقدرة بـ (0.79) عن قيمة كا² الجدولية المقدره بـ (03.83) عند درجة حرية (د=1) ومستوى ثقة (0.95).

— جدول رقم (64): قيام الطلبة أو عدم قيامهم باستخدام سلمي على الانترنت وعلاقته بمتغير التخصص.

المجموع	بيولوجيا الحيوان		إعلام واتصال		التخصص قيام/ عدم قيام	
	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار		
18.29	15	16.12	05	19.60	10	نعم
81.70	67	83.87	26	80.39	41	لا
% 100	82	% 100	31	% 100	51	المجموع
كا ² الجدولية =		د=1		كا ² المحسوبة = 00.15		03.83

يمثل الجدول رقم (64) قيام الطلبة أو عدم قيامهم باستخدام سلمي على الانترنت وعلاقته بمتغير التخصص.

وما نلاحظه أن (19.60%) من طلبة الإعلام والاتصال كانوا قد استخدموا الانترنت بشكل سلمي، مقابل (80.39%) منهم لم يقوموا باستخدام سلمي على الانترنت.

أما طلبة البيولوجيا فإن (83.87%) منهم لم يقوموا باستخدام سلمي على الانترنت، مقابل (16.12%) قاموا بذلك.

ويبدو أن طلبة كلا التخصصين يميلون إلى الاستخدام الإيجابي على الانترنت ، والفرق بين الطرفين طفيف جدا.

وهذا ما أكدته اختبار كا² عندما كشف عن عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية قيام الطلبة أو عدم قيامهم باستخدام سلمي على الانترنت ومتغير التخصص. إذ تقل قيمة كا² المحسوبة والمقدرة بـ (00.15) عن قيمة كا² الجدولية المقدره بـ (03.83) عند درجة حرية (د=1) ومستوى ثقة (0.95).

— جدول رقم (65): الاستخدامات السلبية التي قام بها الطلبة أثناء إبحارهم على الانترنت.

النسبة %	التكرار	
36.36	08	القرصنة
09.90	02	التخريب
54.54	12	زيارة المواقع الإباحية
% 100	22	المجموع

يمثل الجدول رقم (65) : الاستخدامات السلبية التي قام بها الطلبة أثناء إبحارهم على الانترنت. ونلاحظ أنها تتوزع أساسا على ثلاثة استخدامات هي: القرصنة، التخريب، وزيارة المواقع الإباحية. أما أغلبية الاستخدامات السلبية التي قام بها الطلبة فهي زيارة المواقع الإباحية وذلك بنسبة (54.54%)، ثم بعدها يأتي دور القرصنة بنسبة قدرها (36.36%)، ثم أخيرا التخريب بنسبة (09.90%).

ويمكن القول هنا، أن الانترنت يمكن أن تلعب دورا خطيرا جدا في الانحطاط الأخلاقي للطلبة، وتفشي السلوكات المنافية للدين والأخلاق. فهي توفر الوصول إلى المواقع الإباحية بغاية السهولة، ودون أية تعقيدات، خاصة وأن أغلبية عمليات التصفح تتم في مقاهي الانترنت، بعيدا عن مراقبة العائلة. كما أن وصول بعض الطلبة إلى حد القرصنة والتخريب، وإن كان ذلك يؤثر على مدى تمكنهم من استخدام الانترنت، إلا أن ذلك يبقى غير أخلاقي ومنافي للعرف والدين والقانون.

— جدول رقم (66) : الاستخدامات السلبية التي قام بها الطلبة وعلاقتها بمتغير الجنس.

المجموع		إناث		ذكور		الجنس الاستخدامات
%	ت	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	
36.36	08	46.15	06	22.22	02	القرصنة
09.90	02	00	00	22.22	02	التخريب
54.54	12	53.84	07	55.55	05	زيارة المواقع الإباحية
% 100	22	% 100	13	% 100	09	المجموع
كا ² الجدولية		د=2		كا ² المحسوبة = 03.85		= 05.99

يمثل الجدول رقم (66) : الاستخدامات السلبية التي قام بها الطلبة أثناء إبحارهم على الانترنت وعلاقتها بمتغير الجنس. ونلاحظ عليه ما يلي:

أن أغلبية الاستخدامات السلبية التي قام بها الطلبة الذكور هي زيارة المواقع الإباحية وذلك بنسبة (55.55%)، ثم بعدها يأتي دور القرصنة والتخريب بنسبة متساوية قدرها (22.22%).

أما الإناث فإن أغلبية الاستخدامات السلبية التي قمن بها موزعة على نوعين هما: زيارة المواقع الإباحية وذلك بنسبة (53.84%)، ثم بعدها يأتي دور القرصنة بنسبة قدرها (46.15%).

ويمكن القول هنا، أن زيارة المواقع الإباحية ليست إحدى الاستخدامات السلبية التي يختص بها جنس دون آخر ولكن كلا الجنسين معني بذلك. كما يبدو أن الذكور يميلون إلى التخريب أكثر من الإناث، في المقابل تميل الإناث إلى القرصنة أكثر.

أما عن العلاقة بين الاستخدامات السلبية التي قام بها الطلبة أثناء إبحارهم على الانترنت بمتغير الجنس، فإن اختبار كا² كشف عن عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بينهما إذ تقل قيمة كا² المحسوبة والمقدرة بـ (03.85) عن قيمة كا² الجدولية المقدرة بـ (05.99) عند درجة حرية (د=2) ومستوى ثقة (0.95).

— جدول رقم (67) : الاستخدامات السلبية التي قام بها الطلبة وعلاقتها بمتغير التخصص.

المجموع		بيولوجيا الحيوان		إعلام واتصال		التخصص الاستخدامات
%	ت	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	
36.36	08	33.33	03	38.46	05	القرصنة
09.90	02	11.11	01	07.69	01	التخريب
54.54	12	55.55	05	53.84	07	زيارة المواقع الإباحية
% 100	22	% 100	09	% 100	13	المجموع
كا ² الجدولية =		د=2		كا ² المحسوبة = 00.20		05.99

يمثل الجدول رقم (67) : الاستخدامات السلبية التي قام بها الطلبة أثناء إجرائهم على الانترنت وعلاقته بمتغير التخصص. ونلاحظ عليه ما يلي:

أن أغلبية الاستخدامات السلبية التي قام بها طلبة الإعلام هي زيارة المواقع الإباحية وذلك بنسبة (53.84%)، ثم بعدها يأتي دور القرصنة بنسبة قدرها (38.46%)، وأخيرا التخريب بنسبة قدرها (07.69%).

ونفس الشيء تقريبا نلاحظه عند طلبة البيولوجيا فأغلبية الاستخدامات السلبية التي قاموا بها هي زيارة المواقع الإباحية وذلك بنسبة (55.55%)، ثم بعدها يأتي دور القرصنة بنسبة قدرها (33.33%). وأخيرا التخريب بنسبة قدرها (11.11%).

وإن أمكننا من تسجيل ملاحظة هنا فهي أن طلبة الإعلام أكثر ميلا للقرصنة، بينما طلبة البيولوجيا فهم أكثر ميلا للتخريب، ولكن يبقى هذا الاختلاف طفيفا جدًا.

أما عن العلاقة بين الاستخدامات السلبية التي قام بها الطلبة أثناء إجرائهم على الانترنت بمتغير التخصص، فإن اختبار كا² كشف عن عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بينهما إذ تقل قيمة كا² المحسوبة والمقدرة بـ (00.20) عن قيمة كا² الجدولية المقدرة بـ (05.99) عند درجة حرية (د=2) ومستوى ثقة (0.95).

II- بيانات حول الإشباع المتحققة للطلبة الجزائريين من خلال استخدامهم للانترنت:

1. بيانات حول أنواع الإشباع المتحققة للطلبة من خلال استخدامهم للانترنت:

— جدول رقم (68): ترتيب الإشباع المتحققة للطلبة من خلال استخدامهم للانترنت.

الرتبة	المجموع	التكرار المعدل	المعامل	التكرار	الرتبة	
2	401	168	6	28	1	الإشباع الإعلامية
		150	5	30	2	
		52	4	13	3	
		30	3	10	4	
		00	2	00	5	
		01	1	01	6	
1	433	234	6	39	1	الإشباع المعرفية
		160	5	32	2	
		28	4	07	3	
		9	3	3	4	
		02	2	01	5	
		00	1	00	6	
4	261	06	6	01	1	الإشباع الاجتماعية
		30	5	06	2	
		112	4	28	3	
		66	3	22	4	
		44	2	22	5	
		03	1	03	6	
5	214	42	6	07	1	الإشباع النفسية
		00	5	00	2	
		52	4	13	3	
		33	3	11	4	
		72	2	36	5	
		15	1	15	6	
3	291	42	6	07	1	الإشباع
		65	5	13	2	

		72	4	18	3	الدينية
		81	3	27	4	
		28	2	14	5	
		03	1	03	6	
6	122	00	6	00	1	الإشباع الاقتصادية
		5	5	01	2	
		12	4	03	3	
		27	3	09	4	
		18	2	09	5	
		60	1	60	6	

يمثل الجدول رقم (68) ترتيب الإشباع المتحققة للطلبة من خلال استخدامهم للانترنت وتبين الأرقام أن ترتيب هذه الإشباع جاء كما يلي:

- جاءت الإشباع المعرفية في المرتبة الأولى وذلك بمجموع تكرارات قدره 433.
- وتليها الإشباع الإعلامية في المرتبة الثانية وذلك بمجموع تكرارات قدره 401.
- وفي المرتبة الثالثة جاءت الإشباع الدينية وذلك بمجموع تكرارات قدره 291.
- ثم في المرتبة الرابعة جاءت الإشباع الاجتماعية وذلك بمجموع تكرارات قدره 261.
- وكانت المرتبة الخامسة من نصيب الإشباع النفسية وذلك بمجموع تكرارات قدره 214.
- أما المرتبة الأخيرة فقد عادت للإشباع الاقتصادية وذلك بمجموع تكرارات قدره 122 فقط.

ويكشف الجدول بذلك أن الإشباع التي تتحقق للطلبة من خلال استخدامهم للانترنت هي إشباع معرفية وإعلامية بالدرجة الأولى. مع احتلال الإشباع الدينية لمرتبة مهمة ومتقدمة، كما يكشف عن تأخر مرتبة الإشباع الاجتماعية والنفسية.

بالإضافة على ذلك فإنه يكشف كذلك عن وجود إشباع اقتصادية وإن كانت ضعيفة، وقد تتمثل هذه الإشباع فيما توفره الانترنت من اقتصاد للأموال عند استخدامها في الاتصال الهاتفي أو الدردشة مثلا، أو حتى ما توفره من إمكانية الحصول على خدمات مجانية أو بأسعار رمزية.

ونشير إلى عدم ربط هذا الجدول بمتغيري الجنس والتخصص، وذلك لأن هدفنا منصّب على معرفة ترتيب الإشباع بصفة عامة عند كل الطلبة، مع العلم أن النتائج لم تشر إلى وجود فروق أو اختلاف في ترتيب وسائل الإعلام لدى الطلبة لا من حيث الجنس، ولا من حيث التخصص.

— جدول رقم (69): الإشباع الإعلامية المتحققة للطلبة من خلال استخدامهم للانترنت.

النسبة %	التكرار	
19.51	24	الإمام بالأحداث الوطنية
22.76	28	الإمام بالأحداث الإقليمية
54.47	67	الإمام بالأحداث الدولية
03.25	04	أخرى
% 100	123	المجموع

يمثل الجدول رقم (69) الإشباع الإعلامية المتحققة للطلبة من خلال استخدامهم للانترنت. وما نلاحظه على الأرقام الواردة فيه ما يلي:

- أن أغلبية الإشباع الإعلامية المتحققة هي الإمام بالأحداث الدولية وذلك بنسبة (54.47%)،
 - ثم الإمام بالأحداث الإقليمية وذلك بنسبة (22.76%)،
 - بعدها الإمام بالأحداث الوطنية وذلك بنسبة قدرها (19.51%).
- ويبدو واضحا أن الانترنت بصفتها شبكة عالمية فهي أكثر الوسائل الإعلامية توفيراً لإمكانية تحقيق إشباع خاصة بالإطلاع على الأحداث العالمية والإمام بها. لذلك فنحن نلاحظ أن أغلبية الإشباع الإعلامية المتحققة للطلبة هي إشباع تتمحور أساساً حول الإمام بالأحداث الدولية والإقليمية.

— جدول رقم (70) : الإشباعات الإعلامية المتحققة للطلبة من خلال استخدامهم للانترنت وعلاقته بمتغير الجنس.

المجموع		إناث		ذكور		الجنس الإشباعات
%	ت	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	
19.51	24	17.44	15	24.32	09	الإمام بالأحداث الوطنية
22.76	28	24.41	21	18.91	07	الإمام بالأحداث الإقليمية
54.47	67	55.81	48	51.35	19	الإمام بالأحداث الدولية
03.25	04	02.32	02	05.40	02	أخرى
% 100	123	% 100	86	% 100	37	المجموع
كا ² الجدولية =		د=3		كا ² المحسوبة = 01.61		07.81

يمثل الجدول رقم (70) الإشباعات الإعلامية المتحققة للطلبة من خلال استخدامهم للانترنت وعلاقته بمتغير الجنس. وما نلاحظه على الأرقام الواردة فيه ما يلي:

- الإشباعات الإعلامية المتحققة للذكور تتدرج تنازليا كما يلي: الإمام بالأحداث الدولية (51.35%)، ثم الإمام بالأحداث الوطنية (24.32%)، ثم بعد ذلك الإمام بالأحداث الإقليمية (18.91%).

- أما الإشباعات الإعلامية المتحققة للإناث فتتدرج تنازليا كما يلي: الإمام بالأحداث الدولية (55.81%)، ثم الإمام بالأحداث الإقليمية (24.41%)، ثم بعد ذلك الإمام بالأحداث الوطنية (17.44%).

وهذا ما يوحي بأن أكثر الإشباعات الإعلامية المتحققة لكلا الطرفين هي الإمام بالأحداث الدولية، لكن الانترنت توفر للذكور الإمام بالأحداث الوطنية أكثر من الإناث، وتوفر للإناث الإمام بالأحداث الإقليمية أكثر من الذكور. ويبدو أن هذه الإشباعات مرتبطة أساسا بمجال اهتمام كل طرف وليس شيء آخر.

أما عن الإشباعات الإعلامية المتحققة للطلبة من خلال استخدامهم للانترنت وعلاقته بمتغير الجنس، فإن اختبار χ^2 كشف عن عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بينهما إذ تقل قيمة χ^2 المحسوبة والمقدرة بـ (01.61) عن قيمة χ^2 الجدولية المقدرة بـ (07.81) عند درجة حرية (د=3) ومستوى ثقة (0.95).

— جدول رقم (71) : الإشباعات الإعلامية المتحققة للطلبة من خلال استخدامهم للانترنت وعلاقته بمتغير التخصص.

المجموع		بيولوجيا الحيوان		إعلام واتصال		التخصص الإشباعات
%	ت	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	
19.51	24	08.10	03	24.41	21	الإلمام بالأحداث الوطنية
22.76	28	16.21	06	25.58	22	الإلمام بالأحداث الإقليمية
54.47	67	72.97	27	46.51	40	الإلمام بالأحداث الدولية
03.25	04	02.70	01	03.48	03	أخرى
%100	123	%100	37	%100	86	المجموع
χ^2 الجدولية		د=3		χ^2 المحسوبة = 06.33		
				= 07.81		

يمثل الجدول رقم (71) الإشباعات الإعلامية المتحققة للطلبة من خلال استخدامهم للانترنت وعلاقته بمتغير التخصص. وما نلاحظه على الأرقام الواردة فيه ما يلي:

- الإشباعات الإعلامية المتحققة لطلبة الإعلام تدرج تنازليا كما يلي: الإلمام بالأحداث الدولية (46.15%)، ثم بعد ذلك الإلمام بالأحداث الإقليمية (25.58%)، ثم الإلمام بالأحداث الوطنية (24.41%).

- أما الإشباعات الإعلامية المتحققة لطلبة البيولوجيا فتدرج تنازليا كما يلي: الإلمام بالأحداث الدولية (72.97%)، ثم الإلمام بالأحداث الإقليمية (16.21%)، ثم بعد ذلك الإلمام بالأحداث الوطنية (08.10%).

وكما يبدو فإن أكثر الإشباعات الإعلامية المتحققة لكلا الطرفين هي الإلمام بالأحداث الدولية، مع التركيز عليها عند طلبة البيولوجيا. بينما توفر الانترنت لطلبة الإعلام الإلمام بالأحداث الوطنية وبالأحداث الإقليمية أكثر من طلبة البيولوجيا.

أما عن علاقة الإشباعات الإعلامية المتحققة للطلبة من خلال استخدامهم للانترنت بمتغير التخصص، فإن اختبار χ^2 كشف عن عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بينهما إذ تقل قيمة χ^2 المحسوبة والمقدرة بـ (06.33) عن قيمة χ^2 الجدولية المقدره بـ (07.81) عند درجة حرية (د=3) ومستوى ثقة (0.95).

— جدول رقم (72) : الإشباعات المعرفية المتحققة للطلبة من خلال استخدامهم للانترنت.

النسبة %	التكرار	
46.30	69	زيادة الثقافة العامة
11.40	17	التعلم عن بعد
42.28	63	إنجاز البحوث الدراسية
% 100	149	المجموع

يمثل الجدول رقم (72) الإشباعات المعرفية المتحققة للطلبة من خلال استخدامهم للانترنت. وما نلاحظه على الأرقام الواردة فيه ما يلي:

- أن أغلبية الإشباعات المعرفية المتحققة هي زيادة الثقافة العامة وذلك بنسبة (46.30%)،
- ثم إنجاز البحوث الدراسية وذلك بنسبة (42.28%)،
- بعدها التعلم عن بعد وذلك بنسبة قدرها (11.40%).

ويبدو أن الانترنت وسيلة مثالية لتوسيع الثقافة العامة والحصول على أكبر قدر ممكن من المعارف في شتى المجالات، لذلك فالطلبة يجدون فيها ما يشبع حاجتهم للمعرفة بالدرجة الأولى، ثم أن الانترنت تساعدهم بشكل كبير في إنجاز البحوث الدراسية نظرا لاحتوائها لكم هائل من مصادر المعلومات بالإضافة إلى المكتبات الافتراضية، وارتباطها بأكبر الجامعات في العالم، هذا فضلا عن مختلف مواقع الويب، دون أن ننسى أنها تحتوي كذلك مختلف وسائل الإعلام الأخرى.

والملاحظ أيضا على الإشباعات المعرفية التي تحققها الانترنت للطلبة أن من بينها التعلم عن بعد، وهي نقطة مهمة جدا تختص بها الانترنت دون سواها، واستغلال الطلبة لهذا الجانب من الانترنت عامل إيجابي ومشجع، لما لذلك من انعكاسات على التحصيل الدراسي للطلاب نظرا لإمكانية احتكاكه بمختلف المؤسسات التعليمية والجامعات.

— جدول رقم (73) : الإشباعات المعرفية المتحققة للطلبة من خلال استخدامهم للانترنت وعلاقته بمتغير الجنس.

