

# الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي و البحث العلمي

جامعة صالح بونيدر - قسنطينة 3 -



كلية علوم الإعلام و الاتصال و السمعى البصري

قسم علوم الإعلام والاتصال

تخصص: وسائل الإعلام والمجتمع

الرقم التسلسلي: .....

رقم التسجيل: .....

## أثر استخدام الانترنت على القيم لدى الطلبة الجامعيين الجزائريين - دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة المسيلة -

أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه علوم/ تخصص وسائل الإعلام والمجتمع

إشراف:

أ. د/ أجيم الطاهر

إعداد الطالب:

بورحلة سليمان

لجنة المناقشة:

تاريخ المناقشة: 2019/09/25

الاسم واللقب	الدرجة العلمية	الجامعة	الصفة
أ.د/سليمان رحال	أستاذ	جامعة عنابة	رئيساً
أ.د/أجيم الطاهر	أستاذ	جامعة قسنطينة 3	مشرفاً ومقرراً
د/ رضوان بلخيري	أستاذ محاضر أ	جامعة تبسة	عضواً
د/رابح ناماشة	أستاذ محاضر أ	جامعة قالمة	عضواً
د/رفيق بوزانة	أستاذ محاضر أ	جامعة قسنطينة 3	عضواً
د/مفيدة طائر	أستاذة محاضرة أ	جامعة قسنطينة 3	عضواً

السنة الجامعية: 2017 / 2018

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

# كلمة شكر

نشكر الله ونحمده حمداً كثيراً و مباركاً على هذه النعمة الطيبة والنافعة نعمة العلم والبصيرة.

وأقدم بشكري الجزيل إلى أستاذي ومرشدي الأستاذ الدكتور الطاهر أجعيم الذي أشرف على هذا البحث، كما أشكر الأساتذة الذين لم يبخلوا عليّ بنصائحهم القيمة وخاصة الأستاذ بلعباس إبراهيم على دعمه الثمين.

و إلى الدكتور سعد بلمداني و الأستاذ يحي تقي الدين كلمة شكر على كل ما قدماه لي من مساعدة تستحق التقدير والتنويه.

سليمان بورحلة

## فهرس الدراسة

	كلمة شكر
	فهرس الدراسة
أ- ز	مقدمة
	الإطار النظري للدراسة
49-3	<b>الفصل الأول: التأسيس المنهجي للدراسة.</b>
3	I- إشكالية الدراسة.
5	II- فرضيات الدراسة.
5	III- أهمية الدراسة.
7	IV- أهداف الدراسة.
7	V- أسباب اختبار الموضوع.
7	V.1- أسباب ذاتية.
8	V.2- أسباب موضوعية.
9	VI- الدراسات السابقة.
9	VI.1- الدراسات الجزائرية.
21	VI.2- الدراسات العربية.
26	VII- تحديد المفاهيم.
40	VIII- مجالات الدراسة.
41	IX- منهج الدراسة.
42	X- أدوات الدراسة.
46	XI- الأساليب الإحصائية للدراسة.
87-51	<b>الفصل الثاني: المقرب النظري للدراسة</b>
52	المبحث الأول: مدخل الاستخدامات والإشباعات ودوافع استخدام الانترنت .
52	1.1- مفهوم نظرية الاستخدامات والاشباعات.



53	1. 2- مراحل تطور نظرية الاستخدامات والاشباعات.
54	1. 3- أهداف وفروض مدخل الاستخدامات والاشباعات.
55	1. 4- عناصر مدخل الاستخدامات والاشباعات.
58	1. 5- دوافع تعرض الجمهور لوسائل الاتصال.
59	1. 6- أنواع دوافع التعرض لوسائل الاتصال.
60	1. 7- اشباعات ووسائل الاتصال.
62	1. 8- دوافع واشباعات الانترنت.
72	المبحث الثاني: نظرية الحتمية التكنولوجية لمارشال ماكلوهان.
72	2. 1- مفهوم التقنية.
73	2.2- وسائل الإعلام كامتداد للحواس.
74	2. 3- أنواع وسائل الإعلام عند مارشال مكلوهان.
77	المبحث الثالث: منظور الحتمية القيمة في الإعلام لعبد الرحمن عزي
77	3. 1- مفهوم المنظور.
82	3. 2- مفهوم الثقافة حسب منظور الحتمية القيمة.
85	3. 3- التأثير والقيم في منظومة منظور الحتمية القيمة في الإعلام.
139-89	الفصل الثالث: القيم بين الدراسة النظرية والمعالجة الميدانية.
90	المبحث الأول: خصائص القيم، تصنيفها ووظائفها، قياسها ومصادرها.
90	1. 1- خصائص القيم.
94	1. 2- تصنيف القيم.
99	1. 3- وظائفها.

101	1. 4- قياسها.
105	1. 5- مصادرها.
127	المبحث الثاني: إشكالية دراسة القيم.
127	2. 1- نظريات اكتساب القيم (تعلم القيم).
127	2. 2- تأثير القيم في السلوكيات.
133	2. 3- التنشئة الاجتماعية وترسيخ القيم.
222-141	الفصل الرابع: الانترنت و تغير القيم عند الطلبة الجامعيين.
142	المبحث الأول: طبيعة الانترنت.
142	1. 1- مدخل عام للانترنت.
148	1. 2- الخصائص الإعلامية للانترنت.
153	1. 3- وظائف الانترنت.
164	1. 4- ثقافة الانترنت.
172	المبحث الثاني: الآثار المترتبة عن استخدام الانترنت.
173	2. 1- الآثار الايجابية.
174	2. 2- الآثار السلبية.
174	2. 2. 1- الآثار الاجتماعية.
179	2. 2. ب- الآثار النفسية.
187	2. 2. ج- الآثار الثقافية والدينية والأخلاقية.

191	2. 2-د- الآثار السياسية.
194	المبحث الثالث: علاقة الانترنت بالقيم.
194	3. 1- مفهوم التغير القيمي.
198	3. 2- الانترنت وإنتاج قيم جديدة.
200	3. 3- علاقة الانترنت بتغير القيم.
207	3. 4- الانترنت والتغير الاجتماعي.
211	3. 5- الطلبة والانترنت وعولمة القيم(القيم الكونية).
	الإطار التطبيقي للدراسة.
535-225	الفصل الخامس: تحليل وتفسير ومناقشة نتائج الدراسة.
225	المبحث الأول: عادات وأنماط ودوافع استخدام أفراد العينة للانترنت.
225	1. 1- خصائص أفراد عينة الدراسة.
232	1. 2- التحليل الكمي والكيفي لعادات وأنماط استخدام أفراد العينة للانترنت
316	1. 3- التحليل الكمي والكيفي لدوافع استخدام أفراد العينة للانترنت
357	المبحث الثاني: قياس القيم والتأثيرات السلبية
357	2. 1- التحليل الكمي والكيفي لمحور القيم
478	2. 2- التحليل الكمي والكيفي لمحور التأثيرات السلبية
517	المبحث الثالث: مناقشة النتائج
517	3. 1- مناقشة نتائج الدراسة في ضوء الدراسات السابقة
520	3. 2- مناقشة نتائج الدراسة في ضوء المقترحات النظرية
524	3. 3- مناقشة نتائج الدراسة في ضوء الفرضيات

537	نتائج الدراسة الميدانية
548	الخاتمة
552	قائمة المصادر والمراجع
	فهرس الجداول
	فهرس الأشكال
	ملاحق الدراسة

مقدمة

## مقدمة

تتركز فئة الطلبة الجامعيين بأعداد هائلة في نطاق المؤسسات الجامعية والمعاهد والمدارس، وهي تعد من أكثر الفئات تفاعلاً مع التغيرات والتحويلات والصراعات التي تطرأ في المجتمعات، بمعنى آخر هم الفئة الأكثر استعداداً لحمل التغيير، وقد يكون السبب كافياً لاعتبارهم الفئة الأكثر إدراكاً لطبيعة التفاعلات الاجتماعية والإيديولوجية والثقافية التي تسود المجتمعات، والطلبة يتميزون بالحيوية والقدرة والمبادرة والفعل، كما أن ثقافتهم الجامعية ومعارفهم ومهاراتهم تؤهلهم بعد التخرج للقيام بأدوار وظيفية في المجتمع من خلال تحمل مسؤوليات القيادة والبناء والتنمية، إن سمح لهم، حيث يعد أغلب الطلبة من فئة الشباب فهم يؤثرون في محيطهم و يتأثرون بكل ما يحيط بهم، وبحكم حجمهم الكبير في المجتمعات العربية، ومنها الجزائر<sup>1</sup>، و بحكم مؤهلاتهم فإن تعرضهم لمختلف التأثيرات أمر حتمي لا مفر منه، في وقت تعددت فيه المرجعيات والنظم والإيديولوجيات والقيم، وفي وقت لم تعد مؤسسات التنشئة الاجتماعية التقليدية كالأسرة، والمدرسة، والمسجد، والجامعة قادرة على توجيه هذه الفئة وتأهيلها وتأطيرها بحكم ما تتعرض له هذه المؤسسات نفسها من تصدعات وصراعات، وأيضاً لكوننا أصبحنا نعيش في عصر ثورة المعلومات والانترنت، وبما فتحته لنا من تقارب وتفاعل بين المجتمعات والشعوب حيث أصبحت مهمة الحفاظ على القيم المحلية والخصوصيات الثقافية لدى الشباب والطلبة أمر صعب، كما تحاول هذه الفئة التمرد على تقاليد المجتمع لتبني كل ما هو جديد، ومحاولة التأقلم معه بشتى الطرق، الذي يصل في بعض الأحيان إلى حد الانسلاخ على ما هو موجود، والبحث عما يأتي من مجتمعات غريبة عبر وسائل الإعلام المختلفة، وتكنولوجيات الإعلام والاتصال، ما يجعلهم يتبنون قيماً تختلف عن قيم المجتمع الذي يعيشون فيه، بل تخلف في بعض الأحيان حتى عن قيم آبائهم وأمهاتهم.

والمتعارف عليه أن قيم الفرد أو المجتمع ترتب تبعاً لأفضليتها ومستوى أهميتها وتقديرها ودرجتها بحيث تسبق القيمة الأعظم أهمية، ثم التي تليها، أي ترتيب هذه القيم لدى الشباب طبقاً لأولويتها لديهم، وبالتالي تأتي الثقافة الخاصة بالشباب في الوقت الحالي كاستجابة لمتغيرات محلية وعالمية و متغيرات اجتماعية واقتصادية وسياسية وتكنولوجية، وذلك برفض القيم السائدة عبر أشكال وصور بديلة للتعبير الثقافي والاجتماعي، وهو ما يمثل استجابة لمطالب من ينتمي إليها، فالخروج من ثقافة والركون إلى أخرى يؤدي بالشباب للثورة على المعايير والقيم السائدة، ومحاولة للاستقلال والتحرر من سلطة ونمط حياة مجتمع معين لخلق نوع خاص من اللغة والقيم والتصرفات والسلوكيات، وهو ما يطلق عليه صراعاً اجتماعياً ثقافياً.

ويشهد الواقع الاجتماعي في الوقت الراهن انتشاراً ملحوظاً لشبكة الانترنت كواحدة من أبرز وسائل الإعلام والاتصال الحديثة، والتي نمت نمواً لم تشهده أي وسيلة اتصالية أخرى، سواءً على

<sup>1</sup> - انظر الملاحق، تطور أعداد الطلبة في الجزائر منذ 1962.

صعيد بنيتها التحتية، شبكات، محركات بحثية، مواقع. الخ أو على نطاق مستخدميها الذي شهد ازدياداً مستمراً وتنامياً مطرداً بمرور الأيام، خاصة عند فئة الشباب حتى دعا البعض إلى اعتبارها وسيلة اتصالية بامتياز، بل يمكن أن تحل محل وسائل الاتصال التقليدية بسبب خصائصها ومميزاتها الفريدة.

حيث ظهرت العديد من التطبيقات والتقنيات الاتصالية على شبكة الانترنت بشكل خاص بداية من البريد الإلكتروني **E-mail**، وغرف الحوار والدرشة **Chat**، والتراسل النصي وبرمجيات التواصل المباشر والقوام البريدية، والمنتديات الحوارية وصولاً إلى الأشكال العديدة للصحافة الإلكترونية **E-press**، والمواقع التكميلية للوسائل الإعلامية والمواقع الشخصية والمدونات **Blogs**، كما ظهرت أيضاً محركات البحث المختلفة **Search Engins**، مثل محرك جوجل **Google**، ومحرك فاير فوكس **Firefox**، ومحرك ياهو **Yahoo**، ومواقع الصحف والمجلات والصحف الإلكترونية ومواقع القنوات الفضائية والإذاعات على شبكة الانترنت وغيرها، لتظهر بعده في تطور جديد، وأيضاً في ثورة غير مسبوقة وغير متوقعة في عالم الانترنت، وهي مواقع شبكات التواصل الاجتماعي **Social Networking sites**، على غرار موقع الفيسبوك **Face book**، وتويتر **Twitter**، وماي سبايس **MySpace**، وموقع لينكدان **LinkedIn**، واليوتوب **YouTube**، وانستغرام **Instagram**، و ماسنجر **Messenger** التي أتاحت لمستخدميها خدمات جديدة ومتنوعة على غرار تبادل الصور والأغاني ومقاطع الفيديو ومشاركة الملفات وإجراء المحادثات الفورية والتواصل والتفاعل المباشر بين المستخدمين ومشاركة التعليقات على الأحداث والمضامين المتاحة، وعند الحديث عن الانترنت بهذا الشكل يتجه الاهتمام إلى دورها في ربط أجزاء العالم ببعضها البعض ممهداً الطريق للتقارب بين المجتمعات والشعوب وتقريب وجهات النظر وتبادل الأفكار والآراء والمواقف والتواصل بين الأفراد والجماعات من مختلف الثقافات والديانات، بالإضافة إلى دورها في نشر مختلف القيم والأنماط الثقافية في المجتمعات، و من هنا أصبحت هذه التكنولوجيات تحمل أبعاداً نفسية واجتماعية وثقافية، كما أنها غيرت من أنماط السلوك وأشكال التواصل بين المستخدمين فيما بينهم، خاصة في ظل الانتشار الواسع لمواقع التواصل الاجتماعي، هذه الأخيرة التي شاع استخدامها لدى فئة الشباب، ومنهم الطلبة الجامعيين، وهذا نظراً لما منحتهم هذه المواقع من حرية التعبير عن أفكارهم ورأيهم و أتاحت لهم التفاعل مع محتوياتها وجعلت من مستخدميها مجتمعاً افتراضياً يتواصلون مع بعضهم البعض من أي مكان في العالم، إلا أن هذه الوسيلة لها قد تكون لها تأثيرات ذات أبعاد عميقة على قيم الشباب المتعاطين لها.

وتبرز أهمية الانترنت في حياة الشباب والطلبة الجامعيين من خلال طبيعتها ومادتها المتنوعة وطريقة اتصالها التي تبنى أساساً على الحياة الافتراضية التي قد تؤثر في حياتهم بدرجة كبيرة، فتؤثر في كياناتهم واتجاهاتهم وقيمهم وتدمجهم في بيئة عالمية، وتنتج شباب بسلوكيات تميل إلى التقليد والاندماج وحتى الانسلاخ، فيؤدي ذلك إلى اغترابهم وعزلتهم عن مجتمعهم وأسرهم، ولكن رغم هذا يمكن لهذه

الوسيلة أن تكون ذات تأثير متناقض فهي من جهة وسيلة للترفيه والترويح عن النفس والاتصال والارتقاء بالذوق، وأداة ناجعة لتطوير قدرته ومهارته واتجاهاته وسلوكياته واهتماماته المختلفة بما يتوافق مع تنشئته وتقاليد وقيمه التي اكتسبها منذ الطفولة، ومن جهة أخرى أنها وسيلة لنقل المعارف والمعلومات والبيانات التي قد تساعد الطلبة على تحصيلهم العلمي والمعرفي، وعلى إدماجهم في الحياة العملية وتزويدهم بخبرات ومهارات ذات مستوى عال لا تتعارض مع قيم المجتمع الذي يعيشون فيه.

وقد لا تتوافق محتويات الانترنت ومضامينها مع نسيات الطلبة الجامعيين وأخلاقهم وقيمهم ومعتقداتهم، وبهذا تصبح أداة هدم تساعد على الانحراف وإكسابهم لسلوكيات دخيلة على مجتمعاتنا العربية الإسلامية، حيث تنعكس فعالية الانترنت على الطلبة في مدى تأثيرها على التقاليد والقيم والعادات المتوارثة من جيل إلى جيل، فمحتويات الانترنت تنقل أنماط حياة جديدة وقيماً وتقاليد غربية، وهذه بدورها تنعكس في عادات وسلوك الطلبة الجامعيين، والأمثلة على ذلك كثيرة نلاحظها في الأوساط الجامعية منها: التدنق الموسيقي والفني، وطريقة الكلام وتسريحات وتقليعات الشعر، والملابس الغربية التي أصبحوا يرتدونها.. الخ، وهذا ما يمكن أن نسميه محاولة التمرد على القيم الموروثة لإثبات قدرتهم واستقلاليتهم ورغبتهم في التحرر من قيود وسيطرة الأسرة والمجتمع ومؤسسات التنشئة المختلفة.

وفي اعتقادنا أن الانترنت بمستوياتها الاتصالية المختلفة ومحتوياتها المتنوعة تتحمل مسؤولية كبيرة في هذه الظاهرة مع وسائل الإعلام الأخرى لأنها أسهمت في إيجادها بطريقة مباشرة أو غير مباشرة، فالمواد الترفيهية والتثقيفية والاتصالية والإعلامية تؤثر في أنماط الشباب والطلبة وسلوكياتهم وتفتح أذهانهم على قيم جديدة يحاولون تقليدها أو تبنيها في حياتهم اليومية، ولذا يجب تكامل جهود لمؤسسات التنشئة الاجتماعية المختلفة للحفاظ على قيم الشباب وهويتهم، هذه الجهود التي أصبحت أكثر صعوبة مع مرور الوقت، ويؤكد ذلك ما أوضحه شيلر بقوله "إن التلاعب بالعقول يتم بطرق شتى و أن كل ما يبث إعلامياً يحمل قيمة معينة يرتاد له، و أن ذلك يتم تحت ستار الموضوعية أو الحياد أو مجرد التسلية"، ولذلك فإن تنمية القيم تعتبر ضرورة ملحة خاصة في أوساط الطلبة الجامعيين، وذلك بتحريرهم فكرياً واجتماعياً وثقافياً وسياسياً من المعوقات المختلفة التي تحول دون تنمية القيم لديهم والجامعة هي من المؤسسات المنوطة بتعليم وتوجيه الطلبة حتى يصبحوا مواطنين مكتملي المواطنة، وهذا يتطلب ضرورة في تعميق قيم: التفوق والطموح، وتقدير العلم والعلماء، واحترام الوقت وتقديره، الانتماء والولاء للوطن، وتحمل المسؤولية والتسامح، والتعاون، والصدق، والصداقة، واحترام الآخرين، وغيرها من القيم التي تنمي الأفراد وتطور المجتمعات.

ومما سبق يتضح أهمية دراسة القيم عند الطلبة الجامعيين، لأن انهيار النموذج الأخلاقي أقليمي جراء استخدام الانترنت غير الواعي قد يحمل في طياته ارتياباً في القيم المكتسبة اجتماعياً، فلا يلبث بعض الطلبة المخدوعين بمحتويات الانترنت وأنماطها الاتصالية المختلفة أن يقفوا فريسة لصراعات



نفسية وإيديولوجية وسياسية واجتماعية تفقدهم الإيمان بالقيم الموجودة في المجتمع الذي يعيشون فيه فيدخلون في صراعات لامتناهية مع محيطهم الخارجي والعائلي على وجه الخصوص.

وكما هو معروف فإن الشباب في الجزائر يمثلون نسبة معتبرة من فئات المجتمع، وهم في تزايد مستمر، ويمثل جزء من هذه الفئة النشيطة الطلبة الجامعيين<sup>1</sup>، حيث يتوقع أن يصل عددهم إلى 2 مليون طالب في الجامعات الجزائرية<sup>2</sup> في مطلع 2019، وأمام تطور الخدمات الإعلامية والاتصالية، وتحولها إلى ضرورات ملحة في أغلب الميادين، وجد جانب من هؤلاء الطلبة نفسه أمام تحدي كبير يتمثل في استيعاب هذه التكنولوجيا الحديثة وتطويرها والاستفادة منها وتبنيها باعتبارها تمثل عصرهم وواقعهم وثقافتهم.

وهكذا أصبحت خدمات الانترنت متاحة في البحث عن العمل والتعرف على خبرات الغير لتطوير المهارات الذاتية، بل وأضحت الانترنت مجالاً واسعاً للمساهمة في البحث العلمي والمعرفي وسهولة التواصل مع الباحثين في جميع أنحاء العالم، وحتى على المستوى الابتدائي والاكاديمي أو الثانوي بدأ التلاميذ يحتكون بالفضاء الإلكتروني، من خلال توجيه المؤسسات التعليمية نحو المعلومات والانترنت.

وكان من الطبيعي أن تكون فئة الطلبة الجامعيين من الفئات التي حاولت أن توظف الانترنت من أجل تحسين مستواها العلمي والاجتماعي وحتى المادي، وإذا كان الكثير منهم قد استثمر إيجاباً في الولوج إلى الانترنت، فإنه على العكس من ذلك أصبحت الانترنت تشكل خطراً على عقلياتهم وطريقة تفكيرهم، بل حتى على قيمهم وسلوكياتهم، وقد ساهم الانتشار الواسع للانترنت وتسهيل الدخول إلى الشبكة في تحول بعض الشباب إلى الإدمان، بحيث يقضي معظم وقتهم أمام شاشات الحواسيب لنسيان واقعهم الاجتماعي أو الهروب من المشكلات والبحث عن رفقة، وتكوين صداقات، ومما يزيد الأمر تعقيداً هو أن أبواب فضاء الانترنت أصبحت مفتوحة على مصراعها بحيث لم يعد بالإمكان الوقوف في وجه الأفكار الهدامة التي تغزو عقول الشباب بصفة عامة والطلبة بصفة خاصة.

وبهذا فإن الانترنت أصبحت تهديداً حقيقياً لنشر التطرف الديني بجميع أشكاله ومجالاً مفتوحاً لنشر أفكار الفتنة والانحلال، ويظهر هذا جلياً من خلال نشر أفكار التطرف الديني واللايديني، وتعميم الإباحية الجنسية، وبعد الدردشة، و المحادثات انتشرت مع مرور الوقت مواقع التواصل الاجتماعي مسهلة بذلك فرص التواصل بين الجنسين متجاوزة فيه خطوط الزمان والمكان، وشكلت الانترنت إغراء كبير للشباب لإقامة علاقات افتراضية بل أكثر من ذلك فلقد أغرت بعض الشباب من الجنسين على الانحلال الأخلاقي بكل أشكاله، مما يهدد فعلاً المقومات التربوية والأخلاقية للشعوب الإسلامية والعربية التي انفتحت على فضاء الانترنت بدون حدود، فدخل الشباب هذا العالم دون سياسة توجيهية أو مراقبة

<sup>1</sup> - انظر الملاحق.

<sup>2</sup> - المصدر: المرصد الجزائري، marsaddz.Com نقلاً لتصريحات وزير التعليم العالي والبحث العلمي الطاهر حجار

مستمرة لما يعرض من أفكار وصور أو مواقع هدامة لا تتماشى مع الخصوصيات الحضارية للمجتمعات العربية الإسلامية، وتعاطي الشباب مع الانترنت بهذا الشكل يتطلب من جهات عديدة في المجتمع مثل الأسرة والمدرسة والجامعة أن تتحمل مسؤولية التوجيه والتأطير والتوعية والتنقيف من أجل استعمال هذه التكنولوجيا في تنمية مواهبه ومعارفه، لأن استخدامها بسوء ينعكس بالسلب على المدرسة والجامعة وكل الالتزامات العائلية والمجتمعية.

وبما أن الانترنت في الجزائر أصبحت تكتسي أهمية كبيرة مثل ما هو الحال في باقي دول العالم، حيث شهدت نمواً ملموساً في تحسين خدمات الانترنت في السنوات الأخيرة<sup>1</sup>، خاصة في ظل اهتمام الدولة المتزايد بخدمات الانترنت من حيث اختلاف صيغ الربط بالانترنت، ومن حيث الجودة وانخفاض الأسعار باستمرار، كما كان لدخول خدمات الجيلين الثالث 3G، والرابع 4G المقدمة من طرف متعاملي الهاتف النقال في الجزائر (موبيليس، أوريدو، جيزي)، واشتعال المنافسة بينهم من خلال جملة العروض الخاصة الموجهة للانترنت، وتقديمها بأحجام أكبر وبسعر أقل عكس ما كان في السنوات القليلة الماضية التي كانت أحجام الانترنت صغيرة وبأسعار خيالية، هذا ما سمح لأكثر من 20 مليون<sup>2</sup> مستخدم للهواتف الذكية من الجزائريين يستفيدون من تصفح الانترنت والمواقع الانترنيتية، ومواقع التواصل الاجتماعي عبر هواتفهم النقالة في الولايات والمدن والقرى التي فيها التغطية الهاتفية، وهذا يعني أن الظروف ملائمة لتفاعل نسبة كبيرة من الطلبة الجامعيين مع الانترنت، وبذلك تبقى الانترنت ملاذاً للشباب وخاصة بالنسبة للذين يحسنون استخدامها ويأتي في مقدمتهم الطلبة الجامعيين لكونهم يستطيعون التعبير بكل حرية عما يشغل بالهم بعد أن حرّموا من التعبير عن مشاكلهم وانشغالاتهم في القنوات الإعلامية والرسمية الأخرى في وقت سابق.

والطلبة يمثلون المحور الرئيسي لأي دولة في العالم والعمود الفقري لها، حيث يعد الطلبة من أهم مراحل التكوين والانطلاق نحو تحقيق أهداف المجتمع بقوة، والاستعداد لتحمل مسؤوليات المستقبل وتحقيق الاستقلالية عن عائلاتهم وأهليهم، وما يلاحظ على التعليم في الجزائر أنه يدفع الطلبة لتحصيل المعلومات والمعارف بشكل برغماتي يمكن أن يخدم أغراض الانفتاح العملي وتوفير منصب شغل بعد التخرج من الجامعة، وبالتالي فإن طلبة الجامعات يأتون بأفاق واسعة من الرغبات والطموحات والآمال فالكثير منهم يأتون إلى الجامعة والإقبال على تخصص معين نزولاً عند رغبات عائلاتهم، ويعتقدون أن الحصول على المؤهل المحبذ عند ذويهم سوف يساعدهم على كسب معيشة أفضل لكن سرعان ما يصطدمون بنوعية التحصيل العلمي من جهة والبطالة فيما بعد، وهو ما يؤدي بهم إلى التفكير في الهجرة أو الوقوع في المحذور مما يجعلهم يفقدون الإحساس بالوطن و الثقة في المسؤولين ويعلقون الآمال في

<sup>1</sup> - انظر الملاحق.

<sup>2</sup>-Source : internet world stats-www.internetworldstats.com/stats1.htm

الانتقال إلى الضفة الأخرى، و أن هذا الوضع يثير الخوف والقلق، وكذا التأثيرات السلبية على الطلبة فيما يتعلق بقيمهم وتقاليدهم وسلوكياتهم واتجاهاتهم حيال القضايا التي تدخل ضمن الموروث الثقافي للأمة العربية المسلمة وهويتهم الوطنية التاريخية.

وفي هذا السياق تندرج إشكالية دراستنا التي تتمحور حول "أثر الانترنت على القيم لدى الطلبة الجامعين الجزائريين"، ممثلين من طلبة الإعلام والاتصال بجامعة المسيلة، ولقد اخترنا هذا الموضوع لاعتقادنا أن الطلبة فئة اجتماعية ايجابية في تعاملها مع الانترنت وهذا بحكم تكوينها العلمي والمعرفي. ومن ثمة فإن الطلبة الجامعين غير سلبيين، ولكننا نعتبرهم ايجابيين إلى أبعد الحدود، وبأنهم يختارون الانترنت ويتفاعلون معها بما يتلاءم وخصائصهم النفسية والاجتماعية والحضارية والعلمية، وأنهم لا يهتموا إلا بما كانوا مهيين له وأنهم يرفضون مسبقاً الأفكار والآراء والمحتويات والمضامين التي لا تتفق مع عاداتهم وتقاليدهم وقيمهم، هذه الأخيرة التي تكون بمثابة حاجز ومناعة بسبب تربيتهم وقيمهم وثقافتهم التي تقيهم كل نفوذ خارجي حتى ولو كان معبئاً في محتويات الانترنت ومستوياتها وتطبيقاتها الاتصالية المختلفة، وعلى هذا فإن تأثير الانترنت و إن كان موجوداً فهو حتماً مقيد بهذه التربية وبالمعتقدات السائدة في المجتمع والتي هي غالباً مستمدة من الشريعة الإسلامية السمحاء، والأعراف والتقاليد المتعارف عليها في المجتمع الجزائري، وحتى بالمستوى التعليمي والتكويني للطلاب، ومن هذا المنطلق فضلنا استعمال مصطلح الأثر للتدليل على العلاقة التفاعلية بين محتويات الانترنت والطلبة الجامعيين والمحكومة بشروط التربية والتكوين والتنشئة الاجتماعية.

كما أن اهتمامنا بالقيم لدى الطلبة الجامعيين يعود أساساً إلى أن لهذه الفئة دوراً هاماً في عمليتي التغيير والتغيير، ولما لها من مميزات النضج الاجتماعي والنفسي والحضاري، وهي شريحة تشغل وضعاً مميزاً في بنية المجتمع، كما أنها فئة عمرية يكاد بناؤها النفسي والثقافي والاجتماعي أن يكون مكتملاً حيث يمكنها ذلك من التكيف والتوافق والتفاعل والاندماج في تحقيق هدف المجتمع بعيداً أو قريباً من الانسلاخ الثقافي والقيمي والحضاري.

كما أن معرفة نظرة الطلبة واتجاهاتهم لبعض الدوافع و القيم والسلوكيات وحتى التأثيرات السلبية يعتبر امراً هاماً بحيث يمكن اعتباره مؤشراً على مدى تقدم المجتمع في نشره وتقبله ومحافظته على بعض القيم الوطنية والعالمية التي تعتبر من الموروثات الراسخة في المجتمع، والطلبة في مرحلة تزايد اهتماماتهم بقضايا مجتمعهم وانفتاحهم على المجتمعات المختلفة، وهو ما يساهم في زيادة توافقهم النفسي والاجتماعي.

و خلال مرحلة الجامعة تتشكل العلاقات الاجتماعية للطلبة وتصوراتهم المستقبلية واتجاهاتهم نحو أهم القضايا التي تشغل بالهم خاصة في ظل الانفتاح الإعلامي والتدفق المعلومات الكبير نتيجة التطور

الهائل للتكنولوجيا الإعلام والاتصال وخاصة الانترنت التي أصبحت في نظرنا الرفيق الدائم للطالب الجامعي.

ومن أجل تحديد التصور المعرفي لموضوع الدراسة فقد اشتملت الدراسة على أربعة فصول نظرية بالإضافة إلى فصل ميداني تم من خلاله تحليل وتفسير ومناقشة نتائج الدراسة الميدانية في ضوء الفرضيات والدراسات السابقة، وكذا المقتربات النظرية، وقد جاءت هذه الفصول موزعة كالآتي:

**الفصل الأول:** وتمثل الفصل الأول في التأسيس المنهجي والمفاهيمي للدراسة، وذلك من خلال التطرق إلى إشكالية الدراسة، و إلى فرضياتها وأهدافها وأهميتها، بالإضافة إلى المنهج المستخدم في الدراسة ومجتمع البحث والعينة البحثية المعتمدة في الدراسة، كما تم التطرق أيضاً إلى أدوات الدراسة وحدودها الزمانية والمكانية والبشرية، وكذلك عرض لبعض الدراسات السابقة التي تتقاطع وموضوع الدراسة، وتم تحديد المفاهيم والمصطلحات التي اعتمدت عليها الدراسة، كما تم تقييد وشرح الأساليب الإحصائية للدراسة، وتبيان كيفية ومستويات استخدامها.

**والفصل الثاني:** فقد احتوى على المقتربات النظرية للدراسة، ومنها نظرية الاستخدامات والاشباعات ونظرية الحتمية التكنولوجية لمارشال ماكلوهان، والمنظور أقيمي للباحث غزي عبد الرحمن، ولقد اخترنا هذه المقتربات لارتباطها المباشر بوسيلة الانترنت و موضوع القيم والطلبة الجامعيين.

وفي **الفصل الثالث:** قدمنا فيه خصائص القيم، أهميتها ووظائفها ومصادرها وقياسها في المبحث الأول وإشكالية دراسة القيم في المبحث الثاني.

و **الفصل الرابع** قدمنا فيه مدخل عام للانترنت في المبحث الأول والآثار المترتبة عن استخدام الانترنت في المبحث الثاني، و علاقة الانترنت بالقيم في المبحث الثالث.

أما **الفصل التطبيقي الميداني** فقد خصصناه لتحليل النتائج وتفسيرها كمياً وكيفياً ومناقشتها، حيث تم في المبحث تحديد خصائص عينة الدراسة، و تحليل و تفسير عادات وأنماط ودوافع استخدام الانترنت من قبل الطلبة الجامعيين، وفي المبحث الثاني تم تناول التحليل الكمي والكيفي لمحور القيم والتأثيرات السلبية، كما تم التطرق في المبحث الثالث إلى مناقشة النتائج من خلال ربطها بالدراسات والأدبيات السابقة، والمقتربات النظرية، وفرضيات الدراسة وصولاً إلى نتائج الدراسة ومن ثم الخاتمة.

الإطار النظري

لِلدراسة

# الفصل الأول

## التأسيس المنهجي للدراسة

- 1- إشكالية الدراسة.
- 2- فرضيات الدراسة.
- 3- أهمية الدراسة.
- 4- أهداف الدراسة.
- 5- أسباب اختيار الموضوع.
- 6- الدراسات السابقة.
- 7- تحديد المفاهيم.
- 8- مجالات الدراسة.
- 9- منهج الدراسة.
- 10- أدوات الدراسة.
- 11- الأساليب الإحصائية للدراسة.

## 1. الإشكالية:

أصبحت الانترنت سمة من سمات هذا العصر خاصة بعد أن عملت هذه التكنولوجيا على تقريب المسافات وإنهاء الحدود وأصبحت السيادة على الفضاءات الرقمية هي الشغل الشاغل لكل الدول لأن من يملك تلك التكنولوجيا يملك السيطرة على الفكر والمعلومات والقيم، ومن هذا فإن الحديث عن قوة الدول يرتبط ارتباطاً وثيقاً بطبيعة المعلومات المتاحة في عصر تتأكد فيه مقولة من " يملك التكنولوجيا يملك السيادة ".

وقد ترتب عن دائرة استخدام الانترنت من طرف شرائح متنوعة ومتعددة في المجتمع، فأصبح بإمكان الفرد الإطلاع بكل حرية على كل ما يدور حول العالم، وبالتالي فإن الانترنت أنهت احتكار الوسائل الإعلامية التقليدية، وأصبح الفرد المستخدم له الحرية في الحصول على المعلومات، وأنهى بذلك عصر السيادة الإعلامية أو السيطرة الإعلامية حتى أصبح يقال أن الانترنت هي الساحة الأخيرة للممارسة الديمقراطية، وتأكدت هذه المقولة مع ما يعرف ب"ثورات الربيع العربي" أين ساهمت كل مستويات الشبكة العنكبوتية من مواقع للتواصل الاجتماعي ومواقع بث الفيديو الدور الكبير في الحصول على المعلومات ومعالجتها والتأثير من خلالها على سير الأحداث من خلال التأثير على العقول والإقناع والتمكين.

لكن الغوص في استخدام الانترنت بخدماتها المتنوعة والمستحدثة للشباب بصفة عامة و الطلبة الجامعيين بصفة خاصة يمكن أن يؤثر على التكوينات المحلية للمجتمعات التي يعيش فيها هؤلاء الشباب، ويرجع ذلك لكون هذه المجتمعات أصبحت ذات طبيعة وهمية، وبالتالي فإن محتويات الانترنت يمكن أن تؤدي إلى الذوبان والتلاشي، وهذا قد يؤثر على القيم والسلوكيات والتصرفات، وعلى الثقافة التي تنتم بالمحلية لصالح قيم جديدة أنتجت في عصر الانترنت، أو بالأحرى أنتجت في الفضاءات الرقمية.

والشباب اليوم أصبح معرضاً إلى تحديات كبيرة وخطيرة لأنه أصبح يعيش في عالم مفتوح وبالتالي فهو عرضة لشتى أنواع التأثير، وبخاصة التي تحملها الانترنت نتيجة تنوع مصادر المعرفة والإعلام والثقافة والقيم، ونتيجة تنوع وتطور أساليب التنشئة والتعليم بمنهجيات مختلفة ومتنوعة ما أدى بالطالب الجامعي إلى الاحتكاك بطلبة وأشخاص من ثقافات مختلفة قد تؤثر عليه، وفي هذا السياق قد تساهم الشبكة على توجيه رغبات الشباب وميولاتهم من أجل التحكم في عقليتهم وصناعة أذواقهم وبلورة مواقفهم وأرائهم خاصة إذا تعلق الأمر بفئة الطلبة، وهذا ما يدفع إلى إنتاج قيماً جديدة متجلية في مظاهر متنوعة ظاهرية كانت أم باطنية متمثلة في تبنى أفكار وقيم قد تتعارض مع قيم المجتمع الذي نعيش فيه.

وهذا ما قد يشكل "أزمة قيمية" تكون أكثر حدةً عند جيل الشباب الذي يعاني غموضاً في الهوية و ضياعاً في الأهداف، خاصة بعد الأزمات والهزات الاجتماعية والاقتصادية والسياسية التي عصفت بالمجتمعات الحديثة، وهنا يجد الشباب نفسه موزعاً بين أهداف وغايات متعددة، وما يتطلبها من قيم

متعددة، ومن الطبيعي أن التغيرات المختلفة التي عاشها المجتمع الجزائري أدت إلى تغير قيمي لدى أبنائه وخاصة الشباب منهم، ومن ثم تغير وتغيير في أولويات هذه القيم لديهم.

و تعد الانترنت إحدى وسائل الاتصال الحديثة التي ظهرت بصفة جماهيرية في العقد الأخير من القرن الماضي، وهي تمتاز بمزايا وخصائص اتصالية لا وجود مثل لها في أية وسيلة أخرى، وزادت انتشاراً ونمواً مع ظهور مواقع التواصل الاجتماعي، وقد استحوذت على حيز كبير من اهتمام الشباب في الجزائر بمختلف سماتهم الاجتماعية، واستخدامها بشكل متزايد، والاعتماد عليها في حياتهم اليومية بطريقة لافتة للنظر.

وعلى الرغم من الأثر المتنامي لاستخدام الإنترنت على المجتمع الجزائري، ومن الإقبال اللامحدود من قبل الطلبة الجامعيين على استخدامها، وتأثيراتها المختلفة على البناء الاجتماعي والثقافي لا زالت دراسة آثاره محدودة، وخصوصاً في مدى تأثيرها (أي الانترنت) على القيم لدى فئة من أكثر الفئات الاجتماعية استخداماً، هذه الفئة التي تعد الفئة الأكثر انجذاباً لكل ما هو جديد، وتحديداً تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة على غرار الانترنت والهاتف النقّال، والاستخدام المتكرر والمتراكم للشبكة من طرف الطلبة الجامعيين لا بد، و أن يلقي بضلاله على سلوكياتهم واتجاهاتهم وقيمهم.

و أن الطلبة الجامعيين هم صفة الشباب في أي مجتمع، وهم من أكثر الفئات استخداماً للانترنت، نظراً لمؤهلاتهم العلمية والمعرفية من جهة، وبالإضافة إلى كون الانترنت مصدراً مفتوحاً للمعلومات وتمتاز بإمكانيات عديدة وخصائص فريدة تمكنها من تقديم خدمات متعددة ومتنوعة في شتى الأصعدة ومختلف المجالات التجارية والثقافية الاجتماعية والاتصالية المتعددة، وهذا ما جعلها تستهوي قطاعاً كبيراً من الطلبة الجامعيين.

والاهتمام بالطلبة ضمن بحث عن القيم يشير إلى قيم الجيل الصاعد هي التي سيبني عليها مستقبل المجتمع فكراً وعلمياً، وذلك بالتركيز على جوانب متعددة من القيم المختلفة مثل: التفوق، تقدير الوقت وتقديره، احترام خصوصية الآخرين، الصداقة، والانتماء وحب الوطن، التسامح، الاستقلالية، تحمل المسؤولية، وغيرها من القيم التي يفترض أن تكون مغروسة في جيل الشباب بفضل مؤسسات التنشئة الاجتماعية المختلفة من أسرة ومدرسة ومسجد وغيرها منذ أن كانوا صغاراً.

و دراسة القيم في أي تنظيم أو فئة أو مجتمع من المجتمعات تساهم في تحديد الإيديولوجية أو الفلسفة العامة لهذا المجتمع حيث أنها توجه سلوكيات الأفراد وأحكامهم واتجاهاتهم فيما يتصل بما هو مرغوب فيه أو مرغوب عنه من أشكال السلوك والتصرفات والمواقف.



كما أن الشباب أو الطلبة بحكم وزنهم الديمغرافي في الجزائر، وبحكم ما يطرحوه من تحديات سياسية واجتماعية واقتصادية وتنموية في ظل التحولات المتسارعة في الدول العربية والغربية التي كانت في ثنائية (شباب /طلاب ) حاضرة بقوة في استراتيجيات التغيير والتغيير لكن بقيم مغايرة، وقيم منتجة في الفضاءات الإعلامية والتكنولوجية الرقمية لهذه البلدان.

و أن هذه الفئة تكتسي أهمية خاصة نظراً لانتشارها الكبير والواسع في المؤسسات الجامعية والمعاهد في السنوات الأخيرة في كثير من ولايات الوطن، ونفترض في الجزائر أن الطلبة هم من أكثر الفئات الاجتماعية استخداماً للانترنت سواء في المؤسسات الجامعية أو في الفضاء العام، ونظراً لحاجة الطلبة إلى التزود بمعارف والمعلومات والثقافة التي توفر فرصة ملاحقة التطور العلمي والتكنولوجي والتحصيل العلمي الجيد في ظل نقص أو غياب المراجع في المكتبات الجامعية أو نتيجة غياب ثقافة البحث والمطالعة، فأنهم يلجؤون في غالب الأحيان للانترنت كبديل للبحث، ومن ناحية أخرى فإن ظروفهم الاجتماعية والاقتصادية قد تدفع بهم إلى البحث عن علاقات بديلة، وصادقات في فضاء الانترنت، وهنا لا محالة فإن الشبكة تترك بصماتها على شخصياتهم وسلوكياتهم وقيمهم سواءً بالإيجاب أو بالسلب، ومن هنا يمكن صياغة مشكلة البحث الرئيسية في السؤال التالي:

ما هو أثر استخدام الانترنت على القيم لدى الطلبة الجامعيين الجزائريين ممثلين في طلبة

جامعة المسلية ؟

II.الفرضيات:

✓ الفرضية الأولى: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين طرائق ومستويات استخدام الانترنت عند الطلبة الجامعيين والمغيرت الديمغرافية والاجتماعية (النوع، السن، المستوى الجامعي، منطقة السكن مكان الإقامة..).

✓ الفرضية الثانية: تختلف درجة دوافع تعرض الطلبة الجامعيين لمحتويات الانترنت تبعاً لاختلاف المتغيرات الديمغرافية والاجتماعية.

✓ الفرضية الثالثة: يساعد استخدام الطلبة الجامعيين الجزائريين للانترنت على ارتباطهم أكثر بالقيم.

✓ الفرضية الرابعة: يساهم استخدام الانترنت على تعزيز القيم لدى الطلبة الجامعيين الجزائريين.

III. أهمية الدراسة: لكل دراسة أكاديمية أهميتها التي تدفع الباحث إلى انجازها والغوص في موضوعاتها ومحاولة التوصل إلى نتائج تجيب عن تساؤلاتها أو فرضياتها المطروحة،

و إن الأهمية التي يشتمل عليها موضوع أثر الانترنت على القيم لدى الطلبة الجامعيين الجزائريين تتحدد بشكل دقيق من خلال أهمية الدور التي تقوم به و قوة تأثيرها على المجتمعات والأفراد على حد سواء، فكرياً وثقافياً وسلوكياً وقدرتها على الإقناع والتوجيه، باعتبارها أداة تحويل في العادات

والتقاليد والقيم خاصة وإنما تفوقت على غيرها من وسائل الإعلام والاتصال الأخرى لاشتمالها على عناصر التفوق التي تتجسد في الانتشار والتفاعلية واختزال المكان والزمان، وكسر الحواجز والحدود بين المجتمعات والشعوب التي تأثر واقعها الاجتماعي والثقافي والحضاري من التغييرات الخطيرة التي تتحمل الانترنت كتقنية تواصل وإعلام جزءاً منه لما تحمله من مواد سلبية تعكس الرغبة الجامحة من الدول الغربية للسيطرة والهيمنة على دول جنوب بسعيها على دمج العلم تحت أنماط ثقافية واحدة أو مشابهة لأنماط الغربية من خلال إذابة الهويات الأخرى في قالب ثقافي يشمل الفكر والوجدان والسلوك الممزوج بالقيم الثقافية المادية المروجة للقيم الاستهلاكية والعنف والإباحية البعيدة كل البعد عن قيم مجتمعنا العربي الإسلامي.

كما يمكن إبرار أهمية الدراسة في النقاط التالية:

- ✓ أهمية الانترنت وآلياتها ومستوياتها الاتصالية والمعرفية، وكذا خطورة دورها في الوقت الراهن.
- ✓ ارتفاع معدلات استخدام الانترنت خاصة للتواصل وربط الصلات وعلاقات بين فئة الشباب الجزائري بصفة عامة والطلبة بصفة خاصة.
- ✓ أهمية الكشف عن العلاقة بين استخدامات الطلبة الجامعيين للانترنت والقيم لديهم، وكذا حدود تأثيرها عليهم.
- ✓ أهمية فئة الطلبة الجامعيين في المجتمع الجزائري، وأهمية دراسة أي متغيرات قد تؤثر عليهم سواء سلباً أو إيجاباً، خاصة في ظل إمكانية تضرر بعض القيم جراء الاستخدام السيئ أو المتكرر لمحتويات الانترنت وضرورة إخضاع قيم الطلبة للدراسة المستمرة للوقوف على مدى ثباتها أو تغييرها أو حتى اندثارها.
- ✓ تحديد النسق أقيمي لدى الطلبة الجامعيين الجزائريين، لأن هذا النسق يستمر تأثيره عليهم وبشكل كبير في حياتهم اليومية وفي مستقبل حياتهم.
- ✓ إن للقيم أهمية كبيرة لأنها تسهم بقدر كبير في تكوين شخصية أفراد المجتمع بصفة عامة والطلبة الجامعيين بصفة خاصة بصفاتهم إطارات المستقبل.
- ✓ العمل على إبراز الأزمة القيمية التي تعيشها فئة الشباب بصفة عامة والطلبة بصفة خاصة، ومن ثم العمل على إيجاد حلول لهذه الأزمة.
- ✓ إبراز أهمية الانترنت كوسيلة إعلامية اتصالية هامة لنشر القيم والثقافة.
- ✓ تناول وسيلة اتصالية حديثة لها من الميزات والخصائص ما تنفرد به عن غيرها من وسائل الاتصال والإعلام الأخرى.

✓ نلف الأنظار إلى وسيلة اتصالية حديثة بما لها من ميزات ومحاسن ومساوئ، وما قد ينشأ من سوء استخدامها من مساوئ ومضار، ومن ثمة تؤدي إلى تغييرات ثقافية وقيمية على الطلبة الجامعيين.

✓ إنها تحاول أن ترصد العلاقة بين استخدام الطلبة الجامعيين للانترنت والقيم.

✓ كما تكمن أهمية هذه الدراسة في التحديات والرهانات والانعكاسات الكثيرة للانترنت على الشباب بصفة عامة و الطلبة الجامعيين بصفة خاصة، و أن هذه الأخيرة هي من الفئات الأكثر استخداماً وتفاعلاً مع الانترنت وهي في نفس الوقت الفئة التي تمثل أكثر من 70 بالمائة من المجتمع الجزائري.

✓ فئة الطلبة هي من الفئات الأكثر استعداداً للتأثر بالانترنت، وهذا نظراً لفضولها ولقابليتها للتقليد والخروج عن المعتاد وتبني الابتكارات والمستجدات والأفكار الدخيلة.

✓ إبراز التأثيرات السلبية أو الايجابية للانترنت على القيم لدى الطلبة الجامعيين.

**IV. أهداف الدراسة:** تسعى كل دراسة أو بحث علمي إلى تحقيق مجموعة من الأهداف، لما كانت الأهداف تلعب دوراً بارزاً في تحديد طبيعة الموضوع وفي توضيح الرؤية للباحث والمسار الذي يجب عليه إتباعه في دراسة موضوعه كان لازماً على الباحث أن يضع جملة من الأهداف تجسداً لرغبته في السعي نحو تحقيقها من خلال هذه الدراسة والتي تتمثل في: الكشف عن حقيقة الظاهرة من الجانب الميداني للدراسة، أي معرفة كيف تؤثر الانترنت على القيم لدى الطلبة الجامعيين؟، والجوانب التي ترتبط بهذا التأثير.

✓ رصد وتوصيف وتحليل وتقييم العلاقة بين الانترنت وقيم الطلبة الجامعيين من خلال محاولة التعرف على عادات وأنماط استخدام الانترنت لدى الطلبة الجامعيين الجزائريين، وتأثيرات هذا الاستخدام على بعض القيم المختارة.

✓ محاولة الكشف عن ما إذا كان استخدام الانترنت عند الطلبة الجزائريين له الأثر على القيم.

✓ محاولة معرفة أبرز و أهم القيم المكتسبة من جراء الاستخدام المتكرر للشبكة من قبل الطلبة الجامعيين الجزائريين محل الدراسة.

✓ رصد اتجاهات الطلبة حول بعض القيم، وكذا بعض السلوكيات والتأثيرات السلبية، وعلاقة ذلك بأنماط الاستخدام وعاداته.

✓ إبراز مدى أهمية الانترنت في تعزيز القيم أو إضعافها لدى الطلبة الجامعيين الجزائريين.

#### **V. أسباب اختبار الموضوع:**

أما فيما يتعلق بالأسباب التي استدعت القيام بدراسة الانترنت، وأثرها على القيم لدى الطلبة الجامعيين، فيمكن حصرها في أسباب ذاتية وأسباب موضوعية، وهي كالتالي:

## 1. أسباب ذاتية:

- ✓ الموضوع يندرج في صميم تخصص وسائل الإعلام والمجتمع، وقد أثار فضولنا العلمي للبحث فيه لما لقدرة الوسائل الإعلامية سواءً التقليدية أو الحديثة على التأثير على المجتمعات والأفراد.
- ✓ إن التغير أقيمي هو واقع يومي نعيشه ونلمسه يومياً في علاقاتنا وتفاعلاتنا مع الفئات الاجتماعية المختلفة خاصة فئة الشباب، ومنهم الطلبة الجامعيين، وقد لاحظنا كأساتذة في ميدان علوم الإعلام والاتصال كيف أن دخول التكنولوجيات الحديثة من الانترنت وهواتف نقالة موصولة بالانترنت إلى المجتمع الجزائري قد غيرت بعض أوجه حياة الشباب والطلبة الجامعيين من جهة، ومن جهة أخرى فقد غيرت من علاقتهم بالآخرين (أساتذة، زملاء، أصدقاء ..)، وحتى علاقتهم بالعلم والبحث العلمي .

## 2. أسباب موضوعية:

- ✓ سرعة انتشار الانترنت وإمكانية استخدامها مع كل خدماتها وكل التطبيقات التي تشتمل عليها.
- ✓ المحتوى أقيمي المحاط بالسلبية التي تشتمل عليه مضامين، ومحتويات الانترنت بالرغم من أنها ليست الواقع في حد ذاته.
- ✓ الانترنت تشكل واقعاً افتراضياً (بيئة افتراضية) يتفاعل فيه الأفراد من كل الثقافات والديانات دون الارتباط بثقافة واحدة أو مجتمع معين، و هذا ما ينعكس حتماً على النسق القيمي، وخاصة على فئة الشباب بما فيهم الطلبة الجامعيين.
- ✓ وجود محتويات تعرض العنف والجريمة والإباحية التي تؤثر حتماً على القيم خاصة بعد التردد عليها وتكرار مشاهدتها ما يؤدي إلى التعود عليها، وتقبلها وممارستها دون رفض ومقاومة.
- ✓ اكتساب الانترنت لطابعها الاجتماعي التواصلي، وهذا بسبب إدراكها من طرف جميع الشرائح الاجتماعية المختلفة وخاصة الشباب والطلبة الجامعيين، حيث أصبحت من ممارستهم اليومية، وبالتالي فهو موضوع يلامس الواقع المعاش.
- ✓ إن الاستخدام المتكرر للانترنت لا يمكن أن يمر دون أن يترك أثره في سلوك الطلبة الجامعيين وقيمهم.
- ✓ تتوفر الانترنت على خصائص وسمات مثل التفاعلية والتنوع وتعدد الوسائط ومستويات وأشكال الاتصال، وهذا يكون له الأثر البالغ على المستخدم.
- ✓ تتوفر الانترنت على معلومات ومعارف في شتى المجالات الثقافية والاجتماعية والسياسية.. الخ، وهذا ما يتناسب مع خصائص الطلبة وحاجاتهم.
- ✓ إن موضوع القيم هو موضوع واسع ومتشعب في الطرح والتناول من عدة أوجه خاصة مع اقترانه بوسيلة تكنولوجية مميزة قد تكون مسؤولة عن تشكيل القيم أو تغييرها أو تبديلها أو تثبيتها،

وبالتالي فالموضوع هو موضوع قابل لتوليد أفكار جديدة. (اشكالية التغير القيمي في المجتمع الجزائري مع فئة الطلبة الجامعيين).

✓ تعدد الأبعاد والمؤشرات والمتغيرات المرتبطة بالعلاقة بين الانترنت، وعادات الاستخدام والأنماط السلوكية الجديدة الناتجة عن ذلك لدى المستخدمين من الطلبة الجامعيين.

✓ إن ميدان البحث في مجال (قيم /انترنت ) هو مجال خصب وغني، يقبل الطرح على عدة أوجه خاصة، و أن الانترنت أنتجت بيانات افتراضية أصبحت مكاناً للتفاعل ونسقاً قيمياً (افتراضياً) يؤثر ويتأثر بالواقع المعاش الذي كان بمثابة بيئة القيم الحقيقية والأصيلة المرتبطة بخصوصية المجتمع الجزائري.

## VI. الدراسات السابقة:

لقد شكل الانتشار السريع للانترنت على المستوى العالمي سبباً من أهم الأسباب التي دعت إلى التأكيد على اعتبارها الوسيلة الاتصالية الإعلامية الوحيدة ذات الإمكانيات العالية للتأثير على سلوكيات الأفراد، وقيمهم وأخلاقهم، لهذا تعددت الدراسات في هذا المجال لاعتبار الانترنت وسيلة عابرة للحدود ومختصرة لزمان والمكان، وبهذا أصبحت موضوع للدراسة وإشكالية بحث في جميع التخصصات خاصة بعدما أظهرت محتوياتها انعكاسات على الأفراد والمجتمعات على حد سواء، و من هذه الدراسات نذكر ما يلي:

### 1- الدراسات الجزائرية.

- الدراسة الأولى : بعنوان " المنظومة الإعلامية وعلاقتها بالقيم، دراسة ميدانية في القيم على عينة من الجامعيين والإعلاميين الجزائريين"<sup>1</sup>، من إعداد الباحث بلقاسم بن روان، وهي أطروحة دكتوراه نوقشت قسم علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والإعلام بجامعة الجزائر 2003/2004، ولقد تمحورت إشكالية الدراسة حول محاولة معرفة إلى أي مدى تساهم المنظومة القيم مع بقية المؤسسات المجتمعية ( اجتماعية وثقافية ودينية وسياسية ومهنية ) في ترسيخ وبناء وتحديد قيم الأفراد على المدى الطويل؟ وللاجابة على هذا التساؤل طرح الباحث فرضيتين على النحو التالي:

- تعتمد المنظومة الإعلامية في بناء خطابها، وتحديد محتواه وترسيخه على المدى الطويل على ترسانة ضخمة من العناصر الثقافية التي توفرها المنظومة القيمة.

- قيم الأفراد واتجاهاتهم ومواقفهم وسلوكياتهم تساهم في ترسيخها وبنائها وتحديثها وسائل الإعلام من خلال صيرورة تاريخية.

<sup>1</sup> - بلقاسم بن روان: المنظومة الإعلامية وعلاقتها بالقيم، دراسة ميدانية في القيم على عينة من الجامعيين والإعلاميين

الجزائريين، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، قسم علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والإعلام جامعة الجزائر، 2004/2003.

وقد اعتمد الباحث على منهج المسح، وتجسد ذلك في قيامه بدراسة ميدانية شملت توزيع استمارات استبيان على أفراد عينة البحث لتحديد أهم القيم المعتمدة في المنظومة القيمية الجزائرية، وقد اختار الباحث عينة قصدية مكونة من 76 فرداً من الأساتذة الجامعيين من مختلف كليات جامعة الجزائر واستعمل الاختبار الإسقاطي في شكل استبيان شمل 45 جملة ناقصة ليكملها أفراد العينة، وتمثلت النتائج فيما يلي:

أ- الصورة الذهنية للجزائر والجزائريين:

- المرأة: لا تزال القيم المستمدة من العادات والتقاليد والفهم الخاطئ للدين هي مصدر حكم الأفراد السلبي على المرأة.

- المزاج: شعور أفراد العينة بالدونية والإحباط والحزن بسبب الأزمة التي عاشتها الجزائر، وهذا ما جعل الجزائري يتسم بمزاج عصبي ومتوتر.

- الكبرياء والافتخار: اعتبر أفراد العينة أن الحاضر لا يبعث على مثل هذا الشعور، وإنما يمكن أن يستمد من الماضي.

- المستقبل: كشف أفراد العينة على نظرة تشاؤمية بخصوص المستقبل بسبب الوضع الذي عاشته الجزائر.

- الأسرة: اعتبرها المبحوثون بأنها مهددة بسبب عوامل قيم السوق الاستهلاكية لكنها مازالت تقاوم التفكك.

ب- العلاقة مع السلطة:

- كبار السلطة: يرى أفراد العينة أن متغير السن يبقى عاملاً محدداً في احتلال المكانة الاجتماعية.

- الطاعة: يرى المبحوثون أن الطاعة لله أولاً وأخيراً، وطاعة أولى الأمر مرهونة بمدى التزامهم بالقيم الدينية والأخلاقية والإنسانية.

ج- السلطة

- توجد قطيعة في رأي المحكومين بين الحكام والمحكومين بسبب مدة توليهم الحكم.

- ينسب المبحوثين المقدس للدين والوطن.

- الديمقراطية: اعتبرها المبحوثين شكلاً من أشكال تحايل السلطة ولا تعكس الممارسة الفعلية.

د- البعد الديني:

- يرى المبحوثون أن الإسلام هو القاسم المشترك بين كل الجزائريين، و أكدوا على ضرورة انعكاس القيم الدينية في السلوكيات.

- الدين والسياسة، يرى المبحوثون أن لكل واحد مجاله، ويجب فضل الدين عن السياسية .

ومن جهة أخرى حاول الباحث قياس قيمة الولاء في تفاعلها مع:الأنا والأسرة والعائلة (الوطن /عروبة) والإنسانية (وطن /إنسانية) والعقيدة (الدين)، ولهذا الغرض اختار عينة قصديه من الأساتذة الجامعيين وطلبة التدرج وما بعده من جامعات: باب الزوار، البليدة، الجزائر، بومرداس وهي متكونة من 391 فرداً، وزعت عليهم استمارة تضم 40عبارة لكي يعبروا عن رأيهم وفق مقياس ليكارت، و أهم النتائج التي توصل إليها الباحث كانت كما يلي:

- أن ولاء المبحوثين للأنا والذات قبل الوطن، والولاء للأسرة قبل الوطن والولاء للعائلة(وطن/عروبة ) كان متكافئاً، والولاء للإنسانية (وطن /إنسانية) عند المبحوثين كان قبل الولاء للوطن، كما عبروا عن ولائهم للعقيدة (الدين) أولاً ثم الوطن.

كما حاول الباحث أن يختبر القيم الغائية والوسائلية، وفي مسعاه اختار عينة قصدية من مؤسسات وطنية مختلفة ومكونة من 195 فرداً، وفيما يتعلق بالقيم الغائية استبدل الباحث بعض القيم من قائمة روكيش بقيم أخرى وعددها أربعة، وكانت القائمة التي قدمها تحوي على 20 قيمة، وطلب منهم ترتيبها حسب أهميتها عندهم، وكانت النتيجة كالآتي:

- احتلت قيم القوى والاستقرار العائلي والعدل والأمن الوطني والحكمة المراتب الأولى، وعلى التوالي عند الذكور.

- احتلت قيم الأمن الوطني والاستقرار العائلي واحترام الذات والراحة النفسية والتقوى المراتب الأولى، وعلى التوالي عند الإناث.

أما فيما يتعلق بالقيم الوسائلية، والتي كانت من قائمة "روكيش" واستبدل بعضها، فكان عددها 20قيمة والنتائج كانت كالتالي:

- لم تكشف الدراسة عن فروق دالة بين الذكور والإناث، حيث أعطوا نفس الترتيب للقيم التالية، وعلى التوالي: التدين، والأمانة، والخيال المبتكر، والشخص الذي يوثق به، و الشخص المبهج والشخص المتعاون.

وأخيراً، قام الباحث باختبار القيم المعروفة التالية:الاقتصادية والنظرية والاجتماعية والجمالية والسياسية وهذا من خلال اختبار على عينة من مختلف المؤسسات الإعلامية ومن الجامعيين فقط، وعددها 87 فرداً، وقدم لإفراد البحث اختبار في شكل 15 سؤالاً يتضمن كل سؤال أربعة بدائل لتبريرها حسب أفضليتهم، وكانت النتائج ، من حيث الأهمية المعطاة لكل قيمة وعلى ضوء التكرار، كما يلي:

القيم السياسية 24، والقيم الدينية 12، والقيم الاجتماعية 09، والقيم النظرية 06، والقيم الجمالية 05 والقيم الاقتصادية 04.

إذاً، من خلال استعراض إشكالية هذه الدراسة وفرضياتها ونتائجها يمكن القول بأن هذه الدراسة مهمة من حيث أنها حاولت أن تدرس العلاقة بين القيم عند "روكيش" والإعلام، و قد كشفت الدراسة عن

بعض القيم التي يحملها بعض الجزائريين، والتي تبقى أساساً مرتبطة بالمعتقد (الدين الإسلامي)، وهذا ما يؤكد توجه بحثنا بأن القيم موجّهة بالدين أو أن مصدرها الدين.

إلا أن ما يلاحظ على هذه الدراسة هو عموم فرضياتها المتعلقة بالمنظومة الإعلامية في تحديد قيم الأفراد، وترسيخها فهل تتمثل المنظومة الإعلامية في المؤسسة الإعلامية كتنظيم اجتماعي أم في قيم الإعلاميين واتجاهاتهم أم في المحتويات الإعلامية؟

- **الدراسة الثانية:** بعنوان "أثر وسائل الإعلام على القيم والسلوكيات لدى الشباب (دراسة استطلاعية بمنطقة البلدية)"<sup>1</sup>، من إعداد الباحث السعيد بومعيزة، وهي أطروحة دكتوراه دولة نوقشت في قسم علوم الإعلام والاتصال كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر بن يوسف بن خدة 2005/2004.

ولقد تمحورت إشكالية الباحث في هذه الدراسة حول محاولة معرفة أثر وسائل الإعلام على القيم والسلوكيات لدى الشباب الجزائري بمنطقة البلدية، وللإجابة على هذه الإشكالية طرح مجموعة من الفرضيات وهذا بتحديد له محاور:

- محور عادات الاستعمال
  - محور اثر وسائل الإعلام على القيم
  - محور وسائل الإعلام على السلوكيات .
  - محور ارتباط الشباب بالقيم أو الابتعاد عنها ومدى تجاوزهم لبعض السلوكيات.
- وضمنت الفرضيات التالية:

- 1- إن استعمال وسائل الإعلام، من حيث العادات وطرائق التعرض والمدة الزمنية، من طرف الشباب يختلف باختلاف المتغيرات الديموغرافية.
- 2- أن الشباب يستعملون التلفزيون أكثر من وسائل الإعلام الأخرى سواء المحلية أو الأجنبية.
- 3- أن الشباب يستعملون القنوات الفضائية الأجنبية أكثر مما يستعملون التلفزيون الجزائري.
- 4- أن الشباب يتعرضون إلى مضامين الخيال في التلفزيون أكثر مما يتعرضون إلى محتويات الواقع.
- 5- أن وسائل الإعلام لا تساعد على ارتباط الشباب بالقيم، نظراً لكون مضامين هذه الوسائل الإعلامية تميل أكثر إلى الترفيه والاستهلاك والخطاب السياسي، باستثناء بعض المضامين المحدودة مثل الوثائقيات والبرامج الدينية والتعليمية .
- 6- أن وسائل الإعلام تساعد الشباب على تجاوز بعض السلوكيات السلبية.

<sup>1</sup> - السعيد بومعيزة، اثر وسائل الإعلام على القيم والسلوكيات لدى الشباب -دراسة استطلاعية بمنطقة البلدية- أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه دولة في علوم الإعلام والاتصال، قسم علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر 2006/2005



7- أن ارتباط الشباب بالقيم أو الابتعاد عنها ومدى تجاوزهم لبعض السلوكيات يتوقفان على خصائصهم الديمغرافية والسوسيو-غرافية والاقتصادية .

وقد اعتمد الباحث في هذه الدراسة على المنهج المسحي الوصفي بهدف مسح الأدبيات الخاصة بكل مفهوم من مفاهيم الدراسة، وكذلك معرفة الوضع الحالي بظروفه واتجاهاته فيما يتعلق باستعمال الشباب لوسائل الإعلام، كما استخدم المنهج المسحي التحليلي الذي يحاول أن يصف ويشرح لماذا توجد اتجاهات محددة في وضع ما.

وقد اختار الباحث عينة غير احتمالية مقسمة على النحو التالي: أولاد يعيش 70 مفردة، بوفاريك 70 الصومعة 30، موزاية 50، الشفة 30، بني مراد 30، و اعتمد على العينة الحصصية فيما يتعلق بالجنس أي 50%ذكور و 50%إناث، حيث بلغ عدد الإناث في نهاية المطاف 215 مفردة .

وقد وزع عليهم استمارة الاستبيان بصفة غير شخصية، وكانت وفق طريقة الكرة الثلجية، وقد قام بالاعتماد على المقابلات مع حالات قليلة للتبسيط والتوضيح، وكانت الاستمارة تعطي محاور الدراسة واعتمد على مقياس ليكرت لإفصاح عن آرائهم ، وقد كشفت الدراسة على مجموعة من النتائج نذكر منها

1- نتائج مرتبطة بالاستعمال:

- أن التلفزيون هو الوسيلة الأكثر استعمالاً من طرف المبحوثين الشباب في هذه الدراسة، ويشاهدونه بنسبة 94.4%، وهذه النتيجة تتطابق مع معظم الأبحاث سواء في الجزائر أو البلدان الأخرى، وهذا يؤكد الفرضية التي صاغها الباحث.

2- نتائج مرتبطة بالقيم:

- إن أغلبية المبحوثين الشباب يعتقدون أن استعمالهم لوسائل الإعلام والتعرض لمحتوياتها ساعدهم على الارتباط أكثر بالقيم، وهذا ينفي فرضية الدراسة التي تقول بأن وسائل الإعلام لا تقوم بنشر القيم، ولا بتعزيزها لدى الشباب.

- إن ذوي المستوى التعليمي الأدنى أكثر اعتقاداً في قدرة وسائل الإعلام على تعزيز القيم، وذوي المستوى التعليمي الأعلى أقل اعتقاداً في قدرة وسائل الإعلام على تعزيز القيم ذات البعدين الاجتماعي والديني ولكن جميع أفراد العينة من الشباب، وبغض النظر على المستوى التعليمي أقل اعتقاداً في قدرة وسائل الإعلام على تعزيز قيم البعد النفسي.

- إن دور وسائل الإعلام في تعزيز القيم لدى الشباب يبقى مكملاً لدور مؤسسات التنشئة الاجتماعية كالأ أسرة والمدرسة والجماعات الأولية والمسجد، وكلما كان دور هذه المؤسسات قوياً إلاً وقل شأن هذه المؤسسات في تعزيز القيم، وبصفة خاصة قيم الأبعاد النفسية والاجتماعية والدينية.

- أن أفراد العينة متشبعون بالقيم ذات البعد الاجتماعي التي تعلموها و اكتسبوها واستجمعوها بفعل عوامل التنشئة الاجتماعية والتي تضبط تفاعلاتهم اليومية وجعلهم في سياق مجتمع انتقالي مثل المجتمع

الجزائري، موجّهين نحو الآخر أكثر مما هم موجّهين نحو الداخل بمعنى أنهم يعطون أهمية للآخر في تفاعلاتهم اليومية، وما يصدره من أحكام بشأن أفعالهم وسلوكياتهم وأفكارهم، وعليه فإن قيمهم هذه تمارس عليهم نوعاً من الضبط الاجتماعي وتؤثر في تفضيلاتهم وقراراتهم اليومية وسلوكياتهم.

- أن قيم البعد الديني هي أكثر تظهراً في شخصية المبحوثين من قيم الأبعاد الأخرى.  
- أن وسائل الإعلام لا تقوم بتغيير قيم الشباب مثلما يعتقد البعض، وإنما تقوم بدور مكمل، و كلما كان الشباب مستوعباً للتوجهات القيمية الموجودة في البيئة الاجتماعية والأنا عندهم مكتمل والذات الاجتماعية محققة لديهم، إلاّ و قل لجوؤهم إلى وسائل الإعلام لتعزيز قيمهم.

### 3- نتائج مرتبطة بالسلوكيات:

- أن أغلبية المبحوثين لا يعتقدون بأن استعمالهم لوسائل الإعلام والتعرض لمحتوياتها يساعدهم على تجاوز القيام بالسلوكيات موضوع الدراسة، وهذا باستثناء سلوك واحد وهو سلوك التوتر الداخلي الذي وافق عليه المبحوثين بنسبة 46.6 بالمئة، وهذا يلغي الفرضية الخاصة بمحور السلوكيات.

أما فيما يتعلق بالنتائج المرتبطة بوسيلة الانترنت فيمكن ذكر ما يلي:

- إن أغلب المبحوثين يستعملون الانترنت 52.5 %، و هذا يفسر بكون 55.42 % من الذين يستعملون الانترنت يوزعون كالتالي: فئة الموظفين 26.26 % الذين ربما تسمح لهم إمكاناتهم بذلك أو يستعملونها في أماكن عملهم، وفئة الطلبة الجامعيين 29.16 % الذين تفرض الدراسة عليهم استعمال الانترنت من أجل البحث العلمي أو أن لديهم القدرات اللغوية وغيرها لاستعمالها من أجل الدردشة والبريد الإلكتروني.

- إن عدد الذكور الذين يستخدمون الانترنت أكثر من الإناث، إذ بلغت نسبة الذكور 60% ونسبة الإناث 40% فقط، كما أن ذوي المستوى التعليمي الجامعي يستعملون الانترنت أكثر من المستويات التعليمية الأخرى.

- الانترنت كتكنولوجيا وكوسيلة إعلامية وعلى خلاف الوسائل الإعلامية الأخرى تبقى من اهتمامات الشباب والأطفال، وخاصة الطلبة الجامعيين.

وما يلاحظ على هذه الدراسة ما يلي :

إن دراسة أثر وسائل الإعلام مجتمعةً على القيم والسلوكيات أمر معقد نسبياً، خاصة وأن وسائل الإعلام تتعدد وتتنوع من حيث طبيعة محتوياتها وخصائصها، وكذا أساليب تأثيرها على الأفراد والمجتمعات، لهذا كان من الممكن للباحث أن يختار وسيلة واحدة ويدرس أثرها، ونظراً لإشكالية دراسة القيم وصعوبتها كان من الممكن للباحث الابتعاد عن دراسة السلوكيات، لأن السلوكيات في الحقيقة هي نتيجة للقيم.

ولكن رغم هذا تعد هذه الدراسة من أهم الدراسات الجامعية التي تناولت تأثير و أثر وسائل الإعلام على الجماهير بشكل عام، والشباب بشكل خاص، ولقد استفدنا منها في الجانب النظري والمنهجي على حد سواء.

- الدراسة الثالثة: بعنوان "المسلسلات المدبلجة وتأثيرها على القيم والسلوكيات لدى الجمهور الجزائري"<sup>1</sup> من إعداد الباحثة حميدة راضية، وهي رسالة ماجستير نوقشت في قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة الجزائر 2006/2005، وهي دراسة ميدانية هدفت إلى معرفة مدى تأثير المضامين الدرامية المدبلجة على قيم الجمهور الجزائري وأنماط المشاهدة، بالإضافة إلى استكشاف مختلف جوانب ظاهرة إقبال الجمهور الجزائري على مشاهدة هذه المسلسلات، وشملت الدراسة عينة مكونة من 160 مفردة يسكنون في ولاية البليدة، الجزائر العاصمة، الجلفة، وتعد الدراسة من الدراسات الوصفية، واعتمدت على منهج الوصف وأسلوب الاستدلال، و استخدمت الاستبيان والملاحظة والمقابلة كأدوات لجمع البيانات وتوصلت الدراسة إلى النتائج التالية:

- إن الجمهور الجزائري يتعرض لبرامج التلفزيون بشكل يومي، بل أحياناً وبنسبة 63 بالمائة كما نستنتج أن الإناث أكثر مشاهدة للتلفزيون من الذكور، و أن إناث عينة الدراسة يواظبن على مشاهدة المسلسلات كبرامج مفضلة لديهن عكس الذكور، إذ نجد اهتماماتهم تتمحور حول الأخبار، لكن وفي المقابل نجد أن عينة الدراسة تفضل المسلسلات المدبلجة عن باقي البرامج الدرامية سواءً مسلسلات عربية أو وطنية و أن أغلب مشاهدي المسلسلات المدبلجة هم من الشباب العازب.

- إن جمهور المسلسلات المدبلجة ينتمي إلى طبقة المتعلمين العاملين ذوي المستوي الجامعي، ثم يليه مباشرة المستوي الثانوي، وبهذا فإن الجامعيين والعاملين أكثر إقبالاً على هذه المسلسلات.

- إن أفراد جمهور المسلسلات المدبلجة يتابع حلقات المسلسلات على انفراد، لكن وفي نفس الوقت نجدهم يتناقشون حول أبطال المسلسل وعلاقاتهم وطريقة حل المشاكل التي يتعرضون لها، كما أن النقاش يكون مع أفراد العائلة أكثر مع الأفراد الآخرين. وما نلاحظه في هذه الدراسة عدم التركيز على القيم أثناء التحليل، وإنما التركيز كان منصباً على السلوكيات، وقد استفدنا منها في معرفة خصائص الجمهور الجزائري في علاقاته مع بعض المحتويات الإعلامية الممثلة في المسلسلات المدبلجة التي يكون لها الأثر البالغ على القيم.

- الدراسة الرابعة: بعنوان "استخدام الشباب الجامعي لوسائل الاتصال والإعلام الحديثة وأثرها في قيمهم وسلوكياتهم اليومية"، من إعداد الباحث محمد الفاتح حمدي، وهي رسالة ماجستير نوقشت في جامعة باتنة سنة 2009، وكان الهدف من هذه الدراسة هو محاولة فهم وظائف استخدام وسائل الإعلام

<sup>1</sup> - حميدة راضية: المسلسلات المدبلجة وتأثيرها على القيم والسلوكيات لدى الجمهور الجزائري، رسالة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر 2006/2005.

والاتصال الحديثة وأثرها الإيجابي والسلبي في قيم وسلوكيات الشباب الجامعي في ظل موجة الغزو الثقافي داخل النسق الاجتماعي الذي ينتمي إليه، واستشراف آفاقها الممكنة في جملة من الآليات والوسائل التي يتخذها الشباب الجامعي كغطاء لحماية قيمهم وأفكارهم من الذوبان في ثقافة الآخر، ولقد تمحورت إشكالية الدراسة: ما هو أثر استخدام وسائل الإعلام والاتصال الحديثة في قيم وسلوكيات الشباب الجامعي؟.

وقد قسم هذه الإشكالية إلى عدة فرضيات هي:

- يستخدم الشباب الجامعي وسائط الاتصال والإعلام الحديثة لأغراض البحث العلمي والواجبات المدرسية وتحميل الكتب ومتابعة الأخبار والدرشة وقراءة الجرائد والترفيه والاتصال الهاتفي، فهي تلبي رغبتهم في هذا المجال.

- كلما اتجه استخدام الشباب الجامعي لوسائط الاتصال والإعلام الحديثة نحو مجالات البحث العلمي والأكاديمي والتربوي والترفيهي والتنقيفي والتوجيهي والاتصالات الهادفة، والإعلام الهادف، كان لذلك أثر إيجابي على أفكارهم وسلوكياتهم واتجاهاتهم، وقيمهم الثقافية والاجتماعية داخل المجتمع.

- يعتبر مستوى التعليم والتربية والوعي والأخلاق والتنشئة الاجتماعية والتنقيف والوازع الديني محددات رئيسية في توجيه الشباب الجامعي نحو استخدامات إيجابية لوسائط الاتصال والإعلام الحديثة فيما يخدم قيمهم ويدعمها.

ومن أهم النتائج التي توصل إليها الباحث:

- فيما يتعلق بعادات وأنماط ودوافع استخدام المبحوثين لوسائط الإعلام والاتصال الحديثة (تركز على النتائج المتعلقة بالانترنت):

- كشفت الدراسة أن أغلبية المبحوثين من الشباب الجامعي لا يتحكمون جيداً في عملية البحث عبر مواقع الانترنت، وذلك بنسبة 69.68%، وتعد فئة الذكور هي الأكثر تحكماً في عملية البحث عبر الانترنت من فئة الإناث، وما أثبتته أيضاً أن أغلبية المبحوثين لا يملكون بربداً اليكترونياً عبر هذه الشبكة، وذلك بنسبة 80.55%، وتعد فئة الإناث هي الأكثر من حيث عدم ملكيتها للبريد الاليكتروني حيث سجلنا نسبة 82.76% لا تمتلكن بربداً اليكترونياً عكس فئة الذكور الذين يملكون بربداً اليكترونياً عبر هذه الشبكة بنسبة 22.62%.

- بينت الدراسة كذلك أن أغلبية المبحوثين من الشباب الجامعي يقضون ما بين ساعة إلى ساعتين في اليوم أمام شبكة الانترنت وذلك بنسبة 41.97%، يليه المبحوثين الذين يقضون أقل من ساعة في اليوم بنسبة 36.51%، كما أظهرت الدراسة أنه لا توجد فروق جوهرية بين الجنسين في المدة الزمنية التي يقضيها الشباب الجامعي أمام الانترنت، كما كشفت الدراسة أن أغلبية أفراد العينة حديثو العهد من حيث استخدامهم للانترنت حيث سجلنا نسبة 33.79% للذين يستخدمونها لأقل من سنة، ثم يليه المبحوثين

الذين لهم من سنة إلى سنتين في استخدامها بنسبة 30.0%، والملاحظ أن فئة الذكور هي الأكبر من حيث المدة الزمنية في استخدام الانترنت مقارنة بالإناث.

- بينت الدراسة أن من بين أكثر استخدامات يقبل عليها الشباب بكثرة على شبكة الانترنت نجد خدمة البحث العلمي والأكاديمي بنسبة 24.13%، ثم تأتي خدمة البريد الإلكتروني بنسبة 11.02%، ثم خدمة التسلية والترفيه بنسبة 10.12%، والملاحظ أن هناك اختلاف بين فئة الذكور والإناث فيما يخص تفضيلهم وترتيبهم للخدمات المقدمة من قبل هذه الشبكة، حيث وجدنا أن خدمة البحث العلمي تحل المرتبة الأولى لدى كل الفئات، أما خدمة البريد الإلكتروني فنجد أن فئة الذكور هي الأكثر تركيزاً عليها من الإناث، فيما تفضل فئة الإناث في المرتبة الثانية خدمة الترفيه والتسلية عن بقية الخدمات المقدمة وسجلت الدراسة أن الذكور هم الأكثر إقبالاً على المواقع الإباحية.

- وفيما يتعلق بمحور تأثير استخدام تكنولوجيا الاتصال والإعلام الحديثة على سلوكيات الشباب الجامعي:

- كشفت الدراسة أن المبحوثين يرون أن ما يعرض عبر مواقع القنوات الفضائية العربية من برامج وحصص يتنافى (أحياناً) مع قيمنا وأخلاقنا الاجتماعية والدينية والثقافية السائدة داخل المجتمع الجزائري وذلك بنسبة قدرت ب 97.32% .

- وكشفت الدراسة كذلك أن ما يعرض عبر مواقع الانترنت من معلومات وصور مختلفة يتنافى كذلك (أحياناً) مع قيمنا في نظر الشباب الجامعي، وذلك بنسبة 99.11%. وهناك من يرى أن ما يقدم عبر الشبكة يناق كلية مع قيمنا الثقافية والدينية والاجتماعية بنسبة 32.16%، وقد كشفت الدراسة أن ما يعرض عبر المواقع لا يتعارض دائماً مع القيم السائدة داخل المجتمع الجزائري، لأنه قد تكون هنالك مواقع كثيرة تفح مجالاً واسعاً للبحث العلمي في نظر الشباب الجامعي وذلك بنسبة 26.08% وبعضها يثري المعارف والثقافات المحلية بنسبة 17.73%.

- كشفت الدراسة أن هناك إجماع بين المبحوثين أنه توجد العديد من المواقع التي تعمل على دعم القيم والاتجاهات السائدة في مجتمعنا الجزائري. ولكن أغلبية المبحوثين ارجعوا أسباب عدم التوافق لما يعرض عبر مواقع الانترنت مع قيمنا الثقافية والدينية والاجتماعية إلى أن أغلبية هذه المواقع تشجع على الرذيلة والفسق والجنس والدعارة بدون رقيب، وفي بعض الأحيان بدون الإقدام على فتحها تأتي أمامك على شاشة حاسوبك، وذلك بنسبة 29.27%، كما أن العديد من المواقع تعمل على تحطيم القيم السائدة واللغة العربية من خلال الترويج للقيم المادية الغربية وذلك بنسبة 20.13%، في نظر أفراد العينة، بالإضافة إلى قديم قيم دخيلة على الأسرة الجزائرية وإظهارها على أنها أساس الحضارة والتقدم بنسبة 18.28% في نظر المبحوثين.

- أظهرت الدراسة كذلك أن الاستخدام المكثف للانترنت يزيد من انتشار الرذيلة وفساد الأخلاق بنسبة 14.82% بين أفراد المجتمع، كما أنها تؤدي إلى تضييع الوقت في نظر المبحوثين بنسبة 13.03%، التشجيع على الكسل والخمول والإصابة بعدد من الأمراض النفسية والجسدية 10.35%.

ومن بين الأسباب التي أدت إلى تأثير وسائل الإعلام والاتصال في حياة الشباب الجامعي وتغيير نظرتهن إلى الحياة انطلاقاً من هذه الوسائل هو تلبية رغباتهم وحاجاتهم، وكذلك كثرة المضامين التي توفرها هذه الوسائل، بالإضافة إلى أن الفراغ الذي يعانيه الشباب الجامعي هو السبب في زيادة تأثير وسائل الإعلام والاتصال عليهم، وقد أعطت هذه الدراسة تصوراً عن اهتمامات الشباب الجزائري في ظل تطور وسائل الإعلام والاتصال الحديثة، لكن هذه الوسائل متعددة ومتنوعة حتى داخل الوسيلة الواحدة، فمثلاً وسيلة الانترنت تحوي في مستوياتها الاتصالية المختلفة على مواقع التواصل الاجتماعي والمدونات وغيرها من الخدمات التي يمكن تختلف تأثيراتها فمابلك بوسائل الإعلام والاتصال الحديثة.

- **الدراسة الخامسة: بعنوان "آليات الانترنت ومسألة أزمة القيم الاجتماعية لطلاب الجامعة، دراسة ميدانية بجامعة عمار ثلجي الأغواط"<sup>1</sup>**، من إعداد الباحث الدر محمد، رسالة ماجستير نوقشت بقسم علم الاجتماع، تخصص سوسيولوجيا التنظيمات جامعة قاصدي مباح، ورقة 2010/2009، وكان الهدف من الدراسة التعرف على أثر الانترنت على قيم طلاب الجامعة، أي الأثر المترتب عن استخدام خدمات الانترنت سواء كانت سلبية أم ايجابية، ومحاولة معرفة آثارها على القيم العلمية والخلقية، وقد جاءت إشكالية الدراسة على النحو التالي: هل تردد الطلبة الجامعيين على شبكة الانترنت من أجل التحصيل العلمي يؤثر في قيمهم العلمية وقيمهم الخلقية لدى طلاب الجامعة أي نبيين الآثار السلبية والايجابية التي تؤثر فيها خدمات هذه التقنية على قيم طلاب الجامعة، كما حاولت الدراسة بيان طبيعة القيم التي يحتويها البناء المعياري لهذه الفئة من المجتمع ومدى تأثيرها بالقيم الوافدة والناجمة عن استخدام خدمات الانترنت المختلفة، والتي انسجمت داخل هذه الفئة الاجتماعية، وقد جزء الإشكالية إلى تساولين اثنين:

- هل تردد الطلبة الجامعيين على شبكة الانترنت يؤثر في قيمهم العلمية؟
- هل تردد الطلبة الجامعيين على شبكة الانترنت يؤثر في قيمهم الخلقية؟

وقد استخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي الذي يتناسب مع طبيعة الدراسة واستخدم تقنية المقابلة والاستمارة، حيث أجرى المقابلة مع بعض الطلبة فيما يتعلق بتساؤلات الدراسة، واستمارة الاستبيان التي كان عدد أسئلتها 33 سؤالاً، ووزعت في جامعة عمار ثلجي بالاغواط على 84 طالباً جامعياً، وقد توصل إلى مجموعة من النتائج أهمها مايلي:

<sup>1</sup> - محمد الدر: آليات الانترنت ومسألة أزمة القيم الاجتماعية لطلاب الجامعة - دراسة ميدانية بجامعة عمار ثلجي الاغواط، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علم الاجتماع تخصص سوسيولوجيا التنظيمات، جامعة قاصدي مباح ، ورقة، 2010/2009.

- أكدت الدراسة أن أغلب الطلبة لا يستخدمون الانترنت بصورة منتظمة، وهذا لعدم توفر الوقت اللازم لهم، خاصة لفئة الإناث.
- كشفت الدراسة أن المكان الأكثر استخداماً لتصفح الانترنت للطلبة الذكور هو مقاهي الانترنت، وهذا ما يفسر أن الذكور يتميزون بشيء من الحرية أكثر من الإناث الأكثر استخداماً للانترنت في البيت.
- كشفت الدراسة أن صفة استخدام الطلبة للانترنت لا تتأثر بالمستوى التعليمي، بل بالأداء وكثرة الاستخدام والمداومة.
- أكدت الدراسة أن أكثر المجالات إقبالاً من طرف الطلبة في الانترنت كانت في معظمها بين الثقافية والعلمية التي تمثل لهم أهم مصدر علمي معرفي، و أن اللغة الأكثر استخداماً من طرف الطلبة على الانترنت من أجل التحصيل العلمي هي اللغة الفرنسية، كما أنهم، أي غالبيتهم لا يتقون في المادة العلمية المتوفرة في المواقع العربية، ويتقون في المادة العلمية المتوفرة في المواقع الأجنبية.
- أكدت الدراسة أن غالبية أفراد العينة من الذكور والإناث ليس بمقدورهم الاستغناء على الانترنت في تحصيل المادة العلمية، وهذا بسبب الهيمنة والسيطرة واحتكار المعلومات من طرف هذه المواقع الأجنبية.
- معظم الطلبة يقررون أن الانترنت تؤثر بصفة ايجابية على القيم العلمية.
- وما نلاحظه على هذه الدراسة تركيزها البالغ على عادات وأنماط الاستخدام بنسبة تفوق تركيزها على القيم على الرغم من أن هذه العادات والأنماط هي المحرك الذي يؤثر على القيمة سواءً بالإيجاب أو السلب.
- الدراسة السادسة: بعنوان "استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيره في العلاقات الاجتماعية، دراسة عينة من مستخدمي الفيسبوك في الجزائر"<sup>1</sup> من إعداد الباحثة مريم ناريمان نومار، رسالة ماجستير نوقشت بقسم علوم الإعلام والاتصال تخصص الإعلام وتكنولوجيا الاتصال الحديثة، بجامعة الحاج لخضر باتنة 2012/2011. وقد قامت الباحثة في هذه الدراسة بالبحث في أثر استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية على المستخدمين الجزائريين من خلال دراسة عينة منهم لمعرفة مدى تأثير الاستخدام المفرط لمواقع الشبكات الاجتماعية التي تسمح بنسج علاقات اجتماعية افتراضية، مبنية على التشارك وتقاسم مجموعة من التطبيقات والفيديوهات والصور بطريقة لافتة تستدعي الاهتمام مما يؤدي إلى نوع من العزلة الاجتماعية عن الآخرين، والذي قد يؤدي إلى تأثيرات سلبية، فطرح الإشكالية على النحو التالي: ما أثر مواقع الشبكات الاجتماعية على العلاقات الاجتماعية للمستخدمين؟ وقد فرعتها إلى التساؤلات التالية:

<sup>1</sup> - مريم ناريمان نومار: استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيره في العلاقات الاجتماعية، دراسة عينة من مستخدمي

الفيسبوك في الجزائر، مذكر لنيل شهادة الماجستير، قسم علوم الإعلام والاتصال، تخصص الإعلام وتكنولوجيا الاتصال الحديثة جامعة الحاج لخضر، باتنة 2012/2011.

1- ما عادات وأنماط استخدام موقع التواصل الاجتماعي "الفيسبوك" لدى الجزائريين؟

2- ما هي الدوافع والحاجات التي تكمن وراء استخدام الجزائريين لموقع "الفايسبوك"؟

3- كيف يؤثر استخدام "الفيسبوك" على العلاقات الاجتماعية لدى الجزائريين؟

و اندرجت هذه التساؤلات تحت الفرضيات التالية:

1- تختلف طرق استخدام موقع التواصل الاجتماعي "فيسبوك" لدى الجزائريين تبعاً لمتغيري الجنس والسن.

2- يلجأ مستخدمو موقع "فايسبوك" في الجزائر إليه بسبب فراغ اجتماعي وعاطفي.

3- استخدام "الفيسبوك" يؤدي إلى الانسحاب الملحوظ للفرد من النشاطات الاجتماعية، ويقلل من اتصال للمستخدم الشخصي بعائلته وأصدقائه. ومن أجل القيام بهذه الدراسة احتارت الباحثة المنهج المسحي الوصفي، وهذا باعتباره أهم الأشكال لجمع المعلومات عن الأفراد وسلوكياتهم وإدراكاتهم، ومشاعرهم واتجاهاتهم، معتمدة بالأساس على استمارة الاستبيان التي وزعت عينة مكونة من 280 مفردة من مستخدمي "الفيسبوك" في ولايات، باتنة، مستغانم، الجزائر، ورقلة، وخلصت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها مايلي:

- بالنسبة لعادات وأنماط استخدام فيسبوك:

- كشفت الدراسة أن أغلب أفراد العينة يستخدمونه من سنة إلى ثلاث سنوات 52.07%، ويقضي 27.16% منهم أكثر من ثلاث ساعات في استخدامهم للمواقع، كما تشير النتائج أن أغلب المبحوثين يتصفحون الموقع من مرة إلى ثلاث مرات في اليوم، ويفضل 61.50% منهم الفترة الليلية لاستخدامه، ويميل 87.92% منهم إلى الاستخدام الفردي للموقع.

- يفضل 25.18% من أفراد العينة خدمة التعليقات في "الفيسبوك"، ثم الدردشة 22.17%، تليها مشاركة الصور 15.38%، ثم، مشاركة الروابط 15.23%.

- بالنسبة للدوافع والحاجات التي تكون وراء الاستخدام:

- فقد كشفت الدراسة أن أغلبية أفراد العينة يستخدمونه بدافع التواصل مع الأهل والأصدقاء إلى جانب التثقيف بنفس النسبة التي بلغت 14.75%، ثم زيادة المعلومات والمعارف بنسبة 13.84% يليه الترفيه والتسلية .

- كشفت الدراسة كذلك أن أغلب أفراد العينة يستخدمون "الفيسبوك" بهوياتهم الحقيقية، أما مستخدمو الهويات المستعارة فأغلبهم يقومون بهذا الفعل بدافع التصرف بحرية في المواقع .

- كما كشفت الدراسة أن "الفيسبوك" يلبي مجموعة من الحاجات لأفراد العينة تتقدمها الحاجة إلى التواصل والتفاعل مع الآخرين، تليها التثقيف والتعبير بكل حرية، وإشباع الفضول، والحصول على المعلومات والمعارف.



وما نلاحظه على هذه الدراسة أنها لم تحدد طبيعة العلاقات الاجتماعية هل هي أسرية أو علائقية أو مع الآخرين (أصدقاء) وما علاقة ذلك بالعلاقات الاجتماعية الافتراضية التي أشارت إليها الباحثة في بداية دراسته.

## 2- الدراسات العربية:

- الدراسة الأولى: بعنوان "الانترنت والمنظومة التكنو-اجتماعية: بحث تحليلي في الآلية التقنية للانترنت و نمذجة منظومتها الاجتماعية"<sup>1</sup>، من إعداد الباحث محمد علي رحومة، وهي أطروحة دكتوراه نوقشت في جامعة الفاتح في طرابلس بليبيا 2003/2004، ولقد تمحورت إشكالية الدراسة حول محاولة معرفة أسس الارتباط بين مفاهيم النظام الاجتماعي وأنساقه المختلفة مع ما تقدمه التقنية من تغيرات وتطورات ومشكلات اجتماعية بمعنى التحليل والتفكيك والتركيب بين التقني والاجتماعي الحضاري لعناصر الانترنت إضافة إلى معرفة مختلف التفاعلات الحاصلة بين المستخدمين سواء أفراد أو جماعات ولم يتوقف هدف هذه الدراسة عند هذا الحد بل تجاوزه إلى محاولة استشراف مستقبل الانترنت وأبعادها المختلفة في المجتمعات الإنسانية، وعلى هذا الأساس ومن أجل تحليل هذه الإشكالية طرح الباحث جملة من التساؤلات منها:

- ما هي أهم عناصر المنظومة التقنية التي ترتبط بالمكونات الاجتماعية المعنية في هذا النظام؟، وما هي طبيعة النظام المعني؟، وما هي مواصفاتها الحضارية؟ وما هي ملامحه وخصائصه ومقوماته و أفرزاته ومبرراته و عيوبه؟، وما هي الإضافة التي يمكن أن يجسدها ذلك النظام لواقعية النموذج الاجتماعي البشري الحالي وربما المستقبلي خاصة ما يسمى فردية الشخصية البشرية وأبعاد المستقبل الاجتماعي في هذا الإطار؟.