المجموع		إناث		ذكور		الجنس الإشباعات
%	ت	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	
46.30	69	48.97	48	41.17	21	زيادة الثقافة العامة
11.40	17	08.16	08	17.64	09	التعلم عن بعد
42.28	63	42.85	42	41.17	21	إنجاز البحوث الدراسية
% 100	149	% 100	98	% 100	51	المجموع
كا ² الجدولية =		د=2		كا ² المحسوبة = 05.42		05.99

يمثل الجدول رقم (73) الإشباعات المعرفية المتحققة للطلبة من خلال استخدامهم للانترنت وعلاقته بمتغير الجنس . وما نلاحظه على الأرقام الواردة فيه، ما يلي:

- الإشباعات المعرفية المتحققة للذكور تتمثل في: إنجاز البحوث الدراسية ، وزيادة الثقافة العامة، بنفس النسبة وقدرها (41.17%)، ثم التعلم عن بعد بنسبة (17.74%).
- أما الإشباعات المعرفية المتحققة للإناث فتتدرج تنازليا كما يلي: زيادة الثقافة العامة (48.97%)، ثم إنجاز البحوث الدراسية (42.85%)، ثم بعد ذلك التعلم عن بعد بنسبة (08.10%).

وكما يبدو فإن الإشباعات المعرفية المتحققة لكلا الطرفين هي نفسها مع اختلاف بسيط في النسب. وعلى ما يبدو فإن هذا الاختلاف يرتبط أساساً بميولات كل طرف.

أما عن علاقة الإشباعات المعرفية المتحققة للطلبة من خلال استخدامهم للانترنت بمتغير الجنس ، فإن اختبار χ^2 كشف عن عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بينهما إذ تقل قيمة χ^2 المحسوبة والمقدرة بـ (05.42) عن قيمة χ^2 الجدولية المقدرة بـ (05.99) عند درجة حرية (د=2) ومستوى ثقة (0.95).

— جدول رقم (74) : الإشباعات المعرفية المتحققة للطلبة من خلال استخدامهم للانترنت وعلاقته بمتغير التخصص.

المجموع		بيولوجيا الحيوان		إعلام واتصال		التخصص الإشباعات
%	ت	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	
46.30	69	47.36	27	45.65	42	زيادة الثقافة العامة
11.40	17	10.52	06	11.95	11	التعلم عن بعد
42.28	63	42.10	24	42.39	39	إنجاز البحوث الدراسية
% 100	149	% 100	57	% 100	92	المجموع
χ^2 الجدولية =		د=2		χ^2 المحسوبة = 00.06		05.99

يمثل الجدول رقم (74) الإشباعات المعرفية المتحققة للطلبة من خلال استخدامهم للانترنت وعلاقته بمتغير التخصص . وما نلاحظه على الأرقام الواردة فيه، ما يلي:

- الإشباعات المعرفية المتحققة لطلبة الإعلام تتدرج تنازلياً كما يلي: زيادة الثقافة العامة بنسبة (45.65%) إنجاز البحوث الدراسية بنسبة (42.39%) ، ثم التعلم عن بعد بنسبة (11.65%).

- أما الإشباعات المعرفية المتحققة لطلبة البيولوجيا فهي نفسها وتتدرج تنازلياً كما يلي: زيادة الثقافة العامة (47.36%)، ثم إنجاز البحوث الدراسية (42.10%)، ثم بعد ذلك التعلم عن بعد بنسبة (10.52%).

وكما يبدو فإن الإشباعات المعرفية المتحققة لكلا الطرفين هي نفسها، كما أن نسبتها المئوية تكاد تتطابق. ما يعني عدم وجود فروق بين طلبة الإعلام والاتصال والإشباعات المتحققة لهم.

أما عن اختبار χ^2 فإنه قد كشف بدوره عن عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين الإشباعات المعرفية المتحققة للطلبة من خلال استخدامهم للانترنت ومتغير التخصص إذ تقل قيمة χ^2 المحسوبة والمقدرة بـ (00.06) بشكل كبير عن قيمة χ^2 الجدولية المقدرة بـ (05.99) عند درجة حرية (د=2) ومستوى ثقة (0.95).

— جدول رقم (75) : الإشباعات الاجتماعية المتحققة للطلبة من خلال استخدامهم للانترنت.

النسبة %	التكرار	
44.21	42	ربط علاقات صداقة
31.57	30	ربط علاقات مع الجنس الآخر
22.10	21	إيجاد حلول للمشاكل الاجتماعية
02.10	02	أخرى
% 100	95	المجموع

يمثل الجدول رقم (75) الإشباعات الاجتماعية المتحققة للطلبة من خلال استخدامهم للانترنت. وما نلاحظه على الأرقام الواردة فيه ما يلي:

- أن أغلبية الإشباعات الاجتماعية المتحققة للطلبة هي ربط علاقات صداقة بنسبة (46.30%)،
- ثم ربط علاقات مع الجنس الآخر وذلك بنسبة (42.28%)،
- بعدها إيجاد حلول للمشاكل الاجتماعية وذلك بنسبة قدرها (11.40%).

ويبدو من هذه الإشباعات أن الانترنت بالإضافة إلى أنها وسيلة إعلامية وتثقيفية، هي أيضا وسيلة اتصالية اجتماعية بالدرجة الأولى. قد تصل إلى حد خلق مجتمع افتراضي قائم بذاته (كما رأينا في استخدامات الانترنت في الفصل الثالث)، فهي تساهم في ربط صداقات بين الأفراد المستخدمين لها، كما أنها وسيلة مثالية للأفراد الذين يريدون التواصل مع الجنس الآخر وخلق علاقات معه، لما توفره من خصوصية لهم.

والملاحظ أيضا على الإشباع الاجتماعي التي تحققها الانترنت للطلبة أن من بينها إيجاد حلول للمشاكل الاجتماعية ، وهي مهمة نبيلة تجعل من الانترنت صديقا حميما يساعد الطالب على إيجاد حلول لمختلف المشاكل الاجتماعية التي تواجهه في حياته.

— جدول رقم (76) : الإشباع الاجتماعي المتحققة للطلبة من خلال استخدامهم للانترنت وعلاقته بمتغير الجنس.

المجموع		إناث		ذكور		الجنس الإشباع
%	ت	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	
44.21	42	42.85	30	48	12	ربط علاقات صداقة
31.57	30	25.71	18	48	12	ربط علاقات مع الجنس الآخر
22.10	21	30	21	00	00	إيجاد حلول للمشاكل الاجتماعية
02.10	02	01.42	01	04	01	أخرى
%100	95	%100	70	%100	25	المجموع
كا ² الجدولية =		د=3		كا ² المحسوبة = 11.03		07.81

يمثل الجدول رقم (76) الإشباع الاجتماعي المتحققة للطلبة من خلال استخدامهم للانترنت وعلاقته بمتغير الجنس . وما نلاحظه على الأرقام الواردة في هذا الجدول ، ما يلي:

- الإشباع الاجتماعي المتحققة للذكور تتمثل أساسا في: ربط علاقات صداقة ، وربط علاقات مع الجنس الآخر وذلك بنفس النسبة وقدرها (48%)، في حين كانت نسبة الإشباع الأخرى (04%).

- أما الإشباع الاجتماعي المتحققة للإناث فتتدرج تنازليا كما يلي: ربط علاقات صداقة (42.85%)، إيجاد حلول للمشاكل الاجتماعية (30%)، ثم ربط علاقات مع الجنس الآخر (25.71%).

وكما يبدو فإن نسب الإشباع الاجتماعية المتحققة للجنسين تختلف فيما بينها. حيث تتمحور عند الذكور حول ربط علاقات صداقة، أو علاقات مع الجنس الآخر، بينما نجد أنها عند الإناث تمتد ونسبة كبيرة إلى إيجاد حلول للمشاكل الاجتماعية.

أما عن علاقة الإشباع الاجتماعية المتحققة للطلبة من خلال استخدامهم للانترنت. بمتغير الجنس، فإن اختبار كا² كشف عن وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بينهما إذ تفوق قيمة كا² المحسوبة والمقدرة بـ (11.03) قيمة كا² الجدولية المقدره بـ (07.81) عند درجة حرية (د=3) ومستوى ثقة (0.95).

— جدول رقم (77) : الإشباع الاجتماعية المتحققة للطلبة من خلال استخدامهم للانترنت وعلاقته بمتغير التخصص.

المجموع		بيولوجيا الحيوان		إعلام واتصال		التخصص الإشباع
%	ت	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	
44.21	42	52.50	21	38.18	21	ربط علاقات صداقة
31.57	30	15	06	43.63	24	ربط علاقات مع الجنس الآخر
22.10	21	30	12	16.36	09	إيجاد حلول للمشاكل الاجتماعية
02.10	02	02.50	01	01.81	01	أخرى
%100	95	%100	40	%100	55	المجموع
كا ² الجدولية =		د=3		كا المحسوبة = 10.49		07.81

يمثل الجدول رقم (77) الإشباع الاجتماعية المتحققة للطلبة من خلال استخدامهم للانترنت وعلاقته بمتغير التخصص. وما نلاحظه على الأرقام الواردة في هذا الجدول، ما يلي:

- الإشباع الاجتماعية المتحققة لطلبة الإعلام تتدرج تنازليا كما يلي: ربط علاقات مع الجنس الآخر وذلك بنسبة (43.63)، ربط علاقات صداقة، وذلك بنسبة قدرها (38.18%)، ثم إيجاد حلول للمشاكل الاجتماعية بنسبة (16.36%).

- أما الإشباع الاجتماعي المتحققة لطلبة الإعلام فتتدرج تنازليا كما يلي: ربط علاقات صداقة (52.50%)، إيجاد حلول للمشاكل الاجتماعية (30%)، ثم ربط علاقات مع الجنس الآخر (15%).

وكما يبدو فإن نسب الإشباع الاجتماعي المتحققة لطلبة التخصصين تختلف فيما بينها. حيث تتمحور عند طلبة الإعلام حول ربط علاقات مع الجنس الآخر أولاً، ثم علاقات صداقة، بينما نجد أنها عند طلبة البيولوجيا تتمحور حول ربط علاقات صداقة أولاً، ثم إيجاد حلول للمشاكل الاجتماعية.

أما عن علاقة الإشباع الاجتماعي المتحققة للطلبة من خلال استخدامهم للانترنت بمتغير التخصص، فإن اختبار كاي² كشف عن وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بينهما إذ تفوق قيمة كاي² المحسوبة والمقدرة بـ (10.49) قيمة كاي² الجدولية المقدرة بـ (07.81) عند درجة حرية (د=3) ومستوى ثقة (0.95).

— جدول رقم (78) : الإشباع النفسي المتحققة للطلبة من خلال استخدامهم للانترنت.

النسبة %	التكرار	
28.94	33	الإطلاع على الطابوهات
34.21	39	التخلص من الروتين
26.31	30	التخلص من الوحدة
10.52	12	تحقيق العادة
% 100	114	المجموع

يمثل الجدول رقم (78) الإشباع النفسي المتحققة للطلبة من خلال استخدامهم للانترنت. وما نلاحظه على الأرقام الواردة خلال هذا الجدول ما يلي:

- أن أكبر نسبة من الإشباع النفسي المتحققة للطلبة هي التخلص من الروتين بنسبة (34.21%)،
- ثم الإطلاع على الطابوهات وذلك بنسبة (28.94%)،
- بعدها التخلص من الوحدة وذلك بنسبة قدرها (26.31%).
- وأخيراً، مجرد تحقيق العادة وذلك بنسبة (10.52%).

ويبدو من خلال هذه الإشباعات أن وظائف الانترنت لا تتوقف فقط عند الوظائف الإعلامية أو المعرفية أو الاجتماعية، ولكن هناك أيضا وظائف أخرى نفسية، فالانترنت على ما يبدو قد وصلت إلى حد لعبها دورا حيويا في حياة الطلبة، بحيث تخلصهم مثلا من الشعور بالوحدة، وهو دور غاية في الإيحاء بالدور النفسي للانترنت.

لكن تبقى إشباعاتها للطلبة كما نلاحظ تتمحور أساسا حول التخلص من الروتين، أو ما توفره من إمكانية للإطلاع على مختلف الطابوهات والممنوعات (سياسية، فكرية، أخلاقية...)، والنفس الإنسانية بطبيعتها تهفو وترغب في الإطلاع على كل ما هو ممنوع. كما أن نسبة تحقيق العادة كإشباع تحققه الانترنت نسبة معتبرة، توحى بإمكانية تطور التعلق النفسي للطلبة بالانترنت إلى حد الآلية في الاستخدام.

— جدول رقم(79) : الإشباعات النفسية المتحققة للطلبة من خلال استخدامهم للانترنت وعلاقته بمتغير الجنس.

المجموع		إناث		ذكور		الجنس الإشباعات
%	ت	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	
28.94	33	28	21	30.76	12	الإطلاع على الطابوهات
34.21	39	32	24	38.46	15	التخلص من الروتين
26.31	30	32	24	15.38	06	التخلص من الوحدة
10.52	12	08	06	15.38	06	تحقيق العادة
%100	114	%100	75	%100	39	المجموع
كا ² الجدولية =		د=3		كا ² المحسوبة = 04.43		07.81

يمثل الجدول رقم (79) الإشباعات النفسية المتحققة للطلبة من خلال استخدامهم للانترنت وعلاقته بمتغير الجنس. وما نلاحظه على الأرقام الواردة في هذا الجدول ، ما يلي:

- الإشباعات النفسية المتحققة للذكور تتمثل أساسا في: التخلص من الروتين بنسبة (38.46%)، والإطلاع على الطابوهات وذلك بنسبة قدرها (30.76%)، في حين جاءت الإشباعات الأخرى وهي التخلص من الوحدة، وتحقيق العادة، بنفس النسبة وقدرها (15.38%).

- أما الإشباع النفسى المتحققة للإناث فتتدرج تنازليا كما يلي: التخلص من الروتين والتخلص من الوحدة، وذلك بنفس النسبة وقدرها (32%)، ثم الإطلاع على الطابوهات بنسبة (28%)، وأخيرا تحقيق العادة، بنسبة قدرها (08%).

وكما يبدو فإن نسب الإشباع النفسى المتحققة للجنسين تختلف بعض الشيء فيما بينها. حيث تتمحور عند الذكور حول التخلص من الروتين، ثم الإطلاع على الطابوهات، بينما نجدها عند الإناث تمتد بالإضافة إلى ذلك وبنسبة كبيرة إلى التخلص من الوحدة. ولكنها تبقى اختلافات طفيفة.

لذلك فإن اختبار كاي² كشف عن عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين الإشباع النفسى المتحققة للطلبة من خلال استخدامهم للانترنت ومتغير الجنس، إذ تقل قيمة كاي² المحسوبة والمقدرة بـ (04.43) عن قيمة كاي² الجدولية المقدره بـ (07.81) عند درجة حرية (د=3) ومستوى ثقة (0.95).

— جدول رقم (80) : الإشباع النفسى المتحققة للطلبة من خلال استخدامهم للانترنت وعلاقته بمتغير التخصص.

المجموع		بيولوجيا الحيوان		إعلام واتصال		التخصص الإشباع
%	ت	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	
28.94	33	30.79	12	28	21	الإطلاع على الطابوهات
34.21	39	30.79	12	36	27	التخلص من الروتين
26.31	30	30.79	12	24	18	التخلص من الوحدة
10.52	12	07.69	03	12	09	تحقيق العادة
%100	114	%100	39	%100	75	المجموع
كاي ² الجدولية		د=3		كاي ² المحسوبة = 01.12		07.81=

يمثل الجدول رقم (80) الإشباع النفسى المتحققة للطلبة من خلال استخدامهم للانترنت وعلاقته بمتغير التخصص. وما نلاحظه على الأرقام الواردة في هذا الجدول، ما يلي:

- الإشباع النفسى المتحققة لطلبة الإعلام تتدرج تنازليا كما يلي: التخلص من الروتين بنسبة (36%)، والإطلاع على الطابوهات وذلك بنسبة قدرها (28%)، ثم التخلص من الوحدة بنسبة (24%)، وأخيرا وتحقيق العادة، بنسبة (12%).

- أما الإشباع النفسى المتحققة لطلبة البيولوجيا فتتمحور وبنسبة نفسها حول: التخلص من الروتين، والتخلص من الوحدة، والإطلاع على الطابوهات وذلك بنسبة قدرها (30.79%)، ثم أخيرا تحقيق العادة، بنسبة قدرها (07.69%).

وكما يبدو فإن نسب الإشباع النفسى المتحققة لطلبة التخصصين تختلف بعض الشيء فيما بينها. حيث تتمحور عند طلبة البيولوجيا حول التخلص من الروتين، والإطلاع على الطابوهات، والتخلص من الوحدة، بينما نجدها عند طلبة الإعلام وأن كانت تتركز على نفس الإشباع إلا أنها تختلف في النسب فيما بينها. ولكن تبقى هذه الفروق أقل من أن تكون ذات دلالة إحصائية.

حيث أكد اختبار كاي² على عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين الإشباع النفسى المتحققة للطلبة من خلال استخدامهم للانترنت ومتغير التخصص، إذ تقل قيمة كاي² المحسوبة والمقدرة بـ (01.12) عن قيمة كاي² الجدولية المقدرة بـ (07.81) عند درجة حرية (د=3) ومستوى ثقة (0.95).

— جدول رقم (81) : الإشباع الدينية المتحققة للطلبة من خلال استخدامهم للانترنت.

النسبة %	التكرار	
49	49	الإطلاع على الفتاوى
18	18	الإطلاع على الأديان الأخرى
33	33	تحميل القرآن الكريم
% 100	100	المجموع

يمثل الجدول رقم (81) الإشباع الدينية المتحققة للطلبة من خلال استخدامهم للانترنت. وما نلاحظه على الأرقام الواردة خلال هذا الجدول ما يلي:

- أن أكبر نسبة من الإشباع الدينية المتحققة للطلبة هي الإطلاع على الفتاوى بنسبة (49%)،
- ثم تحميل القرآن الكريم وذلك بنسبة (33%)،

- وبعدها الإطلاع على الأديان الأخرى وذلك بنسبة قدرها (18%).

ومن خلال هذه الإشباعات نستنتج أن للانترنت أهمية كبيرة في مجال نشر تعاليم الدين وتفقيهه المستخدم بأحكامه، كما أنها قد تساهم بدور كبير في التزام الفرد لدينه، وذلك في حالة ما إذا أُسْتُغِلت جيدا في هذا الجانب. فانتشار المواقع الالكترونية الدينية يسهل على الفرد إشباع حاجاته الدينية المختلفة، إن كان ذلك بالحصول على مواد دينية مجاناً كتحميل القرآن الكريم، أو بالعثور على إجابات لأسئلة في جانب من جوانب الشريعة.

لكن في المقابل يجب ألا نغفل الجانب الآخر، حيث تعتبر الانترنت ساحة متاحة للجميع ولمختلف الأديان، ما يعني أن المستخدم/الطالب هو مستهدف في أي حين من الآخرين، وكما رأينا في الجدول أعلاه فإن من بين الإشباعات الدينية المتحققة للطلبة (الإطلاع على الأديان الأخرى)، أي أنه قد يكون المبادر للتعرف على الآخر في دينه بداعي الفضول، وهذا الفضول الإنساني قد تكون له عواقب وخيمة.

— جدول رقم (82): الإشباعات الدينية المتحققة للطلبة من خلال استخدامهم للانترنت وعلاقته بمتغير الجنس.

المجموع		إناث		ذكور		الجنس الإشباعات
%	ت	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	
49	49	50.74	34	45.45	15	الإطلاع على الفتاوى
18	18	11.94	08	30.30	10	الإطلاع على الأديان الأخرى
33	33	37.31	25	24.24	08	تحميل القرآن الكريم
% 100	100	% 100	67	% 100	33	المجموع
كا ² الجدولية		د=2		كا ² المحسوبة = 05.49		
		05.99=				

يمثل الجدول رقم (82) الإشباعات الدينية المتحققة للطلبة من خلال استخدامهم للانترنت وعلاقته بمتغير الجنس. وما نلاحظه على الأرقام الواردة في هذا الجدول، ما يلي:

- الإشباعات الدينية المتحققة للذكور تأخذ في التدرج تنازليا على النحو الآتي: الإطلاع على الفتاوى بنسبة (45.45%)، ثم الإطلاع على الأديان الأخرى وذلك بنسبة قدرها (30.30%)، وبعدها تحميل القرآن الكريم بنسبة قدرها (15.38%).

- أما الإشباعات الدينية المتحققة للإناث فتتدرج تنازليا كما يلي: الإطلاع على الفتاوى بنسبة قدرها (32%)، ثم تحميل القرآن الكريم بنسبة (28%)، وأخيرا الإطلاع على الأديان الأخرى بنسبة قدرها (8%).

وكما يبدو فإن ترتيب الإشباعات الدينية المتحققة للطلبة تختلف بعض الشيء عند الجنسين. حيث وإن كانت أغلبية الإشباعات تتمحور عند الطرفين حول الإطلاع على الفتاوى ، فإنها تتدرج بعد ذلك إلى الإطلاع على الأديان الأخرى عند الذكور، أما الإناث فهي تنتقل بنسبة كبيرة إلى تحميل القرآن. ما يعني أن الذكور أكثر عرضة لخطر التبشير بالأديان الأخرى.

ولكن الاختلاف بين الجنسين يبقى أقل من أن يكون ذا دلالة إحصائية، فاختبار χ^2 قد كشف عن عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين الإشباعات الدينية المتحققة للطلبة من خلال استخدامهم للانترنت ومتغير الجنس، إذ تقل قيمة χ^2 المحسوبة والمقدرة بـ (05.49) عن قيمة χ^2 الجدولية المقدره بـ (05.99) عند درجة حرية (د=2) ومستوى ثقة (0.95).

— جدول رقم (83) : الإشباعات الدينية المتحققة للطلبة من خلال استخدامهم للانترنت وعلاقته بمتغير التخصص.

المجموع		بيولوجيا الحيوان		إعلام واتصال		التخصص الإشباعات
%	ت	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	
49	49	51.28	20	47.54	29	الإطلاع على الفتاوى
18	18	10.25	04	22.95	14	الإطلاع على الأديان الأخرى
33	33	38.46	15	29.50	18	تحميل القرآن الكريم
% 100	100	% 100	39	% 100	61	المجموع
χ^2 الجدولية =		د=2		χ^2 المحسوبة = 02.70		
05.99						

يمثل الجدول رقم (83) الإشباعات الدينية المتحققة للطلبة من خلال استخدامهم للانترنت وعلاقته بمتغير التخصص. وما نلاحظه على الأرقام الواردة في هذا الجدول ، ما يلي:

- الإشباعات الدينية المتحققة لطلبة الإعلام تأخذ في التدرج تنازليا على النحو الآتي: الإطلاع على الفتاوى بنسبة (47.54%)، ثم تحميل القرآن الكريم وذلك بنسبة قدرها (29.50%)، وبعدها الإطلاع على الأديان الأخرى بنسبة قدرها (22.95%).

- أما الإشباعات الدينية المتحققة لطلبة البيولوجيا فتأخذ في نفس التدرج، ولكن بنسب مختلفة كما يلي: الإطلاع على الفتاوى بنسبة (51.28%)، ثم تحميل القرآن الكريم وذلك بنسبة قدرها (38.46%)، وبعدها الإطلاع على الأديان الأخرى بنسبة قدرها (10.25%).

- وكما يبدو فإن نسب الإشباعات الدينية المتحققة للطلبة تختلف بعض الشيء عند الجنسين، ولكنها تبقى أقل من أن تكون لها دلالة إحصائية، فاختبار كاي² قد كشف عن عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين الإشباعات الدينية المتحققة للطلبة من خلال استخدامهم للانترنت ومتغير التخصص، إذ تقل قيمة كاي² المحسوبة والمقدرة بـ (02.70) عن قيمة كاي² الجدولية المقدرة بـ (05.99) عند درجة حرية (د=2) ومستوى ثقة (0.95).

2. بيانات حول انعكاسات الإشباعات المتحققة للطلبة من خلال استخدامهم للانترنت:

— جدول رقم (84): إحساس الطلبة عند عدم استخدامهم الانترنت.

النسبة %	التكرار	
19.51	16	الإحساس بالاضطراب والقلق
32.92	27	الإحساس بالفراغ
47.56	39	عدم الانتباه لذلك
% 100	82	المجموع

يمثل الجدول أعلاه إجابات الطلبة على السؤال الذي يهدف إلى تحديد ما يعنيه تصفح الانترنت في حياة الطلبة، ومدى ارتباطهم بها. وذلك عن طريق معرفة الحالة الشعورية للطلبة عندما تمنعهم ظروف معينة من عملية التصفح، وتبين الأرقام ما يلي:

- أغلبية الطلبة أفراد العينة لا ينتبهون لذلك، ونسبتهم (47.56%).
- ثم بعدهم تأتي فئة أخرى من الطلبة يحسون بالفراغ، ونسبتهم (19.51%).
- وأخيرا تمثل نسبة الطلبة الذين يصل بهم الأمر إلى الإحساس بالاضطراب والقلق (19.15%).

أما القراءة التي يمكن أن نقدمها حول هذه المعطيات فهي أن ارتباط الطلبة عموما بالانترنت مازال خفيفا (معقولا) بحيث يمكنه الاستغناء عنها دون عناء، لكن هذا لا يعني أن هذا الارتباط ليس من شأنه أن يتطور أكثر، حتى يجعل الطلبة يحسون بفراغ في حالة عدم استخدامهم للانترنت، كما هو مبين في الجدول أعلاه.

وعلى العموم فإن هذه النتائج لا تتناقض مع المعطيات السابقة من حيث مكانة الانترنت لدى الطلبة، أو من حيث درجة استخدامهم لها، لكن الملاحظ أن نسبة الطلبة الذين يحسون بالاضطراب والقلق عندما لا يستخدمون الانترنت تقدر بـ (19.51%) وهي نسبة معتبرة جدا، تدل على وجود مدمنين على الانترنت من جمهور الطلبة، وهي بذلك تدق ناقوس الخطر، نظرا للانعكاسات الخطيرة التي قد تنجر عن المبالغة في الارتباط بهذه الشبكة، على شخصية الطالب، أو على علاقاته الاجتماعية، أو على تحصيله الدراسي..

— جدول رقم (85) : إحساس الطلبة عند عدم استخدامهم للانترنت وعلاقته بمتغير الجنس.

الجنس الإحساس	ذكور		إناث		المجموع	
	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	ت	%
الإحساس بالاضطراب والقلق	03	15	13	20.96	16	19.51
الإحساس بالفراغ	06	30	21	33.87	27	32.92
عدم الانتباه لذلك	11	55	28	45.16	39	47.56
المجموع	20	%100	62	%100	82	%100
كا ² المحسوبة = 01.34			د=2	كا ² الجدولية		
= 05.99						

يمثل الجدول رقم (85) إحساس الطلبة عند عدم استخدامهم للانترنت وعلاقته بمتغير الجنس. وما نلاحظه على الأرقام الواردة في هذا الجدول ، ما يلي:

- بالنسبة للذكور: الطلبة الذين لا ينتبهون لذلك يشكلون الأغلبية بنسبة (55%). ثم يأتي بعدهم الطلبة الذين يحسون بالفراغ ونسبتهم (30%). وأخيرا الطلبة الذين يحسون بالاضطراب والقلق ونسبتهم (15%).

- ونفس الترتيب نجده عند الإناث لكن مع بعض الاختلاف في النسب وذلك على النحو التالي:
الطالبات اللواتي لا ينتبهن لعدم استخدامهن الانترنت يشكلن الأغلبية بنسبة (45.16%). ثم تأتي بعدهن
الطالبات اللواتي يشعرن بالفراغ ونسبتهم (33.87%). وأخيرا الطالبات اللواتي يشعرن بالاضطراب
والقلق ونسبتهم (20.96%).

وكما هو واضح فإن الاختلاف بين الجنسين يبقى أقل من أن يكون ذا دلالة إحصائية، لذلك
فاختبار χ^2 قد كشف عن عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين إحساس الطلبة عند عدم
استخدامهم للانترنت ومتغير الجنس، إذ تقل قيمة χ^2 المحسوبة والمقدرة بـ (01.34) عن قيمة χ^2
الجدولية المقدره بـ (05.99) عند درجة حرية (د=2) ومستوى ثقة (0.95).

— جدول رقم (86) : إحساس الطلبة عند عدم استخدامهم للانترنت وعلاقته بمتغير
التخصص.

المجموع		بيولوجيا الحيوان		إعلام واتصال		التخصص الإحساس
%	ت	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	
19.51	16	12.90	04	23.52	12	الإحساس بالاضطراب والقلق
32.92	27	38.70	12	29.41	15	الإحساس بالفراغ
47.56	39	48.38	15	47.05	24	عدم الانتباه لذلك
% 100	82	% 100	31	% 100	51	المجموع
χ^2 الجدولية		د=2		χ^2 المحسوبة = 01.61		05.99=

يمثل الجدول رقم (86) إحساس الطلبة عند عدم استخدامهم للانترنت وعلاقته بمتغير التخصص.
وما نلاحظه على الأرقام الواردة في هذا الجدول ، ما يلي:

- بالنسبة لطلبة الإعلام: الطلبة الذين لا ينتبهون لذلك يشكلون الأغلبية بنسبة (47.05%). ثم يأتي
بعدهم الطلبة الذين يحسون بالفراغ ونسبتهم (29.41%). وأخيرا الطلبة الذين يحسون بالاضطراب
والقلق ونسبتهم (23.52%).

- ونفس الترتيب نجده عند طلبة البيولوجيا، لكن مع بعض الاختلاف في النسب وذلك على النحو التالي: الطلبة الذين لا ينتبهون لذلك يشكلون الأغلبية بنسبة (48.38%). ثم يأتي بعدهم الطلبة الذين يحسون بالفراغ ونسبتهم (38.70%). وأخيرا الطلبة الذين يحسون بالاضطراب والقلق ونسبتهم (12.90%).

وكما هو واضح فإن الاختلاف بين طلبة التخصصين طفيف جدا ما جعل اختبار كاي² يكشف عن عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين إحساس الطلبة عند عدم استخدامهم للانترنت ومتغير التخصص، إذ تقل قيمة كاي² المحسوبة والمقدرة بـ (01.61) عن قيمة كاي² الجدولية المقدرة بـ (05.99) عند درجة حرية (د=2) ومستوى ثقة (0.95).

— جدول رقم (87): علاقة الطلبة باستخدام وسائل الإعلام الأخرى عند استخدامهم للانترنت.

النسبة %	التكرار	
08.53	07	الاستغناء عنها تماما
25.60	21	يقل استخدامهم لها
12.19	10	يزيد استخدامهم لها
53.65	44	لا يتغير شيء
%100	82	المجموع

يمثل الجدول أعلاه إجابات الطلبة على السؤال الذي يهدف إلى تحديد علاقتهم باستخدام وسائل

الإعلام الأخرى عند استخدامهم للانترنت. وتبين الأرقام المدرجة خلاله ما يلي:

- أغلبية الطلبة أفراد العينة لا يتغير استخدامهم للوسائل الأخرى، ونسبتهم (53.65%)،
- ثم بعدهم تأتي فئة أخرى من الطلبة يقل استخدامهم لها، ونسبتهم (25.60%)،
- أما الذين يزيد استخدامهم لها فنسبتهم (12.19%).
- وأخيرا تمثل نسبة الطلبة الذين يصل بهم الأمر إلى حد الاستغناء عنها تماما (08.53%)

أما القراءة التي يمكن أن نقدمها حول هذه المعطيات فهي أن استخدام الطلبة عموما للانترنت لا يعني الاستغناء عن وسائل الإعلام الأخرى، وهذا إن دل على شيء فإنما يدل على أن الإشاعات التي

تقدمها الانترنت للطالب/المستخدم ليست كافية، لذلك فالطالب يلجأ إلى الوسائل الأخرى (كبدائل مكملة) لإشباع مختلف حاجاته ورغباته.

هذه النتائج تقدم أيضا من جانب آخر صورة عن إمكانية تكامل الانترنت مع وسائل الإعلام الأخرى لإشباع مختلف حاجات المستخدمين، وهذه النتائج تؤيد بذلك التوجه الذي يقول بالتكامل بين وسائل الإعلام والاتصال، وليس الصراع الذي يؤدي انقراض وسائل معينة.

— جدول رقم (88): علاقة الطلبة باستخدام وسائل الإعلام الأخرى عند استخدامهم للانترنت وعلاقته بمتغير الجنس.

الجنس العلاقة	ذكور		إناث		المجموع	
	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	ت	%
الاستغناء عنها تماما	01	05	06	09.67	07	08.53
يقل استخدامهم لها	3	15	18	29.03	21	25.60
يزيد استخدامهم لها	02	10	08	12.90	10	12.19
لا يتغير شيء	14	70	30	48.38	44	53.65
المجموع	20	% 100	62	% 100	82	% 100
كأ ² المحسوبة = 05.15	د=3		كأ ² الجدولية =		07.81	

يمثل الجدول رقم (88) علاقة الطلبة باستخدام وسائل الإعلام الأخرى عند استخدامهم للانترنت وعلاقته بمتغير الجنس. وما نلاحظه على الأرقام الواردة في هذا الجدول ، ما يلي:

- بالنسبة للذكور: أغلبيتهم لا يتغير استخدامهم للوسائل الأخرى، ونسبتهم (70%)، ثم بعدهم تأتي فئة أخرى منهم يقل استخدامهم لها، ونسبتهم (15%)، أما الذين يزيد استخدامهم لها فنسبتهم (10%)، وأخيرا تمثل نسبة الذكور الذين يستغنون عنها تماما (05%).

- ونفس الترتيب نجده عند الإناث لكن مع اختلاف في النسب وذلك على النحو التالي: الطالبات اللواتي لا يتغير استخدامهن للوسائل الأخرى يشكلن الأغلبية بنسبة (48.38%). ثم تأتي بعدهن الطالبات اللواتي يقل استخدامهن لها ونسبتهن (29.03%)، أما اللواتي يزيد استخدامهن لها فنسبتهن (12.90%) وأخيرا الطالبات اللواتي يستغنين عنها تماما ونسبتهن (20.96%).

وكما هو واضح فإن نسبة الذكور الذين لا يتغير استخدامهم للوسائل الأخرى أكبر من نسبة الإناث، كما أن نسبة الإناث اللواتي يقل استخدامهن لها أكبر من نسبة الذكور. لكن هذا الاختلاف يبقى أقل من أن يكون ذا دلالة إحصائية، حيث كشف اختبار كاي² عن عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين علاقة الطلبة باستخدام وسائل الإعلام الأخرى عند استخدامهم للانترنت ومتغير الجنس، إذ تقل قيمة كاي² المحسوبة والمقدرة بـ (05.15) عن قيمة كاي² الجدولية المقدرة بـ (07.81) عند درجة حرية (د=3) ومستوى ثقة (0.95).

— جدول رقم (89): علاقة الطلبة باستخدام وسائل الإعلام الأخرى عند استخدامهم للانترنت وعلاقته بمتغير التخصص.

المجموع		بيولوجيا الحيوان		إعلام واتصال		التخصص العلاقة
%	ت	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	
08.53	07	03.22	01	11.76	06	الاستغناء عنها تماما
25.60	21	38.70	12	17.64	09	يقل استخدامهم لها
12.19	10	19.35	06	07.84	04	يزيد استخدامهم لها
53.65	44	38.70	12	62.74	32	لا يتغير شيء
% 100	82	% 100	31	% 100	51	المجموع
كاي ² الجدولية		د=3		كاي ² المحسوبة = 09.16		07.81=

يمثل الجدول رقم (89) علاقة الطلبة باستخدام وسائل الإعلام الأخرى عند استخدامهم للانترنت وعلاقته بمتغير التخصص. وما نلاحظه على الأرقام الواردة في هذا الجدول، ما يلي:

- بالنسبة لطلبة الإعلام: أغلبيتهم لا يتغير استخدامهم للوسائل الأخرى، ونسبتهم (62.74%)، ثم بعد ذلك يأتي الطلبة الذين يقل استخدامهم لها، ونسبتهم (17.64%)، أما الذين يستغنون عنها تماماً فنسبتهم (11.76%)، وأخيراً تمثل نسبة الذين يزيد استخدامهم لها (07.84%).
- أما بالنسبة لطلبة البيولوجيا فالأمر مختلف تماماً حيث أن: النسبة الأولى والمقدرة بـ (38.70%) يتقاسمها كل من الذين لا يتغير استخدامهم للوسائل الإعلامية الأخرى، والذين يقل استخدامهم لها، أما الذين يزيد استخدامهم لها فنسبتهم (19.35%)، في حين تمثل نسبة الذين يستغنون عنها تماماً (03.22%) فقط.

وكما هو واضح فإن طلبة البيولوجيا الذين يقل استخدامهم للوسائل الإعلامية الأخرى عند استخدام الانترنت أكثر من طلبة الإعلام. ولكن هذا لن يعني شيء إذا عرفنا أنه في المقابل كذلك نسبة طلبة الإعلام الذين يزيد استخدامهم للانترنت أصغر بكثير من نسبة طلبة البيولوجيا.

أما اختبار χ^2 فقد كشف عن وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين علاقة الطلبة باستخدام وسائل الإعلام الأخرى عند استخدامهم للانترنت ومتغير التخصص، إذ تفوق قيمة χ^2 المحسوبة والمقدرة بـ (09.16) عن قيمة χ^2 الجدولية المقدرة بـ (07.81) عند درجة حرية (د=3) ومستوى ثقة (0.95).

— جدول رقم (90): مستوى ثقة الطلبة بما تقدمه الانترنت.

النسبة %	التكرار	
14.63	12	ثقة مطلقة
80.48	66	حسب مصداقية الموقع
04.87	04	عدم الثقة
% 100	82	المجموع

يمثل الجدول أعلاه إجابات الطلبة على السؤال الذي يهدف إلى تحديد مستوى ثقة الطلبة بما تقدمه الانترنت. وتبين الأرقام المدرجة خلاله ما يلي:

- أغلبية الطلبة أفراد العينة ترتبط ثقتهم في الانترنت بمصداقية الموقع، ونسبتهم (80.48%)،
- أما الذين يثقون بما تقدمه ثقة مطلقة، فنسبتهم (14.63%)،

- وأخيرا تمثل نسبة الطلبة الذين لا يثقون فيها تماما (04.87%).

أما القراءة التي يمكن أن نقدمها حول هذه المعطيات فهي أن ثقة الطلبة في محتوى الانترنت ليست ثقة عمياء، كما أنها لا ترتبط بالانترنت كوسيلة، ولا بإهارها كتكنولوجيا جديدة تحمل في طياتها تقنيات جديدة للاتصال والإعلام. ولكن ترتبط ثقة الطلبة أساسا بمدى مصداقية المواقع في حد ذاتها.