وقد اعتمد الباحث في دراسته على المنهج الوصفي التحليلي بأدواته المختلفة كالملاحظة، الوثائق الاليكترونية، الإحصاءات المعلوماتية بالإضافة إلى الأدبيات والدراسات والأبحاث المرتبة بالبحث كما اعتمد على المواقع والصفحات الاليكترونية، و توصل الباحث إلى النتائج التالية:

- أفرزت الانترنت تقاليد اجتماعية بين مستخدميها وهذه التقاليد تؤثر تأثيراً بالغاً في إكسابهم نظاماً وآليات محددة للتعامل تملئها التقنيات المستخدمة خاصة و أن الانترنت تتيح فرصاً جديدة تشكل العلاقات البشرية كعلاقات التواصل والصدقة والتقارب الإنساني بما قد ينشئ علاقات مبنية بين المستخدمين ذكوراً وإناثاً، و ربما علاقات عاطفية فضلاً على العلاقات العلمية، والفكرية، التجارية الاقتصادية.

<sup>1</sup> - محمد علي رحومة: الانترنت والمنظومة التكنو-اجتماعية: بحث تحليلي في الآلية التقنية للانترنت و نمذجة منظومتها الاجتماعية أطروحة دكتوراه، جامعة الفاتح في طرابلس، ليبيا 2003/2004.

- تزايد عدد مستخدمي الانترنت في البلدان النامية لا يعبر إطلاقاً على التمثيل الايجابي في مجتمع الانترنت.

- ظهور بوابر التنشئة الانترنتية أو مظاهر التربية الرقمية على شبكات الانترنت عمداً وتلقائياً.

- للانترنت تأثير عالمي قوي لاسيما في ظل وجود مزودي خدمة الانترنت وانتشار مقاهي الانترنت وازدياد انتشار الخدمات الانترنتية المجانية كما هي الحال في البريد الالكتروني.

- الانترنت ليست مجرد تقنية صارمة وعلم مادي بحت، و إنما هي تقنية للمعرفة والمعلومات تجسد الإجماع البشري في شتى مظاهره.

على خلفية ما توصل إليه الباحث من حقائق ونتائج مستنبطة يتضح بأن هذه الدراسة بلورت مفهوماً خاصاً لمجتمع الانترنت بأبعاده المختلفة، هذا بالإضافة إلى تبيان النموذج الأوسع لهذا المجتمع المعلوماتي الجديد الذي يعد في واقع الأمر مجتمع إنساني الكتروني غربي محكم بدأت تتمحور حوله المجتمعات البشرية كضرورة حتمية تتشكل وفقه بشكل وبآخر معطيات وقيم كونية جديدة في كل مناحي الحياة السياسية و الاجتماعية و الاقتصادية والثقافية وغيره، وما نلاحظه على هذه الدراسة أنها قدمت تحليلاً اجتماعياً إلكترونياً للمجتمعات والأفراد في ظل تطور الانترنت وتغلغلها في حياتنا، وكذا تأثيرها على المفاهيم الاجتماعية التي كانت في وقت قريب مسلمات، ومنها القيم التي أصبحت قيماً كونية معولمة بفضل هذه التقنيات، وقد استفدنا منها كثيراً في الجوانب النظرية المرتبطة بالثقافة الانترنتية، وكذا التنشئة الانترنتية التي أصبحت البديل المسيطر على الأفراد بصفة عامة، وهذا في مواجهة عناصر الثقافة والتنشئة في الواقع المعاش.

- الدراسة الثانية: بعنوان "شبكات التواصل الاجتماعي وأثرها على القيم لدى طلاب الجامعة" تويتر نموذجاً" دراسة تطبيقية على طلاب جامعة الملك سعود<sup>1</sup>، من إعداد الباحث فهد بن علي الطيار، وهي دراسة نشرت بتاريخ 2014/10/28 في المجلة العربية للدراسات الأمنية والتدريب بالرياض السعودية، ولقد تمثلت إشكالية الدراسة في تبيان بصورة ميدانية الآثار السلبية والايجابية لشبكة التواصل الاجتماعي "تويتر" مع تبيان تأثيرها على القيم الاجتماعية، وذلك من خلال التساؤل الرئيس التالي: ما أثر شبكات التواصل الاجتماعي "التويتر" نموذجاً على القيم لدى طلبة الجامعة؟، وتم تقسيم هذه الإشكالية إلى ثلاث تساؤلات فرعية هي:

- 1- ما الآثار السلبية المترتبة على استخدام طلاب الجامعة لشبكات التواصل الاجتماعي ؟
- 2- ما الآثار الايجابية المترتبة على استخدام طلاب الجامعة لشبكات التواصل الاجتماعي؟
- 3- ما أثر شبكات التواصل الاجتماعي في تغيير القيم الاجتماعية لدى طلاب الجامعة؟

<sup>1</sup> - فهد بن علي الطيار: شبكات التواصل الاجتماعي وأثرها على القيم لدى طلاب الجامعة "تويتر نموذجاً"-دراسة تطبيقية على طلاب جامعة الملك سعود، المجلة العربية للدراسات الأمنية والتدريب، المجلد 31، العدد 61، الرياض، 2014، ص 1193-226.

ومن أجل القيام بهذه الدراسة احتار الباحث المنهج الوصفي التحليلي، وهذا لتناسبه مع طبيعة الدراسة، معتمداً بالأساس على استمارة الاستبيان التي وزعت على عينة مكونة من 2274 مفردة من طلاب جامعة الملك سعود بالرياض على اختلاف تخصصاتهم العلمية، وقد تم اختيارهم بطريقة عشوائية وقد خلصت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها مايلي:

- كشفت الدراسة إلى أن ترتيب الآثار السلبية من وجهة نظر الطلاب تمثلت في: التمكن من إجراء علاقات غير شرعية مع الجنس الآخر، إهمال الشعائر الدينية (تأخير الصلاة عن وقتها)، أدت إلى عزلي وضعف تفاعلي مع المجتمع، ضعف قدرتي على التعبير، تساعد على الهروب من مواجهة الواقع المعاش، يتسبب طول مدة استخدامي لشبكات التواصل الاجتماعي في مشكلات مع الوالدين.

- كما كشفت الدراسة إلى ترتيب الآثار الإيجابية من وجهة نظر الطلاب تمثلت في: الإطلاع على أخبار البلد الذي نعيش فيه، تعلم أمور جديدة من خلال شبكات التواصل الاجتماعي، التعبير بحرية عن آرائي، مكنتني من التعبير بحرية، وتخطي حاجز الخجل، ترسيخ القيم والمبادئ والأخلاق والقوة الحسنة وأسهمت خدمات التواصل الاجتماعي في زيادة وعي الديني، تعريف الأفراد المشاركين في شبكات التواصل الاجتماعي بثقافتنا.

- كما كشف الدراسة أن ترتيب أثر شبكات التواصل الاجتماعي في تغيير القيم الاجتماعية لدى طلاب الجامعة من وجهة نظر طلاب الجامعة تمثلت في: يعزز استخدام الطالب لشبكات التواصل الاجتماعي القدرة على مخاطبة الجنس الآخر بجرأة، تكوين قيم جديدة تتناقض مع قيم الأسرة، تشكو أسرتي من طول الوقت الذي اقضيه منشغلاً باستخدام شبكات التواصل الاجتماعي، تؤثر في علي زيارة الشخص لأصدقائه وزملائه الفعليين، يميل الطالب لتقليد نماذج الحياة الغربية من مأكّل ومشرب وملبس، تربطني علاقة بمن عرفتهم عبر شبكات التواصل الاجتماعي تجعلني أفكر في الزواج منهم لو كنت عازباً.

وما نلاحظه على هذه الدراسة أنها أخلطت بين دوافع وآثار الاستخدام من جهة، ومن جهة أخرى لم يقم الباحث من قياس الأثر المترتب عن استخدام الطلبة لشبكات التواصل الاجتماعي، إنما اكتفى بترتيب بعض السلوكيات الممثلة للقيم دون البحث في دلالة الارتباط بين هذه المتغيرات (الاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي، القيم).

- الدراسة الثالثة: بعنوان "أثر مواقع التواصل الاجتماعي على تنمية القيم والسلوكيات لدى طلبة الجامعة، موقع فيسبوك نموذجاً"<sup>1</sup>، من إعداد الباحث بطرس الحلاق، وهي دراسة نشرت في مجلة شمرا أكاديميا بجامعة تشرين سوريا 2016/2015، وقد هدفت الدراسة إلى محاولة التعرف على اثر مواقع

<sup>1</sup> - بطرس الحلاق: أثر مواقع التواصل الاجتماعي على تنمية القيم والسلوكيات لدى طلبة الجامعة، موقع فيسبوك نموذجاً، مجلة شمرا أكاديميا، جامعة تشرين سوريا، 2016/2015، ص 115-217.

التواصل الاجتماعي على القيم والسلوكيات لدى طلبة الجامعة "فيسبوك نموذجاً"، ولتحقيق أهداف الدراسة تم طرح مجموعة من التساؤلات :

- 1- ما هي أهم الخصائص النوعية لأفراد العينة؟
- 2- ما هي عادات وأنماط استخدام طلبة الجامعة لموقع فيسبوك؟
- 3- ما هي أهم الايجابيات والسلبيات المترتبة على استخدام طلبة الجامعة لموقع فيسبوك؟
- 4- هل استخدام موقع فيسبوك والتعرض لمحتوياته يساعد طلبة الجامعة على الارتباط بالقيم؟
- 5- هل يساعد موقع فيسبوك على تجاوز بعض السلوكيات السلبية؟

ومن أجل الإجابة على هذه التساؤلات استخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي معتمداً بالأساس على استمارة استبيان تضمنت عدة محاور وفقاً لأهداف الدراسة على عينة من طلبة جامعة دمشق قدرت ب 360 طالب على اختلاف تخصصاتهم العلمية، وقد تم اختيارهم بطريقة عشوائية، وخلصت الدراسة إلى أهم النتائج التالية.

- كشفت الدراسة أن النسبة الكبرى من طلبة جامعة دمشق يتمتعون بحرية استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بشكل عام وموقع فيسبوك بشكل خاص.

- أن أغلبية المبحوثين يعتقدون أن استخدامهم لموقع فيسبوك والعرض لمحتوياته ساعدهم على الارتباط أكثر بالقيم، وهذا يناقض الدراسات القائلة بأن مواقع التواصل الاجتماعي لا تقوم بنشر القيم وتعزيزها لدى الشباب.

- إن طلبة الجامعة في أغلبهم ذكوراً وإناتاً يوافقون على أن موقع فيسبوك يساعدهم على الارتباط بالقيم ولكن الإناث بسبب وضعهن في المجتمع هن أكثر اعتقاداً في قدرة مواقع التواصل الاجتماعي على جعلهن يرتبطن أكثر بقيم الطموح، تقدير العلم ، احترام الذات، والمسؤولية.

- إن موقع فيسبوك لا يستطيع مساعدة الشباب على تجاوز بعض السلوكيات السلبية إذا كانت هذه الأخيرة موجة بالقيم، وتحدث في البيئة الاجتماعية وثقافتها وتقاليدها وليست مواقع التواصل الاجتماعي بشكل عام وموقع فيسبوك بشكل خاص،

وما نلاحظه على هذه الدراسة محاولتها قياس الأثر والسلوكيات بعيداً عن ترتيب القيم حسب وجهة نظر الطلبة مثلما هو الحال في الدراسات السابقة، وهي دراسة مهمة لأنها تدرس مستوى اتصالي في الانترنت ممثلاً في موقع تواصل اجتماعي (الفيسبوك) وأثره على قيم وسلوكيات الطلبة في بلاد عربية، نشاركها نفس القيم الأساسية، خاصة تلك المتعلقة بالدين والأخلاق، وقد استفدنا منها كثيراً في معرفة طبيعة العلاقة الارتباطية بين استخدام الفيسبوك من قبل الطلبة ومتغير القيم والسلوكيات، وبعض المتغيرات الديمغرافية والشخصية المهمة في مثل هذه الدراسات.

## - التعليق على الدراسات السابقة:

مما لا شك فيه أن للدراسات السابقة أهمية كبيرة في ميدان بحوث الإعلام والاتصال، حيث تناولت وسائل الإعلام سواءً التقليدية أو الحديثة، كما ركزت على تأثير هذه الوسائل على الأفراد والمجتمعات والعلاقات الاجتماعية، والآثار النفسية والاجتماعية والأخلاقية والقيمية المترتبة عنها، كما كان نلاحظ أنه هناك بعض التفاوت في المجتمعات التي طبقت فيها الدراسات السابقة، والفئات الاجتماعية والعمرية التي كانت محل الدراسة (عمال، موظفين، شباب، شباب جامعي، طلبة.. الخ) ويلاحظ كذلك أن بعض هذه الدراسات لم يتناول الوسيلة بصفة عامة، وإنما بعض محتوياتها ومضامينها ( المسلسلات المدبلجة التلفزيونية مثلاً)، أو بعض المستويات من الوسيلة كما هو الحال في وسيلة الانترنت (مواقع التواصل الاجتماعي، موقع الفيسبوك، موقع تويتر)، ونفس الشيء عند الحديث عن القيم فإن القيم محل الدراسة اختلفت من باحث إلى آخر، وهذا بالأساس راجع إلى الطريقة التي اعتمدت فيها هذه القيم، سواءً من مقاييس جاهزة أو قائمة مختارة من باحثين حسب الحاجة البحثية، ويلاحظ أن معظم الدراسات السابقة التي اعتمدنا عليها في هذه الدراسة وبالرغم من قلتها، فقد تناولت إلى حد ما بعض الجوانب الأساسية من هذه الدراسة، وأشارت بصفة كلية إلى تأثيرات وسائل الإعلام التقليدية والحديثة، ومنها الانترنت بمستوياتها الاتصالية المختلفة، شبكات التواصل الاجتماعي (الفيسبوك مثلاً) على القيم.

وقد اقتربت بعض هذه الدراسات من الدراسة الحالية في تأكيد وإثبات تأثير الوسائل الإعلامية المختلفة على قيم الأفراد بصفة عامة والشباب والطلبة بصفة خاصة، وهو الهدف الذي نسعى إلى الوصول إليه بعد اختبارها، وقد اختلفت بعض هذه الدراسات عن هذه الدراسة لكون بعضها تناول تأثير وسائل الإعلام والمنظومة الإعلامية (دراسة بلقاسم بن روان، ودراسة السعيد بومعيرة) بصفة عامة على قيم وسلوكيات الشباب والإعلاميين، وتأثر الوسائل التقليدية و تكنولوجيات الحديثة على القيم والسلوكيات (دراسة محمد الفاتح حمدي) ، وبعضها تناول تأثير محتوى تلفزيوني (دراسة حميدة راضية)، ومنها من تناول الانترنت كمنظومة حالية ومقبولية مثل (دراسة علي محمد رحومة)، وآليات الانترنت ككل مثل (دراسة محمد الدر)، أما باقي الدراسات تناولت تأثير الشبكات الاجتماعية ممثلة في موقع فايسبوك سواءً على القيم أو العلاقات الاجتماعية (دراسة مريم ناريمان نومان)، وقد ركزت كلها على الجوانب السلبية والايجابية للتأثير، بينما يسعى الباحث في هذه الدراسة إلى تقديم تحليل موضوعي لأثر الانترنت بمستوياتها الاتصالية المختلفة (مدونات، مواقع التواصل الاجتماعي، بريد اليكتروني ... الخ) في علاقاتها مع القيم لدى فئة الطلبة الجامعيين، محاولين تقديم التأثيرات والعلاقة والارتباط بدرجاتها المختلفة بين المتغيرات الثلاث (الانترنت، القيم، الطلبة الجامعيين)، وهو ما يعطي للدراسة الحالية أهميتها في جانبها التطبيقي والنظري.

وعلى العموم فقد تميزت الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة في محاولتها دراسة أثر الانترنت على القيم لدى طلبة الجامعة الجزائرية ممثلين في طلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة المسيلة، هذه الفئة التي تعد فئة مهمة في المجتمع بحكم أنها تدرس الإعلام والاتصال، وبالتالي هي على دراية كافية بقدرة الوسائل الإعلامية التقليدية أو الحديثة على التأثير والإقناع والتمكين، كما أن مستواها التعليمي والثقافي والمعرفي يشجعها على الاستخدام أكثر سواء من أجل التحصيل العلمي والإطلاع على الجديد أو من أجل التواصل والتفاعل مع الآخرين، وبالتالي فالأثر يكون لمحاولة سواء بالإيجاب أو السلب، خاصة وأن الطلبة محكومين بتنشئة اجتماعية ومبادئ مصدرها الدين الإسلامي في الغالب (أو العادات والتقاليد حسب دراسة بلقاسم بن روان)، كما أن تركيزنا على الانترنت ككل سواء كوسيلة إعلامية اتصالية بمستوياتها الاتصالية المختلفة (مواقع الواب، مواقع التواصل الاجتماعي، المدونات، محركات البحث.. الخ) ، أو كبيئة وفضاء افتراضي بديل أو امتداد وتكامل للفضاء يتفاعل فيه الطلبة بعيداً عن الواقع المعاش أو البيئة الحقيقية، أو كمنظومة اجتماعية واتصالية، وهذا عكس الدراسات السابقة التي نظرت للانترنت في مستوى واحد معين من الاتصال محدد مسبقاً، كما أننا حاولنا أن نقيس هذا الأثر ونختبره من خلال البحث في الأساس عن طبيعة العلاقة الإحصائية بين المتغيرات الأساسية المرتبطة بالقيم ومعرفة اتجاهها ودرجاتها.

وأخيراً فقد تم الاستفادة من الدراسات السابقة، بعضها في بلورة الفكرة البحثية بكافة جوانبها ومسوياتها البحث، والبعض الآخر في كيفية التطرق لبعض المتغيرات وطريقة اختبارها سواء تعلق الأمر بالوسائل الإعلامية التقليدية أو الحديثة أو المستويات الاتصالية المختلفة للانترنت الممثلة أساساً في مواقع التواصل الاجتماعي ( فيسبوك، وتويتر)، كما أن هذه الدراسات كشفت لنا القصور حسب رأينا في المتغيرات التي لم يتم دراستها وتناولها، و أن طريقة الدراسة والمعالجة لا تتلاءم مع طبيعة الوسيلة والفئات الاجتماعية محل الدراسة. كما أن التطبيقات المستحدثة يوماً لشبكة الانترنت وطور مستوياتها الاتصالية يعطينا تصوراً أن التأثير يكون مغايراً، خاصة مع البيانات والإحصائيات الحديثة التي تتحدث عن الانتشار المفرط في الاستخدام وتطور تقنية الانترنت على مستوى بنيتها التحتية والاجتماعية، وكذا مستويات التدفق المرتفعة التي لا محالة ستترك أثراً نفسياً واجتماعياً يختلف عما كان في السابق.

## VII. تحديد المفاهيم:

تتضمن هذه الدراسة بعض المفاهيم ضمن الأطر النظرية والتطبيقية ينبغي تحديد مضمونها، فيما

يأتي:

## 1. الأثر:

أ. **التعريف اللغوي:** "الأثر هو بقية الشيء والجمع آثار وأثر، والتأثير إبقاء الأثر في الشيء"<sup>1</sup>، " فنقول أثر فيه تأثيراً وترك فيه أثراً، فالأثر ما ينشأ عن تأثير المؤثر"<sup>2</sup>، والأثر هو: العلامة، ولمعان السيف، وأثر الشيء: بقيته، وفي المثل "لا طلب أثراً بعد عين" يضرب لمن يطلب أثر الشيء بعد فوت عينه، وما يحدثه وجاء في أثره: في عقبه وما خلفه السابقون والخبر المروري، والسنة الباقية (ج) آثار وأثر<sup>3</sup>، وللاثر معاني أخرى كالخبر في قوله "ونكتب ما قدموا وآثارهم"<sup>4</sup>، أي ما أسلفوا من أعمال وأخبار، وأثر الرسول سننه<sup>5</sup>.

## ب. التعريف الاصطلاحي:

تهدف وسائل الإعلام المختلفة إلى التأثير على جمهورها في آرائه وعاداته ومواقفه واتجاهاته لهذا فهي تترك أثراً معيناً على الأفراد قد يكون إيجابياً وسلبياً، وبالتالي فإن هدف أي رسالة اتصالية أو إعلامية من رسالتها إحداث التأثير في المتلقي، وقد يكون تأثيراً فورياً مباشراً أو غير مباشر.

وتعرف موسوعة علوم الإعلام والاتصال الأثر "بأنه نتيجة الفعل الذي ظهر جراء مؤثر"<sup>6</sup>، " فالأثر هو نتيجة الاتصال، وهو يقع على المرسل والمتلقي على السواء، وقد يكون الأثر نفسي أو اجتماعي ويحقق أثر وسائل الإعلام من خلال تقديم الأخبار والمعلومات والترفيه والإقناع، و تحسين الصورة الذهنية"<sup>7</sup>. كما أن كلمة أثر في الإعلام "ترجع إلى أية نتائج يمكن أن تتجم عن عمل وسائل الإعلام الجماهيري سواءً في ذلك النتائج المقصودة أو غير مقصودة"<sup>8</sup>.

ويرى الباحث عبد الباسط محمد عبد الوهاب بأن الأثر "ما أحدثته تلك التكنولوجيا الإعلامية سواءً كان أثراً سلبياً أو إيجابياً، كاستخدام الأقمار الصناعية أوجد عدة قنوات إرسال وكذلك أوجد إرسالاً

1 - ابن منظور: لسان العرب، المجلد 09، دار الكتب العلمية، بيروت، لبنان، ط1، 2003، ص423.

2 - عبد المنعم الخفني: المعجم الشامل للمصطلحات الفلسفية، مكتبة مدبولي، القاهرة، ط1، 2000، ص173.

3 - مجمع اللغة العربية: المعجم الوسيط، مكتبة الشروق الدولية، المجلد1، ط4، 2004، ص173.

4 - القرآن الكريم، سورة يس، الآية 12.

5 - ابن منظور: لسان العرب المحيط، المجلد4، دار الفكر، بيروت، لبنان، ط1، 1990، ص05.

6 - Bernard Lamazit , Ahmed Slimane : Dictionnaire encyclopédique de sciences de l'information et la communication, ellipses, paris, 1997, p228.

7 - حسين عماد مكاي، ليلي حسين السيد: الاتصال ونظراته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، ط2، 2001، ص52.

8 - سامية محمد جابر: الاتصال الجماهيري، والمجتمع الحديث، النظرية والتطبيق، دار المعارف الجامعية، القاهرة، د ط، 1998 ص61.

متخصصاً، وعملت على تفتيت الجماهير إلى أفراد منعزلين بعد أن كان الإرسال قبل الأعمار الصناعية يتوجه لجميع لجماهير<sup>1</sup>.

ويعرف الباحث عبد الله بوجلal بأنه "هو ما يمكن أن يحدث من تغيير في المواقف والسلوكيات والآراء والمعلومات والمعتقدات من جراء انتقال الرسالة الإعلامية إلى المتلقي، فالرسالة الإعلامية قد تلفت انتباه المتلقي فيدركها وقد تضيف إلى معلوماته معلومات جديدة وقد تجعله يكون اتجاهات جديدة أو يعدل من اتجاهاته السابقة، وقد تجعله يتصرف بطريقة جديدة أو يعدل سلوكه السابق"<sup>2</sup>، و"يمكن أن يكون الأثر أنياً، وهو ما يؤكد نموذج الحقنة تحت الجلد أقدم نماذج التأثير على الإطلاق، وكان أصحاب هذا النموذج يرون أن لوسائل الإعلام القدرة على التأثير المباشر و الآني والقوي في كل من يتعرض للرسالة الإعلامية"<sup>3</sup>.

أما الباحث السعيد بومعيزة فيرى أن الأثر "هو ذلك الفعل الناتج عن تلاقي أنظمة ثقافية متباينة، وما يتركه هذا التلاقي من عواقب وردود أفعال تتوقف في مجملها على مدى قوة وفاعلية كل نظام ثقافي"<sup>4</sup>، كما يرى أن الأثر هو "تلك العلاقة التفاعلية بين أفراد الجمهور ووسائل الإعلام وتتميز هذه العلاقة من جانب وسائل الإعلام بمحاولة تكييف رسائلها مع خصائص الجمهور الذي توجه إليه بهدف استمالتهم لكي يتعرضوا لمحتوياتها، وليس بالضرورة التأثير عليهم لكي يغيروا شيئاً على المستوى المعرفي أو الوجداني أو السلوكي"<sup>5</sup>، ويظهر الأثر كذلك من خلال رجوع الصدى **Feed Back**، أو ردود الأفعال على المثيرات وهي الرسائل الإعلامية المختلفة، والأثر يحمل معنى التغيير الذي يطرأ على المتلقي بعد استقباله لرسالة المرسل.

والأثر هو النتيجة التي تتولد عن انعكاس شيء على شيء آخر مقابل، سواء كان أثر نفعي أو غير نفعي، وينقسم الأثر إلى قسمين:

- أثر سلبي: نتيجة سيئة لشيء على شيء آخر.
- أثر ايجابي: نتيجة فعالة أو مستحقة.

<sup>1</sup> - عبد الباسط محمد عبد الوهاب : استخدام تكنولوجيا الاتصال في الإنتاج الإذاعي والتلفزيوني، المكتب الجامعي الحديث، القاهرة ط1، 2005، ص331.

<sup>2</sup> - عبد الله بوجلal : أثر التلفزيون على الأطفال، مجلة بحوث، العدد1، جامعة الجزائر، 1993/1992، ص64.

<sup>3</sup> - Judith Lazar : **la science de la communication**, Ed, Que je, Dahleb, h.DEY, Algerie, p116-117

<sup>4</sup> - السعيد بومعيزة : الأثر - السوسيو-ثقافي لتكنولوجيات الاتصال الحديثة في الجزائر، المجلة الجزائرية للاتصال، جامعة الجزائر، العدد 14، جويلية، ص196.

<sup>5</sup> - السعيد بومعيزة : أثر وسائل الإعلام على السلوكيات والقيم لدى الشباب، دراسة استطلاعية بمنطقة البلدية، رسالة دكتوراه، قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2004/2005، ص29.



**ج. التعريف الإجرائي:**

ونقصد بالأثر في هذه الدراسة: كل تغيير يطرأ على سلوكيات وتصرفات ومواقف فئة الطلبة الجامعيين، وقيمهم التي تعتبر معايير لتوجيه سلوكياتهم واتجاهاتهم بعد استخدامهم وتعرضهم لمحتويات شبكة الانترنت، وبمعنى آخر ما يمكن أن تحدثه مضامين الانترنت من تبديل أو تعديل أو تغيير أو تنمية أو تثبيت للقيم سواءً ايجابياً أو سلبياً.

فيكون الأثر سلبياً إذا كانت محتويات الانترنت لا ترتبط بقيم الطلبة، ويكون الأثر ايجابياً إذا كانت محتويات واستخدامات الانترنت مرتبطة وثيقة الصلة بالقيم لدى الطلبة الجامعيين، و ما ينتج من قيم عندهم من جراء العلاقة التفاعلية بينهم وبين وسيلة الانترنت، وهذا لكون الطلبة يستعملون الانترنت لأسباب مختلة تتعلق بالبيئة التي تحيط بهم وبتكوينهم النفسي والاجتماعي والثقافي والعلمي، وهذا وفقاً لما تحمله محتويات الانترنت، وخدماتها المتنوعة ومدى قدرتها على إشباع حاجاتهم واهتماماتهم المختلفة ونتعرف عليه من خلال استجابات الباحثين للأسئلة المطروحة في استمارة الاستبيان.

**2. النسق القيمي:**

**ب. التعريف الاصطلاحي:** هو ذلك "الترتيب الهرمي لمجموعة القيم التي يتبناها الفرد أو الجماعة أو المجتمع ويحكم سلوكه أو سلوكهم، وغالباً بدون وعي شعوري من الفرد أو أعضاء الجماعة أو المجتمع<sup>1</sup> وهو" مجموعة من قيم الفرد أو المجتمع مرتبطة وفقاً لأولوياتها، فهو إطار عام على هيئة سلم تتدرج مكوناته تبعاً لأهميتها"<sup>2</sup>، وقد اتفق الفلاسفة والمفكرين ورجال الدين قديماً على أن تنمية الأخلاق والنسق القيمي هما الطريق الصحيح في أي مجتمع للوصول لحياة أفضل، ولكن يظهر أن الانترنت شكلت مجتمعاً افتراضياً (خائلياً) برهن على وجود شكل جديد من أشكال النشاط الجماعي والقيم والآراء من خلال وساطة الانترنت في حياتنا اليومية وعلاقاتنا الاجتماعية، وهذا بالإضافة إلى التغيرات الاجتماعية والاقتصادية والسياسية والثقافية التي عاشتها الجزائر، و أثرت على الهوية القومية للمجتمع الجزائري، وبالتالي أثرت على الشباب والطلبة الجامعيين.

**ج. التعريف الإجرائي:**

ونقصد به في دراستنا الترتيب الهرمي وتفضيل القيم بصفة تدريجية و بدرجات متفاوتة وفقاً لأهميتها لديهم، وتكون متأثرة ومرتبطة بمعايير البيئة المحيطة بالطلبة الجامعيين الجزائريين.

**3. التفاعلية: (Interaction)**

<sup>1</sup> - عبد اللطيف محمد خليفة: ارتقاء القيم، عالم المعرفة، الكويت، 1992، ص71.

<sup>2</sup> - المرجع نفسه، نفس الصفحة.

## أ. التعريف اللغوي:

في اللغة الفرنسية **Interaction** تعني تبادل الفعل<sup>1</sup> **action cécioproque**، وهو "صلة بين مجموعتين من أي نوع كان بحيث أن فاعلية كل منهما تحددها جزئياً فاعلية الأخرى"<sup>2</sup>.

## ب. التعريف الاصطلاحي:

التفاعلية هي "سلسلة من الأفعال الاتصالية التي يستطيع الفرد أن يقوم بها فالمرسل يستقبل ويرسل في الوقت نفسه وكذلك المستقبل، ويطلق على القائمين بالاتصال لفظ مشاركين بدلاً من مصادر ومستقبلين<sup>3</sup>، كما يتسم الكائن البشري بوجود علاقات بينه وبين الآخرين بغض النظر عن مسألة إن كانت إيجابية أو سلبية، لهذا يعرف التفاعل بأنه عملية تحدث بين الأشخاص، يغير بواسطتها الأفراد المتصلون مؤقتاً تصرفاتهم بعضهم اتجاه بعض من خلال آثار متبادلة متواصلة.

وهو النمط السلوكي الأساسي في الجماعة، والتفاعلية هي تتابع سلسلة من الرسائل المترابطة والمرتبطة ببعضها البعض بدرجة يسمح فيها النظام الاتصالي بوجود رد فعل، وفي الاتصال التفاعلي تكون الأدوار الاتصالية متبادلة، وقد نتج عن هذا التفاعل انحسار لسلطة المركز على مصادر المعلومات، وأصبح الفرد مسؤولاً أثناء اختيار معلوماته وبرامجه، ومشاركاً في صنعها.

و " التفاعلية في وسائل الإعلام ظاهرة حديثة الظهور مرتبطة ارتباطاً وثيقاً بتكنولوجيا الاتصال الحديثة من جهة، وانتشار الديمقراطية وحرية التعبير من جهة أخرى في المجتمعات الحديثة من جهة ثانية، وظهر ما يسمى بالتفاعلية مع الطرق السريعة للمعلومات، التي اعتبرها جزءاً أساسياً من ديمقراطية الإعلام، إذ يشجع التفاعل المتبادل وأسلوب الحوار، ويجعل مهمة المرسل والمستقبل قابلة للتبادل ويسمح لمختلف وجهات النظر بالظهور والتعبير عن رأيها"<sup>4</sup>، والتفاعل يمكن أن يتم من خلال استخدام الانترنت بهدف التعلم أو الترفيه والترويج، بناءً على خاصية الاستجابة كأبرز سمات خاصية التفاعل مما يجعل الشبكة وسيلة جماهيرية أكثر تميزاً عن باقي أشكال الاتصال الأخرى، إذ تشمل خصائص الاتصال الشخصي والجماهيري معاً"<sup>5</sup>.

وبالتالي فإن التطورات التي طرأت على البيئة الاتصالية الحديثة القائمة على تكنولوجيا الكمبيوتر كانت مدعومة بخصائص جديدة تماماً أهمها التفاعلية، فمستخدمو ألعاب الفيديو وأجهزة

<sup>1</sup>-LAROUSSE: **Dictionnaire LAROUSSE** : Ed, Larousse, 26eme Ed, paris, 2006, p60.

<sup>2</sup> - أحمد زكي بدوي: **معجم مصطلحات العلوم الاجتماعية**، مكتبة لبنان، 1986، ص222.

<sup>3</sup> - عبد الباسط عبد الوهاب: **استخدام تكنولوجيا الاتصال في الإنتاج الإذاعي والتلفزيوني -دراسة تصنيفية وميدانية**، المكتب الجامعي الحديث، صنعاء، اليمن، د ط، 2005، ص260.

<sup>4</sup> - ميشال سينيكال: **التفاعلية مسألة اخذ وعطاء**، مجلة الرسالة، فيفري، القاهرة، مصر، 1995، ص ص16، 15.

<sup>5</sup> - أسماء حسين حافظ: **تكنولوجيا الاتصال التفاعلي في عصر الفضاء الإلكتروني المعلوماتي الرقمي**، الدار العربية للنشر والتوزيع، مصر، ط 1، 2005، ص15.

الكمبيوتر الشخصية، وشبكة الانترنت لا يشكلون جمهوراً سلبياً، ولا يمكن أن يكونوا كذلك على عكس الجمهور المستقبل للتلفزيون مثلاً، بل إن نمط الاتصال الذي يتم في حالة هذه الوسائل هو اتصال ذو اتجاهين، يتطلب مستخدماً نشطاً في هذا الحوار بين الإنسان والآلة، ويبدو أن أفراد الجمهور الأصغر سناً وخاصة الأطفال والمراهقين والشباب تجذبهم هذه الإمكانيات الجديدة أكثر من غيرهم.

وفي إطار تلك الصلة بين مصطلحي التفاعل و الانترنت يمكن إيضاح أن التفاعل يتصل بالكيانات الرقمية الجديدة في الفضاء الإلكتروني، كما يرتبط بشكل وثيق بتطور استخدامات الاتصال الحديثة عبر الانترنت، وبكل ما تتيحه من خدمات، يمكن إجمالها في تحقيق الاتصال والتفاعل بنحو متزاوج، بمعنى الاتصال الذي يتعدى مجرد تعرض الأفراد إلى وسائل الاتصال الجماهيرية إلى تعرضهم وتفاعلهم مع تكنولوجيا الانترنت كوسيلة اتصالية جماهيرية تفاعلية، يبرز من خلالها دور الفرد ايجابياً كمشارك أساسي في العملية الاتصالية من خلال المعطيات والتفاعل مع مخرجاتها، وهذا ما نقصده في دراستنا هذه.

#### ج. التعريف الإجرائي:

بمعنى آخر تعرض الطلبة الجامعيين وتفاعلاتهم مع المستويات المختلفة لانترنت، وما ينتج عن هذا التفاعل من آثار على مستوى القيم والسلوكيات والتصرفات والمواقف، و تبرز هذه المعطيات من خلال دور الطلبة الايجابي أو السلبي في عملية استخدام الانترنت لتلبية حاجاتهم المختلفة.

#### 4. السلوك:

أ. **التعريف اللغوي:** (مصدر سلك): سيرة الإنسان وتصرفه واتجاهه، مجموعة أفعال الكائن الحي استجابة للمؤثرات الداخلية والخارجية<sup>1</sup>.

#### ب. التعريف الاصطلاحي:

هو موضوع علم النفس، ويشمل نشاط الإنسان في تفاعله مع محيطه وتكيفه حتى يحقق التوافق المتبادل معه، و أن "مفهوم السلوك بمعناه الضيق يقتصر على نشاطات الجسم القابلة للملاحظة المباشرة، مما يستبعد على الأقل للوهلة الأولى حالات الوعي والأفكار والمشاعر والتصورات، وغيرها من النشاطات الداخلية"<sup>2</sup>.

أما قاموس علم الاجتماع فيعرف السلوك بأنه: " أي استجابة أو رد فعل للفرد لا يضمن فقط الاستجابات والحركات الجسمية، بل يشمل على العبارات اللفظية والخبرات الذاتية، وقد يعني هذا المصطلح الإجابة الكلية أو الآلية التي تدخل فيها افرازات الغدد حين يواجه الكائن العضوي أي موقف

<sup>1</sup> - أحمد مختار عمر: اللغة العربية المعاصرة، عالم الكتب، مصر، ط1، 2008، ص1097.

<sup>2</sup> - رولان دورون ، فرنسوا بارو: موسوعة علم النفس (ترجمة: فؤاد شاهين )، عويدات للنشر والطباعة، بيروت، لبنان، ط1، 1997، ص224.

وعلى الرغم من أن بعض الباحثين يستخدمون مصطلحي فعل وسلوك بمعنى واحد إلا أن اصطلاح السلوك أهم من الفعل لأنه يشتمل على كل ما يمارسه الفرد، ويفكر فيه، ويشعر به بغض النظر عن القصد والمعنى الذي ينطوي عليه السلوك بالنسبة للفرد<sup>1</sup>، و" كثيراً ما يصدر سلوك الإنسان رداً على منبهات أو مثيرات، والمنبه أو المثير في علم النفس هو أي عامل أو موقف (داخلي أو خارجي) يثير استجابة الإنسان"<sup>2</sup>.

### ج. التعريف الإجرائي:

و أن السلوك في هذه الدراسة لا نقصد به سلوك استخدام الانترنت رغم أن هذا الأخير يعد كمرحلة أولى للتعامل مع وسيلة الانترنت لتلبية حاجات ودوافع نفسية واجتماعية ومعرفية..الخ، والسلوك الذي نعنيه في هذه الدراسة هو السلوك السوي أو غير السوي ( المكشوف أو المستتر) الذي يكون نابع من الممارسات التي تتقلها الانترنت، وتكون غير موجه بالقيم ولا يعاقب عليها القانون(باستثناء بعض الحالات مثل التعدي على الخصوصية...)، وإنما لا تتوافق مع المعايير الاجتماعية السائدة في المجتمع الجزائري، وبالتالي يكون السلوك في دراستنا هذه: استجابات الطلبة الجامعيين، وردود أفعالهم خلال تفاعلهم مع الانترنت سواء كانت هذه الاستجابة سلبية أو ايجابية بالنسبة لمعايير المجتمع وقيمه، وقد حاولنا رصد بعض من السلوكيات التي تتناسب مع طبيعة الطلبة والانترنت في شكل عبارات تترجم قيم معينة التي لاحظنا أن الانترنت تروج لها عن قد قصد أو دون قصد كإقامة علاقات غرامية، التعدي على خصوصية الآخرين..الخ، وكذا مدى انتشار هذه السلوكيات.

### 5. الاستخدام:(usage)

#### أ. التعريف اللغوي:

استخدم (استخدم الرجل غيره) استخدمه استخداماً، فهو مستخدم والآخر اتخذه خادماً، طلب منه أن يخدمه ( استخدم الإنسان السيارة، الآلة،...الخ)، استعملها في خدمة نفسه<sup>3</sup>.

#### ب. التعريف الاصطلاحي:

يعرف الاستخدام "بأنه ما يستخدمه الفرد فعلياً من المعلومات، أي أنه الاستخدام العقلي للمعلومات التي يحتاجها بالفعل، إضافة إلى أن الاستخدام ربما يرضي احتياجات المستفيد، أو لا يرضيها وذلك عندما لا

<sup>1</sup> - أحمد عاطف غيث: قاموس علم الإجماع، دار الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، د ط، 1979، ص36.

<sup>2</sup> - عز الدين جميل عطية: تفسير الناس للسلوك والمواقف من منظور علم النفس المعاصر، عالم الكتب، القاهرة، ط1، 1999 ص57.

<sup>3</sup> - قاموس عام:عربي فرنسي، دار الكتب العلمية، بيروت، د ط، 2005، ص61.

يجد المعلومات التي لا يحتاجها بالفعل"<sup>1</sup>، وهو "استخدام شيء ما أو أداة أو وسيلة أو عدة أشياء واستغلالها لتلبية حاجيات مهنية لدى الأفراد في حياتهم"<sup>2</sup>. ويرى الدكتور عادل عبد الصادق: "إن ما نجده في أيدينا من تطبيقات تكنولوجية بطبيعتها محايدة ولكن ما يعمل على بلورة نمط الاستخدام لها، ثقافة المستخدم وبيئته التي يعيش فيها وحالته النفسية، ونمط العلاقات الصراعية أو التعاونية التي يرتبط بها والتي تلعب دور في التأثير على الإدراك ونمط التفكير تم التأثير في السلوك سواءً كان سلبياً أو ايجابياً"<sup>3</sup>. كما "أن كلمة استخدام يقابلها في العربية كلمة استعمال وهي بالفرنسية usage، و التي عرفها قاموس علم الاجتماع" بنمط سلوكي يقبله المجتمع"<sup>4</sup>. ويشير مفهوم الاستخدام حسب "برولكس Proulex" إلى "معنى ماذا يفعل الناس حقيقة بالأدوات أو الأشياء التقنية؟، كما أن مفهوم الاستخدام يحيل بدوره إلى مسألة التملك الاجتماعي للتكنولوجيا ويسأل علاقة الأفراد بالأشياء التقنية وبمحتوياتها أيضاً، كما أن الاستخدام فيزيائياً يحيل إلى استعمال وسيلة إعلامية أو تكنولوجية قابلة للاكتشاف والتحليل عبر ممارسات وتمثلات خصوصية، كما أن مفهوم الاستخدام يقتضي أولاً إمكانية الوصول إلى تكنولوجيا ما، بمعنى أن تكون متوفرة فيزيائياً (مادياً) حتى نستطيع الحديث عن الاستخدام، تم ضرورة أن يتم تبني هذه التكنولوجيا"<sup>5</sup>.

وقد غلب توظيف مصطلح الاستخدام أو الاستعمال في أحيان أخرى مع تطور التكنولوجيا بصفة عامة، وتكنولوجيا الإعلام والاتصال بصفة خاصة، وهذا لتجسيد العلاقة بين الإنسان المستخدم والآلة أو التقنية، وما يطبع هذه العلاقة من تفاعل ومشاركة، وما قد يؤدي في المستقبل من اندماج بين الإنسان والآلة ليس بالضرورة على المستوى الفيزيقي، وإنما على المستوى الوظيفي، ولا يمكن الحديث عن الاستعمال دون الحديث عن قيمته، أي قيمة الاستعمال (valeur d'usage) التي: "تدل ما للشيء من قدر وقيمة في نظر من يطلبه، وهو معنى لا يعني مجرد المنفعة، فقد يكون الشيء ذا قيمة عالية في نظر الناس لكن ليس له منفعة فعلية"<sup>6</sup>.

- 1 - عبد الحميد بلعباس: إتاحة واستخدام مصادر المعلومات، دراسة لاستخدام مصادر المعلومات من قبل طلبة الدراسات العليا بالمكتبة الجامعية محمد بوضياف، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، قسم علم المكتبات والتوثيق، جامعة المسيلة 2005/2006، ص 06.
- 2 - أحمد عبدلي: مستخدمو الانترنت، مذكرة خرج لنيل شهادة الماجستير، جامعة منتوري قسنطينة، قسم الإعلام، 2012-2013، ص 06.
- 3 - عادل عبد الصادق: الشبكات الاجتماعية والقيم المحلية بين الثابت والمتغير، مجلة لغة العصر، المركز العربي لأبحاث الفضاء الإلكتروني عدد ديسمبر 2016، ص 01.
- 4 - محمد عاطف غيث: قاموس علم الاجتماع، مطابع الهيئة المصرية للكتاب، الإسكندرية، مصر، 1989، ص 499.
- 5 - عبد الوهاب بوخروفة: الأطفال و الثورة المعلوماتية: التمثل و الاستخدامات، مجلة اتحاد الدول العربية (النسخة الالكترونية) العدد 2، 2007، ص 73 في الموقع التالي: [www.asbu.fr.net](http://www.asbu.fr.net)
- 6 - جميل صليبا: المعجم الفلسفي، الجزء الأول، دار الكتاب اللبناني، بيروت، 1982، ص 213.

والاستخدام في الانترنت يتخذ مفهومين هما:

- الاستخدام العام: ونقصد به الدخول إلى الشبكة دون تحديد مسبق لأهداف الاستخدام.
- الاستخدام الخاص: وهو الاستخدام المتخصص الذي يكون في الغالب في إطار عمل مثل (التجارة الالكترونية، البيع والشراء، العمل، الدراسة... الخ) أو بتحديد مسبق لعملية الاستخدام مثل (التواصل مع الآخرين، البحث العلمي، الترفيه، التسلية، المحادثة، مواقع التواصل الاجتماعي المختلفة).

### ج. التعريف الإجرائي:

نقصد بالاستخدام في هذه الدراسة: الفعل الذي يربط الطلبة الجامعيين بوسيلة الانترنت، أي تعاملهم وتفاعلهم معها، فهذا الاستخدام بحد ذاته يمثل سلوكاً ظاهرياً اتصالياً يحدث بفعل دوافع نفسية واجتماعية وعلمية، ولا نميز هنا في سلوك الاستخدام بين مختلف خدمات الانترنت ومستوياتها الاتصالية (محادثة مواقع التواصل الاجتماعي، اتصال الكتروني، اتصال هاتفي، بحث، ألعاب الكترونية.. الخ)، وقد يتخذ الاستخدام هنا مصطلح: الإبحار، البحث، التحميل، الاتصال.. الخ وهذا ما يجرنا إلى القول إننا نقصد بالاستخدام هنا الاستخدام العام للانترنت حسب حاجة الطلبة الجامعيين لذلك، وبمعنى آخر: نقصد به القدرة على التعامل مع الانترنت والاستفادة من كل ما هو متوفر فيها من خدمات وتطبيقات ومستويات اتصالية ومعرفية مختلفة.

### 6. الإشباع:

ب. **التعريف اللغوي:** الإشباعات في اللغة: فهي مأخوذة من الشبع (بفتح الشين وفتح الباء) والشبع (بكسر الشين) وتدل على امتلاء في الأكل وغيره، ونقول ثوب شبيع الغزل أي كثيره و شبيع العقل أي وافر، والتشبع من يرى أنه شبعان وليس كذلك<sup>1</sup>، وتعني أيضاً: التوفية وبلوغ حد الكمال<sup>2</sup>.

ج. **التعريف الاصطلاحي:** ويعني الإشباع في نظرية التحليل النفسي "خفض التنبيه والتخلص من التوتر، حيث أن تراكم التنبيه يحدث إحساساً بالألم، يدفع الجهاز لكي يحدث مرة أخرى حالة إشباع يدرك فيها خفض التنبيه كأنه لذة"<sup>3</sup>، كما "أن كلمة استخدام يقابلها في العربية كلمة استعمال وهي بالفرنسية usage، و التي عرفها قاموس علم الاجتماع" بنمط سلوكي يقبله المجتمع"<sup>4</sup>، والإشباع فهو إرضاء رغبة أو بلوغ هدف، أو خفض دافع، وتدل الكلمة أيضاً على الحال التي يتم فيها ذلك.

1 - علي عبد الفتاح كنعان: **نظريات الإعلام**، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ط1، 2014، ص175.

2 - **المنجد في اللغة والإعلام**، منشورات دار المشرق، بيروت، لبنان، 1986، ص372.

3 - محمد منير حجاب: **الموسوعة الإعلامية**، المجلد الرابع، دار الفجر للنشر والتوزيع، 2003، ص ص 1465، 1464.

4 - محمد عاطف غيث: **قاموس علم الاجتماع**، مطابع الهيئة المصرية للكتاب، الإسكندرية، مصر، 1989، ص499.

ج. **التعريف الإجرائي:** ونقصد بها في هذه الدراسة: الاشباع التي تنتج عن تعرض الطلبة الجامعيين لمحتويات ومضامين الانترنت بمختلف مستوياتها، و التي تكون مدفوعة بمؤثرات نفسية واجتماعية لاستخدامها بغية الحصول على نتائج خاصة تخلف من طالب لآخر.

## 7. الانترنت: ( Internet )

أ. **التعريف اللغوي:** الانترنت **Internet** كلمة انجليزية تنقسم إلى قسمين: **Inter** التي تعني بين، و **Net** التي تعني الشبكة، والكلمتان مجتمعين تعني الشبكة البينية، والاسم دلالة على بنية الانترنت باعتبارها شبكة ما بين الشبكات، وبالانجليزية **Network of networks**، ومع هذا فقد شاع خطأ في وسائل الإعلام العربية تسمية الشبكة الدولية للمعلومات ظناً أن المقطع **inter** في الاسم هو اختصار لكلمة **international net** والتي تعني دولي بل هي **inter-connexion net works** التي تعني الشبكات المترابطة<sup>1</sup>.

### ب. التعريف الاصطلاحي:

تعرف الموسوعة الإعلامية الانترنت أو شبكة المعلومات الدولية بأنها "شبكة عملاقة تمثل الحاضر والمستقبل معاً، تختصر الزمن، وتنتشر العلم والثقافة والمعلومات والأفكار والآراء والأخبار وتشارك في إعادة صياغة حياة الإنسان وحياة المجتمع، بل وحياة المجتمعات ودول بأسرها، وهي تتيح لأجهزة الكمبيوتر في جميع أنحاء العالم الاتصال ببعضها من أجل تبادل المعلومات بل والمشاركة في صنعها أيضاً، وبذلك أصبحت شبكة الانترنت نافذة عريضة نطل منها على العالم عبر شاشة كومبيوتر لا تتوقف عن العمل"<sup>2</sup>.

### ج. التعريف الإجرائي:

ونقصد بالانترنت في هذه الدراسة: هي مجموعة من المواقع والتطبيقات والخدمات تحمل قيماً معينة، إما ايجابية أو سلبية تتحدد حسب ثقافة المستخدم، والمتحكم في طريقة الاستخدام من الطلبة الجامعيين.

وهي تلك الوسيلة الإعلامية التي تتيح للطلبة الجامعيين قائمة طويلة من البدائل أو الخيارات الاتصالية واستخدامها كوسيلة لتحقيق عدة الأهداف نذكر منها:

- الاتصال بالآخرين ويصلح هذا الاستخدام في مجالات الأنشطة التعليمية و البحثية أو الترفيهية أو العلائقية .

- تستخدم لأغراض التعلم والتحصيل العلمي أو لأغراض اللعب والتسلية والترفيه أو إقامة العلاقات الاجتماعية ( صداقة، تعارف،....الخ).

<sup>1</sup>- محمد محفوظ: **تكنولوجيا الاتصال**، دار المعرفة الجامعية، لبنان، 2005، ص143.

<sup>2</sup>- محمد منير حجاب: **الموسوعة الإعلامية**، المجلد الرابع، دار الفجر للنشر والتوزيع، 2003، صص1464، 1465.

- تستخدم الانترنت للحصول على المعلومات من مختلف مجالات النشاط الإنساني وخاصة مع وجود إمكانية الولوج إليها وتحميلها، هذا ما يساعد الطلبة كثيراً في مجال التحصيل العلمي والمعرفي.

### 8. القيم: (valeur)

#### أ. التعريف اللغوي:

يشير أصل الكلمة إلى أنها لاتينية الأصل" فهي مأخوذة من الفعل المصرف (vyleo) الذي معناه أنا قوي: **je suis fort**، أنا في صحة جيدة **je suis en bonne santé**، وهو معنى يتضمن فكرة الفعالية والتأثير والملائمة<sup>1</sup>، تدل كلمة القيمة على الثمن أو النوع، وما له قيمة فإنه يتصف بالثبات والدوام. كما أنها تعني الاستقامة، فقال ابن إسحاق، القيم هو المستقيم<sup>2</sup>، والقيمة: هي الديانة المستقيمة، قال تعالى: ﴿وَذَلِكَ دِينُ الْقِيَمَةِ﴾<sup>3</sup> متحدثاً عن الإسلام أي الدين الأقوم، واستقام: أي اعتدل ومنها الصراط المستقيم أي الصراط المعتدل، وقال تعالى ﴿وَأَنَّ هَذَا صِرَاطِي مُسْتَقِيمًا فَاتَّبِعُوهُ وَلَا تَتَّبِعُوا السُّبُلَ فَتَفَرَّقَ بِكُمْ عَنْ سَبِيلِهِ ذَلِكُمْ وَصَّاكُمْ بِهِ لَعَلَّكُمْ تَتَّقُونَ﴾<sup>4</sup>، والقيم مشتقة من قوم: أي قدر الشيء وثنمه، وكتاب قيم أي ذو قيمة، وتقييم الشيء إعطائه قيمة والتفويم إزالة العوج<sup>5</sup>.

**والقوام:** هو العدل يقول تعالى مميّزاً عباد الرحمن بميزات كثيرة منها أنهم ﴿وَالَّذِينَ إِذَا أَنْفَقُوا لَمْ يُسْرِفُوا وَلَمْ يَقْتُرُوا وَكَانَ بَيْنَ ذَلِكَ قَوَامًا﴾<sup>6</sup>.

وهكذا نجد أن معنى القيمة يحمل صفة تجعل الشيء أو المعنى أو الشخص مرغوباً وموضع تقدير لثباته واعتداله واستقامته.

#### ب. التعريف الاصطلاحي:

أن أي محاولة لاستعراض معنى للقيم، كما يتداولها الناس يعتبر أمراً صعباً، لاختلاف المفكرين والباحثين في وضع تعريف شامل لهذا المفهوم.

كما أن القيم تعد "من ضمن المفاهيم التي اهتم بها الكثير من الباحثين والمفكرين في مجالات مختلفة كالفلسفة، التربية، الاقتصاد، علم الاجتماع،... الخ، وقد ترتب عن ذلك نوع من الخلط والغموض في استخدام المفهوم من تخصص لآخر، بل يستخدم بتعدد داخل تخصص واحد<sup>7</sup>.

<sup>1</sup> - الفيروز آبادي، محمد الدين محمد بن يعقوب: **القاموس المحيط**، دار إحياء التراث العربي، بيروت، لبنان، ط2، 2003 ص1062.

<sup>2</sup> - ابن منظور، المجلد 12، مرجع سابق، ص594.

<sup>3</sup> - سورة البينة، الآية 05.

<sup>4</sup> - سورة الأنعام، الآية 153.

<sup>5</sup> - محمد عبد الحميد: **دراسات الجمهور في بحوث الإعلام**، عالم الكتب، القاهرة، مصر، ط1، 1993، ص122.

<sup>6</sup> - سورة الفرقان، الآية 67.

<sup>7</sup> - عبد اللطيف محمد خليفة: **ارتقاء القيم**، سلسلة عالم المعرفة، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت، 1992، ص30.



وتعرف القيم بأنها "المعايير التي تقاس بها الأفعال الإنسانية في محال من مجالات سلوك الإنسان الأخلاقية، والسياسية، والجمالية، والمنطقية، والاجتماعية، ولكون القيم معيار فإنها قد تحدد بعوامل موضوعية بحتة، وقد تتأثر بوجهة النظر الشخصية لمن يستخدمها كمعيار للحكم"<sup>1</sup>.

فهناك من العلماء من يعرف القيمة بأنها: "الخير أو الشر" مثل **بير Pepper**، و **مور Moore** و **لامونت Lamont**، أما **بير Pepper** فيقول "القيمة بأوسع معانيها هي أي شيء، خيرا كان أو شر"<sup>2</sup>. وهي "مفهوم يدل على مجموعة من التصورات والمفاهيم التي تكون إطارا للمعايير والأحكام والمثل والمعتقدات والتفضيلات التي تتكون لدى الفرد من خلال تفاعله مع المواقف والخبرات الفردية والاجتماعية، بحيث تمكنه من اختيار أهداف وتوجهات لحياته ويراها جديرة بتوظيف إمكانياته وتتجسد من خلال الاهتمامات أو الاتجاهات أو السلوك العملي أو اللفظي بطريقة مباشرة وغير مباشرة"<sup>3</sup>. وهي "الحكم الذي يصدره الإنسان على شيء ما مهتديا بمجموعة المبادئ والمعايير التي وضعها المجتمع الذي يعيش فيه، والذي يحدد المرغوب في والمرغوب عنه من السلوك"<sup>4</sup>. و عرفها الباحث **عزي عبد الرحمن** "ما يرتفع بالفرد إلى المنزلة المعنوية، ويكون مصدر القيم في الأساس الدين، فالإنسان لا يكون مصدر القيم وإنما يمكن أن تتجسد فيه القيم"<sup>5</sup>.

### ج. التعريف الإجرائي:

وتأسيسا على ما سبق فالدراسة تطرح تعريفاً إجرائياً للقيم تلتزم به وهو: وهو أن القيم من أكثر السمات الشخصية متأثراً بالانترنيت، وهي محصلة تفاعل الإنسان بإمكانياته الشخصية المختلفة مع متغيرات اجتماعية ودينية وثقافية واتصالية معنية، وفي فترة زمنية معينة حيث توجه سلوك الأفراد وأحكامهم وهو ما يعطي للانترنيت بمستوياتها الاتصالية المختلفة تأثيراً ايجابياً أو سلبياً على قيم الطلبة الجامعين.

و أن القيم هي المبادئ والأفكار والأحكام والمعتقدات التي مصدرها القرآن والسنة، يتمثلها و يلتزم بها الفرد، تتكون لديه من خلال تفاعله مع المواقف والخبرات الفردية والاجتماعية، ويعتمدها كمنطلقات وركائز لمختلف مجالات حياته، وتفصح عن نفسها من خلال الاهتمامات والاتجاهات والتصرفات

<sup>1</sup> - عبد الوهاب الكيالي: الموسوعة السياسية، ج4، المؤسسة العربية للدراسات والنشر، عمان، الأردن، ط3، 1995، ص 836.

<sup>2</sup> - فوزية دياب: القيم والعادات الاجتماعية، دار النهضة العربية، بيروت، لبنان، ط1، 1980، ص21، نقلنا عن Pepper, S.C. The Sources of Value, p07.

<sup>3</sup> - علي خليل مصطفى: القيم الإسلامية والتربية - دراسة في طبيعة القيم ومصادرها ودور التربية الإسلامية في تكوينها وتنميتها مكتبة إبراهيم حلي، المدينة المنورة، د ط، 1988، ص34.

<sup>4</sup> - فوزية دياب: القيم والعادات الاجتماعية مع بحث ميداني لبعض العادات الاجتماعية، دار النهضة العربية، بيروت، د ط، 1980، ص16.

<sup>5</sup> - عزي عبد الرحمن: الثقافة وحتمية الاتصال نظرة قيمية، مجلة المستقبل العربي، العدد295، سبتمبر، 2003، ص15.

والسلوك العملي أو اللفظي أو غير اللفظي بطريقة مباشرة أو غير مباشرة ، وهي مجموع المبادئ والقناعات والأهداف التي تتحكم في تصرفات وسلوكيات الطلبة الجامعيين، وهي التي تحدد طبيعة العلاقة الاجتماعية بينهم وبين الآخرين ( المجتمع، الآباء، الأصدقاء، الزملاء، المؤسسات..)، وتتيح لهم إمكانيات التفاعل فيما بينهم في إطار عام مصدره الدين الإسلامي والسنة النبوية، واخترنا القيم التي ترتبط بوسيلة الانترنت وخصائص الطلبة كشباب، وهذه القيم هي :

- 1- **التفوق (النجاح):** وهو البحث والاجتهاد من أجل الوصول إلى المبتغى.
- 2- **احترام الوقت وتقديره (استغلال وقت الفراغ):** أو ما يعرف بقيمة استثمار الوقت: يعني استغلاله بما هو مفيد لصالح الفرد والمجتمع.
- 3- **الاحتشام:** ويتضمن الحياء في الكلام واللباس وغيرها.
- 4 - **الالتزام الديني:** مجموع العبادات التي يقوم بها المسلم، واجتنابه لمختلف النواهي.
- 5- **الاستقلالية (الاستقلال الذاتي):** ونعني بها امتلاك الفرد القدرة في اتخاذ القرار وله القدرة في الوقت ذاته على توجيه ذاته طبقاً لبعض المبادئ التي يعتز بها أو يحترمها أو يقدها ويكون بذلك أسلوب حياته نابع من اختيار ذاتي مسؤول، وذلك على العكس من الفرد الذي يحشى المسؤولية ومن ثم اتخاذ القرار بسبب شعوره بعدم الكفاية لتحمل المسؤولية ، ومنها الاستقلالية المالية.
- 6- **تحمل المسؤولية: (المسؤولية الاجتماعية، الإحساس بالمسؤولية )** ونعني بها قيام الفرد بواجباته اتجاه دينه ومجتمعه وأسرته والمحيط الإنساني من منطلق قناعاته الذاتية.
- 7- **التسامح:** ويكون بقبول الآخر دون قيود للدين والمعتقد والثقافة واللغة وغيرها، وهو احترام حق الآخرين في الاختلاف على مستوى الرأي والسلوك الاجتماعي، والصفح على أخطاءهم والصبر عليها وعدم الحقد عليهم وكرهيتهم بسبب معتقداتهم وتوجهاتهم المختلفة.
- 8- **احترام خصوصية الآخر:** احترام الحياة، والملكية وخصوصية الغير، ولا تتدخل في شؤون الآخرين وهذا الاحترام سرعان ما ينعكس على تقدير الآخرين وهذا سواءً في الواقع الحقيقي أو الواقع الافتراضي والتقبيد بالآداب والسلوك، ونيل احترام الآخرين.
- 9- **الحرية:** ونعني بها الحرية المقيدة باحترام حدود الآخرين، وكذا "حرية التعبير والتعبير بحرية" في الوسائل الإعلامية المختلفة، ومنها مواقع التواصل الاجتماعي والمدونات، والتي تكون أيضاً مقيدة بالقوانين والأعراف الديمقراطية والاجتماعية الخاصة بالمجتمع، كما أن التعبير بحرية يجب أن يكون في إطار المشروعية والديمقراطية والاحترام المتبادل على مستوى الأفراد والجماعات.

- 10- التعاون:** هي قيمة اجتماعية، تقضي إلى نبذ الفردانية، ونشر الأخوة والتكافل إذا كان الأمر المتعاون عليه فيه خير، وهي المشاركة بفاعلية في الأعمال الجماعية والمساعدة في حل مشاكل وأزمات الآخرين، وهذا يظهر في قوله تعالى: ﴿وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ﴾<sup>1</sup>.
- 11- طلب العلم:** أن العلم هو أساس التقدم ووسيلة لحل المشكلات والتحديات التي تواجه الإنسان، و أن طلب العلم وتقديره تتجلى في مجمل مشاعر الاحترام والاعتزاز والتقدير للعلم وللعلماء من دراسة ومجالسة وتقديراً، وهذا يظهر في قوله تعالى: ﴿إِنَّمَا يَخْشَى اللَّهَ مِنْ عِبَادِهِ الْعُلَمَاءُ إِنَّ اللَّهَ عَزِيزٌ غَفُورٌ﴾<sup>2</sup> ويقول رسول الله صلى الله عليه وسلم: " ليس منا من لم يرحم صغيرنا، ويعرف شرف كبيرنا"<sup>3</sup>.
- 12- حسن التواصل مع الآخر (التعامل بالحسنى):** وتعني هذه القيمة التعامل مع الآخرين بالهدوء والتآني دون انفعال والتفاهم والتحكم بالذات، إنها الميل إلى احترام الذات والآخرين والتعامل والتواصل معهم بأسلوب حسن وبلطف وأدب على اختلاف أنواعهم في كل المواقف، قال تعالى: ﴿فَأَمَّا مَنْ أَعْطَىٰ وَاتَّقَىٰ \* وَصَدَّقَ بِالْحُسْنَىٰ فَسَنُيَسِّرُهُ لِلْيُسْرَىٰ وَأَمَّا مَنْ بَدَّلَ وَاسْتَعْتَىٰ وَكَذَّبَ بِالْحُسْنَىٰ فَسَنُيَسِّرُهُ لِلْعُسْرَىٰ وَمَا يُغْنِي عَنْهُ مَالُهُ إِذَا تَرَدَّىٰ﴾<sup>4</sup>.
- 13- الانتماء وحب الوطن:** وتعني الولاء والإخلاص لما هو خير، ولما هو صحيح، ولما هو حقيق ولما هو فاضل والحرص على مصلحته والعمل من أجل رفعته وتقدمه، وهذه الأشياء لا يوجد أفضل من التعبير عنها من خلال الانتماء للإسلام، والعروبة والوطن.
- 14- الصداقة:** وتعني بها صلة من الصلات التي تربط الفرد بأشخاص آخرين يؤثرون فيه ويتأثرون به ويقتربون من حياته اقترباً كبيراً لأمد طويل، ويقضي وقته معهم، ويكون سعيداً بصحبتهم ويكون عوناً له وهذا سواءً في الفضاءات الحقيقية أو الفضاءات الافتراضية التي تشكلت بفعل تطور وسائل وخدمات الانترنت، ومنها مواقع التواصل الاجتماعي.
- 15- الصدق:** وتعني الشجاعة في قول الحق والتزام الحقيقة وعدم الكذب مهما كانت الظروف، وفي كل البيئات سواءً في الواقع المعاش الحقيقي أو الواقع الافتراضي.
- 16- الابتكار:** وهو كذلك بمثابة خيال ابتكاري، وتعني القدرة على الإبداع والتميز خاصة في مجال الدراسة والعمل، وهو سعي الفرد إلى إنتاج أفكار ومقترحات مبتكرة تؤدي إلى التقدم والأداء الأفضل.
- 17- احترام الأسرة:** وتتضمن حب واحترام وطاعة الوالدين والامتثال لأوامرهم والتواضع لهم والرغبة في الحصول على رضاهم، وكذا احترام كل أفراد الأسرة.

1 - سورة المائدة، الآية رقم 02.

2 - سورة فاطر، الآية 28.

3 - رواه أحمد والحاكم والطبراني .

4 - سورة الليل، الآية، 5-10.

**9. الطلبة (الطلاب): (les étudiants)****أ. التعريف الاصطلاحي:**

الطالب الجامعي: هو إنسان يمر في مرحلة نمو معينة، فهو على وشك إنهاء مرحلة المراهقة إن لم يكن قد تجاوزها فعلاً إلى مرحلة نضج أخرى تسمى مرحلة الشباب، ويتراوح العمر الزمني للطلاب الجامعي ما بين 18 سنة و 22 سنة بمتوسط يبلغ حوالي العشرين عاماً، وفي ضوء هذا المدى من العمر نجده يبدأ مرحلة الشباب ، و إن كان البعض منهم وخاصة في الصفوف الأولى من الجامعة قد أوشك على الانتهاء من مرحلة المراهقة<sup>1</sup>، لكن يمكن أن تكون بعض أعمار الطلبة تجاوزت 22 عاماً لأسباب مختلفة ، منها ما هو متعلق بعودة بعضهم للجامعة لاستكمال دراستهم على مستوى أقسام الماستر والدكتوراه، و أن بعضهم تحصل على شهادة البكالوريا في سن متأخرة نوعاً ما.

**ب. التعريف الإجرائي:**

ونقصد بالطلبة في هذه الدراسة طلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة مسيلة من الجنسين، ومن المستخدمين للانترنت، وينبغي كذلك أن نشير إلى أن هذه الدراسة ستحدد مرحلة الطلبة الشباب تحديداً إجرائياً بين سن (17 سنة و أكثر من 29 سنة)، على اعتبار أننا سندرس الطلبة الجامعيين الجزائريين إضافة إلى أننا سنستثني الطلبة الوافدين من بلدان أخرى للدراسة بالجزائر.

**VIII. مجالات الدراسة**

**1- المجال المكاني:** تتمثل الحدود المكانية للدراسة في مدينة المسيلة (M'sila)، حيث تم اختيار عينة بطريقة قصدية من طلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة المسيلة محمد بوضياف لإجراء هذه الدراسة ومدينة المسيلة تبعد عن العاصمة الجزائر بمسافة 253 كلم، وانبتقت مدينة المسيلة عن التقسيم الإداري لعام 1974 والذي بموجبه تقرر أن يصبح في الجزائر 31 ولاية بدل 15، وقد كانت قبل هذا التاريخ تابعة إدارياً لولاية سطيف شأنها في ذلك شأن كل من ولايتي بجاية وبرج بوعريريج، وتعتبر ولاية المسيلة نقطة وصل بين الشمال والجنوب والشرق والغرب تحدها من شمال ولاية سطيف وولاية برج بوعريريج ومن الغرب كل من ولايتي البويرة والمدية، ومن الجنوب كل من ولاية الجلفة وبسكرة، أما شرقاً فتحدها ولاية باتنة، وتلقب عبر التاريخ بإسم عاصمة الحضنة التي كانت عبارة عن مملكة بربرية مستقلة في عهد الرومان، ولقبت بهذا الاسم لاحتضانها بين كل من سلسلتي جبال الأطلس التلي والأطلس الصحراوي وتتمتع ولاية المسيلة بمناخ قاري بارد شاءا وحار صيفاً وهي مركز وسط ما بين المنطقة التلية ومنطقة الصحراء<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> - احمد حسين الصغير: التعليم الجامعي في الوطن العربي: عالم الكتب للنشر والتوزيع، القاهرة، ط1، 2005، ص21.

<sup>2</sup> - وثائق إدارية متاحة.

**2-المجال البشري:** يعرف مجتمع البحث على أنه المجتمع الأكبر أو مجتمع المفردات التي يستهدف الباحث دراستها لتحقيق نتائج الدراسة، ويمثل هذا المجتمع الكل أو المجموع الأكبر للمجتمع المستهدف الذي يهدف الباحث دراسته، ويتم تعميم نتائج الدراسة على كل مفرداته.<sup>1</sup>

ويعتبر الشباب بصفة عامة والطلبة الجامعيين بصفة خاصة من أكثر الفئات الجماهيرية شغفاً بالانترنت و وسائل الإعلام والاتصال المختلفة، كما أن هذه الفئة من المجتمع هي من أكثر الفئات تقبلاً وانبهاراً بكل ما هو جديد، فتقلد ما تشاهده عبر محتويات الانترنت يعد أمراً طبيعياً، كما أن هذه الفئة لها القدرة على التمرد على قيم المجتمع ومعاييره، حتى يمكن لها أن تنتج قيماً خاصة بها، ومجتمعنا الكلي لهذه الدراسة هو مجمع واسع من الطلبة الجامعيين الجزائريين الذين يزولون دراستهم في المعاهد والكليات والمدارس الجزائرية باختلاف تخصصاتها.

**3- المجال الزمني:** أجريت هذه الدراسة ميدانياً خلال الفصل الدراسي الثاني من السنة الجامعية 2016/2015، والتي تمثلت في توزيع استمارات الاستبيان على عينة الدراسة (عينة من طلبة الإعلام والاتصال بجامعة المسيلة) خلال شهري ماي و جوان 2016 لتبدأ عملية تفريغ البيانات وتحليلها كميًا وكيفياً. وقبل الدراسة الميدانية كنا قد قمنا بجمع وترتيب المعلومات والمراجع المصادر الخاصة بالدراسة ثلتها مباشرة فترة التوثيق العلمي وبعدها التحرير والكتابة وصولاً إلى الدراسة الميدانية.

**4-عينة الدراسة:** تم اختيار عينة قصدية من طلبة كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية "قسم الإعلام والاتصال" بجامعة المسيلة ممن يستخدمون الانترنت، وهي عينة متاحة مكانياً و زمنياً من الجامعة السابقة، وقد روعي في اختيار العينة أن تشمل على طلبة من الجنسين (ذكور، إناث ) ، كما روعي في اختيار العينة على الضوابط التالية:

- ✓ أن تشمل العينة على التخصصات المختلفة لشعبة الإعلام والاتصال.
- ✓ أن تشمل العينة على متغير الإقامة ( الإقامة الجامعية، البيت).
- ✓ أن تشمل العينة على متغير المستوى الجامعي ( سنة ثانية ليسانس، ثالثة ليسانس ماستر1، ماستر2)، ويرجع اختيار البحث لطلبة الإعلام والاتصال إلى عدة أسباب منها:

- ✓ دراسة قيم الطلبة من صحفي المستقبل كي يستقيم تأثيرهم على الأفراد بما يخدم الوطن.
- ✓ لهم علاقة وطيدة بتكنولوجيا الإعلام والاتصال، وتأثيرها على الأفراد والمجتمعات.
- ✓ إنهم أحد العناصر المهمة في التأثير في سلوك الأفراد مستقبلاً (صحفيين، رجال إعلام..)

<sup>1</sup> - محمد عبد الحميد: البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، عالم الكتب، القاهرة، مصر، ط2، 02، 2004، ص130.

✓ إن طلبية الإعلام والاتصال أدرى من غيرهم بقوة الانترنت، وقدرتها على التأثير على القيم والمواقف والاتجاهات والسلوكيات.

✓ إن الطلبة الجامعيين من أهم الفئات العمرية والطبقات المجتمعية الجديرة بالاهتمام، فهم أكثر فئات المجتمع حماساً ونشاطاً وحساسيةً، وتمرداً وطموحاً.

وقد تم اختيار عينة البحث بالطريقة القصدية، وقد بلغ العدد النهائي للعينة (476) مفردة.

### IX. المنهج الدراسة:

تنتمي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية التي تستهدف وصف خصائص وظروف مشكلة الدراسة وصفاً دقيقاً وشاملاً معتمداً في هذا على جمع الحقائق وتحليلها وتفسيرها لاستخلاص النتائج الممكنة بشأن الظاهرة المدروسة، وبصفة عامة، فالبحث الوصفي "يهدف إلى وصف ظواهر أو وقائع أو أشياء معينة من خلال جمع الحقائق والمعلومات والملاحظات الخاصة بها بحيث يرسم ذلك كله صورة واقعية لها، هذا وقد لا تكفي تلك البحوث بمجرد وصف الواقع وتشخيصه وتهتم بتقرير ما ينبغي أن تكون عليه الأشياء أو الظواهر موضوع البحث"<sup>1</sup>.

و الدراسات الوصفية ليست "مجرد جمع البيانات والحقائق، وإنما هي تعني بجمع الحقائق واستخلاص دلالاتها طبقاً لأهداف الدراسة، ولا يأتي ذلك بغير تصنيف دقيق للبيانات، وتناولها بالصورة التي تجعلها تفصح عن الاتجاهات الكامنة فيها"<sup>2</sup>، و تنطوي الدراسات الوصفية على رصد للواقع، وما يتبع ذلك من تحليل وتفسير لهذا الواقع استناداً إلى الدراسات والأبحاث والمصادر التي تناولته.

**X. أدوات الدراسة:** انطلاقاً من إشكالية الدراسة وفرضياتها والأهداف المسطرة للدراسة لجأنا لاستخدام ثلاث أدوات لجمع البيانات في إطار المنهج الوصفي وأكثرها ملائمة، وهي: الملاحظة البسيطة، والمقابلة المفتوحة (الحرّة) و الاستبيان بالمقابلة.

وقام الباحث بمسح للأدوات المتوافرة أخذاً في الاعتبار مناسبتها لطبيعة الدراسة، وهي:

1. **الاستبيان:** حيث تم جمع بيانات الدراسة باستخدام صحيفة استبيان مقننة تحتوي على عدة مقاييس لقياس متغيرات الدراسة. و يعد الاستبيان طريقة لجمع المعلومات من المبحوثين مباشرة بواسطة مجموعة من الأسئلة المقننة حول موضوع معين، يتم ترتيبها حسب أهداف البحث، ثم إرسالها للمبحوث عن طريق البريد التقليدي أو الإلكتروني أو تسلم إليه يدوياً<sup>3</sup>.

حيث يعتبر الاستبيان تقنية مهمة في جمع المعلومات التي يتطلبها البحث الميداني والتي بواسطتها يتضح للباحث الوجهة التي يسير عليها بدون الخروج عن الأهداف المسطرة، وتعرف على أنها "أداة من

<sup>1</sup> - صالح محمد الفوال: **مناهج البحث في العلوم الاجتماعية**، مكتبة غريب، القاهرة، مصر، 1982، ص35.

<sup>2</sup> - زيدان عبد الباقي: **قواعد البحث العلمي**، دون دار نشر، دون بلد نشر، ط1، 1972، ص135.

<sup>3</sup> - خليل عمر: **مناهج البحث في علم الاجتماع**، دار الشروق، مصر، دط، 1995، ص242.

أدوات البحث العلمي، معدة لجمع البيانات بهدف الحصول على إجابات عن مجموعة من الأسئلة والاستفسارات المكتوبة في نموذج أعد لهذا الغرض، ويقوم المبحوثون بتسجيل إجاباتهم بأنفسهم<sup>1</sup>. ويتلخص الهدف الأساسي من استخدامها في جمع أكبر قدر من المعلومات حول الظاهرة المدروسة من طرف الباحث.

وقد استخدمت الاستبيان كأداة رئيسية لجمع البيانات في هذه الدراسة ذلك لأنها: تعتبر الأكثر ملائمة للوصول إلى معلومات يمتلكها المبحوث لوحده، مثل دوافع وأنماط الاستخدام...، إضافة إلى ملائمة ظروف العينة المختارة التي تتكون من طلبة الجامعيين في تخصص إعلام و اتصال القادرين على فهم الأسئلة والإجابة عليها بشكل جيد، ولهذا قمنا بتقسيم محتوى الاستبيان<sup>2</sup> إلى أربعة محاور أساسية وهي كالتالي:

- **المحور الأول:** محور عادات وأنماط استخدام الطلبة الجامعيين للانترنت، ويضم 15 سؤال (1-15).
- **المحور الثاني:** دوافع استخدام الطلبة الجامعيين للانترنت، ويضم سؤالاً واحداً (السؤال رقم 16)، ويحوى 12 عبارة مقسمة على 06 دوافع طقوسية و06 دوافع نفعية، ورتبت في جدول من (1-12).
- **المحور الثالث:** قياس القيم، ويضمن ثلاثة أسئلة (17-19).
- **المحور الرابع:** آثار الانترنت على عادات الطلبة الجامعيين ومواقفهم وسلوكياتهم، ويضم سؤال واحد (السؤال رقم 20)، ويحتوي على 23 عبارة لتأثيرات سلبية.
- **المحور الخامس:** البيانات الشخصية: وهي النوع، السن، المستوى الجامعي، مكان الإقامة، منطقة السكن، الحالة المدنية.

و يجب أن نشير أنه في محور القيم اعتمدنا على ثلاث مستويات لدراسة الأثر، الأول: يتمثل في معرفة هل استخدام الانترنت من طرف الطلبة الجامعيين يساهم في الارتباط أكثر بالقيم محل الدراسة؟، وفي المستوى الثاني: تم ترجمة تلك القيم إلى سلوكيات موجبة (عبارات متضمنة للقيم في شكل سلوكيات) وهذا من أجل معرفة التوافق أو الاختلاف بينهما، أما المستوى الثالث: كان لمعرفة هل استخدام الانترنت من قبل الطلبة الجامعيين يعزز أو يضعف القيم لديهم؟، أو يهدرها؟، وهذا ما تم التذليل عليه من خلال سؤال التأثيرات السلبية الذي يناقضه.

وقد قام الباحث ببناء الاستبيان في صورته النهائية على مرحلتين:

- 1- **المرحلة الأولى:** قام الباحث بعمل دراسة استطلاعية في أوساط الطلبة الجامعيين المستخدمين للانترنت لتحديد أهم القيم التي يرونها تأثرت (إيجاباً أو سلباً) باستخدامه لانترنت، حتى يمكن تحديد

<sup>1</sup> - على عويس خير الدين : دليل البحث العلمي، دار الفكر العربي، القاهرة، ط1، 1988، ص55.

<sup>2</sup> - انظر الملاحق.

القيم، وحصرها عن طريق تقديم سؤال مفتوح إلى عينة من طلبة الإعلام والاتصال<sup>1</sup> من جامعة سعيدة، وقد بلغ عدد أفراد العينة 98 طالب وطالبة (أربعة أفواج سنة الثالثة اتصال)، وقد احتوى السؤال المفتوح على الصيغة التالية: **أكتب أكبر عدد ممكن من القيم التي تعتقد أنها تأثرت باستخدامك للانترنت؟**، وكان هذا بعد تدريسهم لمقياس تكنولوجيا الإعلام والاتصال ونظريات الإعلام وبعد شرح للطلبة موضوع الدراسة واشكاليتها.

وقد تحصلنا على **32 قيمة<sup>2</sup>** وفقاً لنتائج العينة الاستطلاعية على السؤال المفتوح، وتم عرض هذه النتائج على مجموعة من المحكمين من أساتذة علم الاجتماع وعلوم الإعلام والاتصال في كل من جامعة سعيدة وجامعة الشلف، وجامعة المسيلة، من ذوي الخبرة لاختيار أهم القيم التي تتأثر باستخدام الانترنت وقد أجمع المحكمين على **17 قيمة<sup>3</sup>** من بين القيم 32 التي توصلت إليها الدراسة الاستطلاعية باعتبارها قيماً شائعة في المجتمع الجزائري بصفة عامة، والطلبة الجامعيين بصفة خاصة، والتي تتأثر إيجاباً أو سلباً باستخدام الانترنت كما أن أغلب المحكمين أكدوا على ضرورة ارتباط هذه القيم بخصائص الشباب، وكذا الانترنت على حد السواء مثال (الحرية، التفوق، الاستقلالية، الخصوصية، الصداقة...).

**ب- المرحلة الثانية:** وبعد تحديد أهم القيم من وجهة نظر المحكمين<sup>4</sup>، و التي تتأثر باستخدام الانترنت قمنا بتحديد مفهوم لكل قيمة، واختيار صياغة العبارات التي تقيس كل قيمة، وقد روعي في الصياغة وضوح ودقة الألفاظ والعبارات المستخدمة وخطوهما من التعقيد والتأويل، وسليمة من الناحية اللغوية، وقد تم تمثيل كل قيمة بعباراة واحدة، وقد حرصنا على تنظيم الاستبيان ومحتوياته بصورة تؤدي إلى تحقيق أهداف البحث.

و قد اعتمدنا على التحليل الإحصائي لمحاور هذا الاستبيان في حساب التكرارات والنسب المئوية لإجابات أفراد العينة على كل سؤال من أسئلة الاستبيان، وذلك من خلال برنامج SPSS.

#### و- إجراءات الصدق والثبات:

للتحقق من صدق محتوى الاستبيان الذي تم الاعتماد عليه في الدراسة فقد تم استخدام طريقة صدق المحتوى بأسلوب صدق المحكمين (**Truth of Judge**)، حيث وزع الاستبيان في صورته الأولية تم عرضه مرة ثانية على مجموعة من المحكمين وعددهم 8 من أساتذة علوم الإعلام والاتصال وعلم النفس

<sup>1</sup> - طلبة درسيهم مقياس "تكنولوجيا الإعلام والاتصال"، و"نظريات الإعلام" في جامعة سعيدة في السنة الجامعية 2013/2014 و2014/2015.

<sup>2</sup> - بعض القيم جاءت في شكل عبارات تم تكييفها مع أقرب قيمة ممكنة، وهذا باستشارة المحكمين.

<sup>3</sup> - تم وضع قائمة القيم النهائية بالصيغة الموجبة وليس السالبة،

<sup>4</sup> - المحكمين وهم: 1-د/بلعباس إبراهيم قسم علوم الإعلام والاتصال جامعة الشلف، 2-د/بومعالي رشيد قسم علم الاجتماع جامعة سعيدة، 3-د/بن زايد أحمد، علوم سياسية جامعة سعيدة، 4-د/بلمادني سعد قسم علوم الإعلام والاتصال جامعة سعيدة

5-د/ يحي تقي الدين قسم علوم الإعلام والاتصال جامعة المسيلة، 6-د/عزري أمال قسم الإعلام والاتصال جامعة سكيكدة.



وعلم الاجتماع من جامعة سعيدة، الشلف، المسيلة، وذلك للتعرف على وجهة نظرهم حول الاستبيان من حيث مدى فعاليته في تحقيق أهدافه ومدى قياسه لما وضع له، وللحكم على مدى مناسبة الأسئلة وسلامة العبارات لكل محور من محاور الاستبيان، وكذلك صياغة أو إضافة أو تعديل العبارات المناسبة أو عبارات أخرى مقترحة من طرف الأساتذة المحكمين، فأبدى بعضهم على ضرورة إجراء بعض التغييرات بالحذف أو الإضافة أو إعادة صياغة العبارات خاصة في محور التأثيرات السلبية، ومقياس القيم ومواقف حتى استقر الأمر على صورته النهائية، ولقد بلغت نسبة الاتفاق بينهم 84%.

ولحساب ثبات هذا الاستبيان تم تطبيقه على عينة من طلبة الإعلام والاتصال بجامعة مولاي الطاهر بسعيدة حيث بلغ عددهم 50 طالب وطالبة لتمثل حوالي 10 بالمئة من عينة البحث، وبعد فترة زمنية قاربت الأسبوعين أعيد تطبيق هذا الاستبيان على نفس العينة السابقة، وأعطت معاملات ثبات مقبولة، وجاءت نسبة الثبات 0.88.

2. **المقابلة المفتوحة (الحرّة):** تدخل "المقابلة ضمن أدوات البحث العلمي، حيث نستخدمها في جمع المعلومات من الأشخاص الذين يملكون هذه المعلومات والبيانات غير الموثقة في أغلب الأحيان، والمقابلة مشتقة من الفعل قابل، بمعنى واجه، وهي المواجهة من حيث قيامها على مواجهة المبحوث وجهاً لوجه، من أجل التحدث إليه في شكل حوار يكون من أسئلة وأجوبة حول موضوع البحث"<sup>1</sup>، وهي "تفاعل لفظي يتم عن طريق موقف مواجهة يحاول الشخص القائم بالمقابلة أن يستثير معلومات و آراء أو معتقدات شخص آخر أو أشخاص آخرين"<sup>2</sup>.

وقد اعتمدنا عليها بجانب الاستبيان، وذلك أثناء و قبل توزيعه، حيث حاولنا الاحتكاك المباشر بالمبحوثين من خلال محادثهم على هامش ملئهم للاستمارات، وهذا من أجل الحصول على ثقتهم ومنحهم مجالاً واسعاً للتعبير من جهة، ومن جهة أخرى من أجل معرفة آرائهم حول بعض القضايا المرتبطة بقضايا الطلبة والقيم والانترنيت بعيداً عن محتوى الأسئلة، كما قمنا برصد تعابير وجهم مثل التعجب والضحك والتهكم والتحفظ أثناء طرح بعض الأسئلة الشفوية، وكذا أثناء ملئ الاستمارة.

3. **الملاحظة البسيطة:** كانت ملاحظتي التلقائية للطلبة الجامعيين أساساً لطرح إشكالية الدراسة، حيث أثارت اهتماماتي بعض السلوكيات والتصرفات للطلبة أثناء وبعد استخدامهم للانترنيت، وهذا ما جعلني أناقشهم وأحاورهم فيما يخص تعاطيهم مع الانترنيت سواءً في الجامعة أو البيت، وعلاقة الانترنيت وما أنتجت من قيم لديهم، وقد عرفها كل من "محمد علي بدوي" و"عبد الله محمد عبد الرحمن" على أنها: "ملاحظة الظواهر كما تحدث تلقائياً في ظروف طبيعية دون إخضاعها لعمليات الضبط والتقنين

1 - احمد بن مرسل: **مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال**، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ط04، 2010 ص213.

2 - السيد احمد محمد غريب: **علم الاجتماع ودراسة المجتمع**، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، مصر، 1997، ص42.

و دون استخدام أدوات دقيقة للقياس<sup>1</sup>، كما أن الملاحظة البسيطة في معناها العام " ترتبط بالمقابلة ومنها المقابلة الحرة، أي أن استعمال المقابلة كأداة لجمع البيانات يسمح للباحث بالاستفادة مما يلاحظ أثناء محادثته للمبحوثين، و أن يتعرف على دلالات ومعاني الإشارات والحركات التي يستعملها المبحوثين أثناء إجاباته"<sup>2</sup>.

**XI. الأساليب الإحصائية للدراسة:** تم جمع البيانات الخاصة بهذه الدراسة من العينة المستهدفة، و من ثم ترميز هذه البيانات وإدخالها إلى الحاسوب، ومعالجتها باستخدام البرنامج الإحصائي للعلوم الاجتماعية وللاجابة على فرضياتها تم استخدام الإحصاء الوصفي لاستخراج النسب المئوية والمتوسطات الحسابية والأوزان النسبية للفقرات لمحور الدوافع والقيم، وإحصائيات اختبار برسون لمحور عادات وأنماط الاستخدام ومحور القيم، وهذا من أجل تبيان الفروق بين المتغيرات، أما محور السلوكيات والتأثيرات فكتفينا بالنسب الإحصائية بعد جمعها في الاتجاه الموجب (أوافق وأوفق بشدة)، والاتجاه السالب (لا أوافق ولا أوفق بشدة) والمقارنة بينها، ومن أجل التوضيح أكثر اعتمدنا على الدوائر النسبة والأعمدة التكرارية فيما يخص المحور الأول المتعلق بأنماط وعادات و المحور الثاني المتعلق بدوافع استخدام الانترنت بالنسبة للطلبة الجامعيين.

أما باقي المحاور المرتبطة بالقيم والسلوكيات والتأثيرات السلبية التي تحوي متغيرات كثيرة فاعتمدنا على مخطط الرادار "كيفيات" **Diagramme de Kiviat, Diagramme en radar**: و"مخطط الرادار هو أسلوب عرض البيانات الرسومية من المتغيرات المتعددة في شكل رسم بياني ثنائي الأبعاد من ثلاثة أو أكثر من المتغيرات الكمية الممثلة في المحاور بدءاً من النقطة نفسها، الموقف النسبي وزاوية محاور هي **uninformative** عادة، وكما هو معروف على الرسم البياني للرادار والتخطيط على شبكة الإنترنت التخطيط العنكبوت، مخطط نجمة، نجمة مؤامرة أو مخطط بيت العنكبوت، **kiviat** مضع غير منتظم المخطط القطبي، أو الرسم التخطيطي"<sup>3</sup>، وهذا النوع من الرسومات البيانية يعطينا نظرة مهمة على الاتجاه إن كان سالباً أو موجباً مع تحديد الأغلبية في ذلك وهذا في حالة وجود متغيرات متعددة مثلما هو حالة في محور القيم والسلوكيات والتأثيرات السلبية للانترنت على القيم، كما أننا قمنا باستخدام مقياس ليكارت الثلاثي والخماسي في دراستنا:

<sup>1</sup> - عبد إله عبد الرحمن و محمد على بدوي: **مناهج وطرق البحث الاجتماعي**، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، مصر، 2002 ص389.

<sup>2</sup> - كوفي ريمون وكمبنهود لوك فان: **دليل الباحث في علم الاجتماع**، (ترجمة يوسف الجباعي)، المكتبة العصرية، بيروت لبنان، 1997، ص234.

<sup>3</sup> - موقع ويكيبيديا الحرة متاح في: [https://fr.wikipedia.org/wiki/Diagramme\\_de\\_Kiviat](https://fr.wikipedia.org/wiki/Diagramme_de_Kiviat) تم التصفح يوم 2015/10/15 على الساعة 10.0 صباحاً.

أولاً: توضيح مقياس تقدير الدرجات (مقياس ليكارت الثلاثي): اعتمدنا علياً في محور الدوافع وبما أن المتغير الذي يعبر عن الخيرات (بدرجة كبيرة=3، إلى حد ما=2، لا=1)، وتم التعبير عن الأوزان و المتوسط الحسابي (المتوسط المرجح)، ويتم ذلك بحساب طول الفترة أولاً، وهي عبارة عن حاصل قسمة 2 على 3، حيث 2 تمثل عدد المسافات (من 1 إلى 2 مسافة أولى، ومن 2 إلى 3 مسافة ثانية)، 3 تمثل عدد الاختيارات، وعند قسمة 2 على 3 ينتج طول الفترة، ويساوي 0.66، ويصبح التوزيع حسب الجدول التالي:

#### المتوسط المرجح

لا	إلى 1.66	من 1
إلى حد ما	إلى 2.33	من 1.67
بدرجة كبيرة	إلى 3	من 2.34

ثانياً: توضيح مقياس ليكارت الخماسي: وقد اعتمدنا علياً في محور القيم والسلوكيات والتأثيرات السلبية. بما أن المتغير الذي يعبر عن الخيارات (أوافق بشدة، أوافق، محايد، لا أوافق، لا أوافق بشدة) مقياس ترتيبي، والأرقام التي تدخل في البرنامج، وهي (أوافق بشدة = 5، أوافق = 4، محايد = 3، لا أوافق = 2، لا أوافق بشدة = 1)، وتم التعبير عن الأوزان و المتوسط الحسابي (المتوسط المرجح)، ويتم ذلك بحساب طول الفترة أولاً، وهي عبارة عن حاصل قسمة 4 على 5، حيث 4 تمثل عدد المسافات (من 1 إلى 2 مسافة أولى، ومن 2 إلى 3 مسافة ثانية، ومن 3 إلى 4 مسافة ثالثة، ومن 4 إلى 5 مسافة رابعة)، 5 تمثل عدد الاختيارات. وعند قسمة 4 على 5 ينتج طول الفترة ويساوي 0.80 ويصبح التوزيع حسب الجدول التالي:

#### المتوسط المرجح

لا أوافق بشدة	إلى 1.79	من 1
لا أوافق	إلى 2.59	من 1.80
محايد	إلى 3.39	من 2.60
أوافق	إلى 4.19	من 3.40
أوافق بشدة	إلى 5	من 4.20

## ثالثاً: قياس المتغيرات

أ- قياس عادات وأنماط الاستخدام: تم قياس هذا المتغير من خلال أسئلة حول درجة الاستخدام وأقدمية الاستخدام، وعدد أيام الاستخدام بالأسبوع وعدد الساعات اليومية و المكان المفضل للاستخدام....الخ، وهنا اعتمدنا على مقياس الدلالة الإحصائية كا2، وذلك لمعرفة ما إذا كان هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين استخدامات أفراد العينة حسب متغير النوع (الذكور، إناث)، والدلالة الإحصائية مع باقي المتغيرات الشخصية الأخرى (السن، المستوى الجامعي، مكان السكن، منطقة السكن، الحالة المدنية).

ب- قياس دوافع الاستخدام: تم قياس هذا المتغير من خلال 12 عبارة بدائل إجاباتها (بدرجة كبيرة إلى حد ما، لا ) ، منهم 06 عبارات للدوافع الطقوسية و06 عبارات للدوافع النفسية، وهنا اعتمدنا على حساب المتوسط الحسابي المرجح، والوزن النسبي لكل العبارات، ثم ترتيبها حسب أوزانها من 1-12، وكذا الفروق بين ترتيباتها، وهذا مع كل المتغيرات الشخصية.