وهذا مؤشر مشجع على مدى نضج الطالب ووعيه، بالإضافة إلى ذلك فهو تأكيد على ما ذهبنا إليه نظرية الاستخدامات والإشباع من أن المستخدم ليس سلبيا في اختياراته، وإنما هو نشط وفعال ويختار عن وعي ما يريده وما يفيد من محتوى، كما هو الحال هنا إذ بإمكانه التمييز بين المواقع التي يمكن أن يثق فيها وبين المواقع التي لا تتوفر على أسباب كافية تجعله يمنحها ثقته. وقد يصل بالبعض إلى التطرف في عدم ثقته في هذه الوسيلة إلى حد رفض كل ما يأتيه منها، ولكن تبقى نسبة هؤلاء قليلة.

و في المقابل لا نغفل أن ما نسبته (14.63%) من الطلبة أجابوا بأنهم يثقون ثقة مطلقة بالانترنت، وهذه النسبة معتبرة لكن يمكن إرجاعها بالأساس إلى إهار الانترنت، الذي قد يرتبط بدوره بحدثة التحاق هؤلاء الطلبة بركب المستخدمين للانترنت، ما جعلهم يتقبلون كل ما يأتيهم من هذه الشبكة العالمية.

— جدول رقم (91): مستوى ثقة الطلبة بما تقدمه الانترنت وعلاقته بمتغير الجنس.

الجنس مستوى الثقة	ذكور		إناث		المجموع	
	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	ت	%
ثقة مطلقة	01	05	11	17.74	12	14.63
حسب مصداقية الموقع	17	85	49	79.03	66	80.48
عدم الثقة	02	10	02	03.22	04	04.87
المجموع	20	% 100	62	% 100	82	% 100
كا ² المحسوبة = 03.69			د=2			كا ² الجدولية = 05.99

يمثل الجدول رقم (91) مستوى ثقة الطلبة بما تقدمه الانترنت وعلاقته بمتغير الجنس. وما نلاحظه

على الأرقام الواردة في هذا الجدول ، ما يلي:

- بالنسبة للذكور: أغلبية الطلبة أفراد العينة ترتبط ثقتهم في الانترنت بمصداقية الموقع، ونسبتهم (85%)، أما الذين لا يثقون فيها تماما فنسبتهم (10%)، وأخيرا تمثل نسبة الطلبة الذين يثقون بما تقدمه الانترنت ثقة مطلقة (05%).

- أما بالنسبة للإناث فالأمر يختلف بعض الشيء حيث وإن كانت أغلبية الطالبات ترتبط ثقتهم في الانترنت بمصداقية الموقع ونسبتهم (85%)، فإن نسبة اللواتي يثقن بما تقدمه الانترنت ثقة مطلقة تقدر بـ (17.74%). أما اللواتي لا يثقن فيها تماما فنسبتهم (03.22%) فقط.

هذه المعطيات توحي بأن الإناث أكثر ميلا للثقة أكثر في الانترنت من الذكور، لكن هذا الاختلاف يبقى أقل من أن يكون ذا دلالة إحصائية، حيث كشف اختبار كاسي عن عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين مستوى ثقة الطلبة بما تقدمه الانترنت ومتغير الجنس، إذ تقل قيمة كاسي المحسوبة والمقدرة بـ (03.69) عن قيمة كاسي الجدولية المقدرة بـ (05.99) عند درجة حرية (د=2) ومستوى ثقة (0.95).

— جدول رقم (92): مستوى ثقة الطلبة بما تقدمه الانترنت وعلاقته بمتغير التخصص.

المجموع		بيولوجيا الحيوان		إعلام واتصال		التخصص مستوى الثقة
%	ت	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	
14.63	12	29.03	09	05.88	03	ثقة مطلقة
80.48	66	67.74	21	88.23	45	حسب مصداقية الموقع
04.87	04	03.22	01	05.88	03	عدم الثقة
% 100	82	% 100	31	% 100	51	المجموع
كاسي الجدولية =		د=25		كاسي المحسوبة = 08.46		05.99

يمثل الجدول رقم (92) مستوى ثقة الطلبة بما تقدمه الانترنت وعلاقته بمتغير التخصص. وما نلاحظه

على الأرقام الواردة في هذا الجدول، ما يلي:

- بالنسبة لطلبة الإعلام: فإن أغلبية الطلبة أفراد العينة ترتبط ثقتهم بما تقدمه الانترنت بمصداقية الموقع، ونسبتهم (88.23%)، أما فئة الطلبة الذين لا يثقون فيها تماما، وفئة الذين يثقون بما تقدمه الانترنت ثقة مطلقة، فقد كانت نسبتاهما متساويتين إذ تقدر كل منهما بـ (05.88%).

- أما بالنسبة لطلبة البيولوجيا فالأمر يختلف، حيث وإن كانت أغلبيتهم ترتبط ثقتهم بما تقدمه الانترنت مصداقية الموقع ونسبتهم (67.74%)، فإن نسبة الذين يثقون بما تقدمه الانترنت ثقة مطلقة تقدر بـ (29.03%). أما الذين لا يثقون فيها تماماً فنسبتهم (03.22%) فقط.

ويبدو واضحاً من هذه المعطيات أن طلبة البيولوجيا أكثر ثقة بما تقدمه الانترنت - بغض النظر عن مصداقية المواقع من عدمها - من طلبة الإعلام.

هذا الاختلاف الواضح أكدته اختبار كاي² إذ كشف عن وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين مستوى ثقة الطلبة بما تقدمه الانترنت ومتغير التخصص، إذ تفوق قيمة كاي² المحسوبة والمقدرة بـ (08.46) قيمة كاي² الجدولية المقدرة بـ (05.99) عند درجة حرية (د=2) ومستوى ثقة (0.95).

— جدول رقم (93): آفاق استخدام الطلبة للانترنت.

النسبة %	التكرار	
75.60	62	زيادة الاستخدام
03.65	3	إنقاص الاستخدام
19.51	16	إبقاء الاستخدام كما هو
01.21	01	الكف عن الاستخدام
% 100	82	المجموع

يمثل الجدول أعلاه إجابات الطلبة على السؤال الذي يهدف إلى تحديد آفاق استخدام الطلبة للانترنت. وتبين الأرقام المدرجة خلاله ما يلي:

- أغلبية الطلبة أفراد العينة ينوون زيادة استخدام الانترنت، ونسبتهم (75.60%)،
- ما نسبته (19.51%) من الطلبة ينوون الإبقاء على استخدامهم كما هو.
- (03.65%) هي النسبة الممثلة للطلبة الذين ينوون الإنقاص من استخدامهم للانترنت.
- وأخيراً لا تمثل نسبة الطلبة الذين ينوون الكف تماماً عن استخدام الانترنت سوى (01.21%)

أما ما يمكن قوله حول هذه المعطيات فهو أن حجم استخدام الانترنت في طريقه للارتفاع والزيادة بشكل كبير، وهو مؤشر على مستقبل هذه الوسيلة الإعلامية التي مازالت في طريقها لكسب أكبر عدد

يمكن من المستخدمين في وسط الطلبة بشكل خاص أو في صفوف شرائح وفئات أخرى في المجتمع بشكل عام.

هذا مع الإشارة إلى أن العوامل التي تحد من استخدام الانترنت (في الجزائر)، كما رأينا مع الجدول رقم (07)، هي أيضا في طريقها للانتفاء والتلاشي، حيث تدل كل المؤشرات الحالية أن الانترنت ستتحه صوب المنازل بوتيرة متصاعدة في السرعة، كما أن جودة الارتباط تتحسن شيئا فشيئا، هذا فضلا عن انتشار أجهزة الكمبيوتر في المنازل، بفضل مبادرات قامت بها الحكومة (كمشروع كمبيوتر لكل أسرة)، أو الانخفاض المستمر الذي تعرفه أسعار هذه الأجهزة.

— جدول رقم (94): آفاق استخدام الطلبة للانترنت وعلاقته بمتغير الجنس.

الجنس الآفاق	ذكور		إناث		المجموع	
	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	ت	%
زيادة الاستخدام	16	80	46	74.19	62	75.60
إنقاص الاستخدام	01	05	02	03.22	03	03.65
إبقاء الاستخدام كما هو	03	15	13	20.96	16	19.51
الكف عن الاستخدام	00	00	01	01.61	01	01.21
المجموع	20	100%	62	100%	82	100%
كا ² المحسوبة = 06.70		د=3		كا ² الجدولية		
		07.81=				

يمثل الجدول رقم (94) آفاق استخدام الطلبة للانترنت وعلاقته بمتغير الجنس. وما نلاحظه على الأرقام الواردة في هذا الجدول، ما يلي:

- بالنسبة للذكور: أغلبية الطلبة أفراد العينة ينوون زيادة استخدام الانترنت، ونسبتهم (80%)، وما نسبته (15%) من الطلبة ينوون الإبقاء على استخدامهم كما هو. في حين تمثل النسبة (05%) الطلبة الذين ينوون الإنقاص من استخدامهم للانترنت. وأخيرا لا ينوي أي طالب من أفراد العينة الكف تماما عن استخدام الانترنت.

- ونفس الترتيب نجده عند الإناث لكن مع اختلاف بسيط في النسب وذلك على النحو التالي: أغلبية الطالبات ينوين زيادة استخدام الانترنت، ونسبتهن (74.19%)، وما نسبته (20.96%) من الطالبات ينوين الإبقاء على استخدامهم كما هو. في حين تمثل النسبة (03.22%) الطالبات اللواتي عندهن نية الإنقاص من استخدامهن للانترنت. وأخيرا لا تمثل نسبة اللواتي ينوين الكف تماما عن استخدام الانترنت سوى (01.61%)

وكما هو واضح فإن الاختلاف بين الذكور والإناث من حيث نواياهم فيما يخص حجم استخدام الانترنت طفيف جدا.

واختبار χ^2 من جهته كشف عن عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين آفاق استخدام الطلبة للانترنت وعلاقته ومتغير الجنس، إذ تقل قيمة χ^2 المحسوبة والمقدرة بـ (06.70) عن قيمة χ^2 الجدولية المقدر بـ (07.81) عند درجة حرية (د=3) ومستوى ثقة (0.95).

— جدول رقم (95): آفاق استخدام الطلبة للانترنت وعلاقته بمتغير التخصص.

المجموع		بيولوجيا الحيوان		إعلام واتصال		التخصص الآفاق
%	ت	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	
75.60	62	77.41	24	74.50	38	زيادة الاستخدام
03.65	3	06.45	02	01.96	01	إنقاص الاستخدام
19.51	16	12.90	04	23.52	12	إبقاء الاستخدام كما هو
01.21	01	03.22	01	00	00	الكف عن الاستخدام
% 100	82	% 100	31	% 100	51	المجموع
χ^2 الجدولية		د=3		χ^2 المحسوبة = 05.71		
				07.81=		

يمثل الجدول رقم (95) آفاق استخدام الطلبة للانترنت وعلاقته بمتغير التخصص. وما نلاحظه على

الأرقام الواردة في هذا الجدول، ما يلي:

- بالنسبة لطلبة الإعلام: أغلبية الطلبة أفراد العينة ينوون زيادة استخدام الانترنت، ونسبتهم (74.50%)، وما نسبته (23.52%) من الطلبة ينوون الإبقاء على استخدامهم كما هو. في حين تمثل

النسبة (01.96%) الطلبة الذين ينوون الإنقاص من استخدامهم للانترنت. وأخيرا لا ينوي أي طالب من أفراد العينة الكف تماما عن استخدام الانترنت.

- ونفس الترتيب نجده عند طلبة البيولوجيا لكن مع اختلاف بسيط في النسب وذلك على النحو التالي: :
أغلبية الطلبة أفراد العينة ينوون زيادة استخدام الانترنت، ونسبتهم (77.41%)، وما نسبته (12.90%) من الطلبة ينوون الإبقاء على استخدامهم كما هو. في حين تمثل النسبة (06.45%) الطلبة الذين ينوون الإنقاص من استخدامهم للانترنت. وأخيرا لا تمثل نسبة الذين ينوون الكف تماما عن استخدام الانترنت سوى (03.23%)

وكما هو واضح فإن الاختلاف بين طلبة كلا التخصصين من حيث نواياهم فيما يخص حجم استخدام الانترنت طفيف جدا.

واختبار χ^2 من جهته كشف عن عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين آفاق استخدام الطلبة للانترنت وعلاقته ومتغير التخصص، إذ تقل قيمة χ^2 المحسوبة والمقدرة بـ (05.71) عن قيمة χ^2 الجدولية المقدرة بـ (07.81) عند درجة حرية (د=3) ومستوى ثقة (0.95).

III - النتائج النهائية للدراسة:

تمثل أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة فيما يلي:

أولا: استخدامات جمهور الطلبة الجزائريين للانترنت:

1- بيانات عامة:

1-1- مكانة الانترنت عند الطلبة:

تحتل الانترنت المرتبة الرابعة من بين وسائل الإعلام الأخرى في سلم اهتمامات الطلبة، وذلك وراء التلفزيون والإذاعة، والجريدة.

1-2- مدة استخدام الطلبة للانترنت:

- (46.34%) من الطلبة قد بدؤوا استخدام الانترنت منذ (سنة إلى أربع سنوات)

- (18%) بدؤوا استخدامها (من 04 إلى 08 سنوات)

- (18%) لم يبدؤوا استخدام هذه الوسيلة الإعلامية إلا منذ أقل من سنة.

- (09.75%) فقط من الطلبة كان قد بدأ استخدام الانترنت منذ أكثر من ثماني سنوات.

- هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين الجنس ومدة استخدام الانترنت من طرف أفراد العينة.

- ليس هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين الجنس ومدة استخدام الانترنت من طرف أفراد العينة.

1-3- نوع الوسيلة التي يستخدمها الطلبة من خلالها الانترنت:

- الحاسوب الشخصي (PC) بنسبة (85%).
- الهاتف النقال ويستعين بها ما مقداره (08.33%) من الطلبة.
- الحاسوب المحمول بنسبة (06.25%).
- هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين نوع الوسيلة المستخدمة والجنس.
- ليس هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين نوع الوسيلة المستخدمة والجنس.
- 1-4- مواجهة أو عدم مواجهة الطلبة لصعوبات في استخدام الانترنت:**
- (29.26%) من أفراد العينة يواجهون صعوبات في استخدامهم للانترنت.
- مقابل (70.73%) لا يواجهون صعوبات في هذا الشأن.
- ليس هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين مواجهة الطلبة لصعوبات في استخدام الانترنت، وكل من متغيري الجنس، والتخصص.

- 1-5- الصعوبات التي يواجهها الطلبة عند استخدامهم للانترنت:**
- عدم التحكم في استخدام الكمبيوتر بنسبة (37.50%).
- وبطء الاتصال بالانترنت بنسبة (31.25%).
- الصعوبات اللغوية بنسبة (09.37%).
- عدم توفر ملحقات كافية بنسبة (06.25%).
- ليس هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين الصعوبات التي يواجهها الطلبة في استخدام الانترنت، وكل من متغيري الجنس، والتخصص.

- 2- عادات استخدام جمهور الطلبة الجزائريين للانترنت:**
- 2-1- الانتظام أو عدم الانتظام في استخدام الانترنت:**
- يستخدم أغلبية جمهور الطلبة الجزائريين الانترنت بشكل غير منتظم ونسبتهم (78.04%). في حين لا تمثل نسبة الطلبة المنتظمين في زيارة الانترنت سوى (21.95%).
- ولا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الانتظام أو عدم الانتظام في استخدام الانترنت، وبين كل من متغيري الجنس، والتخصص.

- 2-2- حجم الوقت الذي يقضيه الطلبة في تصفح الانترنت:**
- خلال زيارة واحدة:
- النسبة الأكبر من الطلبة (39.02%)، يتصفحون الانترنت ما بين ساعة وساعتين.
- ثم تليها نسبة (35.36%) من الطلبة يتصفحون الانترنت في أقل من ساعة.

- ويتصفح بقية الطلبة ونسبتهم (25.60%) الانترنت من ساعتين فأكثر.
- أما المتوسط الحسابي للوقت الذي يقضيه الطلبة في تصفح الانترنت فيقدر بـ 1.24 ساعة.
- ليس هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين حجم الوقت الذي يقضيه الطلبة في تصفح الانترنت خلال زيارة واحدة، وكل من متغيري الجنس، والتخصص.

- خلال أسبوع:

- أغلبية الطلبة ونسبتهم (45.12%) يستخدمونها ما بين 5 و10 ساعات.
- (34.14%) من الطلبة يقضون أقل من 5 ساعات.
- (15.85%) يتصفحونها ما بين 10 و15 ساعة.
- في حين لا يستخدم الانترنت لأكثر من 15 ساعة في الأسبوع سوى (04.87%).
- يقدر المتوسط الحسابي للوقت الذي يقضيه الطلبة في تصفح الانترنت في أسبوع بـ 6.55 ساعة.
- ليس هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين حجم الوقت الذي يقضيه الطلبة في تصفح الانترنت خلال أسبوع، وكل من متغيري الجنس، والتخصص.

2-3- الأيام التي يتصفح فيها الطلبة الانترنت غالباً:

- تتمثل أكثر الأيام التي يستخدم فيها الطلبة الانترنت في يومي: الخميس بنسبة (25.69%) والجمعة بنسبة (20.67%).
- ليس هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين الأيام التي يتصفح فيها الطلبة الانترنت، وكل من متغيري الجنس، والتخصص.

2-4- الفترات التي يتصفح فيها الطلبة الانترنت غالباً:

- الفترة المسائية بنسبة (40%)،
- ثم الفترة الليلية بنسبة (34.28%).
- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الفترات التي يستخدم فيها الطلبة الانترنت والجنس.
- لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الفترات التي يستخدم فيها الطلبة الانترنت والتخصص.

2-5- مكان تصفح الطلبة للانترنت:

- أغلبية الطلبة يستخدمون الانترنت في المقاهي المخصصة لذلك وذلك بنسبة (47.95%).
- ثم تأتي الجامعة بنسبة (39.79%).
- في حين يستخدم ما نسبته (12.24%) من الطلبة الانترنت في المنازل.

- لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الفترات التي يستخدم فيها الطلبة الانترنت وبين كل من متغيري التخصص والجنس.

2-6- مع من يتصفح الطلبة الانترنت عادة:

- بصفة فردية وذلك بنسبة (51.45%)،
- ثم مع الأصدقاء والزملاء وذلك بنسبة (43.68%).
- أما نسبة استخدام الطلبة للانترنت مع أفراد العائلة فلا تمثل سوى (04.85%) فقط.
- هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين الجنس ومع من يستخدم الطلبة الانترنت.
- ليس هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين التخصص ومع من يستخدم الطلبة الانترنت.

3- أنماط التصفح:

3-1- خدمات الانترنت الأكثر تفضيلاً لدى الطلبة:

- خدمة الويب بنسبة (35.92%)،
- ثم خدمة البريد الإلكتروني (21.55%)،
- ونجد بعدهما كلا من الدردشة وخدمة نقل الملفات بنسبتين متساويتين تقدران بـ (14.73%).
- ليس هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين خدمات الانترنت المفضلة لدى الطلبة وبين كل من متغيري التخصص والجنس.

3-2- محركات البحث الأكثر استخداماً لدى الطلبة:

- محرك (Google) بنسبة (46.87%)،
- ثم (Yahoo) بنسبة (34.37%)،
- ثم (Hotmail) بنسبة (16.87%).
- ليس هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين محركات البحث الأكثر استخداماً لدى الطلبة وبين كل من متغيري التخصص والجنس.