ج- مقياس القيم: و بهدف قياس اتجاهات الطلبة الجامعيين حول بعض القيم المختارة، أو العبارات المعبرة عنها أو العبارات المعبرة عن التأثيرات السلبية استخدمنا طريقة ليكرت لما أظهرته من ثبات و في هذه الطريقة لا يكتفي الباحث بالحصول على إجابة نعم أو لا بل يجمع عدد كبير من العناصر حول الموضوع المراد قياسه بشكل يسمح بأن تكون الإجابة على مقياس تقدير من 05نقاط علماً بأن طريقة " ليكرت" تستخدم التقديرات بالإيجاب أو السلب.

ويعرف بأنه "مجموعة من الفقرات والعبارات يتساوى فيها عدد الفقرات المحابية مع عدد الفقرات المعادية (الإيجابية والسلبية) التي تدور حول موضوع واحد يخضع للقياس، وقدم هذه الفقرات (الاستمارة) إلى المبحوثين ويطلب منهم تحديد ما إذا كان كل منهم :

- أوافق بشدة.

- أوافق.

- محايد لا رأي له.

- لا أوافق.

- لا أوافق بشدة.

ويتعين على كل مبحوث أن يختار استجابة واحدة فقط من بين الاستجابات الخمس المحتملة<sup>1</sup> وقد تستعمل هذه المقاييس منفردة في دراسة ما أو مع استمارات أو مع مقابلات، أما في دراستنا هذه فقد استعملنا مقياس ليكرت إلى جانب الاستمارة، وهذا لقياس محور القيم، والتأثيرات السلبية، وهذا لتحقيق التكامل في البحث، وهنا اعتمدنا كذلك على حساب المتوسط الحسابي المرجح والوزن النسبي وقمنا بترتيب القيم من 1-17 وتحديد اتجاهها حسب مقياس ليكرت الخماسي، وهذا مع كل المتغيرات

<sup>1</sup> - محمد منير حجاب: المعجم الإعلامي، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، ط1، 2004، ص541.

الشخصية، كما أننا قمنا باختبار بيرسون **Tests du khi-deux de Pearson** لدراسة شدة واتجاه العلاقة الارتباطية بين المتغيرات وذلك لشرح وتحليل ومعرفة العلاقة بين مختلفة المتغيرات، خاصة العلاقة بين القيم واستخدام الانترنت مع كل المتغيرات الشخصية، (فيما يتعلق بسؤال: هل استخدامك للانترنت ساعدك على الارتباط بالقيم؟)

د- قياس علاقة استخدام الانترنت بتعزيز القيم لدى الطلبة الجامعيين: من خلال طرح سؤال يتضمن ثلاثة بدائل إجابات، هل ترى أن الانترنت عززت القيم لديك، أو أضعفتها، أو بقيت محايدة؟، وهنا اكتفينا بمقارنة البدائل مع بعضها حسب النسب المئوية لكل قيمة.

هـ- قياس الأثر السلبي لانترنت على الطلبة الجامعيين: بحيث التأثير يكون سلبياً كلما ابتعدت مضامين الانترنت وخدماتها عن القيمة، ويتوقع في هذا الجانب أن تحدث محتويات الانترنت تأثيرات سلبية يمكن قياسها كذلك بمقياس ليكارت بخمسة درجات (لا أوافق بشدة، لا أوافق، محايد، أوافق، أوافق بشدة). وهنا اعتمدنا على مقارنة الاتجاه الموجب المثل بقيمتي (أوافق بشدة و أوافق)، والاتجاه السالب الممثل في قمتي (لا أوافق بشدة و لا أوافق) لكل قيمة.

# الفصل الثاني

## المقرب النظري للدراسة

المبحث الأول: مدخل الاستخدامات والإشاعات ودوافع استخدام الانترنت.

المبحث الثاني: نظرية الحتمية التكنولوجية لمارشال ماكلوهان.

المبحث الثالث: منظور الحتمية القيمة في الإعلام لعبد الرحمن عزي.

إن أي نظرية بشكل عام عبارة عن مجموعة من القواعد والمفاهيم التجريدية التي يتم تطبيقها على جزئية من العالم الحقيقي، وهي وسيلة تجريدية لربط بعض الأحداث في العالم لتلخيص واستخلاص جوهر الأمور، ويجب عند اختيار نظرية أو مجموعة نظريات لتطبيقها على دراسة ظاهرة ما أن تتناسب مع موضوع الدراسة حتى تتم الاستفادة منها، ولا تكاد توجد نظرية إعلامية واحدة متفق على كيفية عملها، أو تأثيرها في الجمهور بين الباحثين، و إنما توجد عدد من النظريات التي تقدم تصورات عن كيفية عمل الإعلام وتأثيره.

ومن جهة ثانية تساعد هذه النظريات على توجيه البحث العلمي في مجال الإعلام، كما تشرح النظرية ما تحدثه من تأثير في الجمهور أو الجمهور نفسه اتجاه الوسائل أو الرسائل الإعلامية بل تتجاوز أحياناً ذلك إلى تقديم تصور عما يمكن أن يحدث مستقبلاً، كما تقدم النظرية تصورات عن المتغيرات الاجتماعية المحتملة، وتأثير وسائل الإعلام عليها، وتمثل دراسات الوسيلة جانباً مهماً في أدبيات علوم الإعلام والاتصال، وذلك منذ أن طرحت النماذج الكلاسيكية الأولى للاتصال أن الوسيلة مكون أساسي لا يتم الاتصال دونه، لكن هناك من يرى ومنهم عالم الاجتماع الفرنسي "بودر يارد" أن هذه النظريات لم تعد مسلماتها و مرتكزاتها الفكرية كافية في تفسير التغيرات التي طرأت على بنية مجتمعات الحداثة وما بعد الحداثة، الأمر الذي يدفعنا إلى تطوير نظرية إعلامية جديدة تكون أكثر قدرة في تفسير ما طرأ على هذه المجتمعات من تغيرات سياسية واجتماعية وثقافية واتصالية، ومع ذلك فإننا مضطرين إلى الاعتماد على بعض النظريات المعروفة بإسقاطاتها على وسيلة الانترنت حتى تتضح معالم النظرية الاتصالية المرجوة التي تستطيع أن تستوعب مجتمع المعلومات، كما اعتمدنا على منظور الحتمية القيمة لعزى عبد الرحمن لارتباطه الوثيق بالقيم رغم عدم نضج هذا المنظور لمستوى النظرية أو المقترح.

و قد اعتبر علماء الاتصال أن الرسالة تتفاعل مع السميات الخاصة بالوسيلة في التأثير على المتلقي، بل أن " مارشال ماكلوهان" **Marchal Macluhan** ذهب إلى أن الوسيلة هي الرسالة ذاتها ومن ثم فإن في هذه الدراسة قام الباحث بالاستعانة بمقترح الاستخدامات والاشباكات، والحتمية التكنولوجية لمارشال ماكلوهان، ومنظور الحتمية القيمة لعزى عبد الرحمن.

## المبحث الأول: نظرية الاستخدامات والإشباع ودوافع استخدام الانترنت .

تعد نظرية الاستخدامات والإشباع من أنسب النظرية للتعرف على طبيعة استخدام عينة الدراسة للانترنت، ودوافع هذا الاستخدام والآثار الناجمة عنه.

و إن مفهوم الاستعمال (أو الاستخدام) في الإعلام فلقد جاء تحت عنوان: الاستعمال والإشباع وهو مجال بحث جلب اهتمام الكثير من الباحثين الذين أرادوا التعرف على: ماذا يفعل الجمهور بوسائل الإعلام؟ حيث كثف الباحثون من مجهوداتهم حول دراسة رضا الجمهور محاولين وضع معاملات الارتباط بين طلبات ودوافع الجمهور وبين تأثيرات وسائل الاتصال<sup>1</sup>، فقد نقلت هذه النظرية حقل الدراسات من المفهوم السلبي للجمهور الإعلامي إلى المفهوم الإيجابي القائم على إدراك أن أعضاء هذا الجمهور هم أناس فاعلون يصطفون من الإعلام والمضامين التي يفضلونها<sup>2</sup>، واستعمال وسائل الإعلام هو "عمل اجتماعي أكثر من أي شيء آخر، فقد أصبح هذا الأمر بداهة متداولة بكثافة في الدراسات الإعلامية"<sup>3</sup>.

### 1.1 - مفهوم نظرية الاستخدامات و الإشباع.

نظرية الاستخدامات والإشباع في الاصطلاح الإعلامي مثار اختلاف بين الباحثين، وتعني هذه النظرية باختصار: تعرض الجمهور لمواد إعلامية لإشباع رغبات كامنة معينة استجابة لدوافع الحاجات الفردية، وكل ما تحققه المادة المقدمة عبر وسيلة معينة من استجابة جزئية أو كلية لمتطلبات الحاجات ودوافع الفرد الذي يستخدم هذه الوسيلة، ويتعرض لتلك المادة لتحقيق الحاجة التي تعد حالة من الرضا والإشباع وهي افتقار الفرد أو شعوره بنقص في شيء ما يحقق تواجده والحاجة قد تكون فسيولوجية أو نفسية، أما الدافع فهو حالة فسيولوجية أو نفسية توجه الفرد إلى الاتزان النفسي الذي يساعد على استمرار التواصل مع الغير والتكيف مع البيئة<sup>4</sup>.

1 - فضيل دليو: مقدمة في وسائل الاتصال الجماهيرية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1998، ص36.

2 - الصفتي نوال: مفهوم الصحافة الدولية وبنيتها على الانترنت، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، جامعة القاهرة، العدد9، أكتوبر-ديسمبر 2000، ص173

3 - علي قسايسية: السمات السوسولوجية للجمهور، في الوسيط في الدراسات الجامعية، الجزء الرابع، دار هومة، الجزائر، 2003 ص78.

4 - علي عبد الفتاح كنعان، مرجع سابق، ص175.



وبالتالي فإن نظرية الاستخدامات والاشباعات هي " عبارة عن محاولة للنظر في العلاقة بين وسائل الإعلام والجمهور بشكل مختلف، حيث ترى أن الجمهور يستخدم المواد الإعلامية لإشباع رغبات معينة لديه، من المضامين التي تعرضها وسائل الإعلام"<sup>1</sup>.

و يعد **الياهو كاتز Elihu Katz** أول من وضع اللبنة الأولى في بناء مدخل الاستخدامات والاشباعات عندما كتب مقالاً عن هذا المدخل عام 1959<sup>2</sup>، و بدأ تحول الانتباه من الرسالة الإعلامية إلى الجمهور الذي يستقبل هذه الرسالة<sup>3</sup>، وبذلك انتفى مفهوم قوة وسائل الإعلام الطاغية الذي كانت تنادي به النظريات المبكرة مثل نظرية الرصاصة السحرية<sup>4</sup> التي تقوم على أن سلوك الأفراد يتحدد وفقاً للآلية البيولوجية الموروثة، ونتيجة لأن الطبيعة الأساسية للكائن الحي متشابهة تقريباً بين كائن وآخر، تكون استجاباتهم للمثيرات المختلفة متشابهة، خاصة مع الاعتقاد بأن متابعة أفراد الجمهور لوسائل الإعلام تتم وفقاً للتعود، وليس لأسباب منطقية<sup>5</sup>. كما أوضح **دينيس ماكويل Denis Mcquail** في مناقشته لهذه النظرية " أن أهم ما تقوم عليه هذه النظرية هو الخلفية الاجتماعية للفرد وطبيعة التجربة الاتصالية لديه ودرجة توقعاته مسبقاً بين الاشباعات المتوقعة وبين الاشباعات التي لم تتحقق نتيجة استخدام وسائل الاتصال"<sup>6</sup>.

## 1. 2- مراحل تطور نظرية الاستخدامات والاشباعات.

ولقد مر مدخل الاستخدامات والاشباعات بثلاث مراحل متميزة في تطوره، يمكن تقسيمها زمنياً

كالتالي:

- 1 - محمد بن عبد الرحمن الحضيف: كيف تؤثر وسائل الإعلام؟ -دراسة في النظريات والأساليب، مكتبة العبيكان، الرياض، ط2، 1998، ص26.
- 2 - نائلة عمارة: الاتجاهات الحديثة في الدراسات البنينة في مجال علم النفس الإعلامي، دراسة غير منشورة، كلية الآداب، جامعة حلوان، القاهرة، 2000، ص6.
- 3 - حسن عماد مكوي، سامي شريف: نظريات الإعلام، مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح، القاهرة، 2000، ص ص، 206-207.
- 4 - ملفين ل.ديفيلير، سندرا بول روكيتش: نظريات وسائل الإعلام، (ترجمة كمال عبد الرؤوف )، الدار الدولية للنشر والتوزيع القاهرة، د ت، ص ص 235-236.
- 5 - فرح الكامل: بحوث الإعلام والرأي العام، تصميمها وإجراؤها وتحليلها، دار النشر للجامعات، القاهرة، 2001، ص88.
- 6 - الطرابيشي ميرفت، السيد عبد العزيز: نظريات الاتصال، دار النهضة العربية، القاهرة، مصر، ط1، 2006، ص241.

أ- مرحلة الطفولة (المرحلة الوصفية): اهتمت بتقديم وصف لتوجهات الجماعات الفرعية لجمهور وسائل الاتصال فيما يتعلق باختيارها للأشكال المختلفة من محتوى وسائل الاتصال، وقد امتدت هذه المرحلة في خلال عقدي الأربعينات والخمسينيات من القرن الماضي<sup>1</sup>.

ب- مرحلة المراهقة (المرحلة التطبيقية): هي مرحلة ذات توجه ميداني، إذ كانت تركز على المتغيرات النفسية والاجتماعية التي تؤدي إلى نمط مختلف من استخدامات وسائل الإعلام، وكان من أهم نتائجها أن الجمهور يستخدم الوسيلة لإشباع حاجات معينة لديه، وقد امتدت هذه المرحلة في خلال عقد الستينيات من القرن الماضي.

ج- مرحلة البلوغ (المرحلة التفسيرية): وكان التركيز فيها على الإشباع المتحققة نتيجة التعرض لوسائل الاتصال، و أعدت قوائم الاستخدامات والإشباع، وقد امتدت هذه المرحلة منذ عقد السبعينيات من القرن الماضي حتى الآن<sup>2</sup>.

### 1. 3- فروض وأهداف مدخل الاستخدامات والإشباع :

أ- فروضه: ضمن نظرية الاستخدامات والإشباع فقد لخص كاتز وزملاؤه افتراضات تمثلت في النقاط الآتية<sup>3</sup>:

✓ جمهور المتلقين جمهور نشطن واستخدامه لوسائل الإعلام هو استخدام موجه لتحقيق أهداف معينة.

✓ يمتلك أعضاء الجمهور المبادرة في تحديد العلاقة بين إشباع الحاجات واختيار وسائل معينة يرى أنها تشبع حاجاته.

✓ تتنافس وسائل الإعلام مصادر أخرى لإشباع الحاجات مثل الاتصال الشخصي والمؤسسات الأكاديمية.

<sup>1</sup> - مصطفى حمدي أحمد: استخدامات المراهقين للقنوات الفضائية والإشباع المحققة : دراسة مسحية مقارنة على عينة من المراهقين في المنيا والقاهرة، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الآداب، جامعة المنيا، المنيا، 2002، ص46.

<sup>2</sup> - المرجع نفسه، ص47.

<sup>3</sup> - محمد عبد الحميد: نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، عالم الكتب للنشر والتوزيع والطباعة، القاهرة، ط3، 2004م، ص222.

✓ الأحكام حول قيم العلاقة بين حاجات الجمهور واستخدامه لوسيلة معينة 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.

ب- أهدافه: ويحقق مدخل الاستخدامات والاشباعات تحقق ثلاث أهداف رئيسية تمثل في<sup>1</sup>:

✓ محاولة تحديد كيفية استخدام الأفراد لوسائل الإعلام، وذلك بالنظر إلى الجمهور النشط الذي يستطيع أن يختار ويستخدم الوسائل والمضامين التي تشبع احتياجاته.

✓ شرح دوافع التعرض لوسائل الإعلام والاشباعات المحققة من هذا التعرض.

✓ التأكيد على نتائج استخدام وسائل الإعلام بهدف فهم عملية الاتصال الجماهيري.

✓ تتنافس وسائل الإعلام مع وسائل أخرى لإشباع حاجات الأفراد، مثل قنوات الاتصال الشخصي كالأندية أو السينما أو غيرها، فالجمهور يكمل احتياجاته التي لا تشبعها وسائل الإعلام الجماهيرية من خلال قنوات ووسائل أخرى<sup>2</sup>.

#### 1. 4 - عناصر مدخل الاستخدامات والاشباعات :

يتكون مدخل الاستخدامات والاشباعات من عدة عناصر على النحو التالي :

ا- افتراض الجمهور النشط: كانت النظريات القديمة كنظرية الرصاصة أو الحقنة تحت الجلد ترى أن الجمهور مجرد متلق سلبي، لكن مع ظهور مدخل الاستخدامات والاشباعات ظهر مفهوم الجمهور النشط الذي يبحث عن المضمون الإعلامي المناسب بالنسبة إليه، ويتحكم في اختيار الوسيلة التي تقدم المحتوى، ويعرف ذلك بالانتقاء النسبي أو توقع المكافأة وهو الموازنة بين قدر الإشباع الذي سيحصل عليه الفرد في مقابل المجهود المبذول للحصول عليه.

<sup>1</sup> - مرزوق عبد الحكيم العادلي: الإعلانات الصحفية دراسة في الاستخدامات والاشباعات" ، دار الفجر، القاهرة، مصر، ط1، 2004م، ص126.

<sup>2</sup> -Dominick, Josef R: **The Dynamic Of Mass Communication**, McGraw-Hill Publishing Company, New York, 1990, p.51.

و الجدير بالذكر أن المضمون الإعلامي الواحد يحقق اشباعات متفاوتة لدى فئات الجمهور، فمثلاً برنامج يحوي مشاهد عنف قد يكون مادة ترفيهية بالنسبة إلى بعض المشاهدين، ومادة تعليمية بالنسبة إلى بعضهم الآخر<sup>1</sup>.

بمعنى أن نظرية الاستخدامات والاشباعات تُعنى بجمهور الوسيلة الإعلامية، ومنها الانترنت التي تشبع رغباته وحاجاته الكامنة، ومعنى ذلك أن الجمهور ليس سلبياً يقبل كل ما يتعرض له، بل يملك غاية محددة من تعرضه للوسيلة يسعى إلى تحقيقها، فأعضاء الجمهور بدرجة ما نشطون يبحثون عن المضمون الذي يبدو أكثر إشباعاً لهم.

وفي دراستنا يمكن افتراض أن الطلبة الجامعيين:

✓ فاعلون في عملية التواصل، ويستخدمون الانترنت بقصد الحصول على ما يخدمهم، و يلبي توقعاتهم.

✓ كما تحدد الفروق الفردية للطلبة الجامعيين (النوع، السن، المستوى الجامعي، مكان الإقامة منطقة السكن، الحالة المدنية) العلاقة بين استخدام الانترنت والرغبة في إشباع حاجات محددة مسبقاً.

✓ الطلبة هم الذين يختارون الانترنت للاستخدام، والمضامين والخدمات التي تتاسبهم، وبالتالي فهم يتحكمون في المضمون من خلال الحاجات والرغبات التي يودون إشباعها، على الرغم من وجود حاجات تظهر أثناء الاستخدام وتحريضها بآليات وأساليب متضمنة في التصميم وطريقة التعامل مع المحتويات.

✓ إن الطلبة الجامعيين على علم بالفائدة التي ستعود عليهم من جراء استخدام الانترنت والإبحار في محتوياته.

<sup>1</sup> - هبة شاهين: استخدامات الجمهور المصري للفتوات العربية المصرية، دراسة تحليلية ميدانية، رسالة دكتوراه، كلية الإعلام القاهرة، مصر، 2000، ص239.

✓ إن الجوانب الثقافية والاجتماعية والحضارية والدينية السائدة في المجتمع الذي يعيش فيه الطلبة الجامعيين هي التي تتحكم في أنماط الاستخدام.

ب - الأصول النفسية والاجتماعية لاستخدامات وسائل الاتصال: يرجع الفضل في اكتشاف العلاقة بين الأصول الاجتماعية والنفسية ودوافع التعرض لوسائل الاتصال إلى الباحثة ماتيلدا رايلي **Raily Matilda** عام 1951<sup>1</sup>، وفيما يلي نقدم عرضاً للأصول النفسية والاجتماعية لاستخدامات وسائل الاتصال:

#### - الأصول النفسية لاستخدامات وسائل الاتصال :

تؤدي العوامل النفسية في بعض الأحيان إلى وجود حوافز أو دوافع معينة بحاجة إلى إشباع، ومن ثم تحدد كثيراً من الاستخدامات لوسائل الإعلام، إذ يقوم مدخل الاستخدامات والاشباع على افتراض أن الأفراد المختلفين يختارون لأنفسهم مضامين إعلامية مختلفة وفقاً للفروق النفسية بينهم، إذ تعد الظروف النفسية لإفراد الجمهور مشكلات تواجههم وتحقق مشاهدة التلفزيون على سبيل المثال علاجاً لمثل هذه المشكلات.

وقد صنف بالمجرين و روبين **Palmgreen et Rubin** الدوافع النفسية إلى أربعة أصناف هي: دوافع مزاجية، ودوافع معرفية، ودوافع عاطفية، ودوافع اجتماعية وتعويضية<sup>2</sup>.

#### - الأصول الاجتماعية لاستخدامات وسائل الاتصال :

لا يتعامل أفراد الجمهور مع وسائل بوصفهم أفراداً معزولين عن واقعهم الاجتماعي، وإنما بوصفهم أعضاء في جماعات اجتماعية منظمة<sup>3</sup>، وبذلك فالعوامل الديمغرافية والاجتماعية مثل: النوع والسن، والمهنة، والمستوى التعليمي، والمستوى الاقتصادي الاجتماعي لها تأثيرها في استخدام أفراد

1 - أماني فهمي، مرجع سابق، ص 123.

2 - المرجع نفسه، ص 124.

3 - حسن عماد مكاوي، سامي شريف، مرجع سابق، ص 211.

الجمهور لوسائل الاتصال، وبذلك تبين عدم جدوى مفهوم الجمهور الحشد، بعد ظهور مدخل الاستخدامات والاشباكات<sup>1</sup>.

### 1. 5- دوافع تعرض الجمهور لوسائل الاتصال:

في إطار نموذج الاستخدامات والاشباكات يولي الأهمية إلى الجمهور كطرف فاعل في العملية الاتصالية وواع في انتقائه الإدراكي لمحتويات هذه الوسائل بما يحقق له اشباكات ذاتية التحديد والتعرض كون أفراد الجمهور هم الذين يصرحون بأنواع الحاجات التي يريدون إشباعها من خلال تعرضهم لوسائل الاتصال.

وفي إطار نموذج الاستعمال والإشباع يجري البحث عن الحاجات والرغبات التي ترضيها رسائل أجهزة الإعلام، عما يحصل عليه المتلقي من الثواب في لقاء تعرضه لتلك الأجهزة، أنه بحث يحاول التعرف على ما يدفع الناس إلى إنفاق الكثير من الوقت قبالة وسائل الإعلام<sup>2</sup>.

وقد اختلف علماء الاتصال وعلم النفس في تحديد دوافع التعرض لوسائل الاتصال الجماهيري وكان هذا الاختلاف امتداداً لتحديد مفهوم الدافع<sup>3</sup>، الذي يعتبر "قوة نفسية فيزيولوجية تتبع من النفس وتحركها مثيرات داخلية أو خارجية فتؤدي إلى وجود رغبة ملحة في القيام بنشاط معين والاستمرار فيه حتى تتحقق هذه الرغبة ويتم إشباع هذا الدافع بما يخفف من حدة التوتر النفسي، وتعتبر الدوافع النفسية محرركات السلوك، وأساس التصرفات التي تبدو لنا في المواقف المختلفة في تفاعل الفرد مع البيئة، وفهم دوافع الفرد هو المفتاح الحقيقي لضبط سلوكه وتوجيهه"<sup>4</sup>، كما يعرفه حامد زهران بأنه "حالة جسمية أو نفسية داخلية تؤدي إلى توجيه الكائن الحي نحو أهداف معينة من شأنها أن تؤدي إلى حدوث استجابة معينة لدى الكائن الحي، ويمكن ملاحظة الدافع عن طريق السلوك الناتج عنها<sup>5</sup>، وتعرف كذلك بأنها

1 - مصطفى حمدي احمد، مرجع سابق، ص55.

2 - أديب غنم: مقارنة منهجية حول إشكالية دراسة وسائل الإعلام وتأثيرها في المجتمع العربي المعاصر، في وسائل الإعلام والمجتمع العربي المعاصر، المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، تونس، 1992، ص49.

3 - مصطفى حمدي أحمد، مرجع سابق، ص56.

4 - جلال عبد الوهاب: العلاقات الإنسانية والإعلام، ذات السلاسل، الكويت، دط، 1984، ص69.

5 - جامد زهران: علم النفس الاجتماعي، عالم الكتاب، القاهرة، ط5، 1984، ص105.

"القوة البيولوجية أو النفسية التي تحت الفرد على القيام بنشاط معين لإشباع رغبة محددة"<sup>1</sup>، وتقوم هذه الدوافع بتحريك الحاجات التي هي كل ما يتعلق بالضروريات الداخلية التي تحدد السلوك الإنساني وتعني الضرورة الداخلية أن الحاجات عبارة عن نقص أصبح محسوساً، كما أن البعض من هذه الحاجات يتم الشعور بها أحيانا عند التعرض إلى منبهات معينة، لذا أكد الباحثون أن "رؤية المنبه يستثير الحاجة"<sup>2</sup>.

ومن خلال ما سبق عرضه يمكن معرفة أهمية هذه النظرية حيث يمكننا توظيف هذه النظرية من حيث إمكان مدى معرفة استخدام الطلبة الجامعيين للانترنت التي تتفق مع طبيعة الحياة الاجتماعية التي يعيشونها، ويحكم تعرض الطلبة للانترنت متغيرات اجتماعية ونفسية، قد يدركها الطلبة وقد لا يدركونها وعلى هذا، فهذه المتغيرات النفسية والاجتماعية هي التي تتحكم في طريقة استخدام الطلبة الجامعيين للانترنت، وهكذا فإن الطلبة الجامعيين لهم القدرة والتميز على اختيار الوسيلة والمضمون المناسبين حسب أصول نظرية الاشباع والاستخدامات.

**1. 6- أنواع دوافع التعرض لوسائل الاتصال:** ويفترض هذا المدخل أن هناك عدة متغيرات اجتماعية ونفسية واقتصادية تعمل بطرق معقدة لتؤثر على استخدام وسائل الاتصال الجماهيري واشباعاتها، وبوجه عام فإن معظم دراسات الاتصال تقسم دوافع التعرض إلى فئتين هما<sup>3</sup>:

- **دوافع نفعية: Instrumentel Motives** وتستهدف التعرف على الذات، واكتساب المعرفة والمعلومات، والخبرات، وجميع أشكال التعلم بوجه عام والتي تعكسها نشرات الأخبار والبرامج التعليمية والثقافية.

- **دوافع طقوسية: Motives Ritualized** وتستهدف تضييق الوقت، والاسترخاء والصداقة والألفة مع الوسيلة، والهروب من المشكلات، وتنعكس هذه الفئة في البرامج الخيالية... مثل المسلسلات والأفلام والمنوعات، وبرامج الترفيه المختلفة.

<sup>1</sup> -نائلة عمارة، مرجع سابق، ص7.

<sup>2</sup> - محمد فرغلي فراج وآخرون: **السلوك الإنساني: نظرة علمية**، دار الكتب الجامعية، د ط، 1997، ص141.

<sup>3</sup> - حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد، مرجع سابق، ص ص246، 247.

## 1. 7- اشباع وسائل الاتصال :

يتم وفقاً لمدخل الاستخدامات والاشباع وصف جمهور يختار من بين وسائل الاتصال، ومن المضامين التي تقدمها ما يشبع حاجاته ويلبي رغباته<sup>1</sup>، بغية الحصول على نتائج خاصة يطلق عليها الاشباع **Gratification**، ويرى سوانسون **Swanson** إمكان ربط محتوى الرسالة بالاشباع المحققة، فبرامج الدراما والترفيه والمنوعات يمكن أن تحقق إشباع التنفيس **Diversion**، والتخلص من الملل والقلق والهروب من المشكلات اليومية، أما برامج الأخبار والمعلومات والشؤون الجارية فتحقق إشباع مراقبة البيئة **Surveillance** الذي يتمثل في الحصول على المعلومات والخبرات والمهارات، وقد تتبع الاشباع المطلوبة والمحققة من وسائل الاتصال من ثلاثة مصادر رئيسة هي:

✓ **محتوى الوسيلة:** الذي ينعكس من خلال تفضيلات الأفراد لبرامج أو مضامين محددة، أو من خلال التعرض المخطط المقصود لبرامج معينة .

✓ **التعرض للوسيلة:** فالتعرض لبعض وسائل الاتصال في حد ذاته يمكن أن يشبع احتياجات معينة، مثل الترفيه والاسترخاء والهروب.

✓ **السياق أو الإطار الاجتماعي أو البيئة الاجتماعية المحيطة باستخدام الوسيلة:** مثل وجود الأفراد الآخرين أو غيابهم في أثناء التعرض للوسيلة، مثل أفراد الأسرة أو الأصدقاء، وتكون دور الوسيلة الإحلال محل هؤلاء الأفراد أو تكميل أدوارهم على أقل تقدير.

ويفرق "لورانس وينر" بين نوعين من الاشباع<sup>2</sup> : هما اشباع المحتوى التي يقسمها إلى نوعين:

أ- توجيهية: مثل مراقبة البيئة والحصول على المعلومات.

ب- اجتماعية: مثل فهم الواقع والتحدث مع الآخرين فيما يشاهده ثم الاشباع العلمية، وتنقسم أيضاً إلى نوعين:

<sup>1</sup> - محمد البشير: قصور النظرية في الدراسات الإعلامية، المجلة العربية للعلوم الإنسانية، العدد 83، 2003، ص 99.

<sup>2</sup> - حسين علي محمد: استخدامات الشباب الجامعي للفتوات الغنائية والاشباع المحققة، في "الإعلام المعاصر والهوية العربية" الجزء الثاني، القاهرة، مصر، 2006، ص ص، 811، 812.



ج- اشباعات شبه توجيهية: تتعكس في برامج التسلية والترفيه.

د- اشباعات شبه توجيهية: مثل التخلص من الشعور بالوحدة والملل.

و إن من مزايا هذا المنقرب أنه يحقق لنا معرفة كيفية استخدام الأفراد لوسائل الإعلام لإشباع احتياجاتهم، كما أنه يوضح دوافع التعرض وأنماطه، ولذلك فهو يساعدنا في فهم وأهمية ومعنى استخدام وسيلة الاتصال، كما أنه يوفر لنا مجالاً رحباً لاختبار السلوك الاتصالي للطلبة الجامعيين، كما أن سرعة انتشار تكنولوجيا الانترنت كماً و كيفاً وجغرافياً، وكذلك طبيعتها التفاعلية جعلت الباحثين يتطرقون إلى دراسة هذه الوسيلة وتفاعلها مع مختلف الشرائح من خلال نظرية الاشباعات التي تنطلق من مسلمة أساسية وجوهريّة وهي تفاعل الجمهور وإيجابيته مع وسائل الإعلام التي يستهلكها، فالانترنت تتطلب من مستخدميها تفاعلية أكثر مما تتطلبه وسائل الإعلام التقليدية، فمستخدمو الانترنت يستعملون الشبكة للبحث عن المعلومات أو تبادل الرسائل والردشة والتواصل مع الآخرين وغيرها.

كما أن الانترنت هي وسيلة محددة الأهداف و أن المستخدمين قد يعرفون مسبقاً الحاجات التي يردون إشباعها من خلال الولوج إلى الشبكة، فالهدف هنا غالباً يقوم أساساً على أن المبحرين في الشبكة يستهدفون عن قصد المحتوى الذي يريدونه ويحتاجونه لإشباع حاجات معينة عندهم على عكس مستهلكي وسائل الإعلام الأخرى الذين في كثير من الأحيان يستخدمونها من باب التعود والروتين بدون دوافع محددة.

وبصفة عامه يمكن توظيف هذا المدخل وفقاً لخصائص الطلبة الجامعيين من خلال محاولة ربط الجانب النظري والتطبيقي من خلال محاولة معرفة دوافع وأسباب استخدام الطلبة للانترنت والاشباعات المحققة لهم، ولكن مع الأخذ بعين الاعتبار أن الإشباع الذي يبحث عنه الطالب من خلال استخدامه للانترنت ليس بالضرورة هو نفسه الإشباع الذي سوف يحصل عليه، وذلك باتخاذ نظرية الاشباعات والاستخدامات كإطار نظري لهذه الدراسة من الممكن تفسير السلوك الاجتماعي الذي قد ينتج عن استخدام الطلبة للمحتوى الانترنتي.

كما أن هذه النظرية تعد من أفضل النظريات التي يمكن من خلالها تفسير الدوافع، وتلبية الحاجات وهي أكثر النظريات اختباراً وتطبيقاً في المجتمعات العربية من قبل الباحثين، وتركز هذه

النظرية على مفهوم الجمهور النشط، الذي يبحث عن الوسيلة والمضمون الذي يريد، فهو يعرف ما يريد قبل التوجه إليه، لذا يمكن القول أن توجه طلبة الجامعات للانترنت لم يكن -على افتراض هذه النظرية - غير مبرر بل أنه يمكن تفسير دوافعه من قبل المستخدم نفسه، وأن الدافع لذلك التعرض هو الحاجة إلى الإشباع والحاجة لها تأثير في توجيه السلوك الناتج عن تغير القيمة، ولهذا نحاول أن نقدم النظرية من منظور وسيلة الانترنت:

**1. 8- دوافع وإشباع الانترنت:** بدأ البحث في دوافع التعرض للانترنت والتأثيرات الناتجة عن ذلك العرض حينما تحولت تلك الشبكة العنكبوتية من شبكة دلالية **Semantic Web** تهدف إلى الحصول الأوتوماتيكي على المعلومات من مصادر مختلفة وتمكين قدرات البحث عن المعلومات بما يسمح بتوسيع نطاق واسع للتعامل مع المعلومات بهدف الوصول إلى صيغ جديدة للمعرفة البشرية إلى شبكة نفعية **Pragmatic Web** تهدف إلى الأهداف البشرية من استخدام الانترنت، وتقوم على اعتبار الفرد هو العنصر الرئيس في هذه المنظومة، وبالتالي تمنحه القدرة على التفاعل والتشارك المعلوماتي والاجتماعي. هذا التحول نحو أن يكون الإنسان هو أساس الشبكة النفعية أسهم في تغيير مفهوم الويب **Web** بكامله إذ إنها جعلت الإنسان عنصراً بنائياً في تلك الشبكة بدلاً من أن تستمر وضعيته مستهلكاً أو منتفعاً بخدماتها<sup>1</sup>. و أدى النمو الهائل في استخدام الانترنت إلى مرحلة جعلت الباحثين في مجال الاستخدامات و الإشباعات يزيدون من اهتماماتهم بدراساتها، والتحول من كيف يستخدم الأفراد الانترنت؟ إلى دراسة الأسباب والدوافع التي تدفعهم لاستخدام هذا الوسيط وفقاً لدرجات وتسلسلات مستمرة.

و أن الهدف من الاعتماد على نظرية الإشباع والاستخدامات هو لتحديد الأغراض المتحققة من استخدام الطلبة للانترنت "لأن الجمهور هو الذي يختار الرسائل والمضمون الذي يشبع حاجاته وليست وسائل الاتصال هي التي تستخدم الجمهور أو الأفراد"<sup>2</sup>، ويمثل الطلبة الشباب الجمهور الأساسي لوسائل الإعلام الجديدة، ومنها الانترنت التي تعتمد في انتشارها على أربعة عوامل أساسية<sup>3</sup>:

<sup>1</sup> - حمدي حسن أبو العينين: الإعلام الجديد في العالم الإسلامي (إشكالية الثقافة والتكنولوجيا والاستخدام) ، مجلة الدراسات الإعلامية القيمة المعاصرة، دورية أكاديمية حضارية محكمة، العدد1، المجلد1 ، دار الورسم للنشر والتوزيع، القبة القديمة، الجزائر 2012 ص16.

<sup>2</sup> - عماد مكاوي و ليلي السيد، مرجع سابق، ص239.

<sup>3</sup> - حمدي أبو العينين، مرجع سابق، ص ص، 16-17.

- أولاً: هذه التقنيات الجديدة أصبحت متاحة لقطاع كبير من الأفراد خاصة الشباب الذين تطورت قدراتهم على استخدام هذه التقنيات في الوقت الذي تم فيه تحديث البنية الاتصالية في كثير من دول العالم، ومنها الجزائر.

- ثانياً: الإمكانيات التي تتيحها شبكة المعلومات الدولية الانترنت بكل ما توفره من قدرات على التواصل الاجتماعي والمعلوماتي والإخباري والمعرفي.

- ثالثاً: وجود احتياجات حقيقية لاستخدام هذه التقنيات الجديدة، وهي عامل مهم في تحديد نوعية ومحتوى الاستخدام.

- رابعاً: التكامل مع الوسائل التقليدية التي تمكن وسائل الإعلام الجديدة من الوصول ببعض رسائلها إلى قطاعات أوسع من المستخدمين المباشرين لوسائل الإعلام التقليدية، وهو ما يؤدي في النهاية إلى زيادة عدد مستخدمي وسائل الإعلام الجديدة، وخاصة الانترنت.

و قد أكد **روبين وونداهل Rosengren et Windahl**، أن نموذج الاستخدامات والاشباعات يركز على الفرد المستخدم لوسائل الاتصال والذي يبادر باستخدام هذه الوسائل ويبني سلوكه الاتصالي على أهدافه بشكل مباشر، إضافة على أنه يختار من بين البدائل الوظيفية ما يستخدمه لكي يشبع احتياجاته<sup>1</sup>.

و لتحديد استخدامات الانترنت فإن الكثير من الدراسات أقرت بوجود ارتباط بين الدوافع الشخصية والدوافع المتعلقة بالوسيلة، ولقد تجددت دوافع الاستخدام بتطور وسائل الإعلام وظهور والوسائل التكنولوجية الحديثة **New Media** بصفة عامة والانترنت بصفة خاصة.

وهنا يمكننا التساؤل عن إمكانية اعتبار الانترنت، وما تحويه من خدمات معلوماتية واتصالية مصدراً لاشباعات وارضاعات معينة تلبي حاجات المستعملين.

<sup>1</sup> - عزة مصطفى الكحلى: استخدام الانترنت وعلاقته بالوحدة النفسية وبعض العوامل الشخصية لدى عينة من جمهور دولة قطر في أبحاث المؤتمر الدولي الأول (الإعلام الجديد: تكنولوجيا جديدة لعالم جديد) ، جامعة البحرين، 7-9 أبريل، 2009، ص269.

وتشير دراسات الاستخدام والاشباع التي بدأت في منتصف القرن الماضي إلى أن دوافع التعرض لوسائل الإعلام وكذلك الاشباع الناتجة عن هذا التعرض تتطور عبر الزمن، وبوجه عام فإن دوافع التعرض لوسائل الإعلام التقليدية كانت تدور حول الهروب من مشكلات الواقع والتنفيس عن العواطف والاستخدام الاجتماعي للمعلومات التي يحصلون عليها من وسائل الإعلام في المحادثات مع الآخرين وتجنب العزلة حيث تصبح وسائل الإعلام رفقة بديلة، وتأكيد الذات ومراقبة البيئة المحيطة و مع ظهور وسائل الإعلام الجديدة وبخاصة ما يتم عبر الانترنت ظهرت دوافع جديدة واشباع مختلفة بفعل الخصائص غير المسبوقة لهذه الوسائل الجديدة، فالدراسات التي أجريت في التسعينيات وما تلاها، فقد ظهرت عبر تلك الوسائل ما يسمى بالمجتمعات الافتراضية **Cyber Communities** التي تنقسم حسب كولي **Coly** إلى ثلاثة أنواع<sup>1</sup>:

- أولاً: شبكات التواصل الاجتماعي مثل ماي سبايس **My space**، فيسبوك **Face book**، تويتر **twitter** وغيرها من المواقع، حيث ينشر الشباب معلومات شخصية عنهم بهدف اكتساب صداقات جديدة والحفاظ على الصداقات القديمة.

- ثانياً: أنظمة الدردشة **Chat System**، والتي يتم عبرها تبادل رسائل فورية.

-ثالثاً: المدونات **Blogs** وهي مواقع شخصية يتم عبرها تدوين الملاحظات الشخصية والأخبار و التعليقات والروابط **Links** المقترحة.

وقد رأى دومينيك ووليين **Dominique Wolton** حينما عالج فكرة العرض يسبق الطلب في استهلاك خدمات الانترنت، فقد أشار إلى أن "المشكل لا يكمن في تلبية حاجات موجودة مسبقاً بل أن توسع حقل المعلومات ومن أتمتة **Atomatisation** وتنظيم ومعالجة للمعلومات القديمة، وخلق معلومات جديدة هو الذي يساهم في خلق حاجات جديدة<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> - حمدي حسن أبو العينين ، مرجع سابق، ص19، نقلا عن:احمد سمير محمد عبد الغني :المجتمعات الافتراضية العربية على الانترنت دراسة تحليلية لأبعاد الاتصال الاجتماعي العربي عبر الويب، رسالة مقدمة لنيل درجة الدكتوراه في الإعلام، قسم الصحافة والإعلام، كلية اللغة العربية، جامعة الأزهر، ص،170-210

<sup>2</sup> -Wolton Dominique : **Internet et après, Théorie Des Nouveaux Medias**, Flammarin, paris. P95.

وهذا ما حدث مع الكمبيوتر حيث وجد " كل من بالميرين ورايبورن Palmgreen et Rayburn أن الناس يستخدمون الكمبيوتر لإشباع ما يلي<sup>1</sup>:

- ✓ الحاجات الشخصية (على سبيل المثال، السيطرة، الاسترخاء، السعادة، الهروب من المشاكل).
  - ✓ الحاجات التي يمكن إشباعها تقليدياً من الوسيلة مثل (التفاعل الاجتماعي، وتمضية الوقت، العادة أو مجرد التعود، اكتساب المعلومات، والتسلية والترفيه).
- أما هارفي Harvey فيشير إلى الأسباب والدوافع التي تحت الأفراد على الاشتراك في شبكة قابلة للاتصال عن بعد، ويجملها في مايلي<sup>2</sup>:
- ✓ للاتصال بالأصدقاء و الزملاء والزيائن.
  - ✓ لأسباب مهنية.
  - ✓ للتمكن للوصول إلى المعلومات المتاحة عبر بنوك المعطيات.
  - ✓ لأجل الاستعمال في إطار مشروع أولي أو للتجريب المدرسي.
  - ✓ بدافع الفضول ونكهة الحداثة.
  - ✓ للرجبة في تعلم الإعلام الآلي .
  - ✓ للتمكن من الاتصال بالمجموعات والمنظمات (المؤسسات).
  - ✓ للإشهار .
  - ✓ للتسيير والتنسيق واتخاذ القرار .
  - ✓ للترفيه والتسلية وإقامة العلاقات واللقاءات.

<sup>1</sup> - عزة مصطفى الكحلى :مرجع سابق، ص269.

<sup>2</sup>-Harvey Pierre -léonard : **Cyberespace et communautaire**, les presse de l'université Laval ; Québec ; 1995 ; p109.

أما الأسباب التي تدفع الأشخاص إلى المشاركة في الاتصالات الجماعية والبريد الإلكتروني على مستوى الانترنت فتتمثل في<sup>1</sup>:

- ✓ الطابع الحميمي للحوارات ولللقاءات.
- ✓ إمكانية تعدد اللقاءات.
- ✓ إمكانية التحدث عن مواضيع الجنس والطبوهات.
- ✓ متعة الكلام من أجل الكلام.
- ✓ سهولة وسرعة إيجاد أفراد أو مجموعات لتقاسم نفس الاهتمامات.
- ✓ طريقة لهزم الوحدة وكسر العزلة.
- ✓ القدرة على الاتصال بعيدا عن الحواجز الاجتماعية.
- ✓ إرسال الرسائل إلى كل أنحاء العالم.
- ✓ فرصة للتوغل بسهولة وبسرعة أكبر في الأمور الحميمة للناس ويكل أمان.
- ✓ وسيلة لاستهداف عدد معتبر من الأشخاص.
- ✓ إمكانية اكتشاف وإشباع الفضول.
- ✓ وسيلة للتنفيس عن المعايير الاجتماعية.
- ✓ احتمال الدخول في لقاءات وجه لوجه بعد التحوار عبر الشبكة.

كما أثبتت الدراسة التي قام بها هارفي أيضاً، وعكس المخاوف التي يبديها العديد من المفكرين بأن المستعملين لا يتخوفون من زوال الطابع الإنساني للعلاقات الإنسانية باستعمال الشبكات بل بالعكس

<sup>1</sup>-.Ibid, p105

يستحسنون السرعة والسهولة والأمن التي تميز هذه العلاقات، ويرون أن "الاتصال عبر الشبكات يبدو كوسيلة مباشرة للمخاطبة جوهر الفكر و الوجدان لدى الطرف آخر"<sup>1</sup>.

وهذا ما توصلت إليه بعض "دراسات الإعلام الجديد التي بحثت في أسباب انتشار التطبيقات المختلفة لشبكة الانترنت التي تعد اليوم أساس الإعلام الجديد، ويعيداً عن الافتراضات الكثيرة في هذا الشأن، فإن معظم هذه الدراسات ترى في التشارك الاجتماعي وظيفة أساسية لمعظم هذه التطبيقات مع التنوع في أهداف هذا التشارك، و يجمع بين هذه الدراسات الاهتمام بالمساندة الاجتماعية من خلال السعي وراء حاجته للمساندة النفسية لتعزيز قدرته على مواجهة المشكلات سواء المدعومة بخبرة احترافية يلجأ إليها المستخدم لمرجعية تمده بخبرات في مواجهة مشكلاته أو مساندة قائمة على تبادل التجارب والنصح."<sup>2</sup>

لذا فقد اعتمدت هذه الدراسة على مدخل الاشباع والاستخدامات لدراسة دوافع استخدام الطلبة الجامعيين للانترنت باعتباره مدخلاً اتصالياً سيكولوجياً، وهو من النماذج الهامة في شرح الظواهر المتعلقة بوسائل الاتصال الحديثة، وخاصة الانترنت، فقد افترض هذا النموذج وجود جمهور نشط له دوافع شخصية ونفسية واجتماعية تدفعه لاستخدام الانترنت كوسيلة تتنافس مع غيرها من الوسائل لإشباع احتياجاته، في إطار أهداف هذا الجمهور من استخدام تلك الوسائل، وتطبيقاً على ذلك فإن فئات جمهور مستخدمي الانترنت أكثر نشاط ومشاركة في العملية الاتصالية بتأثير التفاعلية التي يتميز بها الاتصال الرقمي، وبالتالي فإننا نتوقع أن الفرد يتخذ قراره في استخدام الانترنت عن وعي كامل بحاجاته التي يريد إشباعها ومدى إشباع تلك الحاجات من استخدام الانترنت مقارنة بوسائل الاتصال الأخرى، ويتمثل هذا الاستخدام في اتجاهين<sup>3</sup> :

✓ الاتصال بالآخرين من خلال الوسائل المتاحة على شبكة الانترنت، سواء كان المستخدم مرسلًا أو مستقبلاً.

✓ تصفح المواقع المختلفة على شبكة الانترنت لتلبية الحاجات.