3-4- أنواع المواقع الإلكترونية الأكثر تفضيلاً من قبل الطلبة:

- من حيث المضمون: المواقع التي تتوافق مع تخصصهم الدراسي بنسبة (16.66%). ثم المواقع الثقافية بنسبة (14.41%).
- من حيث المجال الجغرافي: المواقع الدولية بنسبة (44.29%)، ثم المواقع العربية (الإقليمية) بنسبة (29.53%).
- من حيث اللغة: المواقع التي تستخدم اللغة الفرنسية بنسبة (46.72%). ثم المواقع التي تستخدم اللغة العربية بنسبة (38.52%).

- من حيث تبعيتها لوسائل الإعلام الأخرى: مواقع الصحف على الانترنت بنسبة (46.36%). ثم مواقع التلفزيونات والفضائيات بنسبة (32.72%).

- هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين التخصص وأنواع المواقع التي يفضلها الطلبة من حيث المضمون، ومن حيث المجال الجغرافي، ومن حيث اللغة.

- هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين الجنس وأنواع المواقع التي يفضلها الطلبة من حيث المضمون.

3-5- أسباب تفضيل الطلبة للمواقع الالكترونية:

- أكثر الأسباب التي تتحكم في تفضيل الطلبة للمواقع الالكترونية هو موافقتها لاهتمامهم وذلك بنسبة (43.41%)،

- ثم الشهرة التي تتمتع بها هذه المواقع وذلك بنسبة (23.25%)،

- بعد ذلك يأتي الإخراج الجيد، ومصداقية المواقع بنسبتين متساويتين (20.93%).

- هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين الجنس وأسباب تفضيل الطلبة للمواقع الالكترونية.

- ليس هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين التخصص وأسباب تفضيل الطلبة للمواقع الالكترونية.

3-6- عدد المواقع التي يتصفحها الطلبة غالبا في الزيارة الواحدة:

- أكثر الطلبة يتصفحون ما بين موقع واحد وثلاثة مواقع وذلك بنسبة (41.46%)،

- ثم يتصفح ما نسبته (25.60%) من الطلبة أفراد العينة أكثر من ستة مواقع،

- في حين يتصفح ما نسبته (18.29%) من الطلبة ما بين ثلاثة إلى ستة مواقع،

- ولا يكتفي بتصفح موقع واحد سوى ما نسبته (14.63%) من الطلبة.

- هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين الجنس وعدد المواقع التي يتصفحها الطلبة غالبا في الزيارة الواحدة.

- ليس هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين التخصص وعدد المواقع التي يتصفحها الطلبة غالبا في الزيارة

الواحدة.

3-7- عمق أو سطحية تصفح الطلبة للمواقع:

- أغلبية الطلبة ونسبتهم (54.87%) ينتقون موضوعات معينة ويقرؤونها،

- و ما نسبته (29.56%) من الطلبة يكتفون بالعناوين والصور،

- أما فئة الطلبة الذين يكتفون بالعناوين فقط فنسبتهم (14.63%)،

- وأخير لا تمثل نسبة الطلبة الذين يكتفون بمشاهدة الصور فقط سوى (01.21%).

- هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين الجنس وعمق أو سطحية تصفح الطلبة للمواقع.

- ليس هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين التخصص وعمق أو سطحية تصفح الطلبة للمواقع.

3-8- مدى تعليق الطلبة على ما يتصفحونه في المواقع الالكترونية:

- أغلبية الطلبة وبنسبة مقدارها (47.56%) يعلقون على ما يتصفحونه على الانترنت أحيانا،
- أما الطلبة الذين يعلقون دائما فنسبتهم (21.73%)،
- ثم يلي ذلك الطلبة الذين نادرا ما يعلقون على المواد التي تهمهم بنسبة (18.29%).
- في حين تمثل نسبة الذين لا يعلقون تماما على ما يتصفحونه على الانترنت (13.41%).
- ليس هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين مدى تعليق الطلبة على ما يتصفحونه في المواقع الالكترونية وبين كل من متغيري التخصص والجنس.

3-9- كيفية تعامل الطلبة مع ما يوافق حاجاتهم في الانترنت:

- أغلبية الطلبة وبنسبة مقدارها (43.26%) يقومون بتحميله،
- أما الطلبة الذين يقومون بطبعه فنسبتهم (23.07%).
- ثم يلي ذلك الطلبة الذين يقومون بكتابته باليد بنسبة (14.42%).
- في حين تمثل نسبة الذين يقومون بتصفحه فقط على الانترنت (12.50%).
- وأخيرا لا تمثل نسبة الذين يرسلونه إلى البريد الالكتروني سوى (06.73%).
- هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين الجنس وطرق تعامل الطلبة مع المحتوى الذي يهتمهم في الانترنت.
- ليس هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين التخصص وطرق تعامل الطلبة مع المحتوى الذي يهتمهم في الانترنت.

3-10- قيام الطلبة أو عدم قيامهم باستخدام سلمي على الانترنت:

- (18.29%) من الطلبة كانوا قد استخدموا الانترنت بشكل سلمي،
- (81.70%) من الطلبة لم يقوموا باستخدام سلمي على الانترنت.
- ليس هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين قيام الطلبة أو عدم قيامهم باستخدام سلمي على الانترنت وبين كل من متغيري التخصص والجنس.

3-11- الاستخدامات السلبية التي قام بها الطلبة أثناء إبحارهم على الانترنت:

- تتمثل أغلبية الاستخدامات السلبية التي قام بها الطلبة في زيارة المواقع الإباحية وذلك بنسبة (54.54%)،
- ثم بعدها يأتي دور القرصنة بنسبة قدرها (36.36%)،
- ثم أخيرا التخريب بنسبة (09.90%).
- ليس هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين الاستخدامات السلبية التي قام بها الطلبة وبين كل من متغيري التخصص والجنس.

ثانيا: الإشباعات المتحققة للطلبة الجزائريين من خلال استخدامهم للانترنت:

1- أنواع الإشباعات المتحققة للطلبة من خلال استخدامهم للانترنت:

1-1- ترتيب الإشباعات المتحققة للطلبة من خلال استخدامهم للانترنت:

- جاءت الإشباعات المعرفية في المرتبة الأولى وذلك بمجموع تكرارات قدره 433.
- وتليها الإشباعات الإعلامية في المرتبة الثانية وذلك بمجموع تكرارات قدره 401.
- وفي المرتبة الثالثة جاءت الإشباعات الدينية وذلك بمجموع تكرارات قدره 291.
- ثم في المرتبة الرابعة جاءت الإشباعات الاجتماعية وذلك بمجموع تكرارات قدره 261.
- وكانت المرتبة الخامسة من نصيب الإشباعات النفسية وذلك بمجموع تكرارات قدره 214.
- أما المرتبة الأخيرة فكانت للإشباعات الاقتصادية وذلك بمجموع تكرارات قدره 122 فقط.

1-2- الإشباعات الإعلامية المتحققة للطلبة من خلال استخدامهم للانترنت:

- أغلبية الإشباعات الإعلامية المتحققة هي الإلمام بالأحداث الدولية وذلك بنسبة (54.47%)،
- ثم الإلمام بالأحداث الإقليمية وذلك بنسبة (22.76%)،
- بعدها الإلمام بالأحداث الوطنية وذلك بنسبة قدرها (19.51%).
- ليس هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين الإشباعات الإعلامية المتحققة للطلبة وبين كل من مستغري التخصص والجنس.

1-3- الإشباعات المعرفية المتحققة للطلبة من خلال استخدامهم للانترنت:

- أغلبية الإشباعات المعرفية المتحققة هي زيادة الثقافة العامة وذلك بنسبة (46.30%)،
- ثم إنجاز البحوث الدراسية وذلك بنسبة (42.28%)،
- بعدها التعلم عن بعد وذلك بنسبة قدرها (11.40%).
- ليس هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين الإشباعات المعرفية المتحققة للطلبة وبين كل من مستغري التخصص والجنس.

1-4- الإشباعات الاجتماعية المتحققة للطلبة من خلال استخدامهم للانترنت:

- أغلبية الإشباعات الاجتماعية المتحققة للطلبة هي ربط علاقات صداقة بنسبة (46.30%)،
- ثم ربط علاقات مع الجنس الآخر وذلك بنسبة (42.28%)،
- بعدها إيجاد حلول للمشاكل الاجتماعية وذلك بنسبة قدرها (11.40%).
- هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين الإشباعات الاجتماعية المتحققة للطلبة وبين الجنس.
- هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين الإشباعات الاجتماعية المتحققة للطلبة وبين التخصص.

1-5- الإشباع النفسى المتحققة للطلبة من خلال استخدامهم للانترنت:

- أكبر نسبة من الإشباع النفسى المتحققة للطلبة هي التخلص من الروتين بنسبة (34.21%)،
- ثم الإطلاع على الطابوهات وذلك بنسبة (28.94%)،
- بعدها التخلص من الوحدة وذلك بنسبة قدرها (26.31%)،
- وأخيراً، مجرد تحقيق العادة وذلك بنسبة (10.52%).
- ليس هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين الإشباع النفسى المتحققة للطلبة وبين كل من متغيري التخصص والجنس.

1-6- الإشباع الدينية المتحققة للطلبة من خلال استخدامهم للانترنت.

- أكبر نسبة من الإشباع الدينية المتحققة للطلبة هي الإطلاع على الفتاوى بنسبة (49%)،
- ثم تحميل القرآن الكريم وذلك بنسبة (33%)،
- وبعدها الإطلاع على الأديان الأخرى وذلك بنسبة قدرها (18%).
- ليس هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين الإشباع الدينية المتحققة للطلبة وبين كل من متغيري التخصص والجنس.

2- انعكاسات الإشباع المتحققة للطلبة من خلال استخدامهم للانترنت:**1-2- إحساس الطلبة عند عدم استخدامهم الانترنت:**

- أغلبية الطلبة أفراد العينة لا ينتبهون لذلك، ونسبتهم (47.56%)،
- ثم بعدهم تأتي فئة أخرى من الطلبة يحسون بالفراغ، ونسبتهم (19.51%)،
- وأخيراً تمثل نسبة الطلبة الذين يصل بهم الأمر إلى الإحساس بالاضطراب والقلق (19.15%).
- ليس هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين إحساس الطلبة عند عدم استخدامهم الانترنت وبين كل من متغيري التخصص والجنس

2-2- علاقة الطلبة باستخدام وسائل الإعلام الأخرى عند استخدامهم للانترنت:

- أغلبية الطلبة أفراد العينة لا يتغير استخدامهم للوسائل الأخرى، ونسبتهم (53.65%)،
- ثم بعدهم تأتي فئة أخرى من الطلبة يقل استخدامهم لها، ونسبتهم (25.60%)،
- أما الذين يزيد استخدامهم لها فنسبتهم (12.19%)،
- وأخيراً تمثل نسبة الطلبة الذين يصل بهم الأمر إلى حد الاستغناء عنها تماماً (08.53%).
- ليس هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين علاقة الطلبة باستخدام وسائل الإعلام الأخرى عند استخدامهم للانترنت وبين متغير الجنس.

- هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين علاقة الطلبة باستخدام وسائل الإعلام الأخرى عند استخدامهم للانترنت وبين متغير التخصص.

2-3- مستوى ثقة الطلبة بما تقدمه الانترنت:

- أغلبية الطلبة أفراد العينة ترتبط ثقتهم في الانترنت بمصداقية الموقع ، ونسبتهم (80.48%)،
- أما الذين يثقون بما تقدمه ثقة مطلقة، فنسبتهم (14.63%)،
- وأخيرا تمثل نسبة الطلبة الذين لا يثقون فيها تماما (04.87%).
- ليس هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين مستوى ثقة الطلبة بما تقدمه الانترنت وبين متغير الجنس.
- هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين مستوى ثقة الطلبة بما تقدمه الانترنت و متغير التخصص.

2-4- آفاق استخدام الطلبة للانترنت:

- أغلبية الطلبة أفراد العينة ينوون زيادة استخدام الانترنت، ونسبتهم (75.60%)،
- ما نسبته (19.51%) من الطلبة ينوون الإبقاء على استخدامهم كما هو،
- (03.65%) هي النسبة الممثلة للطلبة الذين ينوون الإنقاص من استخدامهم للانترنت،
- وأخيرا لا تمثل نسبة الطلبة الذين ينوون الكف تماما عن استخدام الانترنت سوى (01.21%).
- ليس هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين آفاق استخدام الطلبة للانترنت وبين كل من متغيري التخصص والجنس.



قائمة المراجع

قائمة المراجع

- المراجع العربية I

1. الكتب العربية :

- 1- انشراح الشال: الدش والانترنت والتلفزيون في إطار علم الاجتماع الإعلامي، المدينة برس، مصر، 2003م.
- 2- أ. لارامي، ب. فالي: البحث في الاتصال: عناصر منهجية، ترجمة ميلود سفاري وآخرون، مخبر علم اجتماع الاتصال، جامعة منتوري، قسنطينة-الجزائر، 2004م.
- 3- أحمد جوهر أحمد : الإعلام الالكتروني واقع وآفاق، ط1، دار الكلمة للنشر والتوزيع ، مصر، 2004م.
- 4- أحمد عصام فكري: الإبحار عبر مواقع الانترنت، كتاب الجمهورية، مصر، 2002م.
- 5- أحمد كاظم: تعلم الانترنت خطوة خطوة، ط1، منشورات دار اليوسف، بيروت-لبنان، 2004-2005م.
- 6- أديب حضور: دور الإعلام في مكافحة المخدرات، ط1، دار الأيام، الجزائر، 1999م.
- 7- أشرف جابر سيد: الصحافة عبر الانترنت وحقوق المؤلف، دار النهضة العربية، 2003م.
- 8- إحسان محمد الحسن: مناهج البحث الاجتماعي، ط1، دار وائل للنشر، عمان-الأردن، 2005م.
- 9- إياد شاكر البكري : تقنيات الاتصال بين زمنين ، دار الشروق ، عمان- الأردن، 2003م.
- 10- إيان كريب: النظرية الاجتماعية: من بارسونز إلى هابرماس، ترجمة محمد حسين غلوم، سلسلة عالم المعرفة (442)، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت، 1999م.
- 11- بيل غيتس: المعلوماتية بعد الانترنت، ترجمة عبد السلام رضوان ، سلسلة عالم المعرفة(231)، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت ، مارس 1998م.
- 12- جمال العيفة: الثقافة الجماهيرية، جامعة باجي مختار، عنابة- الجزائر، 2003م.
- 13- جمال أبو شنب: الاتصال والإعلام والمجتمع (المفاهيم والقضايا والنظرية)، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية-مصر، 2005م.
- 14- جودت أحمد سعادة، عادل فايز السرطاوي: استخدام الحاسوب والانترنت في ميادين التربية والتعليم، ط1، دار الشروق، عمان-الأردن، 2003م.
- 15- جون ب الزمان : إعلام جديد..سياسة جديدة ، ترجمة عبد الله الكندي، ط1، دار الكتاب الجامعي ، غزة - فلسطين، 2003م.
- 16- جون ميرال، رالف لوينشتاين: الإعلام وسيلة ورسالة، ترجمة ساعد خضر العرابي الحارثي، دار المريخ، السعودية 1989م.
- 17- حسن طاهر داود: أمن شبكات المعلومات، مكتبة الملك فهد الوطنية، الرياض- السعودية، 2004م.
- 18- حسن طاهر داود: جرائم نظم المعلومات، أكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض-السعودية، 1420هـ.
- 19- حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد: الاتصال ونظرياته المعاصرة، ط1، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة-مصر 2003م.
- 20- حسني محمد نصر: الانترنت والإعلام (الصحافة الالكترونية)، ط1، مكتبة الفلاح، الكويت، 2003م.

- 21- حسين عبد الحميد أحمد رشوان: العلاقات العامة والإعلام من منظور علم الاجتماع، ط4، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية-مصر، 2004م.
- 22- حمدي حسن: الوظيفة الإخبارية لوسائل الإعلام، دار الفكر العربي، مصر، 1991م.
- 23- خالد مجد الدين: صناعة الأخبار في عصر المعلوماتية، ط1، دار الأمين، مصر، 2005م.
- 24- ديفيد راندال: الصحفي العالمي، ترجمة معين الإمام، مكتبة العبيكان، ط1، 2007م.
- 25- ذياب البدانية: الأمن وحرب المعلومات، ط1، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان-الأردن، 2006م.
- 26- رأفت نبيل علوة: قرصنة الانترنت، ط1، مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع، عمان-الأردن، 2006م.
- 27- رحيمة عيساني: مدخل إلى الإعلام والاتصال، المفاهيم الأساسية والوظائف الجديدة في عصر العولمة الإعلامية، ط1، مطبوعات الكتاب والحكمة، باتنة- الجزائر، 2007م.
- 28- السيد بجيت: الصحافة و.. الانترنت، ط1، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة-مصر، 2000م.
- 29- سمير محمد حسين: دراسات في مناهج البحث العلمي، بحوث الإعلام، ط3، عالم الكتب، مصر، 1999م.
- 30- شريف درويش اللبان: شبكة الانترنت بين حرية التعبير وآليات الرقابة، المدينة برس، مصر، 2004م.
- 31- شون ماكبرايد وآخرون: أصوات متعددة وعالم واحد، الشركة الوطنية للنشر والتوزيع، الجزائر، 1981م.
- 32- الصادق رباح: الإعلام والتكنولوجيا الحديثة، ط1، دار الكتاب الجامعي، العين- الإمارات العربية المتحدة، 2004م.
- 33- صالح خليل أبو أصبع: الاتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة، ط4، دار الآرام، الأردن، 2004م.
- 34- صلاح زين الدين: تكنولوجيا المعلومات والتنمية، الطريق إلى مجتمع المعرفة ومواجهة الفجوة التكنولوجية في مصر، مكتبة الشروق الدولية، القاهرة-مصر، 2002م.
- 35- صلاح سالم: تكنولوجيا المعلومات والاتصالات والأمن القومي للمجتمع، ط1، عين للدراسات والبحوث الإنسانية والاجتماعية، مصر، 2003، ص 87.
- 36- طارق طه: التسويق والتجارة الالكترونية، دار الكتب ومنشأة المعارف الإسكندرية- مصر، 2005م.
- 37- طاهر محسن الغالي، أحمد شاكر العسكري: الإعلان مدخل تطبيقي، ط1، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان-الأردن، 2003م.
- 38- عاطف عدلي العبد: مدخل إلى الاتصال والرأي العام، الأسس النظرية والإسهامات العربية، دار الفكر العربي، القاهرة- مصر، 1997م.
- 39- عامر إبراهيم قنديلجي، علاء الدين عبد القادر الجنابي: نظم المعلومات الإدارية، ط2، دار المسيرة، عمان-الأردن، 2005م.
- 40- عبد الأمير الفيصل: الصحافة الالكترونية في الوطن العربي، ط1، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان-الأردن، 2006م.
- 41- عبد الباسط عبد المعطي: اتجاهات نظرية في علم الاجتماع، سلسلة عالم المعرفة (44)، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت، 1981م.