<sup>1</sup> - Ibid ; p111.

<sup>2</sup> - حمدي حسن أبو العينين، مرجع سابق، ص 19.

<sup>3</sup> - عزة مصطفى الكحلي، مرجع سابق، ص 270.

وتطبيقاً لمدخل الاستخدامات والإشباعات أجريت العديد من الدراسات على الانترنت وتوصلت بعض الدراسات إلى أهم الإشباعات التي تحقق لدى جمهور المستخدم للانترنت تتمثل في<sup>1</sup>:

- ✓ استكشاف كل ما هو جديد في العالم الخارجي، حيث كشفت إحدى الدراسات الميدانية التي أجريت عام 1995 أن 90 من مستخدمي الانترنت يكتفون بعمليات تصفح واستعراض واكتشاف المواقع المختلفة والجديدة عليها وأشارت دراسة أخرى إلى أن الإثارة التي يشعر بها مستخدمي الانترنت عند اكتشافهم لأبعاد ملامح ذلك العالم الجديد تشبع حاجاتهم للهو والترفيه، كما أنهم في تعرضهم للمواقع المختلفة قد يصادفون ما يشبع احتياجاتهم المعرفية.
- ✓ البحث عن المعلومات حيث أظهرت إحدى الدراسات أن 83 % من مستخدمي الانترنت يبحثون عن المعلومات في مختلف مجالات الحياة، وتستطيع شبكة الويب إشباع الاحتياجات المعرفية لدى المستخدمين بما توفره من مواقع معلوماتية مختلفة.

أما عن دوافع استخدام الانترنت فقد حصرتها بليس **Bleise** فيما يلي<sup>2</sup>:

- ✓ كبديل عن الاتصال الشخصي.
- ✓ للتفاعل الشخصي.
- ✓ الإدراك الذاتي عن الجماعات المختلفة من الناس.
- ✓ تعلم السلوكيات المناسبة.
- ✓ كبديل أقل تكلفة عن الوسائل الأخرى.
- ✓ الاستمالة العقلانية.
- ✓ المساندة المتبادلة مع الآخرين.
- ✓ التعلم الذاتي.

<sup>1</sup> - نزمين سيد حنفي: أثر استخدام تكنولوجيايات الاتصال الحديثة على أنماط الاتصال الأسري في مصر، ماجستير غير منشورة القاهرة، كلية الإعلام، 2003، ص56.

<sup>2</sup> - عزة مصطفى الكلى، مرجع سابق، ص270.



✓ التسلية والترفيه.

✓ الأمان والصحة.

ويمكن توظيف نظرية الاستخدامات والاشباع لخدمة أهداف البحث، وذلك بالنظر إلى الإشباع الذي تقدمه شبكة الانترنت لمستخدميها، وهذه الاشباع حددتها **علي عبد الفتاح كنعان** على النحو التالي<sup>1</sup>:

1- **إشباع المحتوى**: وينتج هذا النوع من الاشباع عن استخدام شبكة الانترنت من أجل المحتوى لا من أجل الوسيلة نفسها، وينقسم إلى قسمين:

أ- **الإشباع التوجيهي**: ويتضمن الحصول على المعلومات، والمواد الإخبارية من الشبكة التي تتميز بسرعة النشر، ويرتبط هذا النوع من الإشباع بكثرة الاستخدام، والاعتماد على الشبكة وتتميز الشبكة في هذا الأمر بعدم وجود قيود أو رقابة على النشر خاصة في المنتديات ويمكنها ذلك من نشر معلومات وأخبار من كل الأنواع، لا يمكن أن تنشر في وسائل الإعلام التقليدية.

ب- **الإشباع الاجتماعي**: ويقصد به الربط بين المعلومات التي يحصل عليها الفرد من الشبكة، وعلاقاته الاجتماعية، وينقسم إلى قسمين:

- **إشباع اجتماعي إقناعي**: ويتضمن المعلومات التي تستخدم في التفاعل الاجتماعي والمناقشات ويوجد هذا النوع من المعلومات غالباً في المواقع الالكترونية الموثوق بها، وذات المصداقية والتي تتحرى الصدق في النقل والنشر.

- **إشباع اجتماعي هزلي**: ويتضمن المعلومات المثيرة للجدل والغريبة التي لا تستخدم عادة في المناقشات الجادة، ويوجد هذا النوع من المعلومات في المنتديات، ومواقع الدردشة، والحوار والمواقع الالكترونية الإباحية والهزلية.

<sup>1</sup> - علي عبد الفتاح كنعان: **نظريات الإعلام**، دار البيازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ط1، 2004، ص192، 191.

2- إشباع الاتصال: وهي الإشباع الناتجة عن استخدام شبكة الانترنت نفسها، واختيار الوسيلة قصداً ولا يرتبط هذا النوع من الإشباع بما تقدمه الانترنت من محتوى، وينقسم إلى قسمين:

أ - اشباع شبيه اجتماعية: ويقصد بها العلاقة بين الوسيلة والفرد، حيث يشعر الفرد أن شبكة الانترنت جزء منه لا يمكنه التخلي عنها، ويشجع هذا الشعور وجود الألفة بين الأفراد غير المعروفين لبعضهم البعض، كما يحصل في المنتديات مثلاً، من خلال الحوارات الخاصة، واستخدام بعض الألفاظ الخاصة التي تدل على ألفة بينهم.

ب- اشباع شبيه توجيهية: ويتحقق هذا النوع من الإشباع من خلال تخفيف الإحساس بالتوتر، مثل اشباع دعم الذات، ويلاحظ ذلك في مواقع التسلية، والترفيه، أو الارتباط الدائم بالانترنت ويزيد هذا في الأفراد المنعزلين عن المجتمع.

ومن خلال ما سبق يمكن التعرف على أهمية الانترنت في حياة الأفراد عموماً، والطلبة الجامعين خصوصاً، وذلك أن الإشباع الذي تقدمه الانترنت ومحتوياتها، من معلومات توجيهية للطلبة، أو أخبار عالمية ووطنية تعزز مكانة الطالب بين أقرانه عند الحوارات، والناقشات الحيوية والجانبية، إضافة إلى الإشباع الذي تقدمه الانترنت ذاتها بعض النظر عن محتوياتها.

و رغم أن الدراسات الأولى التي تطرقت إلى استخدام الانترنت عند الشباب أظهرت أن الشباب يرتبط بالشبكة من أجل الحصول على المعلومات، لكن ما يمكن أن نقوله اليوم أن الانترنت أصبحت ذات أهمية بالغة في حياة الشباب وأن الشبكة تقدم لهم إشباع المحتوى إضافة إلى إشباع الوسيلة، وذلك لما تقدمه من معلومات قد لا تتوافر في وسائل الإعلام الأخرى إضافة إلى أن مستخدم الانترنت يتحكم في ظروف الاستخدام، ومكانه بعكس وسائل الإعلام الأخرى وقد اهتمت هذه النظرية بالعلاقة بين الجمهور المستخدم لوسائل الإعلام وبين مضامين تلك الوسائل، وهو ما يسمى "علاقات الاستخدام" وهذه العلاقات الموجودة أثناء استخدام المضمون، وهي مهمة للغاية هنا، لأن الطالب يتعرض لمحتويات متعددة ومتنوعة لم تصمم له أصلاً، وقد لا تتناسب مع ثقافته وعاداته وتقاليده، وكذلك يمكن التأثير على عقله وجسمه ونفسيته وخاصة مع وجود ما يعرف بالواقع الافتراضي.

ويمكن كذلك من خلال نظرية الاستخدام تفسير دوافع تعرض الطلبة لشبكة الانترنت، ومدى إشباعها لحاجاتهم المتنوعة، فمن الثابت أن الانترنت تساعد على إيجاد ميول واهتمامات، وسلوكيات لدى الطلبة الجامعيين المستخدمين لها، تؤثر فيهم سلباً أو إيجاباً، فالإطلاع على أحدث المعلومات والتعامل مع جهاز الحاسب الآلي يكسب الفرد المستخدم خبرة تكنولوجية إضافة إلى المعلومات التي يحصل عليها من الانترنت، وهذا يشكل اهتمامات وحاجات لم تكن موجودة من قبل يسعى الطالب الجامعي إلى تلبيتها من خلال استخدام الانترنت .

والحقيقة التي يكمن استخلاصها من بحوث استخدامات واشباعات الإعلام الجديد والانترنت هو أن أولويات استخدام وسائل الإعلام الجديدة لا يمكن تعميمها عالمياً أو على مستوى الدولة الواحدة لفترات زمنية طويلة، فالظروف الاجتماعية والسياسية والثقافية تمارس تأثيرها القوي في استخدام الجمهور لهذه الوسائل الجديدة<sup>1</sup> والانترنت، كما أن الخصائص النفسية والاجتماعية والحضارية للفئات الاجتماعية تلعب دوراً مهماً في دوافع الاستخدام والاشباع المحققة التي ربما تتغير بتغير الأهداف والوظائف والأسباب كما أن التطورات المتسارعة في مستويات الاتصال والتواصل عبر الانترنت و التطبيقات المبتكرة في كل مرة خلقت كذلك، وتخلق حاجات واهتمامات لمواكبتها، و بالتالي فدوافع الانترنت تتطور باستمرار تماشياً مع تطور الوسيلة.

وتأتي فئة الطلبة كغيرها من الفئات ضمن دائرة استهداف الانترنت بمستوياتها الاتصالية المختلفة، كشريحة ضمن المجمع، ونظراً لكونها من الفئات الشابة تمتاز بحب الاندفاع والتطلع والاستكشاف، و أتى الاختيار على هذه النظرية للاستناد عليها في هذه الدراسة مع نظريات أخرى نظراً لأنها النظرية التي تعبر عن وجود حاجات تحتاج لإشباعها، ومن الوسائل التي تعمل على ذلك هي الانترنت وما توفره من محتويات تتوافق مع خصوصيات الطلبة سواءً كطبقة اجتماعية أو كفئة عمرية لها خصائص تتوافق مع خصائص ومميزات الانترنت.

ومن خلال العرض السابق يعد مقترح الاستخدامات والاشباعات من أنسب المقترحات للدراسة الحالية، حيث يقوم الطلبة الجامعيون بدور ايجابي في اختيار الوسائل التي تشبع احتياجاتهم المختلفة

<sup>1</sup> - حمدي حسن أبو العينين، مرجع سابق، ص19.

سواء كانت معرفية أو وجدانية أو اجتماعية أو سياسية أو اتصالية، ويعرضون ويبتعدون عن الوسائل والأنماط الاتصالية التي لا تحقق لهم اشباعاتهم المرجوة، لذا تحاول الدراسة اختبار مدى تلبية الانترنت بمستوياتها الاتصالية المختلفة (مواقع مختلفة، مواقع التواصل الاجتماعي، مدونات، بريد اليكتروني الخ) لاحتياجات الطلبة الجامعيين مركزيين على الدرجات والاختلافات في الاستخدام، ما يتيح قدراً من التنوع في دوافع متابعة وتعرض الطلبة الجامعيين لشبكة الانترنت والاشباع المحققة لهم، بما يلبي رغباتهم واحتياجاتهم المختلفة التي في الأخير قد تترك أثراً في سلوكياتهم وتصرفاتهم ومواقفهم.

كما أن اعتماد الانترنت في بعض مستوياتها على المشاهدة في مطالعتها يتطلب انتباهاً وتركيزاً كبيرين من قبل الجمهور ومنهم الطلبة، واختياره لأصدقائه في بداية الأمر والتعليقات على الأحداث والقضايا ما يدل على نشاطهم وإيجابيتهم في التعرض، وهذا ما يتوافق مع أهم عناصر نظرية الاستخدامات والاشباع في افتراضها المتعلق بالجمهور النشط وفي حالة دراستنا الطلبة الجامعيين الذين يعدون من الفئات النشطة حتى قبل استخدامهم للانترنت وهذا بفضل تكوينها العلمي والمعرفي.

المبحث الثاني: نظرية الحتمية التكنولوجية لمارشال ماكلوهان.

## 2.1 - مفهوم التقنية:

إن **التقنية** في اللغة العربية يراد بها بحكم الجزئين المكونين للكلمة "تكنولوجيا" **Techno Logy** ذلك العلم التطبيقي الصناعي الذي يتم تحصيله بواسطة الأجهزة العلمية، وتوظيف التقنية لأغراض الاتصال في العالم المعاصر يسلمنا دراسة طبيعة العلاقة المتبادلة بين هذه التقنيات واستخداماتها الاتصالية، ذلك لأن التقنية الحديثة قد قدمت لمجالات الاتصال من الأدوات والوسائل ذات الكفاءة العالية ما أتاح الفرصة للحصول على البيانات ونتائج فائقة الدقة<sup>1</sup>، وخاصة بعد مقدم الانترنت وبداية تغلغلها في أوساط شرائح المجتمع هذا الأخير الذي يتأثر لا محال من هذه التكنولوجيات، وما تقدمه من معلومات وأنماط سلوكية.

وقد أفلح المجتمع الإنساني في تحقيق طفرات واسعة جداً في السنوات الأخيرة في مجال التقدم التكنولوجي، مما ساعد على تغيير بل وإعادة تشكيل كثير من مظاهر الحياة، وأحدثت تحولات سريعة ومفاجئة قد يترتب عليها احتفاء بعض المظاهر المألوفة لعجزها عن التجاوب مع تلك التطورات والتكيف معها.

<sup>1</sup> - عبد العزيز شرف: الإعلام الإسلامي وتكنولوجيا الاتصال، دار قباء للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة، 1998، ص 20.

والمشكلة التي تواجه الإنسان المعاصر هي كيف يستطيع التعامل مع دراما التغيير الاجتماعي و التكنولوجي وتعديل رؤيته إلى العالم الجديد السريع التغيير وتحديد وإدراك وضعه الخاص في هذا العالم بل وفي الكون بأسره، وذلك أهم ما يميز المجتمع المعاصر وهو سيطرة التكنولوجيا، بحيث يبدو الإنسان كما لو كان عبداً خاضعاً لها تماماً ومسلوب الإرادة أمام سيطرتها، وليس المقصود من التكنولوجيا هنا الآلات والأجهزة ومشاكلها من المنجزات المادية التي حققها التقدم العالمي الحديث، وإنما المقصود هنا في المقام الأول هو التكنولوجيا باعتبارها أسلوب للتفكير والسلوك والعلاقات الاجتماعية والتواصل والتفاعل، وهذا ما يجعل من وسيلة الانترنت بيئة اتصالية مهمة يعيد الأفراد فيها بناء شخصياتهم وصياغة سلوكياتهم وحتى تكوين اتجاهاتهم وقيمهم انطلاقاً من الاحتكاك بالآخر عبر الشبكة ومحتوياتها المختلفة.

إن ما سلف ذكره يفرض على "البشر إعادة النظر في مسار حياتهم والتخطيط لها من جديد بشكل مستمر، حتى لا تتجاوزهم الأحداث خاصة في هذا الزمن الذي يتميز بتدفق المعلومات الغزيرة من كل أنحاء العالم، وإمكان التأثير بها بحيث تتراجع ملامح الوضع الإنساني أمام الهجمة الإعلامية والمعلوماتية، وقدرة التكنولوجيا الجديدة والمتطورة علي توفير مسارات ومبادئ وقيم جديدة لم يكن للمجتمع الإنساني عهد بها من قبل"<sup>1</sup>. وفي حقيقة الأمر فقد تنبه العالم مارشال ماكلوهان **Marchal Macluhan** لهذا الوضع وحاول تفسيره وتحليله حتى قبل مقدم الانترنت، حيث تمثلت دراسة "الوسيلة التكنولوجية" جانباً مهماً في أدبيات علوم الإعلام والاتصال، وذلك منذ أن طرحت النماذج الكلاسيكية الأولى للاتصال أن "الوسيلة" مكون أساسي لا يتم الاتصال دونها، و اعتبر علماء الاتصال أن الرسالة تتفاعل مع السيمات الخاصة بالوسيلة في التأثير على المتلقي، وكان "مارشال ماكلوهان" من الباحثين الأوائل الذين تنبؤوا بتأثير الوسيلة على الأفراد .

## 2.2 - وسائل الاتصال كامتداد للحواس :

يرى مارشال ماكلوهان **Marchal Macluhan** " إن التحولات في التكنولوجيا لها تأثيرها الواضح على التنظيم الاجتماعي وعلى المشاعر الإنسانية، ويحدد النظام الاجتماعي بطبيعة وسائل الإعلام التي تتم من خلالها عملية الاتصال، فبدون فهم الأسلوب الذي تعمل بمقتضاه وسائل الإعلام لا نستطيع الوصول لكيفية التغيرات الاجتماعية والثقافية التي تطرا على المجتمعات"<sup>2</sup>.

و "على الرغم من أن "ماكلوهان" **Marchal Macluhan** لم يقدم تحليلاً للجوانب الاجتماعية أو السيكولوجية لآثار هذه الأوساط الاليكترونية، إلا أنه كشف عن جوانب مهمة لتأثيراتها الفسيولوجية في الإنسان، وكما اعتبر كل وسائل الاتصال هي امتداد للحواس البشرية، تصور أن الشبكات الاليكترونية

<sup>1</sup> - احمد أبو زيد: الوضع الإنساني في عصر التكنولوجيا، مجلة العربي، العدد 578، جانفي 2007، ص 34 .

<sup>2</sup> - طه نجم: علم اجتماع المعرفة، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، مصر، ط1، 1996، ص154.

ستكون بمثابة امتداد للنظام العصبي المركزي للإنسان، و هذه لفظة معلوماتية سابقة في حدس "ماكلوهان" **Marchal Macluhan** عندما كانت الانترنت على الأبواب، هذه الرؤية "التشريحية" تقدم نموذجاً متكاملًا بشكل ما لروابط وبرامج "الويب" **Web** التي لم توجد حقيقة قبل أوائل التسعينيات<sup>1</sup>.

وقد كان تركيز "ماكلوهان" **Marchal Macluhan** منصباً على علاقة الوسائط الإعلامية بالحواس: علاقة الكتاب والتلفزيون بحاسة البصر، وعلاقة المذياع بحاسة السمع، وما شابه، لذا فقد طرح جانباً الجوانب الاجتماعية لإشكالية الإعلام، قاصراً جهده على جوانبها النفسية.

إن كل وسيلة، في نظر ماكلوهان **Marchal Macluhan**، تحدث تعديلاً في محيطنا النفسي وتفرض علينا نمطاً من التصور و التفكير الذي يراقبنا بكيفية لا نكاد ندركها، فعلى سبيل المثال، فإن اللغة المكتوبة المنتجة جماهيرياً أصبحت حزاماً ثقافياً لعدة أجيال، وتم أثنائها إنتاج المعرفة والأفكار في اتجاه تنازلي وعلى نمط مرحلة - مرحلة وفق ما تطلبته الوسيلة، ودفع الإنسان بالتالي إلى التطبيع بنمط التفكير المتقطع وهو أمر لا يضاهاه بأي حال التعقد والعني الذي يميز الاتصال الشفوي وجها لوجه، والمنتسم بتقديم الكل مرة واحدة

وقد وصف "ماكلوهان" **Marchal Macluhan** الإنسان المعاصر بأنه في حالة صدمة غير قادر على التكيف مع التغيير السريع للأنماط الاتصالية التي أعادت حديثاً صوت الإنسان الإذاعة وصورته التلفزيون وحولت عالماً إلى ما يشبه الوحدة القبلية أو القرية العالمية<sup>2</sup>، ويقول ماكلوهان **Marchal Macluhan** "أن المحتوى يصل إلى الناس بواسطة وسيلة وأن هذه الوسيلة تغيرت عبر التاريخ عدة مرات -اللسان، الطباعة، الصحافة، الراديو التلفزة،... الخ - وكلما تغيرت الوسائل إلاً وكان لها أثر كبير على المجتمع ووقعت تغييرات جذرية في السلوك بقطع النظر على محتوى الرسالة فالوسيلة إذاً أداة كبيرة للتأثير فالرسالة ليست إلاً الوسيلة أو بعبارة أوضح ، فالوسيلة عندما تكون جديدة هي الرسالة، هي التي تؤثر في المجتمع وتجعله يسلك سلوكاً جديداً"<sup>3</sup>، هذه الأداة التي تتولي عملية النقل والتوصيل وتتحكم في تحديد وتوجيه العلاقات الإنسانية.

## 2. 3- أنواع وسائل الاتصال عند مارشال مكلوهان

ومن ناحية أخرى فقد صنف ماكلوهان **Marchal Macluhan** مختلف وسائل الاتصال **Media** ، إلى صنفين اثنين: أوساط ساخنة **Hot**، وأوساط باردة **Cool**، ويرى أن الفرق يعتمد

<sup>1</sup> - علي محمد رحومة: الانترنت والمنظومة التكنو-اجتماعية، بحث تحليلي في الآلية التقنية للانترنت، مركز الدراسات العربية ببيروت، العدد53، ط1، 2005، ص220 .

<sup>2</sup> - عبد الرحمان عزي: دراسات في نظرية الاتصال، نحو فكر إعلامي مميز، سلسلة كتب المستقبل العربي، العدد68، بيروت:مركز دراسات الوحدة العربية، ط1، ديسمبر 2003، ص 36.

<sup>3</sup> - زهير احداون: مدخل لعلوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ط2، 2002، ص78.

على درجة التفاعل المتعلقة بوسط معين، إن الوسط الساخن يتطلب مستوى أدنى LOW من التفاعل، بينما الوسط البارد يتطلب مستوى عالياً من التفاعل، و إن هذا المعيار لا شك أنه يجعل الانترنت وسطاً بارداً جداً، ذلك بطبيعتها تستدعي درجة عالية من المشاركة والتفاعل بين مستخدميها، وبخاصة تدرك وسائل التفاعل بأنواعها الصوتية والبصرية والنصية المتشعبة **Hypertext**، ومن هنا بالذات يتسع مفهوم القرية الكونية في درجة التفاعل المتقارب بين أفراد القرية الواحدة<sup>1</sup>، وطبيعة الاتصال الانترنتي الذي يعتمد على النص والصوت والصورة ويتصف بأنه اتصال بارد يعتبر معوقاً كبيراً للاستشارات العلاجية النفسية والاجتماعية التي تتم على الخط، والتي يجب أن تراعى القيم الثقافية والاجتماعية والأخلاقية للمناطق الجغرافية المختلفة.

ويرى **ماكلوهان Marchal Macluhan** هنا أن الوسط الاتصالي هو عين الرسالة، وبالتالي فوسط القرية الالكترونية هو رسالتها تحديداً، وهنا أيضاً يلتقي مفهوم طريق المعلومات الفائق السرعة، بمفهوم القرية الكونية، إن الانترنت هي القرية الكونية بهذا المنظور.

وإذا كانت الطباعة هي تكنولوجيا "الفردية" لتشتيتها أفراد المجتمعات، فإن الانترنت هي تكنولوجيا "الجماعية"، ذلك أن التقنية امتداد للنظام العصبي الإنساني شاملاً الشعور والإحساس أي بمعنى بيئات جديدة تكونها التقنية لها بالغ الأثر في العمليات الإحساسية، ونماذج الإدراك البشري ما يؤكد أن شكل الوسط الاتصالي والإعلامي للجماعات الإنسانية هو الذي يشكل المحتوى.

كما يرى **ماكلوهان** أن استعمال التكنولوجيا بشكل يومي، انعزالي، ينجم عنه تزايد ضعف التفاعل الاجتماعي من جراء هذه العزلة المضاعفة، ويفرز شخصيات انعزالية في حياة المجتمعات، وبالتالي إفراد الإنسان غير السوي نفسياً واجتماعياً، ومن هذه الناحية، وضع **ماكلوهان** أربعة قوانين في شكل أسئلة حول أي اختراع تكنولوجي جديد من شأنه أن يكون امتداد للإنسان، ومن خلال الإجابة على هذه الأسئلة يمكن تعميق فهم الإنسان لنفسه وللمجتمع الإنساني هي:<sup>2</sup>

1 - ماذا يمدد الاختراع التكنولوجي؟، ماذا تمدد الانترنت؟

2- ماذا يجعله مهماً (مهجوراً)؟، ما الذي تهمله الانترنت؟

3- ماذا يسترجع؟، ماذا نستفيد في مقابل ذلك؟

4- ما الذي تعكسه التقنية؟، ماهي الآثار المترتبة عن استخدام الانترنت؟

و إننا لو طبقنا هذه الأسئلة على الانترنت في عالم اليوم، لوجدنا أنها منفتحة على استخدام الحواس البشرية (السمع، البصر، اللمس..)، وربما تدخل في هذا المعنى الحواس الالكترونية إن صح التعبير للبرامج الذكية مثل (الوكيل الذكي والواقع الافتراضي)، وبالتالي فإن ما ينطبق على حاسة واحدة ينطبق

<sup>1</sup> - علي محمد رحومة، مرجع سابق، ص ص 220، 221.

<sup>2</sup> - المرجع نفسه، ص 223.

على الانترنت إضافة إلى إمكانية استخدام الحواس مجتمعة فيصبح بذلك نظام الإحساس البشري والتفاعل أكبر من مجرد مجموع الحواس، فالتأثير بذلك يكون بشكل كلي متكامل مع توتالية بيئة المحيط الالكتروني المستخدم، شاملاً ذلك كل ما يتعلق بالتفكير والعقل والشعور والخيال والوجدان، بل وحواس أخرى كآمنة مثل الحدس والابتكار، ويتجلى ذلك في مفهوم الواقع التخيلي عندما يعرف على أنه "خداع الحواس حتى يحس الفرد بأنه في بيئة مختلفة ليحقق بهذا الفضاء السيبراني الحقيقي اندماج الفرد اندماجاً كاملاً مع الآلة، ولعلم النفس كلام كثير بدأ يدور حول الآثار البعيدة المدى في الفرد عندما يغمس في واقع تخيلي من صنعه أو صنع غيره ليعود بعد ذلك إلى واقعه الحقيقي"<sup>1</sup>.

ويتضح مما سبق أن الانترنت والفضاء السيبراني لا تعتبر فقط امتداد لحواس الإنسان كما يقول "ماكلوهان" بل تجاوز ذلك إلى مخاطبة و خداع تلك الحواس، ومن هنا تأتي فكرة الفرق بين الواقع والخيال في استعمال الانترنت، وهذا ما جعل البعض ينظر إلى الفضاء السيبراني..... على أنه يتطور ليصبح العقل العالمي والجهاز العصبي البشري<sup>2</sup>، وبالتالي هو امتداد لكيان الإنسان بشكل عام، كما أنها امتداداً لوسائل الإعلام التقليدية مثل التلفزة والصحيفة والراديو، إلا أنها تقطع معها، فهي إضافة وتجاوز وقطبة أيضاً، وبخاصة في ما يتصل بالتفاعل الديناميكي الافتراضي.

و من حيث السلوك الاتصالي السيكولوجي ذو البعد التفاعلي الحي (الرسائل الصوتية، النص مع الصورة، الدردشة، والمحادثة عن بعد ...) كل هذه المعطيات، وغيرها تجعل من الانترنت فيزيائياً أكثر مرونة في الزمان والمكان وأكثر سهولة و نجاعة في التعامل مع قوانين الطبيعة الفيزيائية، لذلك وجب التعامل معها تعاملاً مختلف عن غيره من وسائط الاتصال الجماهيرية التقليدية، لأن المرونة تعني مزيداً من الحرية<sup>3</sup>.

أما الجانب الاجتماعي لهذه النظرية فيمكن في أن الانترنت أصبحت تمثل، "كامتداد للفضاء العمومي، المجال الذي يتشكل داخله النموذج التواصلي الجديد الذي يقوم في جوهره على إنهاء الحدود بين البث والتلقي، أي بين إنتاج الخطب الإعلامية وتلقيها، ويقوم النموذج التواصلي الجديد ممثلاً في الانترنت" على منطق الديمقراطية في المشاركة في التواصل العمومي... وتمثل فضاءات الحوار أحد أهم خصائص الإعلام الالكتروني على الشبكة<sup>4</sup>، ومنها مواقع التواصل الاجتماعي المختلفة، وكذا وسائل

<sup>1</sup> - أسامة الخولي: تكنولوجيا الاتصال: مابين التهوون والتهوول، في "العرب وثورة المعلومات"، المستقبل العربي، العدد 44، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، ط 1، 2005، ص 16 .

<sup>2</sup> - المرجع نفسه، ص 17.

<sup>3</sup> - جمال رزق: تساؤلات عن الإعلام الجديد والانترنت، في، "العرب وثورة المعلومات"، مرجع سابق، ص 117، 118.

<sup>4</sup> - الصادق أحمادي: المجال الإعلامي العربي، إرصاصات نموذج تواصل جديد، المستقبل العربي، العدد 335، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، دط، جانفي 2007، ص 56.



الاتصال والحوار المتعددة، وهذا بالذات ما جعلنا نتطرق إلى الانترنت في بعدها التقني الاجتماعي النفسي في نظرية الحتمية التكنولوجية لمارشال ماكلوهان.

### المبحث الثالث: منظور الحتمية القيمية في الإعلام لعبد الرحمن عزي :

اعتمدنا على هذه النظرية لأنها تطرقت لعلاقة الإعلام بالقيم بشكل مباشر، كما عالجت تلك العلاقة بمنظور تأصيلي ينطلق من الرؤية الفكرية الإسلامية، وتعد هذه النظرية محاولة فريدة في المجال العربي الاسلامي للتأسيس لنظرية قيمية للاتصال، بكل ما تتطلبه من أرضية نظرية، وامتداد تطبيقي حيث تعد النظرية الآن الأبرز على المستوى العربي، وحظيت باهتمام العديد من الباحثين الذين درسوها من جوانب مختلفة، بل و انطلقت منها بعض البحوث الجامعية في الجامعات الجزائرية والعربية.

وتتميز محاولات التأصيل السابقة بالتركيز على المرجعية الإسلامية، مع اهتمام أقل بالأصول النظرية الغربية للمواضيع المدروسة، وتغليب المعالجة النظرية العامة على الجوانب التقنية والتطبيقية التي تقوم عليها كل نظرية، في حين يجمع الباحث "عبد الرحمن عزي"، بحكم تكوينه الأكاديمي المتخصص بين القراءة التراثية العميقة لبعض أهم الأعمال الفكرية الإسلامية من جهة، وبين التمكن من المفردات الحديثة لعلم الاتصال من جهة أخرى.

### 3. 1- مفهوم المنظور:

قبل التطرق إلى المفهوم تجدر الإشارة إلى النظرية حديثة الاستخدام، ظهرت نتيجة الشرح الموجود بين التنظير الغربي وبين ثقافة وأصالة المجتمعات العربية الإسلامية خاصة في ظل ما يسمى بأسلمه المعرفة أو إضفاء الصبغة الإسلامية على المعرفة الغربية، حيث مع مرور الوقت اتضح أن هذا الاتجاه لا يمكن أن يلبي متطلبات هذه المجتمعات معرفياً وفكرياً وثقافياً.

فهنا تسمية "الحتمية القيمية للإعلام" أو "الحتمية القيمية في الإعلام"، على غرار الحتمية التقنية الإعلامية لمارشال ماكلوهان والحتمية الوسييلية لهارولد لاسويل والحتميات الاجتماعية لرواد آخرين عند تفسيرهم لظاهرة العامة الإعلامية، وإذا كانت النظريات الاتصالية السابقة الذكر تنتمي إلى النموذج الامبريقي، أي أنها تنطق من الواقع وتعود إليه (ما عدا نظرية ماكلوهان) باعتمادها على نتائج الدراسات

الميدانية فإن نظرية الحتمية القيمة تنتمي إلى النموذج المعياري أي أنها لا تصطبغ بالواقع قدر ما تدفع بهذا الواقع إلى ما ينبغي أن يكون، ونستطيع أن نقول أنها على مستوى الخيال المجرد<sup>1</sup>.

ففي الأصل أن الدكتور عبد الرحمن عزي هو الذي أطلق عليها مجازياً تسمية "الحتمية النظرية القيمة" في كتابه "دراسات في نظرية الاتصال نحو فكر إعلامي متميز"، وبعدها أطلق عليها الدكتور "تصير بوعلوي" تسمية "الحتمية القيمة الإعلامية"، لتسهيل الفكرة وربطها بالإعلام مباشرة، وهذا ما ذكره في مقدمة كتابه "الإعلام والقيم قراءة في نظرية الفكر الجزائري عبد الرحمان عزي"، وأطلقت الباحثة "عزوز هند" من جامعة باتنة مسمى "الحتمية القيمة" على النظرية في دراستها الأخيرة عن أهمية النظرية، مبرراتها ومقتضياتها والمسمى الحالي للنظرية "الحتمية القيمة الإعلامية" يتكامل مع المسمى الأصلي للدكتور عبد الرحمن عزي "الحتمية النظرية القيمة" فالمسمى الحالي "الحتمية القيمة الإعلامية" يعكس الواقع (المجسد)، أما المسمى الأصلي "الحتمية النظرية القيمة" فهو يعكس ما ينبغي أن يكون عليه الواقع، أي وهي على مستوى الخيال المجرد<sup>2</sup>.

والمتمثل لتسمية هذه النظرية يجد أنها مكونة من ثلاث كلمات هي: الحتمية، القيمة الإعلام، ويقصد بالحتمية: اعتبار متغير واحد أنه المحرك الأساس في تفسير أو فهم أي ظاهرة والمتغير الرئيس في هذه النظرية هو القيمة، أما الظاهرة فتخص الإعلام والاتصال، ويعني ذلك أن أي عنصر أو ظاهرة إعلامية يفسر أو يفهم من حيث قربه أو بعده من القيمة<sup>3</sup>.

ويقصد بها كذلك اعتماد متغير واحد من دون المتغيرات الأخرى في تفسير الظواهر، كأن يفسر تطور المجتمع على أساس الصناعة فقط، فتكون هذه الحتمية تكنولوجية، أو يفسر على أساس الحركة الاجتماعية، فتكون هذه الحتمية اجتماعية وهكذا، أما الحتمية القيمة في الإعلام فتعني: "أهمية الرسالة التي تتضمن القيم التي مصدرها الدين في إحداث التأثير وهو التأثير الذي يكون إيجابياً إذ كانت المحتويات وثيقة الصلة بالقيم، ويكون سلبياً إذا كانت المحتويات لا تتقيد بأي قيمة أو تناقص مع القيمة"<sup>4</sup>.

1 - عبد الرحمن عزي وآخرون: حوارات أكاديمية حول نظرية الحتمية القيمة في الإعلام، دار الرسم للنشر والتوزيع الجزائر 2010 ص53.

2 - المرجع نفسه، ن ص.

3 - عبد الرحمن عزي: دعوة إلى فهم نظرية الحتمية القيمة، دار المتوسط للنشر، تونس، ط2011، ص10.

4 - عبد الرحمن عزي: دراسات في نظرية الاتصال نحو فكر إعلامي متميز، مرجع سابق، ص107.

و الحتمية ليست مشكلة أسيء طرحها كما قد يبدو للبعض فمسمى الحتمية أطلق منذ القرن التاسع عشر على كل النظريات التي تحولت إلى علوم مستقلة، وما الشعور بالحتمي إلا الشعور بالنسق أو النظام الأساسي كما يقال، فثمة في الواقع حتمية رياضية وحتمية فيزيائية للكون، ويمكن إعطاء تسميات عدة لنظرية عبد الرحمان عزي.

أما **القيمة**: فيقصد بها الارتقاء، أي ما يسمو في المعنى، والقيمة معنوية وقد يسعى الإنسان إلى تجسيدها عمليا كلما ارتفع بفعله وعقله إلى منزلة أعلى، والقيمة ما يعلو عن الشيء ويرتبط بالمعاني الكامنة في الدين<sup>1</sup>.

وأخيراً **الإعلام**: والمراد به رسالة الإعلام بوسائله التقليدية (الصحف، المجلات، الإذاعة، التلفزيون) والجديدة (الانترنت، الإعلام الاجتماعي،...).

ويعلق الأستاذ **عبد الرحمن عزي** على نظريته قائلاً: "يتضح أن أدبيات الاتصال الحديثة تركز على الوسيلة، و أن وسائل الاتصال أساس الثقافة المعاصرة، ويتردد القول أننا في عصر الوسيلة، إلا أن مقاربتنا هذه تقوم على أولوية الثقافة على وسائل الإعلام، فتقافة تستوعب وسائل الإعلام بينما تشمل وسائل الإعلام جزءاً محدداً ومحدوداً من الثقافة أي ذلك الجزء الذي ينتقل إلى وسائل الإعلام، وفي منظورنا، فإن الأولى التساؤل: ماذا تفعل الثقافة بوسائل الإعلام، وليس ماذا تفعل وسائل الإعلام بالثقافة وإن كان الأخير يميل إلى بعض المشروعات الظرفية، فإن الرسالة أساس عملية الاتصال رغم أن الوسيلة تؤثر في طبيعة الرسالة شكلاً ومضموناً، فالرسالة تمثل المرجع في ضبط العلاقة بين الثقافة ووسائل الإعلام، فالثقافة مرجعية ثابتة في التاريخ وتتجدد بالفعل والممارسة، أما الوسيلة فقد تولدت في فضاء الثقافة وسعت إلى التعبير عن بعض مظاهر هذه الأخيرة، وإذا كانت وسائل الاتصال قد أنتجت ما يسمى بالثقافة الجماهيرية فإنها لم تصبح الثقافة في حد ذاتها، كما أن الثقافة الجماهيرية وليدة المجتمع الجماهيري وليس العكس"<sup>2</sup>.

وقد أوضح **الباحث نصير بوعلي**، وهو أحد أبرز المساهمين فيها والدارسين لها، إن نظرية الحتمية القيمة تسند إلى أربعة مكونات رئيسية: "1- التراث العربي والإسلامي، 2- ابستمولوجيا الاتصال والإعلام، 3- الفكر الفلسفي والاجتماعي الغربي المعاصر في القرن العشرين ممثلاً بالمدارس الاجتماعية

<sup>1</sup> - المرجع نفسه، ص 10.

<sup>2</sup> - المرجع نفسه، ص 11.

التالية : المدرسة البنوية، والمدرسة الظاهرية، ومدرسة التفاعلات الرمزية، والمدرسة التأويلية النقدية  
4- الفكر الإعلامي القيمي من بعض الحفريات في الفكر الحضاري لمالك بن نبي، والتواصل القيمي في  
مذكرات الشيخ سيدي الحسين الورتلاني والأخلاقيات الإعلامية في الرؤية النورانية النورسية<sup>1</sup>.  
و تظهر هذه المكونات الأربعة ازدواجية الأسس الفكرية للنظرية، التي تجمع بين التراث الفكري  
الإسلامي، والفكر الفلسفي والاجتماعي والاتصالي الغربي المعاصر.

وقد قام الباحث "عبد الرحمن عزي" بتأسيس الخلفية الفكرية لنظريته، من خلال إعادة تعريف  
بعض المفاهيم المتداولة بشكل ينسجم مع المرجعية الفكرية التي حددها لنظريته، مثل تعريفه لمفهوم  
القيمة من خلال ربطها بالدين أو مفهوم الثقافة باعتبارها المعيشة الرمزية للواقع انطلاقاً من القيم<sup>2</sup> أو  
مفهوم الرأي العام بالاستناد إلى مفهوم العصبية عند ابن خلدون ومفهوم الشورى<sup>3</sup>، كما قام أيضاً بابتكار  
عدته المفاهيمية الخاصة، مثل ما اقترحه من مفاهيم المخيال الإعلامي<sup>4</sup>، والزمن الإعلامي<sup>5</sup> والمكان  
الإعلامي<sup>6</sup>، وهذه المفاهيم المقترحة يمكن شرحها على النحو التالي:

1- **المخيال الإعلامي:** حالة تضمن المشاعر النفسية الاجتماعية التي تتكون بفعل ما يتعرض له  
الجمهور من محتويات وسائل الاتصال من جهة، وبفعل ما يحمله هذا الجمهور من مخزون  
تراثي من جهة، وأسطوري من جهة أخرى، ويمكن مقارنة مفهوم المخيال الإعلامي بعلاقته مع  
مفهوم الرأي العام المتداول كثيراً في المحيط الأكاديمي والإعلام عامة فهذا المفهوم، أي الرأي  
العام، لم يخضع للنقد الكافي ويستخدم وكأنه من المسلمات علماً بأنه حتى المفهوم الليبرالي للرأي

1 - بوعلي نصير : **مفاهيم نظرية الحتمية القيمية في الإعلام عند عزي عبد الرحمن:** مقارنة نقدية، مجلة المستقبل العربي ، مركز  
دراسات الوحدة العربية ، بيروت، لبنان، ع 422، افريل 2014، ص ص 87-88.

2 - بخصوص مفهومي الثقافة والقيم، انظر عزي عبد الرحمن، **دراسات في نظرية الاتصال، نحو فكر إعلامي متميز**، ص 101-  
122.

3 - عزي عبد الرحمن : **الرأي العام والعصبية والشورى، دراسة نقدية**، المستقبل العربي، عدد 149، مركز دراسات الوحدة العربية،  
بيروت، جويلية، ص ص 56-68.

4 - عزي عبد الرحمن: **دراسات في نظرية الاتصال، نحو فكر إعلامي متميز**، مرجع سابق، ص 69.

5 - عزي عبد الرحمن : **الزمن الإعلامي والزمن الاجتماعي: قراءة في تفكك بنية التحول الثقافي بالمنطقة العربية**، المستقبل  
العربي، العدد 321، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، لبنان، جويلية 2005، ص 144.

6 - عزي عبد الرحمن : **عولمة المكان الرمزي، وتفكك العلاقة القيمية والتاريخية مع الأرض في المنطقة العربية**، المستقبل العربي،  
العدد 352، مركز الوحدة العربية، بيروت، لبنان، جويلية 2008، ص 14.

العام يتضمن شروطاً غير قائمة في المنطقة العربية الإسلامية حالياً، فالحديث عن رأي عام في المنطقة العربية والإسلامية يحمل الكثير من المغالطة والتشويه<sup>1</sup>.

2- **الزمن الإعلامي القيمي:** هو الزمن الذي تفرضه وسائل الإعلام،... كما يتضمن أيضاً الجو النفسي الاجتماعي الذي ينشأ في الانخراط مع تلك الوسائل، وتكمن أهمية الزمن الإعلامي عند مقارنته بالزمن الاجتماعي (أي المعاش في واقع الحياة) والزمن القيمي الذي يخص المجال القيمي المرتبط بعقيدة المجتمع، وما تشهده حال المنطقة العربية والإسلامية المعاصرة تفكك تلك الأزمنة بفقدان الترابط إضافة إلى تحول الزمن القيمي إلى زمن ديني أكثر ما يكون مرتبطاً بجانب طقوس العبادات في الوقت الذي تكون فيه المنظومة القيمية شبه معطلة.

ففي البيئة الحضارية تكون الأزمنة الثلاثة: القيمي والاجتماعي والإعلامي مترابطة بحيث يغمر إشعاع الزمن القيمي الأزمنة الأخرى، أما في الواقع المعاش، فإن الصلة مفقودة إلى حد كبير بين هذه الأزمنة، و أدى هذا الشرح إلى انعكاسات حاسمة على طبيعة هذه الأزمنة من النواحي الاجتماعية والنفسية والتاريخية الحضارية فقد تم وفي الواقع المذكور تقليص الزمن القيمي إلى زمن ديني بمفهوم الزمن المحصور في العبادات دون انعكاس.

3- **المكان الرمزي القيمي:** يقصد بالمكان الرمزي المكان الذي تؤسسه وسائل الإعلام في المخيال الاجتماعي من خلال صورة المصنعة والإعلان والمضامين المرئية المسموعة الأخرى، ويعمل المكان الرمزي على فك ارتباط في المنطقة العربية والإسلامية بالقيمة في التعامل مع البيئة الفيزيولوجية وما تحمله من دلائل في المعنى والإرث التاريخي<sup>2</sup>.

لهذا يمكن القول إن عزي عبد الرحمن قد اعتمد في أسس نظريته على مختلف المدارس الغربية الحديثة، كالبنوية والظاهرية الاجتماعية والتفاعلات الرمزية والمدرسة النقدية، وهو ما يجعل من نظرية الحتمية القيمية نظرية عالمية، إلا أن نظرية الحتمية القيمية تختلف عن النظريات الغربية السابقة خصوصاً نظرية الحتمية التكنولوجية لمارشال مكلوهان، على مستوى القيمة التي يعتبرها الدكتور عزي عبد الرحمن نوعاً من التعبير عن الذات والتميز الثقافي والحضاري، إذ يعتمد عزي عبد الرحمن على القيم لتحقيق التنوع الثقافي الإيجابي والوقوف كسد منيع ضد أخطار العولمة ولحفظ ثقافة بعض البلدان من الذوبان، إما أن

1 - عزي عبد الرحمن : دعوة إلى فهم نظرية الحتمية القيمية في الإعلام، مرجع سابق، ص 45-46.

2 - المرجع نفسه، ص 48.

نعتبر مبادئ وأسس كل مجتمع على أنها قيم أصيلة فهذا بعد عن الحقيقة، وإلا فإن قيم الأصالة إذ خرجت عن مصدرها الصحيح ، وهو الوحي، تحولت إلى ثقافة بلا معلم ثابت، وتفقد القيم بذلك خاصيتها الأساسية وهي الثبات<sup>1</sup>.

### 3. 2- مفهوم الثقافة حسب نظرية الحتمية القيمية .

يتضح في البداية أن عبد الرحمن عزي لا يتعامل مع كل مفاهيم الثقافة بنفس المرتبة، فبعد إمامه بكل مفاهيم الثقافة سواءً تلك المرتبطة بالأدبيات الانثربولوجية الغربية، أو تلك المتعلقة بالكتابات العربية وهي كثيرة، والتي عادة ما تعيد إنتاج هذه التعاريف بشكل ليس سيئ في بعض الأحيان، يتعرض لها فيما بعد بالدراسة والنقد والتقييم مقدما بعض المآخذ عنها وهي:<sup>2</sup>

✓ تبينها ظاهرة النسبية أي أنها لا تعتمد معايير يكن من خلالها دراسة ثقافة ومقارنتها بثقافة أخرى وهذا يؤدي إلى تجنب الأحكام القيمية فيها.

✓ الافتراض بأن الثقافة ناتج إنساني ليس إلا، أي إن الثقافة ظاهرة يتم إنتاجها باستمرار في العلاقات الاجتماعية وتعبير آخر، فإن الثقافة حقيقة يتم تأسيسها اجتماعياً، إن هذا الطرح يعتبر الثقافة من صنع الإنسان وللأغراض وظيفية، ومن ثم فالثقافة ظاهرة نسبية ترتبط بالواقع المعاش في زمان معين ومكان مجرد، و إن يكون وظيفياً في مجتمع قد لا يكون كذلك في مجتمع آخر.

✓ ويلخص المآخذ الأخير في أن هذه التعاريف، تعتبر القضايا المعنوية في الثقافة، إما وظيفية أي تؤدي وظيفة ما في المجتمع، أو تبريرية أي تبرر واقعا ما في المجتمع.

ويتعامل الباحث "عزي عبد الرحمن" فيما بعد مع كل مفاهيم الثقافة والحديث بنوع من الاستقرائية ثم يقوم بحصر جميع المفردات التي ترد في هذه التعاريف انطلاقاً من وحدة المفردة، ثم يحللها وفق المنظور المعياري كما يلي: أن الثقافة هي: العادات، التقاليد، المعتقدات، الفلكلور، الأساطير، أنماط الحياة الفنون، المنتجات المادية، العمران، وهذه المفردات أو الوحدات الصغرى يعتبر ظهورها أو تكرارها عن دلالات معينة في رسم نتائج التحليل، ويعتبر ظهورها أيضاً عن وحدة السياق(هنا تعاريف الثقافة في

<sup>1</sup> - عبد العالي زواغي: الحتمية القيمية في الإعلام لعبد الرحمن عزي. الملاح والإضافات، جريدة الخبر، العدد 8452، الجمعة 17 مارس 2017، ص6.