- 42- عبد الباسط عبد الوهاب: استخدام تكنولوجيا الاتصال في الإنتاج الإذاعي والتلفزيوني، المكتب الجامعي الحديث، 2005م
- 43- عبد الحميد بسيوني: الشبكات والانترنت في ويندوز إكس بي، مكتبة ابن سينا، الرياض - السعودية، 2002م.
- 44- عبد الحميد بسيوني: دليل استخدام شبكة الانترنت، مكتبة ابن سينا للنشر والتوزيع ، الرياض - السعودية، 1996م
- 45- عبد الرحمان عززي: دراسات في نظرية الاتصال (نحو فكر إعلامي متميز)، ط1، مركز دراسات الوحدة العربية، لبنان، 2003م
- 46- عبد السلام أبو قحف، طارق طه أحمد: محاضرات في هندسة الإعلان والإعلان الإلكتروني، الدار الجامعية الإسكندرية-مصر، 2006م.
- 47- عبد الفتاح بيومي حجازي : الانترنت والأحداث ، دراسة معمقة عن أثر الانترنت في مخرف الأحداث، ط1، دار الفكر الجامعي، مصر ، 2002م.
- 48- عبد الله إسماعيل الصوفي: التكنولوجيا الحديثة ومراكز المعلومات والمكتبة المدرسية، دار المسيرة، عمان-الأردن، 2002م.
- 49- عبد الملك ردمان الدناي: تطوير تكنولوجيا الاتصال وعوامة المعلومات، المكتب الجامعي الحديث، 2005م.
- 50- علي محمد شمو: الاتصال الدولي والتكنولوجيا الحديثة، ط1، مكتبة الإشعاع ، مصر، 2002م.
- 51- غسان منير، علي أحمد : الهويات الوطنية والمجتمع العالمي والإعلام، دراسات في إجراءات تشكل الهوية في ظل الهيمنة الإعلامية العالمية ، ط1، دار النهضة العربية ، بيروت - لبنان، 2004م.
- 52- فرانسوا السلي، نكولا ماركاريز: وسائل الاتصال المتعددة "متمديا"، ترجمة فؤاد شاهين، ط1، دار عويدات للنشر والطباعة، بيروت-لبنان، 2001م.
- 53- فرانك كيلش: ثورة الانفومديا، ترجمة حسام الدين زكريا، عالم المعرفة (253)، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت، جانفي 2000م.
- 54- فريال مهنا: علوم الاتصال والمجتمعات الرقمية، ط1، دار الفكر، دمشق-سوريا، 2002م.
- 55- فضيل دليو وآخرون : العوامة وإشكالية حيااد تكنولوجيا الاتصال الدولي ، ملتقى دولي حول (الجزائر والعوامة)، جامعة منتوري- قسنطينة ، الجزائر، نوفمبر 1999م.
- 56- فضيل دليو وآخرون: التحديات المعاصرة (العوامة، الانترنت، الفقر، اللغة..)، مخبر علم اجتماع الاتصال، جامعة منتوري، قسنطينة-الجزائر، 2002م.
- 57- فضيل دليو: الاتصال: مفاهيمه-نظرياته-وسائله، ط1، دار الفجر، القاهرة-مصر، 2003م
- 58- فضيل دليو: تقنيات تحليل البيانات، منشورات جامعة منتوري ، قسنطينة-الجزائر، 2004م.
- 59- فضيل دليو: مدخل إلى الاتصال الجماهيري ، مخبر علم اجتماع الاتصال، جامعة منتوري، قسنطينة -الجزائر، 2003م
- 60- مجدي محمد أبو العطا: الدليل العلمي لاستخدام الانترنت، ط1، كميوساينس العربية لعلوم الحاسب، القاهرة، 1997م

- 61- محمد السعيد رشدي: الانترنت والجوانب القانونية لنظم المعلومات، دار النهضة العربية، القاهرة-مصر، 2004م.
- 62- محمد السعيد رشدي: الانترنت والجوانب القانونية لنظم المعلومات، دار النهضة العربية، القاهرة، 2004م.
- 63- محمد أحمد صالحة: علم النفس اللعبي، ط1، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان-الأردن، 2005م.
- 64- محمد بن عبد الرحمان الحضيف: كيف تؤثر وسائل الإعلام، ط2، مكتبة العبيكان، الرياض-السعودية، 1998م.
- 65- محمد بن مرسل: مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2003م.
- 66- محمد سيد فهمي: تكنولوجيا الاتصال في الخدمة الاجتماعية، المكتب الجامعي الحديث، 2006م.
- 67- محمد شطاح: قضايا الإعلام في زمن العولمة بين التكنولوجيا والايديولوجيا، دراسات في الوسائل والرسائل، دار الهدى للطباعة والنشر والتوزيع، عين مليلة - الجزائر، 2006م.
- 68- محمد عبد الحميد: الاتصال والإعلام على شبكة الانترنت، ط1، عالم الكتب، القاهرة، 2007م.
- 69- محمد عبد الحميد: دراسة الجمهور في بحوث الإعلام، دار الفكر، لبنان، 1987م.
- 70- محمد عبد الحميد: البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، ط2، عالم الكتب، القاهرة-مصر، 2004م.
- 71- محمد عبد الحميد: نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، ط2، عالم الكتب، القاهرة-مصر، 2000م.
- 72- محمد علي البدوي: دراسات سوسيو إعلامية، ط1، دار النهضة العربية، بيروت-لبنان، 2006م.
- 73- محمد علي شمو: التكنولوجيا الحديثة والاتصال الدولي والانترنت، ط1، الشركة السعودية للأبحاث، جدة، 1999م.
- 74- محمد فتحي عبد الهادي: النشر الالكتروني وتأثيره على مجتمع المكتبات والمعلومات، المكتبة الأكاديمية، القاهرة، 2001م.
- 75- محمد فتحي عيد: الإجرام المعاصر، أكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض-السعودية، 1422هـ.
- 76- محمد فلحي: صناعة العقل في عصر الشاشة، ط1، الدار العلمية الدولية للنشر والتوزيع ودار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان - الأردن، 2002م.
- 77- محمد محمود بني يونس: سيكولوجية الدافعية والانفعالات، ط1، دار المسيرة، عمان- الأردن، 2007م.
- 78- محمد نصر مهنا: في النظرية العامة للمعرفة الإعلامية، المكتبة الجامعية، الإسكندرية-مصر، 2003م.
- 79- محمود علم الدين: تكنولوجيا المعلومات والاتصال ومستقبل صناعة الصحافة، ط1، دار السحاب للنشر والتوزيع، القاهرة-مصر، 2005م.
- 80- مرزوق عبد الحكم العادلي: الإعلانات الصحفية: دراسة في الاستخدامات والإشاعات، ط1، دار الفجر، القاهرة-مصر، 2004م.
- 81- مصطفى عبد القادر: دور الإعلان في التسويق السياحي، ط1، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع بيروت-لبنان، 2003م.
- 82- معن خليل عمر: نقد الفكر الاجتماعي المعاصر، ط2، دار الآفاق الجديدة، بيروت- لبنان، 1999م.
- 83- ممدوح عبد المطلب: الجريمة عبر الانترنت، منشأة المعارف، الإسكندرية-مصر، 2001م.
- 84- منير محمد الجنبهي، ممدوح محمد الجنبهي: جرائم الانترنت والحاسب الآلي ووسائل مكافحتها، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية-مصر، 2004م.

- 85- مي العبد الله: نظريات الاتصال، ط2، دار النهضة العربية، بيروت-لبنان، 2006م
- 86- ميتشيو كاكو: رؤى مستقبلية كيف سيغير العلم حياتنا في القرن 21، ترجمة سعد الدين خرفان، سلسلة عالم المعرفة (270)، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت، 2001م
- 87- ميلفين ديفلير، ساندرابول روكيتش: نظريات وسائل الإعلام، ترجمة كمال عبد الرؤوف، الدار الدولية للنشر والتوزيع، القاهرة-مصر، 1993م
- 88- نبيل علي: الثقافة العربية وعصر المعلومات، رؤية لمستقبل الخطاب الثقافي العربي، سلسلة عالم المعرفة (276)، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت، 2001م.
- 89- نخبة من الكتاب: مستقبل الثورة الرقمية العرب والتحدي القادم، (كتاب العربي)، ع55، مجلة العربي، الكويت، 2004/1/15م.
- 90- نصير بوعلی: الإعلام والقيم قراءة في نظرية المفكر الجزائري عبد الرحمن عزي، دار الهدى، عين مليلة- الجزائر 2005م.
- 91- نيكولا تيماشيف: نظرية علم الاجتماع (طبيعتها وتطورها)، ترجمة محمود عودة وآخرون، دار المعرفة الجامعية الإسكندرية-مصر، 1999م
- 92- هريبت.أ. شيللر: المتلاعبون بالعقول، ترجمة عبد السلام رضوان، عالم المعرفة (243)، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت، مارس 1999م
- 93- وليام ريفرز وآخرون: الاتصال الجماهيري والمجتمع المعاصر، ترجمة أحمد طلعت البشيشي، دار المعرفة الجامعية، مصر، 2005م.

2- المعاجم و الموسوعات :

- 94- ابن منظور: لسان العرب، مج 4، ط3، دار صادر ، لبنان ، 1994م.
- 95- إبراهيم مذکور: معجم العلوم الاجتماعية، الهيئة العامة للكتاب، مصر، 1975م.
- 96- أحمد زكي بدوي: معجم مصطلحات الإعلام، ط2، دار الكتاب المصري ، مصر ، 1994م.
- 97- عبد الفتاح مراد: موسوعة البحث العلمي وإعداد الرسائل والأبحاث والمؤلفات، (د.د.ن)، الإسكندرية- مصر، 1997م.
- 98- عبد المنعم الحفني: موسوعة عالم علم النفس، دار نوبلس، لبنان ، مج3، ج15، 2005م.
- 99- محمد عاطف غيث: قاموس علم الاجتماع، دار المعرفة الجامعية، مصر، 1996م.
- 100- محمد منير حجاب: المعجم الإعلامي، دار الفجر، مصر، 2004م.
- 101- ميشيل مان: موسوعة العلوم الاجتماعية، ترجمة عادل مختار الهواري، سعد عبد العزيز مصلوح، دار المعرفة الجامعية، مصر، 1999م.

3- الرسائل الجامعية :

- 102 - - بيزان مزيان : استغلال الأساتذة الجامعيين لشبكة الانترنت: دراسة ميدانية بجامعة منتوري، قسنطينة، مذكرة ماجستير غير منشورة، قسم علم المكتبات، جامعة منتوري- قسنطينة- الجزائر، 2007.
- 103 - - خلاف بومخيلة: جمهور الطلبة الجزائريين ووسائل الإعلام المكتوبة، دراسة في استخدامات وإشاعات طلبة جامعة منتوري-قسنطينة، مذكرة ماجستير غير منشورة، قسم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة منتوري-قسنطينة- الجزائر، 2007م.
- 104 - 102 - السعيد دراجي: عادات وأنماط مشاهدة الأطفال للبرامج التلفزيونية، مذكرة ماجستير غير منشورة، جامعة الأمير عبد القادر الإسلامية، قسنطينة- الجزائر ، 2003م
- 105 - عبد الكريم بابوري: عادات وأنماط مشاهدة طلبة جامعة سكيكدة للفضائيات العربية، مذكرة ماجستير غير منشورة، جامعة الأمير عبد القادر الإسلامية، قسنطينة- الجزائر، 2005م.
- 106 - محمد بشير بن طبة : الانترنت والبحث العلمي في العلوم الإنسانية ، دراسة استكشافية في كليات العلوم الإنسانية بجامعتي قسنطينة وورقلة ، مذكرة ماجستير غير منشورة، قسم الدعوة والإعلام والاتصال، جامعة الأمير عبد القادر الإسلامية ، 2003م.
- 107 - محمد الطيب زاوي: الإعلام الإسلامي الإلكتروني المعاصر، مذكرة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم السياسية والإعلام ، جامعة الجزائر، 2004م.
- 108 - نور الدين هميسي: أنماط الإعلان في الصحافة الجزائرية المكتوبة، دراسة ماجستير غير منشورة، قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة منتوري، قسنطينة-الجزائر، 2007م.

4- المجلات والجرائد:

4-1- المجلات:

- 109 - المجلة الجزائرية للاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، مارس 1988م.
- 110 - المستقبل العربي، السنة الثلاثون، ع342، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت-لبنان، أوت 2007م.
- 111 - المستقبل العربي، السنة 25، ع288 ، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت-لبنان فيفري 2003م
- 112 - المستقبل العربي، ع222، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت-لبنان، أوت 1997م.
- 113 - مجلة الأمن والحياة، ع267، المملكة العربية السعودية، شعبان، 1425هـ.
- 114 - مجلة الأمن والحياة، ع264، المملكة العربية السعودية، جمادى الأولى 1425هـ.
- 115 - مجلة الأمن والحياة، ع279، المملكة العربية السعودية، شعبان، 1422هـ.
- 116 - مجلة الإذاعات العربية، ع4، اتحاد إذاعات الدول العربية، تونس، 2001م.
- 117 - مجلة الإذاعات العربية ع3، اتحاد إذاعات الدول العربية، تونس، 2005م.
- 118 - مجلة الإذاعات العربية، ع04، اتحاد إذاعات الدول العربية، تونس، 2004م.

- 119- مجلة الباحث، ع 01، معهد علم الاجتماع، جامعة منتوري- قسنطينة، 1995م.
- 120- مجلة الثقافة العالمية، ع104، الكويت، مارس2001م.
- 121- مجلة الحوار الفكري، ع3، مخبر الدراسات التاريخية، جامعة قسنطينة، الجزائر، جوان2002م.
- 122- مجلة العربي، ع491، الكويت، أكتوبر، 1999م
- 123- مجلة العربي العلمي، ع 19، الكويت، ديسمبر2006م.
- 124- مجلة العربي العلمي، ع3، الكويت، أوت2005م.
- 125- مجلة العربي، ع 478، الكويت، سبتمبر 1998م.
- 126- مجلة العربي، ع 511، الكويت، جوان 2001م
- 127- مجلة العربي، ع 538، الكويت، سبتمبر 2003م
- 128- مجلة العربي، ع 541، الكويت، ديسمبر، 2003م.
- 129- مجلة العربي، ع449، وزارة الإعلام، الكويت، أبريل 1996م.
- 130- مجلة العربي، ع537، الكويت، أوت2003م
- 131- مجلة العربي، ع538، الكويت، سبتمبر2003م
- 132- مجلة العربي، ع565، الكويت، ديسمبر2005م.
- 133- مجلة العربي، ع573، الكويت، أوت 2006م
- 134- مجلة العربي، ع556، الكويت، مارس2005م.
- 135- مجلة العربي، ع558، الكويت، ماي 2005م.
- 136- مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية، ع 12، جامعة باتنة، جوان 2005م.
- 137- مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية، ع12، جامعة الحاج لخضر، باتنة-الجزائر، جوان2005م.
- 138- مجلة الفيصل، ع296، المملكة العربية السعودية أفريل/ماي2001م.
- 139- مجلة القافلة، المجلد 53، ع05، الأردن، سبتمبر/أكتوبر 2004م.
- 140- مجلة القافلة، المجلد54، ع 6، الأردن نوفمبر-ديسمبر2005م
- 141- مجلة القافلة، المجلد56، ع01، الأردن، جانفي/فيفري2007م.
- 142- مجلة المكتبات والمعلومات، المجلد الأول، ع2، قسم المكتبات والمعلومات، جامعة قسنطينة، ديسمبر2002م.
- 143- مجلة آفاق الثقافة والتراث، السنة الرابعة، ع 16، شوال1417هـ، مارس1997م.
- 144- مجلة بناء الأجيال، س15، ع58، كانون الثاني، 2006م.
- 145- مجلة جامعة عجمان للعلوم والتكنولوجيا، المجلد السادس، ع3، الإمارات العربية المتحدة، 2001م.
- 146- مجلة رسالة اليونسكو، جوان، 1997م.
- 147- مجلة رسالة اليونسكو، فيفري 2000م.
- 148- مجلة روضة الجندي، ع298، أكتوبر2/2003م.
- 149- مجلة منتدى الأستاذ، ع1، المدرسة العليا للأساتذة، قسنطينة، أبريل 2005م.

- 150 - الخبر الأسبوعي، ع17، الجزائر، (من 30 جوان إلى 06 جويلية 1999).
- 151 - الخبر الأسبوعي، ع19، الجزائر، (من 14 إلى 20 جويلية 1999).
- 152 - الخبر الأسبوعي، ع13، الجزائر، (من 6 إلى 12 أكتوبر 1999).
- 153 - الخبر الأسبوعي، ع40، الجزائر، (من 8 إلى 14 ديسمبر 1999).
- 154 - الخبر الأسبوعي، ع49، الجزائر، (من 09 إلى 15 فيفري 2000).
- 155 - الخبر الأسبوعي، ع55، الجزائر، (من 22 إلى 28 مارس 2000).
- 156 - الخبر الأسبوعي، ع60، الجزائر، (من 26 إلى 02 ماي 2000).
- 157 - الخبر الأسبوعي، ع109، الجزائر، (من 03 إلى 09 أبريل 2001).
- 158 - الخبر الأسبوعي، ع115، الجزائر، (من 15 إلى 21 ماي 2001).
- 159 - الخبر الأسبوعي، ع119، الجزائر، (من 12 إلى 17 جوان 2001).
- 160 - الخبر الأسبوعي، ع448، الجزائر، (من 29 سبتمبر إلى 05 أكتوبر 2007).
- 161 - رسالة الأطلس، ع312، الجزائر، (25 سبتمبر - 1 أكتوبر 2000).
- 162 - رسالة الأطلس، ع330، الجزائر، (من 28 جانفي إلى 3 فيفري 2001).
- 163 - رسالة الأطلس، ع355، الجزائر، (من 22 إلى 28 جويلية 2001).
- 164 - رسالة الأطلس، ع356، الجزائر، (من 29 جويلية إلى 4 أوت 2001).
- 165 - رسالة الأطلس، ع410، الجزائر، (من 18 إلى 24 أوت 2001).
- 166 - رسالة الأطلس، ع364، الجزائر، (من 23 إلى 29 سبتمبر 2001).
- 167 - رسالة الأطلس، ع408، الجزائر، (من 04 إلى 10 أوت 2002).
- 168 - رسالة الأطلس، ع151، الجزائر، (من 22 إلى 28 أوت 2004).
- 169 - الرياض، ع13384، السعودية، (14 فيفري 2005م).
- 170 - الشرق الأوسط، ع10437، لندن (26/06/2007م).
- 171 - الشروق اليومي، ع2220، الجزائر، (10 فيفري 2008).
- 172 - الشروق اليومي، ع2194، الجزائر، (10. جانفي 2008).
- 173 - المسار العربي، الجزائر، (2008/01/05).
- 174 - النهار الجديد، ع75، الجزائر، (2008/01/30).
- 175 - القادسية، ع8، الجزائر، (من 15 إلى 21 ديسمبر 2007).
- 176 - الهاتف الجوال، ع32، الجزائر، (من 20 إلى 26 ديسمبر 2007).

5- مراجع أخرى

- 177 - محمد الأمين موسى: مستقبل العلاقات العامة في عصر الوسائط المعلوماتية، مؤتمر العلاقات العامة في الوطن العربي في ظل العولمة الواقع الحالي وآفاق المستقبل، جامعة الشارقة، 4-5 ماي 2004م.

178 - إذاعة سطيف الجهوية: (حصّة العالم بين يديك)، 2008/01/25.

II: المراجع الأجنبية :

1- Livres:

- 179- Armand et Michèle Mattelart: **Histoire des théories de la communication**, La découverte, Paris, 1997.
180- Kemmel Hamdi : **guide pratique de l'Internet , le monde à portée de tous**, imprimerie essalam, Algérie, 2000.