<sup>2</sup> - عبد الرحمن عزي: دراسات في نظرية الاتصال نحو فكر إعلامي مميز، مرجع سابق، ص103.

(السياق) من هذا المنطق يخضع عزى عبد الرحمن كل مفاهيم الثقافة القديمة والحديثة للعد والقياس على طريقة تحليل المضمون.<sup>1</sup>

و الملاحظ من خلال كلام الأستاذ عزى عبد الرحمن أنه ركز كثيراً على مفهوم الثقافة من خلال تفاعلها مع وسائل الإعلام والقيمة، والثقافة من أكثر الكلمات تداولاً وأشدّها غموضاً، ويعرفها علماء الاجتماع بأنها ذلك الكل المعقد الذي يشمل المعرفة والاعتقاد والفن والقانون والأخلاق والعرف والعادات التي يكسبها الإنسان والاتجاهات والقيم السائدة في مجتمع معين، كذلك تعرف بأنها صقل الذهن والذوق والسلوك وتنميتها وتهذيبها، أو ما ينتجه العقل أو الخيال البشري لتحقيق هذا الهدف، وفي العربية يحمل الفعل (ثقف) معنى التهذيب والصقل والإعداد، وفي الإنجليزية يحمل معنى مماثلاً، وتحمل في الروسية إلى جانب المعنى العقلي معنى سياسياً ثورياً، وحين المقارنة بين هذه المعاني ندرك أن الثقافة سمة للمجتمع، لكن إلى أي حد تؤثر فيه؟ الصورة التي نراها أن تأثير الثقافة مازال محدوداً، و أن استعمالها لا يزال فيه ازدواجية، فالثقافة الرفيع تقتصر على القلة، والعموم لا تزال ثقافتهم شعبية.<sup>2</sup>

والأستاذ عزى عبد الرحمن في مراجعته لمختلف مفاهيم الثقافة لم يجد مفهوماً يتماشى ونظريته ما استوجب عليه استحداث مفهوم جديد للثقافة، فهي في منظوره "سلم يمثل مستواه الأعلى القيم، والقيمة ما يرتفع بالفرد إلى المنزلة المعنوية ويكون مصدر القيم في الأساس الدين، فالإنسان لا يكون مصدر للقيم وإنما أداة يمكن أن تتجسد فيه القيم، يستتبع ذلك أنه كلما ارتفعت الثقافة إلى مستوى القيم ارتبطت بالدين بالضرورة، يأتي العقل في مرتبة مواءمة ويمثل نشاطاً منطقيًا يتعامل مع المسائل المرتبطة كالإدراك والفهم والتأويل ويكون هذا النشاط المنطقي منطقيًا بالضرورة إذا كان وثيق الصلة بالقيم، ومصدر النشاط الذهني للعقل، ويكون هذا النشاط العقلي المستوى الذي ترتقي به الثقافة إلى الحضارة، فهذا النشاط يولد الآداب والفنون والفكر والمعرفة، أي أن الثقافة تتحول إلى حضارة بالنشاط العقلي المتفاعل مع المجال المعنوي والمادي في المجتمع، وقد يكون هذا النشاط مرتبطاً بالقيم فيكون ترابطاً وقد يتحرك في مجال لا يتصل بالقيم فيكون غير مترابط، وكلما كان النشاط مترابطاً كان مجال النمو المتوازن واسعاً والعكس ويأتي في أسفل الثقافة حركة الإنسان وفعله، أي سلوكه، ويكون مصدر هذه الحركة واقع الإنسان المحدود في

<sup>1</sup> -بوعلى نصير وآخرون، مرجع سابق، ص132.

<sup>2</sup> - محمد أحمد القضاة: الثقافة كمتغير في الاتصال التفاعلي عبر وسائل الإعلام الجديدة، أبحاث المؤتمر الدولي للإعلام الجديد تكنولوجيا جديدة لعالم جديد، جامعة البحرين، ص453.

الزمن والمكان، وأيضاً فإن فعل الإنسان قد يكون مرتبطاً بأي أو بكل من النشاط الذهني والقيم وقد لا يكون، فإن كان الفعل مرتبطاً بالنشاط المنطقي كان الفعل منطقياً، و إن كان مرتبطاً بالقيم كان منطقياً وقيماً، والقيمة أعلى من المنطق، وإذا فإن الثقافة سلم يتضمن أبعاداً ثلاثة: القيم والمنطق والفعل<sup>1</sup>.

وبضيف قائلاً " و يكون تعريفنا للثقافة في هذه الحالة أن الثقافة: هي معايشة الواقع انطلاقاً من القيم ويكون النشاط المنطقي وسيلة في تحقيق الترابط بين القيمة والسلوك، ويعتبر هذا التعريف معيارياً أي أنه بين الكيفية التي ينبغي أن تبنى عليها الثقافة، كما أن هذا التعريف يحدد المرجعية التي يمكن أن تدرس بها الثقافة ومستواها، وقد عرفنا الثقافة في سياق مشابه بأنها "كل ما يحمله المجتمع الماضي وما ينتجه الحاضر والمستقبل من قيم ورموز معنوية ومادية وذلك في تفاعله مع الزمان (التاريخ) والمكان انطلاقاً من بعض الأسس (القيم) التي تشكل ثوابت الأمة وأصولها (البعد الحضاري)<sup>2</sup>.

و تقوم نظرية الحتمية في الإعلام على " إبراز التجاذب بين الثقافة كعالم معنوي -مادي معيش ووسائل الاتصال كعالم رمزي، وتبيان تأثير وسائل الاتصال في الثقافة بالإيجاب أو السلب، والآليات والأوضاع التي يتجسد فيها هذا التأثير وفق هذا المنظور المعياري"<sup>3</sup>.

وهكذا يعتبر الباحث **عبد الرحمن عزي** أن هناك علاقة وثيقة بين الإعلام (الذي يقصد به الاتصال بوسائله المختلفة: الصحف، والمجلات، والإذاعة والتلفزيون، والجديدة: الانترنت وشبكات التواصل الاجتماعي.. الخ<sup>4</sup>، والثقافة، حيث تؤثر وسائل الاتصال بشكل حتمي على ثقافة المجتمع، وهو التأثير الذي يتراوح بين الإيجاب والسلب، فيقول الأستاذ **عبد الرحمن عزي** " إن التأثير يكون ايجابياً إذا كانت محتويات وسائل الإعلام وثيقة الصلة بالقيمة، وكلما كانت الوثائق أشد كان التأثير ايجابياً وبالمقابل، يكون التأثير سلبياً إذا كانت محتويات وسائل الإعلام لا تتقيد بأية قيمة أو تناقض مع القيمة وكلما كان الابتعاد عن القيمة أكبر كان التأثير السلبي أكبر"<sup>5</sup>.

كما يربط الباحث **عبد الرحمن عزي** بين كل من الثقافة والقيم والدين، فيقول: "إن الثقافة سلم يمثل مستواه الأعلى القيم، والقيمة ما يرتفع بالفرد إلى المنزلة المعنوية، ويكون مصدر القيم في الأساس الدين،

1 - عري عبد الرحمن: دعوة إلى فهم نظرية الحتمية القيمية في الإعلام، مرجع سابق 2011، ص24.

2 - المرجع نفسه، ص24.

3 - عزي عبد الرحمن: دراسات في نظرية الاتصال، نحو فكر إعلامي متميز، مرجع سابق، ص102، بتصرف.

4 - بوعلی نصیر: مفاهيم نظرية الحتمية القيمية في الإعلام عند عبد الرحمن عزي، مقاربة نقدية، مرجع سابق، ص89.

5 - عزي عبد الرحمن: دراسات في نظرية الاتصال، نحو فكر إعلامي متميز، مرجع سابق، نص112.



فإنسان لا يكون مصدر القيم، وإنما أداة يمكن أن تتجسد فيها القيم يستتبع ذلك أنه كلما ارتقت الثقافة إلى مستوى القيم ارتبطت بالدين بالضرورة..... ويكون تعريفنا للثقافة في هذه الحالة أن الثقافة ها معايشة الواقع انطلاقاً منة القيم، ويكون النشاط المنطقي وسيلة لتحقيق الترابط بين القيمة والسلوك<sup>1</sup>.

ويعرف عبد الرحمن عزي القيم انطلاقاً من الدين، ثم ينطلق منها لدراسة العلاقة بين الثقافة التي تحيل على العالم المعيش ووسائل الإعلام التي تمثل العالم الرمزي، مركزاً على أولوية الثقافة على وسائل الاتصال، خصوصاً، و أن الثقافة تمثل في نظره "كل ما يحمله المجتمع (الماضي)، وما ينتجه (الحاضر والمستقبل) من قيم ورموز معنوية أو مادية، وذلك في تفاعله مع الزمان (التاريخ) والمكان (المحيط) انطلاقاً من بعض الأسس (القيم) التي تشكل ثوابت الأمة وأصولها (البعد الحضاري)<sup>2</sup>.

وهكذا يتولد عن انتقال الثقافة إلى وسائل الاتصال تأثيرات ايجابية على المجتمعات والأفراد إذا كانت المحتويات الإعلامية وثيقة الصلة بالقيم، بينما تتولد عنه تأثيرات سلبية إذا كانت تلك المحتويات متناقضة مع القيم أو متحللة منها.

### 3.3 - التأثير والقيم في منظومة نظرية الحتمية القيمية في الإعلام.

إن نظرية الحتمية القيمية في الإعلام تندرج في إطار نظريات التأثير، لأنها تدرس تأثيرات وسائل الاتصال على الجمهور، لكن من خلال مرجعية واضحة تربط تأثيرات تلك المحتويات بالقيم. كما إن مختلف المقاربات النظرية لدراسة التأثير تفيد في تفسير بعض الجوانب الجزئية في الإعلام والاتصال، ولكنها لا تتضمن أبعاداً فكرية أو فلسفية واضحة هذا النقص هو الذي أدى بعبد الرحمن عزي إلى دراسة الخلفية النظرية والفلسفية لهذه النظريات من منطلق أن الاتصال ظاهرة ذات أبعاد متعددة وتجلياتها قد تكون فكرية أكثر منها امبريقية<sup>3</sup>، ومن هذا المنطلق.

فدراسة الأثر لا يتم في منظوره من دون مرجعية تربط محتويات وسائل الإعلام بالقيم يقول عبد الرحمن عزي: " إن التأثير يكون ايجابياً إذا كانت محتويات وسائل الإعلام وثيقة الصلة بالقيم، وكما

1 - المرجع نفسه، ص106، بتصرف.

2 - عزي عبد الرحمن: ثقافة الطلبة والوعي الحضاري ووسائل الاتصال: حالة الجزائر، مجلة المستقبل العربي، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، لبنان، عدد164، أكتوبر 1992، ص88.

3- نصير بوعلي: الإعلام والقيم قراءة المفكر الجزائري عبد الرحمان عزي، دار الهدى للطباعة والنشر، الجزائر، ط1، 2005، ص66.

كانت الوثائق أشد كان التأثير ايجابياً، وبالمقابل، يكون التأثير سلبياً إذا كانت محتويات وسائل الإعلام لا تتقيد بأي قيمة أو تتناقض مع القيمة، وكلما كان الابتعاد عن القيمة أكبر كان التأثير سلبياً أكبر".<sup>1</sup>

إن الجديد في نظرية عبد الرحمن عزي هو تقسيمه للتأثير إلى تأثيرات ايجابية، وأخرى سلبية على غرار ما هو في الدراسات الامبريقية من تأثيرات كامنة وأخرى ظاهرة، تأثيرات مباشرة وأخرى غير مباشرة، تأثيرات على المدى القصير وأخرى على المدى البعيد.<sup>2</sup>

والانترنت بصفة عامة بمستوياتها الاتصالية المختلفة وخدماتها تحمل قيمة معينة، إما ايجابية أو سلبية تتحدد حسب ثقافة المستخدم ودوافعه وطريقة استخدامه .

و يمكن تلخيص ما أورده الأستاذ عزي عبد الرحمن من أثر الإعلام بصفة عامة والانترنت بصفة خاصة على ثقافة الفرد والمجتمع من خلال الجدول التالي:

#### تأثيرات وسائل الإعلام على ثقافة الفرد والمجتمع .

الموجب ما يدفع بطريقة غير مباشرة إلى القيمة	السالب ما يحيد بطريقة غير مباشرة عن القيمة
✓ تعزيز القيم.	✓ تحييد القيم.
✓ التنشئة الثقافية والاجتماعية.	✓ جمهرة الثقافة (التبسيط والتنشويه).
✓ تحقيق الانسجام والترابط الاجتماعي.	✓ تضيق المحيط.
✓ توسيع دائرة الاستفادة من الثقافة.	✓ تقليص المحلي وتوسيع العالمي.
✓ الوعي بالعالم الخارجي (القرية العالمية).	✓ إضعاف النسيج الاتصالي الاجتماعي.
✓ النظر إلى الذات من زاوية خارجية.	✓ إضعاف دور قادة الرأي.
✓ معايشة عوالم عديدة تحمل الإنسان عبر الزمكان.	✓ تقمص أدوار النجوم.

<sup>1</sup>- عبد الرحمن عزي: دراسات في نظرية الاتصال: نحو فكر إعلامي مميز، مرجع سابق، ص112.

<sup>2</sup>- نصير بوعلي، الإعلام والقيم قراءة المفكر الجزائري عبد الرحمن عزي، مرجع سابق، ص66.

✓ الإشباع والتحويل والترفيه.	✓ الأحادية والامتثالية والاستهلاكية.
✓ نقد الذات.	✓ المزج بين الرمزي و الحقيقي.
✓ تغيير الذات.	✓ إضعاف الحساسية اتجاه الممنوعات الثقافية.
✓ الإعلام والتفسير والتحليل.	✓ الفجوة الإعلامية.
	✓ الإدمان على الوسيلة.
	✓ منع الفرد من نقد ذاته أو تغييرها.
	✓ التركيز على حاسة البصر على حساب الحواس الأخرى.

**المصدر: عبد الرحمن عزي، دعوة إلى فهم نظرية الحتمية القيمة في الإعلام، ص44.**

فقد لمسنا عند تقديم المقاربات النظرية أن كل واحدة منها تفسر تأثيرات الانترنت من زاوية معينة كما لاحظنا أن أغلب هذه المقتربات والنماذج ظهرت في الخمسينات والستينات والسبعينيات، وأغلبها ركزت على التلفزيون في دراستها لأنه كان بمثابة الانترنت في الوقت الحاضر، مع العلم أن لكل من التلفزيون و الانترنت خصائصهما المميزة، وعلى الرغم من ذلك فإننا قدمنا هذه النظريات لأنها يمكن أن تتقارب في بعض الجوانب مع الانترنت، لأنها (أي الانترنت) بحد ذاتها تعد حاملة للتلفزيون والإذاعة والصحف والمجلات والهاتف النقال التي كانت المادة الأساسية لبعضها التي ظهرت من أجلها النظريات والمقاربات والنماذج في مجال التأثير الإعلامي، كما أنه هناك بعض اجتهادات لبعض الباحثين في مجال الإعلام والاتصال لتكيف هذه المقتربات مع وسيلة الانترنت من جهة ، ومع الخصوصيات الاجتماعية والثقافية للمجتمعات المختلفة (خاصة العربية الإسلامية) من جهة أخرى.

# الفصل الثالث

## القيم بين الدراسة النظرية والمعالجة الميدانية

المبحث الأول: خصائص القيم، تصنيفها، أهميتها ووظائفها وقياسها و مصادرها.

المبحث الثاني: إشكالية دراسة القيم

إن موضوع القيم موضوع عميق وشاسع وتتقاسمه العديد من الإسهامات للباحثين في تخصصات مختلفة الذين يحاولون إبراز جزئيات معينة خاصة في ظل ظهور مؤسسات مختلفة في العصر الراهن يعتقد أنها أصبحت تنافس المؤسسات الرسمية من ( الأسرة ، ودور العبادة والمدرسة..) التي كانت لوقت قريب هي المسؤولة عن تشكيل القيم، لكن مع ظهور وسائل الإعلام المختلفة من إذاعة وتلفزيون وصحف، وصولاً إلى شبكة الانترنت بمستوياتها الاتصالية المختلفة، وبمميزاتها الفريدة التي توفرها للمستخدمين لتلبية رغباتهم وحاجاتهم المختلفة التي تكون في غالب الأحيان بعيدة عن مؤسسات التنشئة التقليدية، حتى بدأ الحديث في الآونة الأخيرة عن قيم جديدة منتجة تنافس بقوة القيم السائدة في المجتمع.

المبحث الأول: خصائص القيم، تصنيفها، أهميتها ووظائفها وقياسها و مصادرها.

### 1.1 - خصائص القيم.

تتصف القيم بمجموعة من السمات الأساسية من أهمها:

**1. القيم إنسانية:** مرتبطة بالإنسان، وليس بأي كائن آخر غيره، ويرى "شيرلر" أن الإنسان هو الكائن

الوحيد الحامل لكل القيم<sup>1</sup>، وهذا ما يميزها عن الحاجات التي لا تخص البشر.

**2. القيم مستمرة نسبياً:** يعني أن القيمة قد يستمر وجودها، والتمسك بها وقد يكون لسنين، وقد يكون أقل

أو أكثر من ذلك حسب الظروف التي يمر بها المجتمع<sup>2</sup>.

**3. القيم اجتماعية:** أي هي ليست من وضع شخص معين، ولا يمارسها الفرد، بل هي حصيلة تجربة

إنسانية جماعية، كما أن ممارستها تتم من خلال المجتمع<sup>3</sup>.

**4. القيم متعلمة (مكتسبة):** مكتسبة يكتسبها الفرد من خلال البيئة، بمعنى يتعلمها من خلال مؤسسات

التنشئة الاجتماعية المختلفة التي من بينها وسائل الإعلام<sup>4</sup>، ولذلك " هي قابلة للتقييم فهي حصيلة خبرة

وتفاعل مع الجماعة"<sup>5</sup>.

**5. القيم معيارية:** هي معايير وضوابط للسلوك الإنساني، ذلك أن ما يعتبره الناس صحيحاً أو خطأ يؤثر

في سلوكهم و يلتزمون به<sup>6</sup>، وبمعنى آخر تعد بمثابة معيار لإصدار الأحكام، تقيس وتقيم وتفسر وتعلل

من خلالها السلوك الإنساني.

**6. القيم نسبية:** إن صفة النسبية لا يعترف بها جميع العلماء، وخاصة أصحاب الاتجاه المثالي في

دراساتها، فمن يعتبر مصدر القيم الدين أو العقل فهو يرى أنها مطلقة، لكنها تتميز بالثبات النسبي فهي

تختلف من فرد لآخر، ومن مجتمع لآخر تبعاً لعوامل كالحاجات، والرغبات، والتربية، الظروف السائدة

كما تتعلق بالزمان، والمكان، والثقافة، والمحيط المادي والمعنوي<sup>7</sup>، بمعنى آخر، تختلف من شخص

1 - محمود سعود قطام السرحان: الصراع القيمي لدى الشباب العربي (دراسة حالة الأردن)، مرجع سابق، ص30.

2 - ثريا التيجاني: القيم الاجتماعية والتلفزيون في المجتمع الجزائري، دار الهدى، عين مليلة، الجزائر، دط، 2011، ص67.

3 - عبد الله الرشدان: علم اجتماع التربية، مرجع سابق، ص 159.

4 - محمود سعود قطام السرحان، مرجع سابق، ص31.

5-حسان هشام: مدخل لعلم اجتماع التربوي، مطبعة النقطة، د ط، 2008، ص73.

6 - عبد الله الرشدان، مرجع سابق، ص 160.

7 - غسان منير سنو: القيم والمجتمع (نظم القيم السائدة عند طلبة الدراسات الشرعية في بيروت)، مرجع سابق، ص20.

لآخر، ومن ثقافة لأخرى، وهي تختلف من مجتمع لآخر تبعاً لعوامل المكان والزمان والثقافة والجغرافيا والايولوجيا، بل إنها تختلف عند الشخص الواحد حسب رغباته وحاجاته وميوله.

**7. القيم ذاتية وشخصية:** والمقصود بذاتية القيم " أنها تتعلق بطبيعة الفرد وتشمل رغباته و عواطفه و ميولاته.....، وهذه الخبرات غير ثابتة، وتتغير من لحظة لأخرى، ومن شخص إلى آخر"<sup>1</sup>، أي أن كل فرد يوظف القيم التي تعلمها بطريقته الخاصة التي يدركها بها، ذلك تبعاً لظروفه وإدراكه وتجربته، يتفاعل معها على نحو خاص به، فقد يحمل شخصان نفس القيم، لكنهما يختلفان في اختيار البدائل في نفس المواقف<sup>2</sup>، وبمعنى آخر أن وزن القيمة وأهميتها يختلف من فرد لآخر.

**8. القيم متغيرة (ديناميكية):** أي أنها قابلة للتغيير الاجتماعي "فهي ليست ثابتة بل تتغير وتتطور رغم بطنها، يتم ذلك نتيجة التفاعل المستمر بين الفرد وبيئته، وتبعاً لعوامل مختلفة ينتجها الحراك الاجتماعي والاقتصادي، وقد يكون هذا التطور بتغيير أولوية قيمة معينة أو تطور معناها، أو بدخول أخرى وغيرها لأنها لم تعد مناسبة أو فاعلة<sup>3</sup>، ولكن قد يكون التغيير سريعاً كما في الدول الصناعية المقدمة التي تعتبر الرغبة في التغيير قيمة اجتماعية هامة، وقد يكون بطيئاً جداً كما هو الحال في المجتمعات البدائية.

**9. القيم عامة:** يشترك فيها الأفراد في المجتمع، وكلما زادت نسبة الاتفاق حولها زاد استقرار المجتمع من خلال تنظيم السلوك الاجتماعي، رغم ذلك فهي تختلف من فئة لأخرى في المجتمع الواحد، لكن هناك قيماً معينة تظل ذات عمومية لجميع أفراد المجتمع<sup>4</sup>، كما أن القيم تعمل على تنظيم العلاقات بين أفراد المجتمع، وبينهم وبين أنفسهم، وبينهم وبين النظام السياسي السائد في المجتمع والمؤسسات والعالم<sup>5</sup>.

**10. مجردة:** "فللقيم معان مجردة...فهي تحمل معنى ذهني غير محسوس"<sup>6</sup>، وتتسم بالموضوعية والاستقلالية تتضح معانيها الحقيقية في السلوك الذي تمثله والواقع الذي تعيشه، فالعدل من حيث هو "قيمة" يحمل معنى ذهنياً مجرداً غير محسوس لكنه يخذ قيمته من الواقع الحي الممارس، فنسمي سلوك الأب الذي يعطي أبناءه حقوقهم ويساوي بينهم عادلاً، ونسمي الذي يحابي أحدهم على الآخر غير عادل

<sup>1</sup> - محسن الكناي: **القيم والنسق القيمي..التعريف والمفهوم**، كلية الإعلام بجامعة بغداد، بغداد 2009، ص 23.

<sup>2</sup> - مساعد بن عبد الله المحيّا، مرجع سابق، ص 51.

<sup>3</sup> - محمود سعود قطام السرحان، مرجع سابق، ص 30.

<sup>4</sup> - غسان منير سنو، مرجع سابق، ص 20.

<sup>5</sup> - ثريا التيجاني: مرجع سابق، ص 66.

<sup>6</sup> - ماجد زكي الجلال: **تعلم القيم وتعليمها**، دار المسيرة، الأردن، ط2، 2007، ص 37.

فقيمة العدل تمثلت في واقع وسلوك واضح ومحدد، فقيمة العدل لا تدرك إلا من خلال الواقع الذي تمتزج فيه القيمة المجردة بعالم الأشياء.

**11. الدفع أو التحفيز:** يعني بذلك اتسامها بالدفع أو التحفيز، وذلك لأن للقيم أهداف، تحفز الشخص أو تدفعه وتحركه لبذل الجهد لتحقيقها<sup>1</sup>.

**12. التداخل:** "فالقيم مترابطة ومتداخلة....حيث أنها تتضمن الجوانب المعرفية والوجدانية والسلوكية كما أنها متداخلة من حيث التطبيق...."<sup>2</sup>.

**13. الثبات النسبي:** تتصف القيم بالثبات النسبي، أي المحافظة لأنها من موجّهات السلوك، والقيم التي يتبناها الفرد شعورياً منذ طفولته، ويرتبط بها وجدانياً يصعب عليه التحرر منها.

**14. الضدية:** فلكل قيمة ضدها، ما يجعل لها قطباً ايجابياً، وقطباً سلبياً، والقطب الايجابي هو وحده الذي يشكل القيمة، في حين القطب السالب ما يمكن أن نسميه (ضد القيمة، أو عكس القيمة)

**15. غير مرتبطة:** كما أن القيم غير مرتبطة بزمن معين، فالقيم إدراك يرتبط بالماضي والحاضر والمستقبل، وهي بهذا المعنى تبتعد عن معنى الرغبات، أو الميول التي ترتبط بالحاضر فقط<sup>3</sup>.

**16. القابلية للتشديد:** فترشيد القيم يتطلب تفهم ومعايشة وممارسة هذه القيم والرجوع بها إلى جذور الثقافة والوقوف على وظائفها الاجتماعية، فإذا تبين أن هذه القيمة أصبحت غير ملائمة كان من الضروري على رجال التربية والإعلام أن يستبدلوها بغيرها بعيداً عن محاولة إلغائها لأنها من التراث الاجتماعي، وبالتالي فإن الإبقاء عليها مع تحييدها أمر مقبول، ومحاولة إلغائها والقضاء عليها أمر مستحيل<sup>4</sup>.

**17. تعدد مصادر القيمة:** للقيمة مصادر كثيرة ومتنوعة مثل الثقافة، مما يسمح لنا بالقول أن القيم معايير تلبي رغبة الثقافة العامة التي تمثل رغبة المجتمع، وتعتبر القاسم المشترك لكل أفراد، حيث يحترمها المجتمع، إضافة إلى الانفعالات التي تكونها عند الناس، كما يعتبر الدور الاجتماعي مصدراً

<sup>1</sup> - عبد الغني وآخرون، مرجع سابق ، ص 91.

<sup>2</sup> -عبد الله عقله مجلي الخزاولة: الصراع بين القيم الاجتماعية والقيم التنظيمية في الإدارة التربوية، دار الحامد ، الأردن، 2009، ص38.

<sup>3</sup> -عقيل حسين، عز الدين أبو التمن: التصنيف القيمي للعولمة، منشورات دار ELGA، مالطا، 2001، ص205.

<sup>4</sup> -زيدان عبد الباقي: علم النفس الاجتماعي في المجالات الإعلامية، مكتب غريب، القاهرة، د ط، 1975، ص495.



للقيم، التي تحدد المكانة الاجتماعية وتسمح للفرد بتوظيف انطباعاته ونزعاته و اختياراته، كما تتبثق القيم من المعتقدات مهما كان نوعها، وكذلك عن الظروف الاجتماعية والاقتصادية<sup>1</sup>.

**18. القيم متدرجة (الترتيب):** كما أنها تتميز بأنها: تترتب فيما بينها ترتيباً هرمياً، ويعني ذلك أن بعض القيم تسيطر على غيرها أو تخضع لها، فنجد أن الفرد يحاول أن يحقق قيمه جميعاً، و لكن إذا حدث تعارض بينها، فإن بعضها يخضع للبعض الآخر وفقاً للترتيب الخاص به<sup>2</sup>، ويطلق عليها منظومة القيم أو النسق القيمي في شكل متدرج من الأهم إلى المهم إلى الأقل أهمية، فالصلاة وطلب العلم قيمتان يدين بهما المرء إلا أنه قد يوجد ظرف يحتم عليه الاختيار بينهما فيقدم الصلاة على طلب العلم وفقاً لترتيبه الهرمي، وقد يفعل عكس ذلك، وتظهر أهمية هذه الخاصية عند تعليم القيم في إدراك القضايا الرئيسية التالية<sup>3</sup>:

✓ وجود مساحة عريضة من القيم تتناسب وأنواع المواقف التي يمكن للفرد المفاضلة والاختيار بينها من ثم تأتي أهمية تعليم المتعلم كيفية الاختيار والمفاضلة بمنهج تفكيري سليم.

✓ إمكانية التغيير في بناء القيم إذ أنه لا تتخذ مرتبة ثابتة لا تتغير في نفس الفرد بل ترتفع وتخفض وتتقدم وتتراجع فيما بينها تبعاً لتصورات الفرد وبنائه الشخصي وتربيته وطبيعته، ولما يتعرض له من مؤثرات خارجية.

✓ أهمية العوامل البيئية والتربوية في توضيح السلم القيمي وثباته، فالخبرة والنضج والوعي والنمو والتعلم جميعها تؤثر في مدى وعي الفرد وإدراكه للقيم، وكلما ازداد الوعي والإدراك والنضج كان أدعى لحسن ترتيب القيم وتنظيمها، ومن ثم ثباتها.

أما مولر Muller فيرى أن القيم تتصف بما يلي<sup>4</sup>:

✓ تتضمن تفسيراً لما هو جيد أو سيئ وإصدار حوله أحكام حول الايجابية والسلبية، والميل وعدم الميل الانجذاب والإحجام.

✓ القيمة تمثل مستوى عال من التجريد.

1 - ثريا التيجاني: مرجع سابق، ص66.

2 - رباب رأف محمد الجمال: اثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على تشكيل النسق القيمي الأخلاقي للشباب السعودي - دراسة ميدانية-، جامعة الملك عبد العزيز، السعودية، ص02.

3- محسن جلوب الكناني، مرجع سابق، ص52.

4 -سكرين المشهدي ، سهام أبو عطية: علاقة الانترنت بالقيم والاتجاهات العلمية لدى طلبة كلية العلوم التربوية في الجامعة الهاشمية، مجلة مركز البحوث التربوية، السنة الثالثة عشر، العدد26، جامعة قطر، يوليو 2004، ص167.

- ✓ القيمة لها تأثير سلبي على سمات الشخصية.
- ✓ القيمة تمتاز بأنها أكثر ديمومة وأكثر مقاومة للتغيير، مقارنة بالسمات الأخرى للشخصية.
- ✓ القيمة ستخدم معياراً من أجل اتخاذ القرارات وإجراء الاختبارات.
- ✓ الجزء الأكبر من القيم مكتسب من خلال الثقافة والخبرة .

## 1. 2- تصنيف القيم

أثارت مسألة تصنيف القيم العديد من المشكلات نظراً لتنوع وجهات النظر أو التوجهات التي يتبناها الباحثون، ونظراً لصعوبة دراسة القيم لكثرتها وتنوعها وتشعبها، ويرى الكثير من الباحثين وعلماء الاجتماع أنه من الصعب تصنيفها تصنيفاً شاملاً ودقيقاً، وهذا حسب وجهة نظر سورلي **Sorly** الذي يرى أنه من المستحيل وجود قاعدة تحدد على أساسها جميع أنواع القيم، وهذا ما صرح به الباحث الأمريكي **كلاكهون Klukhon** حين قال: "نحن لم نكتشف بعد تصنيفاً شاملاً للقيم، لكن في الواقع يجب تصنيف القيم مهما كانت لتسهيل دراستها وتعميقها<sup>1</sup>، وبالتالي حسب الباحثين فإن مسألة تصنيف القيم خيراً من عدم تصنيفها.

و بالرغم من تعدد المحاولات من جانب الباحثين لوضع تصنيف للقيم، إلا أنه لا يوجد تصنيف واحد متفق عليه حتى الآن، فلقد بدأت المحاولات في هذا الإطار منذ القدم حينما حدد أفلاطون الطبيعة والحق والفضيلة، ولهذا يعد تصنيف أفلاطون الثلاثي من أشهر وأقدم تصنيفات القيم من الناحية الفلسفية وهذا معناه أن عملية التصنيف تختلف باختلاف المعيار الذي تصنف على أساسه<sup>2</sup>.

فتعددت التصنيفات المقترحة للقيم إذ جاءت معبرة عن فلسفة أصحابها ونظرتهم للقيم كمفهوم ونظرية ومنظومة فنلاحظ تصنيفات خاصة بالفلاسفة وأخرى لعلماء النفس، وغيرهم وكل تصنيف منها يعتمد معياراً محدداً محالاً أن يضم تحته منظومة معينة من القيم.

وتصنيف القيم تصنيفاً جدياً بطرق شتى، لكل طريقة منها توجه نحو خصائصها الهامة الممكنة وكيفيةها، وأبعادها، ويرى معظمهم أن تحليل القيم لا بد على الأقل أن يأخذ في الحسبان أن ثمة قيماً تستجيب للرغبة وللكرهية بما في ذلك من قيم "انفعالية" ذات صلة باللذة والرضا وتجنب السوء، وقيم "الافتقار" و"الانجاز" الساعية إلى أوضاع مرغوب فيها، إضافة إلى هذا يجب على مثل هذا المحلل أن

<sup>1</sup> - ثريا التيجاني، مرجع سابق، ص84.

<sup>2</sup> - محمد أحمد بيومي: علم اجتماع القيم، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 1990، ص161.

يكون على علم بقيم التبصّر والتدبير، وقيم الخلق (تكامل الشخصية)، والقيم الاجتماعية والقيم الثقافية وقيم البقاء الأحيائي<sup>1</sup>.

وهناك تصنيف سبرنجر **Spranger** الذي يعد من أشهر التصنيف في مجال القيم، حيث قام بتصنيفها طبقاً لعدة أبعاد، منها: بعد المحتوى الذي شمل القيم النظرية، السياسية، والدينية والاجتماعية والاقتصادية، ثم بعد الشدة، وشمل القيم الملزمة والقيم التفضيلية والقيم المثالية، ثم بعد المقصد، الذي شمل القيم الواسئلية والقيم الغائية، ثم بعد العمومية، الذي شمل القيم العامة والقيم الخاصة، ثم بعد الوضوح، الذي شمل القيم الحركية والقيم الضمنية، ثم بعد الدوام الذي شمل القيم الدائمة والقيم المؤقتة<sup>2</sup>.

1- المعيار الأول: محتوى القيمة.

فقد صنفها سبرنجر في كتابه "أنماط الرجال" إلى ستة أقسام وهي<sup>3</sup>:

1- القيم النظرية: وتعني الاهتمام بالمعرفة واكتشاف الحقيقة والسعي إلى التعرف على القوانين وحقائق الأشياء وتمثل نمط الفيلسوف والعالم.

2- القيم الاقتصادية: تتضمن الاهتمام بالمنفعة الاقتصادية والمادية والسعي إلى المال والثروة وزيادتها عن طريق الإنتاج واستثمار الأموال وهي تمثل نمط رجال الأعمال والاقتصاد .

3- القيم الجمالية: تعبر عن الاهتمام بالمال وبالشكل وبتناسق وهي تهتم الشخص ذا الاهتمامات الفنية والجمالية.

4- القيم الاجتماعية: تتضمن الاهتمام بالناس ومحبتهم ومساعدتهم وخدمتهم والنظر إليهم نظرة ايجابية كغايات لا وسائل لتحقيق أهداف شخصية وتجسم نمط الفرد الاجتماعي.

5- القيم السياسية: تتضمن عناية الفرد بالقوة والسلطة والتحكم في الأشياء أو الأشخاص والسيطرة عليها.

6- القيم الدينية: تتضمن الاهتمام بالمعتقدات والقضايا الروحية والدينية والغيبية والبحث عن حقائق الوجود وأسرار الكون، ولا بد من الالتفاف هنا إلى أن هذا التصنيف لا يعني أن وصف الفرد بنمط قيم معين ينفي أن تكون لديه قيم من أنماط أخرى بل تعني أن هذا النمط من القيم غالب عليه وظاهر في سلوكه لذلك وسم به فمثلاً عندما نصنف شخصاً بأنه من النمط الاجتماعي فإننا نقصد أن القيمة الغالبة

1 - محمد بالفقيه، مرجع سابق، ص 66.

2 - فوزية دياب، مرجع سابق، ص 87

3 - محسن جلوب الكناني، مرجع سابق ، ص 38-39.

عليه هي القيمة الاجتماعية لكن ذلك لا ينفي أن تكون عنده القيم الأخرى من نظرية واقتصادية وجمالية وسياسية ودينية لكن قوتها وشدتها ليست بدرجة القيم الاجتماعية التي وصفها، وقد صنفها البورت Allport إلى : القيم الثقافية، والقيم الاجتماعية، والقيم الجمالية، والقيم الدينية والقيم البدنية ، والقيم الإنسانية<sup>1</sup>.

### ب- المعيار الثاني: المقصد من القيمة<sup>2</sup>.

تنقسم القيم باعتبار مقصدها إلى قسمين :

**1- قيم وسائلية:** وهي القيم التي تعد وسيلة لغايات ابعدها فهي ليست مقصودة لذاتها بل لتحقيق غاية عليا أبعد منها.

**2- قيم غائية:** وهي القيم التي تكون غاية في حد ذاتها ، ويصعب التمييز بين القيم الواسائية والغائية ذلك نظراً لتداخلها وامتزاجها بعضاً ببعض وتبعاً للظروف والزمان التي ينظر إليها فيه، فمثلاً تحصيل العلم في الجامعة يمكن أن يكون وسيلة لتحقيق العمل والسعادة في الحياة لكن في الوقت نفسه غاية يسعى الطالب لتحقيقها في مرحلته الجامعية.

### ج- المعيار الثالث: شدة القيمة.

ترتبط شدة القيمة بأمرين أولها درجة الالتزام التي تفرضها على الفرد وثانيهما الجزاء أو العقوبة التي تقرها وتوقعها على من يخالف القيمة وبمقدار درجة الالتزام والجزاء تكون شدة القيمة أو ضعفها فمثلاً (عدم العث في الامتحانات ) قيمة درجة الالتزام فيها عالية والجزاء عليها شديد إذن هي قيمة ذات شدة عالية، أما قيمة مقابلة الإساءة بالإحسان فدرجة الالتزام فيها ضعيفة والجزاء على من لا يفعلها ضئيل لذلك فإن شدتها ضعيفة، وتنقسم القيم باعتبار شدتها إلى ثلاثة أنواع هي :

**1- القيم الملزمة أو الآمرة الناهية:** هي تتعلق فيما ينبغي أن يكون ويجب الالتزام بها، ويكون جزاء من يخالفها شديداً، وهي غالباً ما تتعلق بالمصلحة العامة وبما تعارف عليه المجتمع من قيم وفضائل تحقق

1 - سكرين المشاهدي ، سهام أبو عطية، مرجع سابق، ص167.

2 -انظر:

- ضياء الدين زاهر: القيم في العملية التربوية، سلسلة معالم تربوية، مركز الكتاب للنشر، القاهرة، 1996، ص28-29.

- محمد عماد الدين إسماعيل وآخرون، مرجع سابق، ص19-20.

- علي خليل مصطفى: القيم الإسلامية والتربية، مرجع سابق، ص40.

- فوزية دياب، مرجع سابق، ص87-88.

أمنه واستقراره ونموه ومن أمثلتها القيم المتعلقة بالمعتقدات الدينية وبعدم الاعتداء على الآخرين أو إيذائهم والالتزام بمعايير المجتمع الخلقية .

**2- القيم التفضيلية:** هي القيم التي يفضل أن تكون حيث يشجع الفرد على تمثيلها بصورة تفضيلية غير ملزمة ولا يكون جزاء من يخالفها شديداً أو صارماً ومن أمثلتها إكرام الضيف والإحسان إلى الجيران وصلة الرحم.

**3- القيم المثالية:** هي القيم التي يرجى أن تكون والتي يتطلع الناس إلى تمثيلها في سلوكهم ولكن يشعرون بصعوبة تحقيقها بشكل دائم وبصورة كاملة ومنها الزهد في الدنيا والإيثار<sup>1</sup>، وهذه القيم على درجة كبيرة من الأهمية لأن أثرها يعمل على توجيه سلوك الأفراد نحو المثل العليا، ويعطي أنموذجاً وقوة حسنة للآخرين ومن أمثلتها الزهد في الدنيا والإيثار والتضحية والبذل والعطاء.

#### د- المعيار الربع: عمومية القيمة .

ويقصد بهذا المعيار مدى شيوع القيمة وانتشارها وتصنف القيم فيه إلى صنفين هما<sup>2</sup>:

**1- القيم العامة:** هي القيم الشائعة والمنتشرة في المجتمع بغض النظر عن فئاته وطبقاته وبيئاته وتمثل هذه القيم الإطار القيمي العام الذي يتحكم إليه أفراد المجتمع في سلوكياتهم وأحكامهم، وتتبع أهمية هذه القيم في تحقيق التجانس والتكامل بين الأفراد وتوحيد اتجاهاتهم والتخفيف من حدة الصراع القيمي لأن الصراع القيمي يمثل حالة عدم التوافق والتجانس التي تؤدي إلى التفكك واختلاف الأفراد ومن الأمثلة على القيم العامة: المعتقدات الدينية والزواج والأسرة ورعاية الوالدين والتكافل الاجتماعي.

**2- القيم الخاصة:** هي القيم التي ترتبط بفترة خاصة أو تتحدد بزمان ومكان معينين ومن أمثلتها الزكاة في شهر رمضان، الصلاة في مصلى العيد، والاحتفال بالمناسبات الدينية.

#### هـ- المعيار الخامس: وضوح القيمة.

تنقسم القيم من حيث وضوحها إلى قسمين:

**1- القيم الصريحة:** هي القيم التي يصرح بها الفرد ويعلن عليها بالكلام.

**2- القيم الضمنية:** هي القيم التي تستخلص و يستدل على وجودها من ملاحظة الميول والاتجاهات والسلوك الاجتماعي بصفة عامة مثل القيم المرتبطة بالسلوك الجنسي<sup>1</sup>، و من خلال السلوك المنتظم الذي

<sup>1</sup> - ماجد زكي، مرجع سابق، ص50.

<sup>2</sup> - حامد عبد السلام زهران: **علم النفس الاجتماعي**، دار الكتب الحديثة، الإسكندرية، 2000، ص160.

يصدر عن الأفراد لذلك تعتبر قيماً حقيقية صادقة إذ أن أفضل ما يدل على القيمة هي أثارها الظاهرة في السلوك.

و- المعيار السادس: دوام القيمة.

1- قيم عابرة: هي القيم التي لا تدوم طويلاً وإنما توجد لوقت قصير مؤقت لارتباطها بحد ما أو ظاهرة معينة تزول بزوالها فقد تظهر قيمة معينة بين طلبة الجامعة تتعلق بموضة ما أو سلوك معين سرعان ما تتلاشى وتذهب.

2- القيم الدائمة: هي القيم التي تدوم طويلاً ويتناقلها الناس من جيل إلى جيل وتخذ صفة الإلزام والتقدير كالصدق والأمانة<sup>2</sup>.

وهناك تصنيف "كاظم"، الذي شمل عدة مجموعات قيمية مثل: مجموعة القيم الأخلاقية، ومجموعة القيم الذاتية، ومجموعة قيم الأمن، ومجموعة القيم الجسمانية، ومجموعة القيم الترويجية، ومجموعة القيم العلمية، ومجموعة القيم المعرفية، ومجموعة القيم المتنوعة<sup>3</sup>.

و تصنيف أبو العينين والذي يتعلق بأبعاد شخصية الإنسان وجوانبها من وجهة نظر إسلامية، ويشمل البعد المادي والبعد الخلقى والبعد العقلي والبعد الجمالي والبعد الاجتماعي<sup>4</sup>، وقد استحدثت ثقافة المعلومات قيماً أخلاقية ذات طابع مغاير تماماً، لما سبقها وهي كالاتي<sup>5</sup>:

أ- قيم عصر المعلومات.

ب- أخلاقيات الإعلام.

ج- أخلاقيات الانترنت.

1- حامد عبد السلام زهران، مرجع سابق، ص160.

2- ماجد زكي، مرجع سابق، ص51.

3- محمد ابراهيم كاظم : تطورات في قيم الطلبة، دراسة تتبعية لقيم الطلبة في خمس سنوات، مكتبة الانجلو-المصرية، القاهرة، 1962، ص19-20.

4- على خليل مصطفى أبو العينين، مرجع سابق، ص72.

5- سعاد جابر سعيد: القيم العالمية وأثرها في السلوك الإنساني، في عالم التربية، مجلة محكمة، العدد21، منشورات عالم التربية المغرب، 2012، ص137.

## 1. 3- وظائف القيم:

أ- وظائف القيم على المستوى الفردي<sup>1</sup>:

- ✓ أنها تهيئ للفرد اختيارات معينة تحدد السلوك الصادر عنهم، فهي تلعب دوراً مهماً في تشكيل الشخصية الفردية، وتحديد أهدافها في إطار معياري صحيح ، كما أنها تعطي الفرد إمكانية أداء ما هو مطلوب منه ليكون قادراً على التكيف والتوافق بصورة ايجابية.
  - ✓ تحقيق للفرد الإحساس بالأمان، فهو يستعين بها على مواجهة ضعف نفسه والتحديات التي تواجه حياته.
  - ✓ تعطي للفرد فرصة للتعبير عن نفسه وتأكيد ذاته.
  - ✓ تدفع الفرد لتحسين إدراكه ومعتقداته لتصبح الرؤية أمامه، ومن ثم تساعد على فهم العالم من حوله، وتوسع إطاره المرجعي في فهم حياته وعلاقاته.
  - ✓ تعمل على إصلاح الفرد نفسياً وخلقياً وتوجهه نحو الإحسان والخير والواجب.
  - ✓ تعمل على ضبط الفرد لشهواته كي لا تتغلب على عقله ووجدانه.
  - ✓ للقيم أثرها في التوجيه والإرشاد النفسي والصحة النفسية والعلاج النفسي<sup>2</sup>.
  - ✓ تعمل على إيجاد التوافق النفسي والاجتماعي للأفراد، وهي بذلك تهدف إلى تعديل السلوك خاصة عند بعض الأفراد.
  - ✓ تقيم نوعاً من التوازن والثبات للحياة الاجتماعية، على اعتبار أنها معيار أساس يوجه السلوك نحو هدف مشترك.
  - ✓ تستخدم القيم بمثابة معايير وموازن، يقاس بها العمل ويقيم، كما أنها تساعد على التنبؤ بسلوك صاحبها<sup>3</sup>.
- ويرى **Smith** أن القيم تؤدي دوراً كبيراً في تشكيل الكيان النفسي للفرد من خلال وظائف أساسية، هي<sup>4</sup>:

1 - الزويد ماجد: الشباب والقيم في عالم متغير، دار الشروق، عمان، ط2011، ص3، 28، 29.

2- حامد عبد السلام زهران، مرجع سابق ، ص139.

3 - محمد عبد القادر: طرق تعليم التربية الإسلامية، مكتبة النهضة المصرية، القاهرة، 1980، ص25.

4 - الرشيد حمد فالح: بعض العوامل المرتبطة بالقيم التربوية لدى طلاب كلية التربية بجامعة الكويت، دراسة ميدانية، المجلة التربوية العدد56، 2000، ص20.

- ✓ تزويد الفرد بالإحساس بهدف ما يقوم به ويوجهه نحو الغرض.
- ✓ تهيئة القيم الأساس للعمل الفردي والجماعي الموحد.
- ✓ تُتخذ القيم أساساً للحكم على سلوك الآخرين.
- ✓ تكمن الفرد من معرفة ما يتوقعه من الآخرين وماهية ردود الفعل.
- ✓ تُوجد القيم لدى الفرد الإحساس بالصواب والخطأ.