2- Revus et journaux :

- 181-B. Chellali : **Les tarifs d'accès à Internet haut débit revus à la baisse**, Maghreb Hebdo, n°06, Algérie, (du 28 février au mercredi 05 mars 2008)
182- Daniel K.SCHNEIDER : **le rôle de Internet dans la formation supérieure : scenarii et technologie**, langes, n°02, faculté des lettres et des langes, Alger; 2001
183- Ignacio Ramont : **Contrôler d'Internet**, le monde diplomatique, n° Novembre 2005
184- Kamel Rahmouni : **les cyberguerres : une nouvelle menace sur la sécurité Internationale**, El watan, journal algérien, n°5251, 16 février 2008.
185- Samia Kora : **Research on line : Internet for Education Pur poses (IEP)** langes, n° 02, faculté des lettres et des langes, Alger; 2001.
186-Semra Halima : **la communication de l'IST à l'université : un enjeu pour le chercheur à l'ère de la société de l'information** , revu de sciences humaines, n° 25, université du Constantine , juin 2006 .

III- مواقع الانترنت

- 187- [http:// www.arabicmediastudies.net](http://www.arabicmediastudies.net)
188- <http://www.ao-academy.org/wesima-articles/library-20060114-324.html>.
189- <http://www.arabcin.net/arabiall/studies/arabandinternet.htm>.
190- <http://www.iranprivate.tripod.com/internet.htm>.
191- [http:// www.ituarabic.org/medecin.htm](http://www.ituarabic.org/medecin.htm)
192- <http://www.islamonline.net/arabic/science/2001/01/article5.htm>
193- <http://www.minchawi.com>
194- <http://www.openarab.net>.
195- <http://www.alriadh.com/2008/01/10/article307956.html>.
196- <http://www.openarab.net/reports/net2006/algeria.shtml>.
197- <http://www.renaissance.com.pk/julnevi99.html>
198- <http://www.saaid.net/doat/binbulihed/18.htm>.
199- <http://www.umc.edu.dz>.



الملاحق

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

– قسنطينة – جامعة منتوري

كلية العلوم الإنسانية والعلوم الاجتماعية

قسم علوم الإعلام والاتصال

استمارة بحث لنيل شهادة الماجستير بعنوان:

جمهور الطلبة الجزائريين والانترنت

دراسة في استخدامات و إشباعات طلبة جامعة منتوري - قسنطينة -

o o o

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام و الاتصال

فرع: اتصال وعلاقات عامة

إشراف :

أ.د. فضيل دليو

إنجاز الطالب :

باديس لونيس

ملاحظة:

إن المعلومات التي ستدلي بها في هذا الاستبيان لن تستخدم إلا لغرض البحث العلمي، لذلك نرجو منك التعاون معنا والتطي بالصدق في الإجابات.

الموسم الجامعي: 2008/2007

الملخص باللغة العربية

تهدف هذه الدراسة -التي تبنت البنائية الوظيفية كمدخل لتطبيق فروض نظرية الاستخدامات والإشباع- إلى التعرف على استخدامات وإشباعات جمهور الطلبة الجزائريين من الانترنت. وقد تمحورت تساؤلات الدراسة حول متغيرين اثنين هما: "الاستخدامات والإشباعات".

- الاستخدامات:

1. ما هي عادات استخدام جمهور الطلبة الجزائريين للانترنت؟

2. ما هي أنماط استخدام جمهور الطلبة الجزائريين للانترنت؟

- الإشباعات:

3. ما هي الإشباعات المحققة لجمهور الطلبة الجزائريين من خلال استخدام الانترنت؟

4. ما هي انعكاسات الإشباعات المتحققة لجمهور الطلبة الجزائريين من خلال استخدام الانترنت؟

- بالإضافة إلى طرح تساؤل آخر عن العلاقة بين الاستخدامات والإشباعات وبعض متغيرات البيانات الشخصية وذلك على النحو الآتي:

5. هل هناك فروق دالة إحصائية بين الاستخدامات والإشباعات وفق متغيري: - الجنس؟

- التخصص؟

وبما أن هذه الدراسة تهدف إلى وصف مظاهر استخدام جمهور الطلبة الجزائريين للانترنت والإشباعات المحققة من خلال هذا الاستخدام، وهي بذلك تنتمي إلى الدراسات الوصفية التحليلية. فقد استخدمنا منهج المسح الميداني بالعينة، موزعين استمارة الاستقصاء كأداة لجمع البيانات، على عينة طبقية متعددة المراحل، نسبتها (15%) من المجتمع المتاح، وهو ما يمثل (82) مفردة موزعة حسب الجنس والتخصص (علوم الإعلام والاتصال، وبيولوجيا الحيوان)، لتمثيل كلية علوم الطبيعة والحياة، وكلية العلوم الإنسانية والعلوم الاجتماعية، في جامعة منتوري -قسنطينة- في الموسم الجامعي: 2008/2007م.

وتتمثل أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة فيما يلي:

- عادات التصفح:

1- يستخدم جمهور الطلبة الجزائريين الانترنت عموما بشكل معقول دون إفراط أو تفريط.

2- يستخدم أغلبية جمهور الطلبة الجزائريين الانترنت بشكل غير منتظم.

3- تتمثل أكثر الأيام التي يستخدم فيها الطلبة الانترنت في يومي: الخميس والجمعة.

4- تتم أغلبية استخدامات الطلبة للانترنت في الفترة المسائية، ثم الفترة الليلية.

5- يستخدم جمهور الطلبة الجزائريين الانترنت عموما بصفة فردية، ثم مع الأصدقاء والزملاء.

- 6- غالبية استخدامات الطلبة للانترنت تتم في مقاهي الانترنت، ثم في الجامعة.
- 7- ليس هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين التخصص وعادات تصفح الطلبة للانترنت.
- 8- ليس هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين الجنس وعادات تصفح الطلبة للانترنت، سوى ما يتعلق بـ:

- فردية أو جماعية استخدام الطلبة للانترنت.
- والفترات التي يستخدم فيها الطلبة الانترنت.

- أنماط التصفح:

- 1- أكثر محركات البحث التي يفضلها الطلبة هي: (Google) ثم (Yahoo) ثم (Hotmail).
- 2- أكثر خدمات الانترنت تفضيلاً من قبل الطلبة هي: خدمة الويب، ثم خدمة البريد الإلكتروني.
- 3- أكثر أنواع المواقع الإلكترونية تفضيلاً من قبل الطلبة هي:
- أولاً- من حيث المضمون: المواقع التي تتوافق مع تخصصهم الدراسي.
- ثانياً- من حيث المجال الجغرافي: المواقع الدولية بالدرجة الأولى.
- ثالثاً- من حيث اللغة: المواقع التي تستخدم اللغة الفرنسية .
- رابعاً- من حيث تبعيتها لوسائل الإعلام الأخرى: مواقع الصحف على الانترنت.
- 4- يميل الطلبة لتصفح مواد الانترنت بشكل متعمق أكثر.
- 5- يقوم أغلبية الطلبة بالاستفادة أكثر من المواد التي تتوافق مع حاجاتهم في الانترنت عن طريق تحميلها.
- 6- تفوق الاستخدامات الإيجابية لجمهور الطلبة الجزائريين في الانترنت الاستخدامات السلبية (السيئة).
- 7- تتمثل أكثر الاستخدامات السلبية التي يقوم بها الطلبة على الانترنت في: زيارة المواقع الإباحية.
- 8- يميل الطلبة ليكونوا أكثر إيجابية (تفاعلاً) في تعاملهم مع الانترنت، أي أنهم يميلون للقيام بالمشاركة الفعالة في محتويات هذه الوسيلة، ولا يكتفون بدور المتلقين فقط.
- 9- ليس هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين التخصص وأنماط تصفح الطلبة للانترنت سوى ما تعلق بـ:
- أنواع المواقع التي يفضلها الطلبة من حيث المضمون، ومن حيث المجال الجغرافي، ومن حيث اللغة.
- 10- ليس هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين الجنس وأنماط تصفح الطلبة للانترنت، سوى ما تعلق بـ:
- أنواع المواقع التي يفضلها الطلبة من حيث المضمون.
- أسباب تفضيل الطلبة للمواقع الإلكترونية.
- عدد المواقع التي يتصفحها الطلبة غالباً في الزيارة الواحدة.
- عمق أو سطحية تصفح الطلبة للمواقع.
- طرق تعامل الطلبة مع المحتوى الذي يهمهم في الانترنت.

- الإشباعات المتحققة وانعكاساتها:

- 1- تتنوع الإشباعات التي تحققها الانترنت لجمهور الطلبة الجزائريين، ولا تقتصر على مجال واحد.
- 2- تتمثل أكثر الإشباعات التي تتحقق للطلبة في: الإشباعات المعرفية، ثم الإعلامية، ثم الدينية.
- 3- الإشباعات التي تتحقق لجمهور الطلبة الجزائريين من خلال استخدام الانترنت لا تغنيهم عن استخدام وسائل الإعلام الأخرى.
- 4- أغلبية الطلبة يثقون في الانترنت حسب مصداقية المواقع الالكترونية.
- 5- أما عن آفاق استخدام جمهور الطلبة الجزائريين للانترنت فإن أغليبتهم ينوون الرفع والزيادة في حجم استخدامهم لها.
- 6- ليس هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين التخصص والإشباعات المتحققة للطلبة من خلال تصفحهم للانترنت سوى ما تعلق بـ:

- الإشباعات الاجتماعية.

- علاقة الطلبة باستخدام وسائل الإعلام الأخرى عند استخدامهم للانترنت.

- مستوى ثقة الطلبة بما تقدمه الانترنت

- 7- ليس هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين الجنس والإشباعات المتحققة للطلبة من خلال تصفحهم للانترنت سوى ما تعلق بـ:

- الإشباعات الاجتماعية.

Résumé

Cette étude pour but de déterminer les différent sortes d'usage de l'audience des étudiants Algériens d'Internet, et elle a opté pour le structuralisme fonctionnelle comme un approche d'application des hypothèses de la théorie des usages et des satisfaction (uses and gratifications).

les questions de l'étude centrées autour de deux variables: "les usages et les satisfactions".

- Des usages:

- 1. Quelles sont les habitudes des étudiants Algériens dans l'usage d'Internet?*
- 2. Quelles sont les types d'usage d' Internet présents chez les étudiants Algériens?*

- Des satisfactions:

3. Quelles sont les sortes de satisfaction à satisfaire de la part des étudiants Algériens grâce à l'utilisation de l'Internet?

4. Quelles sont les répercussions des ces satisfactions de besoins?

- En plus d'offrir un autre question sur la relation entre les usages et les satisfactions et des variables des données à caractère personnel, et ce sera ainsi:

5. Est-ce qu'il y a des différences à sens statistique, entre les usages et les satisfactions selon des deux variables: - le sexe?

- Spécialité?

Puisque cette étude fait partie des études descriptives –analytiques, et vise à décrire l'usage et la satisfaction des besoins de l'audience des étudiants algériens de l'Internet on a utilisé la méthode d'arpentage sur le terrain avec l'échantillon. distribuant un questionnaire, comme outil pour la collecte de données, sur un échantillon "multi étape stratifié", qui représente (15%) de la société concernée, ce qui fait (82) éléments répartis selon le sexe et la spécialité (sciences de la communication et information, la biologie des animaux) pour représenter la Faculté des sciences de la nature et la vie, et la Faculté des sciences humaines et sociale, à l'université de Mantouri – Constantine pour l'année académique 2007/2008.

Les résultats principales de l'étude sont les suivants:

-Habitudes de navigation:

1-L'audience des étudiants Algériens utilisent l'Internet avec modération, sans trop ou amoindrissement .

2-la majorité des étudiants Algériens utilisent l'Internet d'une façon irrégulière.

3-Les étudiants utilisent plus l'Internet pendant le week-end.

4-Des heures préférées pour naviguer sur l'Internet, sont la soirée, puis la nuit.

5-L'audience des étudiants Algériens utilisent l'Internet en général individuellement, et ensuite avec des amis et collègues.

6-La majorité des usages de l'Internet sont effectuées aux cybercafés, puis à l'université.

7-L'absence d'une relation à sens statistique entre la spécialité et les habitudes de navigation des étudiants de l'Internet.

8- L'absence d'une relation à sens statistique entre le sexe et les habitudes de navigation des étudiants de l'Internet, seulement en ce qui concerne:

- la façon Individuelle ou collective de utilisation de l'Internet.

-Les périodes d'usage d'Internet par les étudiants.

- Les habitudes de navigation:

1-Les moteurs de recherche, les plus utilisés par les étudiants sont respectivement: (Google),(Yahoo) puis (Hotmail).

2-Les services d'Internet préférés par les étudiants sont les suivants: service web, puis e-mail service (courrier électronique).

3-Les types des sites Web plus préféré par les étudiants sont les suivants:

3-1-En termes de contenu: les sites qui sont compatibles avec les milieux de spécialité universitaires.

3-2- En termes de zone géographique: les sites internationaux passent en premier.

3-3- En termes de la langue: les sites qui utilisent la langue française.

3-4- En termes de dépendance des sites aux sites d'autres médias: sites Web des journaux.

4-Les étudiants préfèrent lire le contenu d'une façon profonde.

5-La majorité des étudiants utilisent le téléchargement afin de profiter de matières existante selon leurs besoins.

6-les usages positifs des étudiants Algériens en Internet est plus forts que les négatifs de (vieux).

7-la plus usage négatif se représente en navigation est: visiter des sites pornographiques.

8-Les étudiants sont plus positifs dans utilisation d'Internet, c'est-à-dire qu'ils contribuent à construire le contenu de l'outil, et dépassent le rôle de pure réception.

9-L'absence de relation à sens statistique entre de la spécialité et les modes de navigation des étudiants sur l'Internet, excepté:

-les types de sites préférés par les étudiant en termes de contenu et en termes de zone géographique, et en termes de la langue.

10-L'absence de relation à sens statistique entre le sexe et les habitudes de navigation des étudiants de l'Internet, uniquement attaché à:

- Types de sites préférés par étudiant en termes de contenu.

- Les causes de préférer des étudiants certains sites électroniques.

- Nombre de sites visités souvent par les étudiant lors d'une seule séance.

-superficielle ou profondeur Navigation des étudiant en les sites.

-Les Façons de traiter du contenu d'Internet de la part des étudiants intéressés.

-Satisfactions atteints et leurs percussions:

1-Diversité des types des satisfactions atteint par les 'étudiants Algériens de l'Internet, et ne se limite pas à un seul domaine.

2-Les satisfactions plus atteints par les étudiants sont: des savoirs, des informations, puis des religions.

3-Les satisfactions atteint n'empêchent pas les étudiants Algériens d'utiliser d'autres médias.

4-Le niveau de confiance fait par étudiants Algériens en Internet a pour base: l'authenticité des sites électroniques.

5- les étudiants Algériens voient le nécessité d'augmenter du volume de leur utilisation d'Internet dans le future.

6- L'absence d'une relation à sens statistique entre la spécialité et les satisfactions atteint, excepté ce qui suit :

- satisfactions Sociales.

- La relations d'usage d'autres médias de la part des étudiants lors de l'usage d'Internet.

- le niveau de confiance en Internet de la part des étudiants.

7-L'absence d'une relation à sens statistique entre le sexe et les satisfactions atteint, excepté ce qui suit :

- satisfactions Sociales.

Summary

This study - which claimed responsibility for structural functionalism as input for application the assumptions of uses and gratifications theory - to identify the uses and gratifications of Algerians students audiences from the Internet.

The study questions centered around two variables: "uses and gratifications".

- uses:

- 1- What are the uses habits of Algerians students audiences for Internet?*
- 2- What are the uses kinds of Algerians students audiences for Internet?*

- gratifications:

- 3- What are the achieved gratifications for the Algerians students audience through the use of Internet?*
- 4- What are the reflections of gratifications achieved for Algerians students audience through the use of Internet?*

- In addition to offering another questions about the relationship between uses and gratifications, and some personal variables data are as follows:

- 5- Are there significant statistic differences between uses and gratifications according to variables: - sex?*

- Specialization?

Since this study aimed to describe the use of Algerians students audiences for Internet and saturation achieved through this use, thus belonging to descriptive analytical studies. So, we used method of field survey by sample. By distributing Form questionnaire as tool for data collection, on categorical multi-stage sample, Its percentage is (15%) from available community, which represents (82) solitary broken down by sex and specialty (information and communication sciences, biology of animal), to represent the Faculty of Sciences of nature and life, and the Faculty of Humanities and Social Sciences. In the university of Mentouri-Constantine- 2007-2008.

The results of the previous study are the following:

- Browsing habits:

- 1- Algerian students use Internet generally reasonably without excessive or allowance.*
- 2- the majority of Algerians students use Internet irregularly.*
- 3- The most days when students used the Internet are: Thursday and Friday.*

4- the majority of students uses the Internet in the evening, and then in the night.

5- the students using of Internet generally is individually, and then with friends and colleagues.

6- the majority of students uses of the Internet are in cybercafes, then at the university.

7- there is no relationship with statistic significant between speciality and navigation habits of students for Internet.

8- there is no relationship with statistic significant between sex and navigation habits of students for Internet, only with regard to:

- Individually or collectively uses of students for Internet.
- The periods in which students used the Internet.

- Browsing patterns:

1- More search engines, which are preferred by students: (Google) then (Yahoo) and then (Hotmail).

2- More Internet services preferred by students are: web service, and then e-mail service.

3- More types of web sites preferred by students are:

First, in terms of content: sites that are compatible with the academic speciality.

Second, in terms of geographical area: first-class international sites.

Third, in terms of language: the sites that use the French language.

Forth, in terms of their subordination to other media: newspapers, websites on the Internet.

4- Students tend to surf the Internet materials in more depth.

5- The majority of students are benefit more from things that are compatible with their needs in the Internet through downloading.

6- The positive uses of student on Internet outweigh the negative(bad) uses.

7- More bad uses of the students on the Internet at: visit pornographic sites.

8- students tend to be more positive (interactive) with Internet, that is, they tend to participate effectively in the contents of this means, not simply the role of the recipients only

9- there is no statistically significant relationship between speciality and patterns of students navigation of Internet only attached to:

- Types of sites preferred by students in terms of content and in terms of geographical area, and in terms of language.

10- there is no statistically significant relationship between sex and habits of students navigation of the Internet, only attached to:

- Types of sites preferred by student in terms of content.
- Reasons for preferring students of the electronic sites.

- Number of sites which student browse often in a single visit.
- Depth or shallowness navigation of student to sites.
- Ways to deal with the content that students interested in the Internet.

- gratifications achieved and its reflections :

1- Variation of gratifications achieved by the Internet to Algerians students audience, not confined to one area.

2- The most gratifications achieved to students are: gratifications knowledge, and then information, then religious.

3 - Gratifications achieved to students through using Internet is indispensable to use other media.

4- The majority of student trust to internet according to credibility of websites.

5- As for the prospects of the students uses Internet, the majority intend to lift of the increase in the volume of their use.

6- there is no statistically significant relationship between speciality and gratifications achieved to students through Browsing of the Internet except concerning with:

- Social Gratifications

- Relationship of students with uses other media, when they used internet

- The level of confidence of students, including its Internet

7- There is no statistically significant relationship between sex and the gratifications achieved for students through navigating of the Internet except concerning with:

- Social Gratifications.



الفتارينس

فهرس الجداول و
الأشكال

الصفحة	الجدول
24	جدول رقم (01): عدد أفراد المجتمع المبحوث حسب التخصص والجنس.....
24	جدول رقم (02): تمثيل العينة حسب التخصص والجنس.....
26	جدول رقم (03): تزايد أعداد الطلبة خلال الخمس سنوات الأخيرة.....
56	جدول رقم (04): استخدام الانترنت في العالم عام 2005م.....
58	جدول رقم (05): عدد مستخدمي الانترنت في الدول العربية ما بين (1999-2001).....
64	جدول رقم (06): قائمة بأهم محركات البحث وعدد المستخدمين.....
113	جدول رقم (07): ترتيب وسائل الإعلام من حيث درجة استخدام الطلبة لها.....
115	جدول رقم (08): مدة استخدام الطلبة للانترنت.....
116	جدول رقم (09): مدة استخدام الطلبة للانترنت حسب متغير الجنس.....
117	جدول رقم (10): مدة استخدام الطلبة للانترنت حسب متغير التخصص.....
118	جدول رقم (11): نوع الوسيلة التي يستخدم الطلبة من خلالها الانترنت.....
119	جدول رقم (12): نوع الوسيلة التي يستخدم الطلبة من خلالها الانترنت حسب الجنس.....
120	جدول رقم (13): نوع الوسيلة التي يستخدم الطلبة من خلالها الانترنت حسب التخصص...
121	جدول رقم (14): مواجهة أو عدم مواجهة الطلبة لصعوبات في استخدام الانترنت.....
122	جدول رقم (15): مواجهة أو عدم مواجهة الطلبة لصعوبات في استخدام الانترنت وعلاقته بمتغير الجنس.....
123	جدول رقم (16): مواجهة أو عدم مواجهة الطلبة لصعوبات في استخدام الانترنت وعلاقته بمتغير التخصص.....
124	جدول رقم (17): الصعوبات التي يواجهها الطلبة عند استخدامهم للانترنت.....
125	جدول رقم (18): الصعوبات التي يواجهها الطلبة عند استخدامهم للانترنت، وعلاقتها بمتغير الجنس.....
126	جدول رقم (19): الصعوبات التي يواجهها الطلبة عند استخدامهم للانترنت وعلاقتها بمتغير التخصص.....
127	جدول رقم (20): انتظام أو عدم انتظام الطلبة في تصفح الانترنت.....
128	جدول رقم (21): انتظام أو عدم انتظام الطلبة في تصفح الانترنت.....
129	جدول رقم (22): انتظام أو عدم انتظام الطلبة في تصفح الانترنت.....
130	جدول رقم (23): حجم الوقت الذي يقضيه الطلبة في تصفح الانترنت.....
131	جدول رقم (24): حجم الوقت الذي يقضيه الطلبة في تصفح الانترنت وعلاقته بمتغير الجنس.....
132	جدول رقم (25): حجم الوقت الذي يقضيه الطلبة في تصفح الانترنت وعلاقته بمتغير التخصص.....

- 133 جدول رقم(26): الأيام التي يتصفح فيها الطلبة الانترنت غالبا
- 134 جدول رقم(27) : الأيام التي يتصفح فيها الطلبة الانترنت غالبا وعلاقتها بمتغير الجنس
- 135 جدول رقم (28) : الأيام التي يتصفح فيها الطلبة الانترنت غالبا وعلاقتها بمتغير التخصص
- 136 جدول رقم (29): الفترات التي يتصفح فيها الطلبة الانترنت غالبا
- 137 جدول رقم (30) :الفترات التي يتصفح فيها الطلبة الانترنت غالبا وعلاقته بمتغير الجنس
- 138 جدول رقم (31) : الفترات التي يتصفح فيها الطلبة الانترنت غالبا وعلاقته بمتغير التخصص
- 139 جدول رقم (32) : مكان تصفح الطلبة للانترنت
- 140 جدول رقم (33): مكان تصفح الانترنت وعلاقته بمتغير الجنس
- 141 جدول رقم (34): مكان تصفح الانترنت وعلاقته بمتغير التخصص
- 142 جدول رقم (35) : مع من يتصفح الطلبة الانترنت عادة
- 143 جدول رقم (36): مع من يتصفح الطلبة الانترنت وعلاقته بمتغير الجنس
- 144 جدول رقم (37): مع من يتصفح الطلبة الانترنت وعلاقته بمتغير التخصص
- 145 جدول رقم (38): خدمات الانترنت المفضلة لدى الطلبة
- 146 جدول رقم (39): خدمات الانترنت المفضلة لدى الطلبة وعلاقته بمتغير الجنس
- 147 جدول رقم (40): خدمات الانترنت المفضلة لدى الطلبة وعلاقته بمتغير التخصص
- 148 جدول رقم (41): محركات البحث الأكثر استخداما لدى الطلبة
- 149 جدول رقم (42): محركات البحث الأكثر استخداما لدى الطلبة حسب متغير الجنس
- 150 جدول رقم (43): محركات البحث الأكثر استخداما لدى الطلبة حسب متغير التخصص
- 151 جدول رقم (44) : أنواع المواقع الالكترونية التي يفضل أن يتصفحها الطلبة
- 153 جدول رقم (45) : أنواع المواقع التي يتصفحها الطلبة وعلاقتها بمتغير الجنس
- 155 جدول رقم (46) : أنواع المواقع التي يتصفحها الطلبة وعلاقتها بمتغير التخصص
- 157 جدول رقم (47) : أسباب تفضيل الطلبة للمواقع الالكترونية
- 158 جدول رقم (48) : أسباب تفضيل المواقع الالكترونية وعلاقته بمتغير الجنس
- 159 جدول رقم (49): أسباب تفضيل المواقع الالكترونية وعلاقته بمتغير التخصص
- 160 جدول رقم (50) : عدد المواقع التي يتصفحها الطلبة غالبا في الزيارة الواحدة
- 161 جدول رقم(51): عدد المواقع التي يتصفحها الطلبة غالبا في الزيارة الواحدة وعلاقته بمتغير الجنس
- جدول رقم(52): عدد المواقع التي يتصفحها الطلبة غالبا في الزيارة الواحدة وعلاقته



- 162بمتغير التخصص.
- 163جدول رقم (53) : عمق أو سطحية تصفح الطلبة للمواقع.
- 164جدول رقم (54) : عمق أو سطحية تصفح الطلبة للمواقع حسب متغير الجنس.
- 165جدول رقم (55) : عمق أو سطحية تصفح الطلبة للمواقع حسب متغير التخصص.
- 166جدول رقم (56) : مدى تعليق الطلبة على ما يتصفحوه في المواقع الالكترونية.
- 167جدول رقم (57) : مدى تعليق الطلبة على ما يتصفحوه في المواقع الالكترونية وعلاقته
بمتغير الجنس.
- 168جدول رقم (58) : مدى تعليق الطلبة على ما يتصفحوه في المواقع الالكترونية وعلاقته
بمتغير التخصص.
- 169جدول رقم (59) : كيفية تعامل الطلبة مع ما يوافق حاجاتهم في الانترنت.
- 170جدول رقم (60) : كيفية تعامل الطلبة مع ما يوافق حاجاتهم في الانترنت وعلاقته بمتغير
الجنس.
- 171جدول رقم (61) : كيفية تعامل الطلبة مع ما يوافق حاجاتهم في الانترنت وعلاقته بمتغير
التخصص.
- 172جدول رقم (62): قيام الطلبة أو عدم قيامهم باستخدام سلبي على الانترنت.
- 173جدول رقم (63): قيام الطلبة أو عدم قيامهم باستخدام سلبي على الانترنت وعلاقته بمتغير
الجنس.
- 174جدول رقم (64): قيام الطلبة أو عدم قيامهم باستخدام سلبي على الانترنت وعلاقته بمتغير
التخصص.
- 175جدول رقم (65): الاستخدامات السلبية التي قام بها الطلبة أثناء إبحارهم على الانترنت.
- 176جدول رقم (66) : الاستخدامات السلبية التي قام بها الطلبة وعلاقتها بمتغير الجنس.
- 177جدول رقم (67) : الاستخدامات السلبية التي قام بها الطلبة وعلاقتها بمتغير التخصص.
- 178جدول رقم (68): ترتيب الإشباعات المتحققة للطلبة من خلال استخدامهم للانترنت.
- 180جدول رقم (69): الإشباعات الإعلامية المتحققة للطلبة من خلال استخدامهم للانترنت.
- 181جدول رقم (70) : الإشباعات الإعلامية المتحققة للطلبة من خلال استخدامهم للانترنت
وعلاقته بمتغير الجنس.
- 182جدول رقم (71) : الإشباعات الإعلامية المتحققة للطلبة من خلال استخدامهم للانترنت
وعلاقته بمتغير التخصص.
- 183جدول رقم (72) : الإشباعات المعرفية المتحققة للطلبة من خلال استخدامهم للانترنت.
- 184جدول رقم (73) : الإشباعات المعرفية المتحققة للطلبة من خلال استخدامهم للانترنت
وعلاقته بمتغير الجنس.
- 185جدول رقم (74) : الإشباعات المعرفية المتحققة للطلبة من خلال استخدامهم للانترنت
وعلاقته بمتغير التخصص.
- 186جدول رقم (75) : الإشباعات الاجتماعية المتحققة للطلبة من خلال استخدامهم للانترنت....

- جدول رقم (76) : الإشباعات الاجتماعية المتحققة للطلبة من خلال استخدامهم للانترنت وعلاقته بمتغير الجنس..... 187
- جدول رقم (77) : الإشباعات الاجتماعية المتحققة للطلبة من خلال استخدامهم للانترنت وعلاقته بمتغير التخصص..... 188
- جدول رقم (78): الإشباعات النفسية المتحققة للطلبة من خلال استخدامهم للانترنت..... 189
- جدول رقم(79): الإشباعات النفسية المتحققة للطلبة من خلال استخدامهم للانترنت وعلاقته بمتغير الجنس..... 190
- جدول رقم (80) : الإشباعات النفسية المتحققة للطلبة من خلال استخدامهم للانترنت وعلاقته بمتغير التخصص..... 191
- جدول رقم (81) : الإشباعات الدينية المتحققة للطلبة من خلال استخدامهم للانترنت..... 192
- جدول رقم (82): الإشباعات الدينية المتحققة للطلبة من خلال استخدامهم للانترنت وعلاقته بمتغير الجنس..... 193
- جدول رقم (83) : الإشباعات الدينية المتحققة للطلبة من خلال استخدامهم للانترنت وعلاقته بمتغير التخصص..... 194
- جدول رقم (84): إحساس الطلبة عند عدم استخدامهم الانترنت..... 195
- جدول رقم (85) : إحساس الطلبة عند عدم استخدامهم للانترنت وعلاقته بمتغير الجنس..... 196
- جدول رقم (86) : إحساس الطلبة عند عدم استخدامهم للانترنت وعلاقته بمتغير التخصص..... 197
- جدول رقم (87): علاقة الطلبة باستخدام وسائل الإعلام الأخرى عند استخدامهم للانترنت..... 198
- جدول رقم (88): علاقة الطلبة باستخدام وسائل الإعلام الأخرى عند استخدامهم للانترنت وعلاقته بمتغير الجنس..... 199
- جدول رقم (89): علاقة الطلبة باستخدام وسائل الإعلام الأخرى عند استخدامهم للانترنت وعلاقته بمتغير التخصص..... 200
- جدول رقم (90): مستوى ثقة الطلبة بما تقدمه الانترنت..... 201
- جدول رقم (91): مستوى ثقة الطلبة بما تقدمه الانترنت وعلاقته بمتغير الجنس..... 202
- جدول رقم (92): مستوى ثقة الطلبة بما تقدمه الانترنت وعلاقته بمتغير التخصص..... 203
- جدول رقم (93): آفاق استخدام الطلبة للانترنت..... 204
- جدول رقم (94): آفاق استخدام الطلبة للانترنت وعلاقته بمتغير الجنس..... 205
- جدول رقم (95): آفاق استخدام الطلبة للانترنت وعلاقته بمتغير الجنس..... 206
- الشكل رقم (01): موقع الانترنت في منظومة تكنولوجيا المعلومات..... 44



الصفحة	الموضوع
أ - ب	مقدمة
	الفصل الأول : موضوع الدراسة ، منهجيتها و إطارها النظري
05	I- موضوع الدراسة.....
05	1- مشكلة الدراسة وتساؤلاتها.....
06	2- أهداف الدراسة
07	3- أسباب اختيار الموضوع.....
07	4- تحديد المفاهيم.....
07	1-4- الجمهور.....
09	2-4- الاستخدام.....
09	1-2-4- عادات التصفح.....
09	2-2-4- أنماط التصفح.....
10	3-4- الإشباع.....
10	1-3-4- الحاجة والرغبة.....
11	2-3-4- الدافع.....
11	5- الدراسات السابقة.....
11	1-5- دراسات أجريت في الوطن العربي.....
11	1-1-5- عرض الدراسات.....
17	2-1-5- نقد الدراسات التي أجريت في الوطن العربي.....
17	2-5- دراسات أجريت في الجزائر.....
17	1-2-5- عرض الدراسات.....
21	2-2-5- نقد الدراسات التي أجريت في الجزائر.....
22	II- منهجية الدراسة
22	1- المنهج المستخدم.....
23	2- أداة جمع البيانات.....
23	3- عينة الدراسة
24	- مقياس الدلالة الإحصائية
25	5- مجالات الدراسة.....
25	1-5- المجال المكاني



262-5- المجال البشري
263-5- المجال الزمني
27 III - الإطار النظري للدراسة
271- البنائية الوظيفية
271-1- الخلفية التاريخية
272-1- مفهوم البنائية الوظيفية وفروضها
281-2-1- البناء والنسق
282-2-1- الوظيفة
283-2-1- الخلل الوظيفي
284-2-1- البدائل الوظيفية
293-1- استخدام التحليل الوظيفي في دراسات الاتصال
304-1- نقد البنائية الوظيفية
312- نظرية الاستخدامات والإشباعات
311-2- الخلفية المعرفية
322-2- مفهوم نظرية الاستخدامات والإشباعات وفروضها
333-2- عناصر نظرية الاستخدامات والإشباعات
331-3-2- افتراض الجمهور النشط
332-3-2- الأصول النفسية والاجتماعية لمستخدمي وسائل الإعلام
343-3-2- دوافع استخدام الجمهور لوسائل الإعلام
344-3-2- توقعات الجمهور من وسائل الإعلام
345-3-2- استخدام الجمهور لوسائل الإعلام
346-3-2- إشباعات الجمهور من وسائل الإعلام
354-2- نقد نظرية الاستخدامات والإشباعات
36 هوامش الفصل الأول

الفصل الثاني : ماهية الانترنت

41تمهيد
41I- تعريف الانترنت وخصائصها
411- تعريف الانترنت (Internet)
411-1- لغة
412-1- اصطلاحا



452- خصائص الانترنت
48II- لمحة تاريخية عن تطور الانترنت
491- المرحلة الأولى (من 1969 إلى 1990م)
491-1- النشأة
502-1- شبكة الأربنت (A.R.P.A.NET)
513-1- بروتوكولات الاتصال
524-1- شبكة (N.S.F.NET)
532- المرحلة الثانية (ما بعد 1990م)
531-2- ظهور الويب(www) والمتصفحات
532-2- الانترنت التجارية
543-2- تسارع وتراكم التطورات
554-2- توسع استخدام الانترنت
552-4-1 - في العالم
572-4-2 - في العالم العربي
593-4-2- في الجزائر
60III - خدمات الانترنت
601- البريد الالكتروني (E-mail)
612- الشبكة العنكبوتية العالمية (www) (World Wide Web)
643- القوائم البريدية (Mailing Lists)
644- مجموعات الأخبار (News Groups)
655- نقل الملفات(FTP)
656- خدمة الربط عن بعد (Telnet)
667- خدمة (Gopher)
668- خدمة (Wais)
679- خدمة Archie
6710- صناديق الاقتراع أو الاستفتاء (Poll Box)
6711- الدردشة (Chat)
6812- اجتماعات الشبكة (Net Meeting)
69هو امش الفصل الثاني

الفصل الثالث: استخدامات الإنترنت

75	تمهيد
75	I- الاستخدامات الايجابية للإنترنت
75	1- الصحافة الالكترونية والاستخدامات الصحفية للإنترنت
78	2- المكتبة الالكترونية (الافتراضية) عبر الإنترنت
79	3- التعليم عن بعد (الافتراضي)
82	4- المنظمة الافتراضية
83	5- استخدام الإنترنت في العلاقات العامة
84	6- الإعلان الالكتروني (عبر الإنترنت)
86	7- التسويق الالكتروني (عبر الإنترنت)
87	8- التجارة الالكترونية (عبر الإنترنت)
89	9- الطب عن بعد باستخدام الإنترنت
90	10- استخدام الإنترنت في مجال السياحة
90	11- الألعاب عبر الإنترنت
91	12- التواصل من خلال مجتمع افتراضي
91	13- الإعلام الإسلامي والدعوة عبر الإنترنت
92	14- الأبعاد العلمية والبحثية للإنترنت
93	II- الاستخدامات السلبية للإنترنت
93	1- التخريب باستخدام الفيروسات (viruses) والديدان (worms)
93	1-1- التخريب باستخدام الفيروسات (viruses)
94	2-1- التخريب باستخدام الديدان (worms)
95	2- الاختراق في الإنترنت
95	1- عن طريق ملفات أحصنة طروادة (trojan horses)
95	2-2- عن طريق (IP Adress)
96	3-3- عن طريق الكعك (cookies)
96	3- القرصنة عبر الإنترنت
97	4- الإباحية الجنسية عبر الإنترنت
98	5- الاحتيال عبر الإنترنت
98	6- تزوير البيانات في الإنترنت
99	7- غسل الأموال والقمار عبر الإنترنت



99	8- صناعة وتسويق الممنوعات عبر الانترنت.....
100	9- الإرهاب (الالكتروني) عبر الانترنت.....
101	10- الحرب عبر الانترنت.....
102	11- الإدمان على استخدام الانترنت.....
103	III- الوقاية من الاستخدامات السلبية للانترنت وعلاجها.....
103	1- تنشيط التعاون الدولي.....
103	2- إصدار تشريعات.....
103	3- العمل على نشر ثقافة الانترنت في المجتمع.....
104	4- تقصي أثر الشبكات غير القانونية عبر الانترنت.....
104	5- حماية المعلومات.....
104	5-1- التشفير.....
105	5-2- جدار النار.....
105	5-3- دعم أنظمة البريد الالكتروني.....
105	5-4- فاحصات الفيروسات.....
105	6- علاج الإدمان على الانترنت.....
106	هوامش الفصل الثالث.....

الفصل الرابع: نتائج الدراسة الميدانية

113	I - بيانات حول استخدام جمهور الطلبة الجزائريين للانترنت.....
113	1- بيانات عامة.....
127	2- بيانات حول عادات استخدام جمهور للانترنت.....
145	3- بيانات حول أنماط استخدام جمهور الطلبة الجزائريين للانترنت.....
176	II- بيانات حول الإشباعات المتحققة للطلبة من خلال استخدامهم للانترنت.....
176	1. بيانات حول أنواع الإشباعات المتحققة للطلبة.....
195	2. بيانات حول انعكاسات الإشباعات المتحققة للطلبة من خلال استخدامهم للانترنت.....
207	III - النتائج النهائية للدراسة.....
216	قائمة المراجع.....

الملاحق

فهرس الجداول والأشكال

فهرس الموضوعات