#### ب-وظائف القيم على المستوى المجتمعي:

- للقيم وظائف عديدة في المجتمع يمكن إيجازها فيما يلي:
- ✓ فهي "تحافظ على تماسك المجتمع، وتساعد على مواجهة التغيرات التي تحدث كما أنها تربط بين أجزاء الثقافة في المجتمع لأنها هي التي تعطي النظم الاجتماعية أساساً عقلياً، والقيم تحمي المجتمع من الأنانية والدونية الطائشة، وتزود المجتمع بالصيغة التي يتعامل بها مع المجتمعات الأخرى من حوله"<sup>1</sup>، لهذا فالقيم من أهم عوامل تحقيق وحدة الشعوب والأمم، فلا يخفى أن القيم التي استطاع العرب تكوينها وبلورتها وصلقتها عبر العصور والأجيال، هي من أهم الوسائل التي يمكن الركون إليها في جمعهم وتوحيدهم.
  - ✓ و تعطي المجتمع الشكل الذي يتميز به عن غيره من المجتمعات الأخرى<sup>2</sup>.
  - ✓ توقف قوة المجتمع وتماسكه إلى حد كبير على وحدة القيم، فكلما زادت وحدة القيم داخل المجتمع زاد تماسكه وارتباطه وكما قل ارتباطها زاد التفكك الاجتماعي.
  - ✓ تساعد على التنبؤ بما ستكون عليه المجتمعات، فالمجتمع الذي يحمل أفراده قيماً وأخلاقيات المجتمع يتنبأ له بحضارة ورفي وازدهار، وإذا انهارت تلك القيم والأخلاقيات سقطت الحضارة وأصبحت الأمم في طريقها إلى التخلف<sup>3</sup>.
  - ✓ القيم وحدها الكفيلة بحل الصراعات والأزمات التي يتعرض لها الإنسان نتيجة التطور في العلم والتكنولوجيا، فهي نوعاً من التكافل وإعطاء معنى لكل جوانب الوجود والحياة<sup>4</sup>.

1 - أحمد حسن الشحات: الصراع القيمي لدى الشباب، دار الفكر العربي، القاهرة، 1988، ص 54-55.

2 - المجالي عبد الغني أحمد: دور المعلم في تنمية القيم الخلقية لدى تلاميذ مرحلة التعليم الأساسي بالجمهورية اليمنية، رسالة ماجستير منشورة في أصول التربية، كلية التربية، صنعاء، 2007، ص 26.

3 - علي احمد الجمل، مرجع سابق، ص 23-24.

4 - عبد السلام سامية عبد الرحمن: القيم الأخلاقية، مكتبة النهضة المصرية، القاهرة، 1992، ص 21.



✓ تقييم نوعاً من التوازن والثبات للحياة الاجتماعية، على اعتبار أنها معيار أساس يوجه السلوك نحو هدف مشترك.

✓ تزود أعضاء المجتمع بمعنى الحياة، وبالهدف الذي يجمعهم من أجل البقاء. ومجمل القول، أنه لا يمكن أن تستقيم حياة الفرد بدون القيم، لأنها تلعب دوراً بارزاً في حياته، " وذلك لأنها تشكل الجانب المعنوي للسلوك الإنساني والعصب الرئيسي للسلوك الوجداني والثقافي والاجتماعي عنده"<sup>1</sup>، فالقيم تحفظ النشاط موحداً ومنسقاً، وتحميه من التناقض والاضطراب، وتؤدي إلى إطلاق الطاقات والقدرات الإبداعية، وتؤثر إيجاباً في زيادة الإنتاجية للفرد، وتنظم علاقاته مع الآخرين، وتعطيه القدرة على النمو والرفعة فوق النزوات والشهوات، ولها دور مهم في التقبل الاجتماعي للفرد، فعن طريقها يستطيع الانخراط في المجتمع بفاعلية فيؤثر في المجتمع ويتأثر به، وتزوده بالغرض من الأعمال التي يقوم بها، وتمنحه بالتالي القدرة على التمييز بين ما هو صحيح و ما هو خطأ<sup>2</sup>.

وهي على الصعيد الاجتماعي، تضمن وحدة المجتمع وتكرس قدرته في مواجهته للمتغيرات السياسية والاجتماعية والاقتصادية والتكنولوجية، وتجسيده لفعله الحضاري المتجدد، وتميزه عن المجتمعات الأخرى وتعمل على انفتاحه على الأمم والشعوب الأخرى. وبالإضافة إلى هذا كله، فإن القيم، تشكل مؤشرات النموذج الذي يمكن أن يحتضيه الفرد والجماعة بخصوص توجيه السلوكيات والتصرفات وفق قاعدة موحدة للذات ومشاركة للجماعة والمجتمع.

#### 1. 4- قياس القيم:

إعتمد الباحثون لدراسة القيم عدة مقاييس مختلفة أهمها:

#### 1- مقياس روكيش (Roceach):

استطاع روكيش (Rokeach) عام 1968م بناء على دراسته للقيم أن يضع مقياساً يتكون من

36 قيمة، مصنفاً إياها لـصنفين 18 قيمة غائبة و18 قيمة وسائلية.<sup>3</sup> والجدول التالي يبين ذلك:<sup>4</sup>

<sup>1</sup> - الرشيد حمد فالح، مرجع سابق، ص20.

<sup>2</sup> - المجالي عبد الغني أحمد، مرجع سابق، ص34.

<sup>3</sup> - بنت طاعة الله بكار: قراءة الصحف اليومية والقيم الشخصية - دراسة تحليلية وتطبيقية لقيم شوارتز وقراء عاصمة الأغواط، رسالة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، قسم علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر، 2001، ص37.

<sup>4</sup> - غسان منير سنو: القيم والمجتمع (نظم القيم السائدة عند طلبة الدراسات الشرعية في بيروت)، مرجع سابق، ص:31.

القيم الواسائية	القيم الغائية
1- الابتهاج.	1- الاحترام الاجتماعي
2- الاخلاص.	2- احترام الذات.
3- الأدب.	3- الأمن الأسري.
4- الاستقلالية.	4- الأمن القومي.
5- الانضباط.	5- التناغم الداخلي (الانسجام مع الذات).
6- الانفتاحية.	6- الجنية (في الحياة الأخرى، الخلاص).
7- التفكير.	7- الحب الزوجي (المودة، الألفة، الجنس).
8- الشجاعة.	8- الحرية (الاستقلالية، القرار الحر).
9- الطاعة.	9- الحكمة.
10- الطموح.	10- الحياة المريحة (المرفهة).
11- المحبة.	11- حياة نشطة.
12- المساعدة.	12- السعادة.
13- المسامحة.	13- السلام العالمي (عالم بدون حروب).
14- المسؤولية.	14- الصداقة الحميمة.
15- المقدره.	15- عالم الجمال.
16- المنطقية.	16- المتعة.
17- النظافة.	17- المساواة.
18- الجمالية.	18- المشاركة.

## 2- مقياس شوارتز Schwartz:

اقترح شوارتز مجموعة من القيم تبلغ 66 قيمة، وصنفها في مجالات، وهي على النحو التالي:

✓ **توجيه الذات (outo-orientation (outo** : تمثل حرية التفكير والسلوك (الفعل)، منها:

الحرية، واحترام الذات، واختيار الأهداف، والفضول، والاستقلال، والإبداع.

✓ الإثارة (**la stimulation (stim)**): وترتبط قيم الإثارة بالحاجة إلى التهيج والتجديد والتحدي:

حياة مثيرة، والتنوع، والفضولية، والجرأة....

✓ المتعة (**L'hedonisme (dedo)**): مجال أقرب إلى الإثارة في البحث عن اللذة: الصحة

والاستمتاع بالحياة، والمتعة....

- الإنجاز (**L'accomplissement (Acco)**): يتميز هذا المجال بالبحث عن النجاح الشخصي

والقدرات في اتفاق مع المعايير الاجتماعية السائدة: احترام لذات، والاعتراف الاجتماعي، والقدرة،

والنجاح، والطموح، والتأثير....

✓ السلطة (**Le pouvoir (pouv)**): تهدف للتمكن من الوضع الاجتماعي والهيبة، والسيطرة أو

الهيمنة على الآخرين: الثروة، والطموح، والاعتراف إجتماعي...

✓ الأمن (**La sécurité (Secu)**): وتسعى للأمان والتآلف والإستقرار في المجتمع: الأمن الوطني،

وتبادل الخدمات، والأمن العائلي، والاعتراف الاجتماعي، والصحة، والنظافة، والانتماء.

✓ إثبات الذات (**La con formité (conf)**): البحث عن هذه القيمة يؤدي إلى كبح كل الأفعال

التي تخالف العادات وتوقعات المجتمع، مثل: إتباع الهوى والغريزة الجنسية... من هذه القيم: الأدب،

والصدق، والمسؤولية، والتواضع...

✓ التقاليد (**Les traditions (trad)**): هدفها الأول هو احترام التقاليد والأعراف التي تفرضها

الثقافة والدين في أثناء الممارسة الفعلية للسلوكيات، منها: احترام التقاليد، والاعتدال، واحترام الولدين...

✓ الرفق (**La bienveillance (Bien)**): تدفع القيم من خلالها إلى الرغبة في الحفاظ و تحسين

الحالة الشخصية للأفراد، الذين نحن في علاقة متواصلة معهم: الصداقة الأصلية، والعدالة، والمسؤولية،

والعفو...

✓ العالمية (**L'universalité (uniu)**): وتدفع هذه القيم إلى الفهم، وتقدير الأشخاص والطبيعة

منها: المساواة، والتجانس مع الطبيعة، والسلم، والجمال، والتفتح، وحماية البيئة<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> - بنت طاعة الله بكار: قراءة الصحف اليومية والقيم الشخصية - دراسة تحليلية وتطبيقية لقيم شوارتز وقراء عاصمة الأغواط، مرجع سابق، ص 39-40.

3- مقياس القيم عند عزي عبد الرحمن: يعتبر مقياس (ع.س.ن) أحد أدوات دراسة وتطبيق نظرية الحتمية القيمة في الإعلام، ويمكن تقديم تعريفات مسمى مقياس ع.س.ن للإعلام والقيم على النحو التالي :

**مقياس ASN:** أداة منهجية تدرس مدى حضور منظومة قيمية في وسط اجتماعي معين، ويعني المقياس في مقياس الحتمية القيمة في الإعلام أداة منهجية علمية دقيقة تدرس مدى حضور أو فعالية القيم في وسائل الإعلام أو لدى المتلقي في القول ( أي الموفق المصرح به)، والفعل (أي السلوك الاجتماعي ) أخذاً في الاعتبار خصوصية كل مجتمع أثناء تطبيق الأداة ويمكن أن تتجسد في سلوك الفرد بأبعادها الاثني عشر المتنوعة:الإيمانية، والاتصالية والزمانية، واللسانية والنفسية والاجتماعية والاقتصادية والتربوية والسياسية والجمالية والإنسانية<sup>1</sup>، ويوضح ذلك في الجدول التالي:<sup>2</sup>

المجال	القيمة
1	البعد الإيماني الإيمان بالله، أداء العبادات، الخ.
2	البعد التواصللي حسن التواصل مع الآخر، الحوار، الخ
3	البعد الزمي احترام الوقت وتقديره، أداء العبادات في أوقاتها، الخ.
4	البعد المكاني الوعي بأهمية البيئة، الاهتمام بالفضاء العام، الخ.
5	البعد اللساني حفظ اللسان، ستر الآخر، الخ.
6	البعد النفسي الصدق، الاحتشام، الخ.
7	البعد الاجتماعي التعاون، الصداقة، احترام الآخرين، بر الوالدين، التسامح، الخ.
8	البعد الاقتصادي تقدير العمل، احترام ملكية الغير، الخ.
9	البعد التربوي حب العلم، طلب العلم، تقدير العلماء، الخ
10	البعد السياسي الحرية، العدل، الخ.
11	البعد الجمالي الذوق، الجمال، الخ.
12	البعد الإنساني احترام الأديان الأخرى، احترام التنوع الثقافي واللساني واللغوي، الخ.

<sup>1</sup> -عزي عبد الرحمن : منهجية الحتمية القيمة في الإعلام، مرجع سابق، ص 87.

<sup>2</sup> -المرجع نفسه، ص 89.

## 1. 5- مصادر القيم:

مصادر القيم كثيرة ومتنوعة حسب انتشارها واختلافها، ونسبيتهما من فئة إلى أخرى، ومن مجتمع لآخر، تبعاً للمجالات والأنظمة التي يتكون منها المجتمع، وتختلف مصادر القيم حسب اختلاف مجالات العلماء الذين يدرسونها، فمنهم من يرى أن مصدرها الأفكار العقلية المجردة كالفلاسفة الذين يرون أن القيم ثابتة لا تتغير، ومنهم من يرى أن مصدرها المجتمع والخبرات، ومنهم من يرى أن مصدرها الفرد وهذا الاختلاف بين العلماء حول أصل ومصدر القيم، وهو ما جعلهم يذهبون إلى آراء أربعة هي:

الرأي الأول: يرد أصحاب هذا الرأي القيم إلى محتوى الوعي أو الوجدان النفسي بما يضطرب به من رغبات ومشاعر، وبهذا لا تكون القيمة صفة خاصة بالموضوعات بل تلحق بأنواع الذوات فليس ثمة قيمة إلا بما كان يرضي رغبة أو يثير انفعالاً أو يجسد دافعاً، وهنا القيمة تعتمد على الاختيار الحر للرغبة الذاتية للفرد<sup>1</sup>، ومن أنصار هذا الرأي البرغماتيين والوجوديين وأصحاب مدرسة التحليل النفسي.

الرأي الثاني: أصحاب هذا الرأي يرون أن مصدر القيم هو المجتمع ويردوه إلى العقل الجمعي، لأن المجتمع عندهم هو المشرع الوحيد للقيم لأنه موجدتها وحافظها، وهو معيار القيم الخلقى لما له من قوة القهر<sup>2</sup>، وعليه فإن التقويم عند أصحاب هذا الرأي عملية اجتماعية خارجة عن ذوات الأفراد وصادرة عن المجتمع والإرادة الجمعية التي تعلق عن الأفراد وذواتهم ومن أنصار هذا الرأي دوركايم وماركس رغم الاختلاف المعروف بينهما.

الرأي الثالث: ومن أنصار هذا الاتجاه أرسطو، المعتزلة، ويرون أن أصل القيم يعود إلى طبيعة الأشياء والأفعال ذاتها، والإنسان يكشف هذه القيم ويهتدي إليها بعقله نظراً لقدرتها على التأثير على رغباته، وعليه فإن لها وجود مستقل عن أي شيء خارج عنها فهي تتمتع بالاستقلال الذي يتصف به الشيء أو الفعل المتصف بها.

الرأي الرابع: إن مصدر القيم لدى أصحاب هذا الرأي يرجع إلى قوة خارجية عن الإنسان والمجتمع وهي تعلق فوق الإنسان وقدراته، والأشياء لا تخلق نفسها بل الله خالقها ومقومها وهو الذي يعطي قيمة الأشياء والأفعال، لهذا فالقيم تنطبق على جميع الناس دون استثناء، ولا تخضع لإرادتهم وأهوائهم الفردية والجماعية على السواء، ولهذا فهي تتصف بكونها عامة وثابتة ومطلقة وكلية.

<sup>1</sup> - صلاح قنصوة: نظرية القيم في الفكر المعاصر، دار الثقافة للطباعة والنشر، 1980، ص72.

<sup>2</sup> - قباري محمد إسماعيل: علم الاجتماع والإيديولوجيات، الهيئة المصرية العامة للكتاب، مصر، 1988، ص 196-197.

وبمعنى آخر "الطبيعة هي المصدر الوحيد للقيم ويأتي الفلاسفة الملحدون والماديون في مقدمة أصحاب هذه الرؤية حيث يقولون بأن القيم بصورة عامة هي من نتاج المجتمع وتتكون من عمليات انتقاء جماعية تتم من خلال التفاعل بين أفراد المجتمع وكل ما في البيئة التي تحيط بهم"<sup>1</sup>.  
أما الإسلام فيرى أن القيم تنطلق من مصدرين أساسيين هما<sup>2</sup>:

✓ الوحي والمقصود به القرآن والسنة حيث شملت تعاليمهما أمور الدنيا والدين.

✓ العالم ويشمل عالم البشر وعالم المحسوسات من أشجار وجبال وانهار.

وهناك عدة عوامل ومصادر تسهم في تشكيل القيم لدى الأفراد، ومنهم الطلبة الجامعيين، ومن هذه العوامل "مؤسسات التنشئة الاجتماعية، ومنها (الأسرة، المدرسة، جماعة الرفاق، الإعلام..الخ) التي تلعب دوراً كبيراً في توجيه أفراد المجتمع سلوكياً وقيماً، فبمقدار ما يكون هذا التوجيه متكاملًا ومتناسقًا بقدر ما ينعكس على الفرد بشكل ايجابي، وبمقدار ما يكون مشوشاً ومتناقضاً، يكون ذو أثر مدمر على الفرد والمجتمع، من هنا تأتي أهمية تأكيد الكثير من الباحثين الاجتماعيين على أهمية وسائط التنشئة هذه، في تكوين اتجاهات الفرد القيمية، وحمايته من الأزمات القيمية والصراع القيمي على وجه التحديد"<sup>3</sup>.  
فالقيم "عبارة عن نتاج اجتماعي، ذلك أن يتعلم النشء أو الشباب القيم ويكتسبها ويتشربها تدريجياً ويضيفها إلى إطاره المرجعي للسلوك، ابتداءً من الأسرة، والمدرسة فجماعة الأقران ووسائل الإعلام والجامعة والمهنة ووسائط فرعية أخرى بالمجتمع، وهذه الوسائط جميعها تستمد قيمها من ثقافة المجتمع الذي يتلقى من ثقافات مجتمعات أخرى وبحدود معينة"<sup>4</sup>، وهذه العوامل فصلها كالآتي:

1- **الأسرة:** عرفها جورج ميردوك على أنها "جماعة اجتماعية يقيم أفرادها جميعاً في مسكن مشترك، ويتعاونون اقتصادياً، ويتناسلون، هذه الجماعة تتكون من ذكر وأنثى وأبناء بينهم علاقات اجتماعية يقرها المجتمع"<sup>5</sup>، وتعد الأسرة من أهم الجماعات الإنسانية وأعظمها تأثيراً في حياة الأفراد والجماعات فهي الوحدة البنائية الأساسية التي تنشأ عن طريقها مختلف التجمعات الاجتماعية، وهي تقوم

1 - مساعد بن عبد الله المحيا، مرجع سابق، ص 61.

2 - المرجع نفسه، ص 63.

3 - الريود ماجد، مرجع سابق، ص 104.

4 - الجميل سيار: **العولمة والمستقبل - إستراتيجية تفكير -**، الأهلية للنشر والتوزيع، عمان، 1999، ص 04.

5 - ربيع ميمون: **نظرية القيم في الفكر المعاصر بين النسبية والمطلقية**، الشركة الجزائرية للنشر والتوزيع، 1980، ص 28.

بالدور الرئيسي في بناء صرح المجتمع وتدعيم وحدته وتنظيم سلوك الأفراد بما يتلاءم مع الأدوار الاجتماعية المحددة وفقا للنمط الحضاري العام<sup>1</sup>.

و لهذا قد اهتمت الشعوب والأمم بتكوين الأسرة على قواعد ثابتة حتى تستطيع أن تربي أجيالاً قوية، ولعل أهم أدوار الأسرة في تكوين الثقافة التربوية يبرز في الاهتمام بالجانب الأخلاقي والسلوكي وفي تعليم الأبناء الفضائل والمبادئ الخلقية الرفيعة وإرشادهم إلى السلوك المستقيم، وهي من أهم الواجبات التي يمكن أن تقوم بها الأسرة فهي التي تستطيع أن تترجم المعاني الخلقية إلى أفعال وسلوك بممارستها لهذه الأفعال أمام الأبناء، فيكتسبون منها ذلك، ولا يمكن لأي مؤسسة أو مختص تربوي أن يقوم بدور الأسرة، وإذا حدث ذلك فإنما هو خلل في الأدوار لا بد من معالجته، ولعل أبرز جوانب التربية الخلقية هو القدوة من خلال الوالدين، حيث أنهما يعتبران النموذج والقدوة أمام الأبناء.

وقد حث الإسلام على الاهتمام بالجانب الخلقى فجعل النموذج الأمثل للقدوة الحسنة هو محمد صلى الله عليه وسلم، حيث وصفه القرآن الكريم بقوله ﴿وَإِنَّكَ لَعَلَى خُلُقٍ عَظِيمٍ﴾ وقال عن نفسه "إنما بعثت لأتمم مكارم الأخلاق".

بل جعل الإسلام من التنشئة على حسن الخلق واجباً للأبناء على الآباء فقال عليه الصلاة والسلام: "من حق الولد على الوالد أن يحسن أدبه و يحسن اسمه".

فالقدوة الحسنة في تربية الأبناء، هي من أنجع الوسائل المؤثرة في سلوك الأبناء، سواء كان ذلك في الجانب الخلقى أو الجانب العملي، وقد أشار القرآن الكريم إلى ذلك بقوله تعالى ﴿لَقَدْ كَانَ لَكُمْ فِي رَسُولِ اللَّهِ أُسْوَةٌ حَسَنَةٌ لِمَنْ كَانَ يَرْجُو اللَّهَ وَالْيَوْمَ الْآخِرَ وَذَكَرَ اللَّهَ كَثِيرًا﴾، وقال تعالى في إشارة إلى ضرورة القدوة للمسلم باتصاله بالصالحين ﴿أُولَئِكَ الَّذِينَ هَدَى اللَّهُ فَبِهِدَاهِمَ آتَنَّهُ﴾<sup>2</sup>.

"وليست الأسرة أساس وجود المجتمع وحسب بل هي مصدر الأخلاق والدعامة الأولى لضبط السلوك والإطار الذي يتلقى الإنسان فيه أول دروس الحياة الاجتماعية بالإضافة إلى أنها تشكل ضرورة عالمية لأنها تقوم بانجاز عدد من الوظائف الأساسية للمحافظة على استمرار الحياة الاجتماعية"<sup>3</sup>

<sup>1</sup> - نوال محمد عمر: دور الإعلام الديني في تغيير بعض قيم الأسرة الريفية، مكتبة نهضة الشرق، جامعة القاهرة، القاهرة، د ط 1984، ص 243.

<sup>2</sup> - سورة الأنعام، الآية 90.

<sup>3</sup> - سناء الخولي: الزواج والأسرة في عالم متغير، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، د ط، 1989، ص 49.

و"هي البيئة الأولى التي تتولى العناية بالطفل ورعايته وتوجيهه إذ تهتم الأم بذلك من خلال احتكاكها مع الطفل ثم يساهم الأب والإخوة في عملية التنشئة الاجتماعية من خلال نقل خبراتهم وسلوكياتهم"<sup>1</sup>.

"وتعتبر الأسرة وسيلة اتصالية تربط بين جيلين متتاليين عن طريق تنشئة الأطفال كل جيل على القيم والمبادئ والمعايير والسنن الاجتماعية للجيل السابق، ومن هنا فإن الأسرة تقوم بإعداد النشء وتقوم بنقل التراث من جيل إلى جيل من أجل تكوين شخصية الفرد وتربيته جسدياً وعقلياً وروحياً، وترسب في أعماق الصغار منذ نعومة أظافرهم ما نريد ترسيبه من معتقدات وقيم وأساليب سلوكية"<sup>2</sup>.

"وتعد الأسرة من أهم الأركان التي يعتمد عليها المجتمع في تنشئة وتطبيع الطفل، ويحدد كل مجتمع قيمه ومعاييره التي تمثل خلاصة التراث الثقافي لتاريخ هذا المجتمع وعن طريق الأسرة تنتقل هذه القيم إلى الجيل الجديد، والعلماء يولون الأسرة عناية خاصة لما لها من تأثير حيوي في تكوين البناء الأساسي للشخصية، إذ يتحدد في إطار هذا البناء وفي نطاقه ترجمة الناشئ للقيم والخبرات الجديدة التي يتعرض لها في مستقبل حياته"<sup>3</sup>، وللأسرة وظيفة اجتماعية مهمة وهي صبغ الطفل صبغة اجتماعية حيث تتكون الدعائم الأولى للشخصية الإنسانية في جو الأسرة، وتعمل العلاقات الاجتماعية في تطبيع الطفل وتنشئته على الخصائص والسمات الاجتماعية السائدة في الأسرة ونقل التراث الحضاري إلى الطفل وإكسابه العادات والتقاليد والمبادئ الأخلاقية، ويتعلم كثيراً من الأفكار والعقائد والمخاوف التي تدل على التسامح والتعصب، حيث تمثل تلك المبادئ عوامل تأثير عظمى في تماسك الجماعة، وتثبيت النظام فيها"<sup>4</sup>.

ويمكننا التأكيد على دور الأسرة كوسيط هام وأساسي بين الثقافة والفرد من خلاله يتحقق غرس القيم أو تغييرها في نفوس الأبناء، وقد أوضحت بحوث **دوفان و اديلسون وفوير واوفر** وجود درجة

<sup>1</sup> - محسن جلوب الكنانى: **الإعلام الفضائي والجنس**، مرجع سابق، ص 46.

<sup>2</sup> - زكريا عبد العزيز محمد: **التلفزيون والقيم الاجتماعية للشباب والمراهقين**، مركز الإسكندرية للكتاب، الإسكندرية، د ط ، 2002 ص 39-40.

<sup>3</sup> - نجيب اسكندر وآخرون: **قيمنا الاجتماعية وأثرها في تكوين الشخصية**، مكتبة النهضة، القاهرة، د ط ، 1962، ص 55.

<sup>4</sup> - نوال محمد عمر: **الفديو والناس**، كتاب الهلال، العدد 471، مارس، 1990، ص 73-74.



عالية من التجانس بين قيم الوالدين وقيم الأبناء، وبالرغم من اختلاف منظوري جيل الوالدين والأبناء فإنهما يتشابهان فيما يحتضنانه من قيم أساسية<sup>1</sup>.

كما يبرز كذلك دور الأسرة في الاهتمام بالسلوك الاجتماعي حيث يعيش الأبناء في مجموعة بشرية معينة، وعليهم أن يتعرفوا على هذه البيئة حتى يستطيعوا أن يتعايشوا معها ويجاوبوا مع ما تطلبه منهم ويستطيعوا أن يأخذوا منها ما يحتجون إليه، لذلك لابد للأبناء من سلوك اجتماعي يتعاملون به مع الآخرين، وهذا السلوك إنما يأتي بصورة رئيسية من الأسرة التي تدرّبهم وتعلمهم على ذلك<sup>2</sup>.

وبهذا يمكن القول "إن للأسرة دور كبير في إرساء قواعد الاستقرار في نفوس الأبناء وجميع أفراد العائلة بالإضافة إلى أن استمرارها يؤدي إلى استمرارية المجتمع، وذلك من خلال تفاعل المجتمع وفق نسق معين من القيم مهما اختلفت وتغيرت هذه القيم تبعاً للظروف والعوامل إلا أنه يظل هناك ارتباط بين المجتمع والأسرة من خلال استمرارية القيم الاجتماعية<sup>3</sup>.

وتأتي تنمية الجانب القيمي والثقافي كدور آخر للأسرة، فهو جانب مهم في حياة الإنسان الذي يراد له أن يكون إنساناً سوياً، وبالتالي له من ثقافة ومعرفة يتلقاها في صغره حتى يكبر عليها وينشأ محباً لها ولعل أهم الأدوار الثقافية للأسرة مراقبة ما يقدم للأبناء من خلال وسائل الإعلام التقليدية والحديثة فالأسرة لا تستطيع أن تمنع ما يقدم في هذه الأجهزة لا أنها تستطيع أن تراقب ما يقدم لأبنائها من برامج إعلامية، لأن في بعض هذه البرامج ثقافة وفكر لا تتفق مع ما تهدف إليه الأسرة من التربية السليمة لأبنائها.

والأسرة كذلك مرجع ثقافة الطلبة الجامعيين، فما زال كثير منهم يلجأ إلى أسرته للتعرف على ما يحتاجه من ثقافة معينة أو معلومة جديدة خاصة إذا كانت هذه الأسرة تعنى بالثقافة، إلا أن دور الأسرة بدأ يتراجع لصالح مؤثرات أخرى كوسائل الإعلام والمؤسسات المجتمعية، فبسبب التحول الاجتماعي الذي طرأ على أطوار كثيرة من مكونات المجتمع ووحداته فقد أصبحت الأسرة مشدودة إلى مؤثرات كثيرة، مثل طول ساعات العمل للوالدين أو أحدهما والاهتمام بقضايا حياتية كتوفير مصادر الدخل والعلاقات الاجتماعية، واقتصار حجم الأسرة على الأسرة النووية بما لها من دور محدود، وتراجع الدور الواسع

<sup>1</sup> - المرجع نفسه، ص 40.

<sup>2</sup> - حسين عبد الجبار: اتجاهات الإعلام الحديث والمعاصر، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ط1، 2009، ص 34-35.

<sup>3</sup> - نعيمة عبد الله حسين: التغير الاجتماعي والتباين القيمي بين الأجيال في المجتمع القطري، دراسة ميدانية لعينة من سكان مدينة الدوحة، رسالة ماجستير كلية الآداب، جامعة عين الشمس، 1994، ص 112.

والمؤثر للأسرة الممتدة، ودخول عوامل مؤثرة جديدة داخل الأسرة، وهي: جهاز التلفزيون و الكمبيوتر والانترنت، كل ذلك أثر على هذا الدور فأصبحت ساعات التواصل قليلة بين الأسرة محدودة أو قليلة، وأصبح الأبناء يبحثون على إجابات لتساؤلاتهم في أجهزة الإعلام كالإذاعة والتلفزيون وشبكة الاتصالات وشبكة الانترنت وغيرها من مصادر المعرفة، وقد أدى ذلك كله إلى إضعاف دور الأسرة كله في تكوين الثقافة التربوية للأبناء والسلوكية، وهذا ما جعل "بناء الأسرة ووظائفها معرضة للتغيير والتقوُّب من جديد بفعل تأثير وسائل الإعلام المرئية، فتتغير العلامات وقد تتقلص وتهمل وظائف كثيرة لأفراد الأسرة اتجاه بعضهم وتصبح لكل فرد نزعة خاصة به، الأمر الذي يدفع إلى تغيير الأسرة من أسرة مترابطة فيما سكن إلى أسرة مغتربة فاقدة لأصولها وترابطاتها"<sup>1</sup>.

وقد أشار الباحث "أحمد كمال أبو المجد" إلى أن سبب الأزمة التي تتعرض لها الأسرة المعاصرة هو تسلسل قيم السوق التجاري التي أفرزها النظام الرأسمالي إلى الأسرة وتهديد استقرارها واستمرارها، وأبرز هذه القيم قيمة الرغبة الجامحة في الاستكثار من المال، وتقييم كل شيء على أساس قيمته المادية، وهي رغبة لا سقف لها، ولا حد يحدّها، ولا تكاد تفسح إلى جوارها مكاناً لقيمة أخرى و القيمة الثانية فهي، قيمة المنافسة التي تتحول إلى صراع واستعداد عقلي ونفسي لاستبعاد الآخر وتصفية وجوده<sup>2</sup>، وبالتالي يمكن أن تؤدي هاتان القيمتان إلى تخريب العلاقات الإنسانية في الأسرة، الأمر الذي أدى إلى اختفاء روح الحب والود والتعاون في السراء والضراء، وحل بدلاً من ذلك الصراع والحقد والحسد والتنافس غير الشريف، وانتشار الأنانية والأثرة وحب النفس، وهذا معناه تراجع وضعف الانتماء الأسري، وسوء العلاقة بين الآباء والأبناء، وهي تعد بمثابة قيم وسلوكيات سلبية أصبحت تتميز بها بعض الفئات الأسرية في مجتمعاتنا.

و إن سيطرت هذه القيم المادية على الأسرة، ووقوفها ضد القيم التقليدية الراسخة، وخاصة فيما يتعلق بقيم اختيار الزوج، فصار هناك شباب وشابات قد اقبلوا على الزواج من خلال علاقات افتراضية على الانترنت، وهكذا فقد تحولت العلاقة في مجال الزواج من علاقة بين أفراد من البشر إلى علاقة

<sup>1</sup> - موسى عبد الرحيم حلس وناصر علي مهدي : دور وسائل الإعلام في تشكيل الوعي الاجتماعي لدى طلبة الجامعات، مجلة جامعة الأزهر بغزة، سلسلة العلوم الإنسانية، المجلد12، العدد2، 2010، ص149.

<sup>2</sup> - على عوجة: العلاقات العامة وقضايا الشباب في مصر، ندوة الإعلام والشباب، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، القاهرة، 1983 ص221- 222.

مادية بين الأشياء، وصار ينظر إلى الإنسان على أنه سلعة قابلة للمبادلة والتغيير دون المرور بالقنوت الرسمية والشرعية.

### ب- المؤسسة التعليمية (المدرسة):

تعتبر المدرسة المؤسسة التربوية الثانية بعد الأسرة، والأولى من المؤسسات الرسمية التي يكتسب فيها الناشئ المعرفة والتعليم، فالمدرسة من "أهم المؤسسات عناية بالقيم، حيث تهتم بالمناهج - بما فيها من دروس وأنشطة متعددة - بإيصال القيم إلى التلاميذ والطلبة، ويكون التأثير أقوى كلما كانت الأساليب ناجحة، وطرق التدريس قائمة على أسس سليمة وحديثة، ويقوم بها معلمون حكما، ومربون ناجحون يعرفون كيف ينمون القيم في نفوس الناشئة"<sup>1</sup>.

ويرى الباحثون أن المدرسة تعد أداة للتنقيف ولتدعيم القيم السائدة في المجتمع، حيث تعكس المناهج الدراسية القيم الثقافية السائدة والتغيرات التي تطرأ على المجتمع، بمرور الزمن، وبذلك تتولى المدرسة مهمة تهيئة النشء تهيئة اجتماعية من خلال نقل الثقافة، إلى جانب إعدادهم لأداء أدوارهم في المستقبل وإدماجهم مع قيم المجتمع"<sup>2</sup>.

و"يكون للتنشئة الاجتماعية في المدرسة انعكاساً للثقافة المهيمنة التي تفرض قيمها، ومقاييسها ونماذج تفكيرها، وبما أن المدرسة تروج ثقافة سائدة في أغلب المجتمعات فهي قد تدخل في نزاع بل في صراع من خلال قيمها مع الأوساط الأسرية التي ترفض تلك القيم"<sup>3</sup>.

**ج - جماعة الأصدقاء (الأقران):** إن بعض الجماعات "مثل جماعة الأصدقاء، أو جماعة اللعب أو الجماعات ذات الميول المتقاربة، وأصبح لتلك الجماعات أهمية خاصة في نقل الاتجاهات والقيم والمضامين الاجتماعية والثقافية والدينية للأفراد، خاصة في المجتمع الحديث، ويحتاج الفرد لمثل تلك الجماعات لتعويض ما قد يفترقه من شعور بالألفة والقرب التي توفرهما له الأسرة"<sup>4</sup>.

وبالتالي فجماعة الأصدقاء تشكل مصدراً للثقافة بالنسبة لزملائهم خاصة، أولئك الذين لا يجدون مصدراً للإجابة على تساؤلاتهم المختلفة، فقد أصبح عالم الأصدقاء بالنسبة لكثير من الشباب ملاذاً مهماً

<sup>1</sup> - الخميسي أحمد حسن: **نظرات في غرس القيم**، مجلة الفيصل، العدد 232، الرياض، السعودية، 1996، ص46.

<sup>2</sup> - Bernard Hennessy: **Public Opinion**, 4<sup>th</sup> ed (U.S wodswoth Inc, 1981), p161.

<sup>3</sup> - عبد الغني مغربي وآخرون: **علم اجتماع المنظمات** (مطبوعة لطلبة المدرسة الوطنية لدراسات مهندس بالروبية)، غير منشورة الجزائر 2002، ص92

<sup>4</sup> - فؤاد عبد المنعم البكدي، مرجع سابق، ص 117-118.

للإباحة لهم بمشكلاتهم أو همومهم ( خاصة أصدقاء مواقع التواصل الاجتماعي)، وهو مهم خاصة وأنهم يجدون فيهم الثقة المناسبة والتقارب في العمر والقدرة على التجاوب معهم دون تعنيف أو إساءة كما يحدث أحياناً مع بعض الأولياء أو الأساتذة، لذلك يلجأ بعضهم إلى أصدقائهم للاستفادة من آرائهم أو أفكارهم وحلول للمشكلات التي تواجههم في حياتهم اليومية، خاصة أولئك الأصدقاء الذين يملكون قدراً من المعرفة تميزهم عن أقرانهم أو يملكون قدرات ومؤهلات قيادية يستطيعون من خلالها قيادة أصدقائهم والتأثير فيهم.

كما " تمارس جماعة الأقران دورها في تزويد أعضائها بالقيم تبعاً لما يحمل أعضاؤها من قيم بذلك فإن جماعة الأقران تقوم بدور لا يستهان به في حياة أبناء المجتمع لاسيما الناشئة والأطفال، إذ أنها تسهم في غرس النسق القيمي لأعضائها وتدعيمه ومعالجة الظروف التي يقع فيها أعضاؤها نتيجة تعارض القيم أحياناً"<sup>1</sup>.

وقد توصل **جيروس Jaros** من خلال أبحاثه، حول تأثير جماعة الأصدقاء على ما يكتسبه الفرد من قيم واتجاهات، إلى أن جماعة الأصدقاء تقوم بدور مزدوج في هذا المجال، فحيث يكتسب الفرد قيماً واتجاهات جديدة من خلالها ، كما تقوم هذه الجماعة بدعم ما لدى الفرد من قيم واتجاهات سائدة لديه"<sup>2</sup>.

كما أن كثير من جماعات الأصدقاء تنشئ لها ثقافات خاصة وعلاقات مقيدة، إذ يكون تأثيرها أكبر من المؤثرات الأخرى، لأن التفاعل داخلها يتم اختياراً وبارادة حرة عكس ما عليه التفاعل داخل الأسرة أو المدرسة الذي يكون متصفاً بالالتزام، كما أن الاندماج داخل جماعة الأصدقاء يتم بحرية وسهولة، ويستطيع الفرد داخلها أن يعبر عن ذاته وميوله وانفعالاته ببسر وحرية، بينما يتم داخل الأسرة تحت إشرافهما، وفي كثير من الأحيان بإجازتهما<sup>3</sup>.

إضافة إلى أن جماعة الأصدقاء تشعر الفرد بالاستقلالية الشخصية، وقدرته على اختيار عناصر المجموعة، وعلى الرغم من السلبيات التي قد تعترض جماعة الأصدقاء، إلا أنها تسهم في الإثراء الثقافي والمعرفي لأعضائها، إذا أحسن الواحد منهم اختيار المجموعة التي ينتمي إليها، أو كانت هناك قيم إيجابية مشتركة، كما أن جماعة الأصدقاء يمكن أن تكون مصدراً للقيم السلبية التي تدعو للانحراف والقيام

<sup>1</sup> - محسن جلوب الكناني، مرجع سابق، ص48.

<sup>2</sup> -Dr.Jaros: **Socialization of politics** ,praeger publisher , Inc, U. S.A,1973 , p6.

<sup>3</sup> -حسين عبد الجبار، مرجع سابق، ص40.

بإعمال منافية للأخلاق والقانون، مثل السرقة والنصب وتعاطي المخدرات والفاحشة، ومن هنا تأتي أهمية وخطورة الثقافة التي يتلقاها الطلبة من أصدقائهم، وقد سهلت المستويات الاتصالية للانترنت من ربط صدقات متعددة مع فئات مختلفة من المجتمع الذي قد ينجر عليه الوقوع في جماعات ذات التوجهات القيمية السلبية .

لذا نجد التعاليم الإسلامية تحث على حسن اختيار الأصدقاء، فقال الرسول الله صلى الله عليه وسلم: "مثل الجليس الصالح وجليس السوء كحامل المسك ونافخ الكير، فحامل المسك إما أن يحذيك أو تشتري منه أو تجد منه ريحاً طيبة، ونافخ الكير إما أن يحرق ثيابك أو تجد منه ريحاً ننتنة"، و قال عليه الصلاة والسلام "المرء على دين خليله، فلينظر أحدكم من يخالل".

وقد ساعدت وسائل الاتصال الحديثة من هواتف نقالة ذات قدرات تكنولوجية عالية، وشبكات المعلومات وطرق الاتصال التكنولوجية من تعاضد دور الأصدقاء في التأثير الذي تقوم به مجموعاتهم ولعل المنتديات على شبكات الانترنت ومواقع التواصل الاجتماعي تمثل نموذجاً لما يمكن أن تؤثر فيه وسائل الاتصال الحديثة من أدوار لمجموعات الأصدقاء<sup>1</sup> .

والمنتبغ للانترنت يجد أنها قد طورت علاقة الأصدقاء من علاقة مباشرة إلى علاقة واسعة ممتدة لا يمكن أن توضع لها حدود ولا يتوقف تأثيرها على مستوى معين أو فئة معينة، بل يمكن أن تمتد إلى مساحات واسعة من التأثير، خاصة فيما يتعلق بمواقع التواصل الاجتماعي والمنتديات الحوارية.

**د- ثقافة المجتمع:** إن لكل مجتمع ثقافة خاصة به تتقل عبر الأجيال فيها إرثه الحضاري وتاريخه وعاداته وقيمه، وهذه الثقافة تحمل في طياتها قيم هذا المجتمع، و إن ثقافة المجتمع هي مصدر حيوي لقيم أفراد الذين ينشؤون فيه ويعيشون، ومصدر هذه القيم هو تاريخ الجماعة الذي تنقله عن طريق التربية من جيل إلى جيل آخر فكل جيل يعلم الذي يليه أساليب القيم الاجتماعية بما يكون قد نالها على يديه من تعديل نتيجة لظروفه وخبراته الخاصة.

"ويرى العديد من علماء الاجتماع وعلى رأسهم "دوركايم" أن المجتمع هو المنبع الرئيسي للقيم إذ يرفض كل من الاعتقاد بأن القيمة خاصية باطنية في الشيء تؤثر في الذات والقول بأن الذات هي التي تخلع القيمة على الشيء ويرد القيمة إلى الفكر الجمعي الذي يغير كل شيء يمسه ويتصل به وهكذا

<sup>1</sup> - المرجع نفسه، ص41.

يحل "دوركاييم" هذا التعارض برد القيم إلى المجتمعات الإنسانية فمادامت المثل العليا وأنساق القيم المطابقة لها تتباين في المجتمعات البشرية إذ لا بد أن تكون ثمة أصل جمعي للاثنتين معاً<sup>1</sup>.

وتعتبر القيم إحدى المكونات الأساسية للثقافة هذه الأخيرة التي تعد "من بين أكثر المصطلحات شيوعاً واستخداماً في الدراسات السوسيولوجية والانثروبولوجية، ولعل من أقدم التعريفات وأكثرها انتشاراً لقيمتها التاريخية، وكذا اهتمام معظم العلماء به، واعتماده في بحوثهم، وهو تعريف الانثروبولوجي "ادوارد تايلور" حيث قال "الثقافة هي ذلك الكل المعقد الذي يتضمن المعرفة، والعقيدة، والفن، والأخلاق والقانون، والعادة، وكل المقومات الأخرى التي يكسبها الإنسان كعضو في المجتمع"<sup>2</sup>.

هذا ما يجعلنا نؤكد على أن الثقافة مصدر أساسي للقيمة، لأنها تعطينا قيماً شاملة وعامة للمجتمع تبعاً لشموليتها وعموميتها، كما تتنبثق عنها قيم خاصة بكل مجتمع على حدة، ويتدرج ذلك إلى وجود قيم خاصة بفئات معينة في المجتمع الواحد، وهذا بدوره ينطبق على الأسر في المجتمع حيث نجد كل أسرة تتبنى قيماً معينة ترسخها في عقليات أفرادها، وبالتالي تصبح الأسرة مصدراً للقيم، كما تعتبر العادات والتقاليد الاجتماعية مصدراً للقيم، حيث يرى الباحث إحسان محمد الحسن "إن العادات تعبر عن أشكال وطرق التفكير والسلوك المستقر عند الأفراد والجماعات، وهي التي تصف لنا الممارسات الروتينية للحياة اليومية، التي تدخل ضمن النماذج الحضارية المستمدة من التصرفات المتكررة والمستقرة وتعتبر التقاليد عن مجموعة من النماذج السلوكية التي ينبغي أن يلتزم بها الأفراد، لأهميتها التقليدية والاجتماعية والحضارية القوية في التفاهم والمودة والتماسك والوحدة"<sup>3</sup>.

**هـ - المؤسسة الدينية (الدين):** تعتبر المؤسسة الدينية المتمثلة بالمسجد والكنيسة والمعبد إطار شامل وعام يضم البشرية أجمع ويقدم منهج متكامل لكل إنسان في أي مكان، وأي زمان، ولكل الأقسام والشعوب، فالمسجد في التربية الإسلامية له دور مهم وفعال في تكوين الروابط بين الأفراد داخل وخارج الأسرة، وهو يدعو إلى بناء الأسرة المتفاعلة مع نفسها، ومع الآخرين في جو من المحبة والتعاطف، كل ذلك على أساس منظومة القيم والفضائل السائدة في المجتمع، والأعراف والتقاليد الصحيحة التي يدعو

<sup>1</sup> - محسن جلوب الكنانى، مرجع سابق، ص 48

<sup>2</sup> - محمد على محمد وآخرون: المرجع في مصطلح العلوم الاجتماعية، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، د ط، 1985، ص 110.

<sup>3</sup> - إحسان محمد حسن: التراث القيمي في المجتمع العربي بين الماضي والحاضر، مجلة دراسات عربية، عدد 2، بيروت 1990 ص 93.

إليها الدين الإسلامي، إذن فالفاعل الاجتماعي هو سلوك يتعلمه الإنسان من خلال عملية التنشئة الاجتماعية، فكما يتم تعلمه من الأسرة والمدرسة فيتم تعلمه أيضاً من خلال انتسابه للمؤسسة الدينية .  
و يعتبر الدين مصدراً هاماً للقيم الاجتماعية، المتمثلة في القيم الدينية والقيم الإنسانية، التي تحافظ على توازن المجتمعات، "ومصدراً مهماً من مصادر التنشئة الاجتماعية وغرس القيم والاتجاهات والمعتقدات الدينية، التي يمكن أن تلعب دوراً فعالاً في توجيه سلوكيات الأفراد في المجتمع"<sup>1</sup>، "لأنه نظام اجتماعي يقوم على علاقة الإنسان بكائن من كائنات يؤمن بها، ويعبدها عن طريق وسطاء يعتقدون أنهم يمثلونه أو يمثلونهم، ويتجسد الدين في نسق اجتماعي مقرر، ونمط ثابت لأن المجتمع يرى أن دينه هو الدين القويم، والسلوك الأمثل"<sup>2</sup>.

ومن المعروف أن ظهور أي دين سماوي يؤدي إلى تغييرات كبيرة في المجتمع الذي يظهر فيه إذ يقوم بتغيير كل القيم السلبية، وإحلال القيم الإيجابية محلها التي تتمثل بالنماذج الخيرة والقواعد الأخلاقية التي تعكس قيم سماوية، فالدين له تأثير كبير في توجيه الإنسان وتهيئة طاقاته لمواجهة متغيرات الحياة والتقدم نحو المثل العليا، وقد اعترف علماء الاجتماع بأثر الدين في تغيير المجتمع لذا فإن المجتمعات تستمد قيمها الرئيسية من الدين الذي تعتقه وتتخذ القيم الدينية قاعد رئيسية لها ولأنساق التي يتضمنها بناؤها الاجتماعي، وهي أيضاً ترتبط بصورة لا تقبل التناقض مع القيم المجتمعية المتوارثة عبر الأجيال، وشمولية القيم الدينية جعلتها تتناول أنماط السلوك كافة وكل جوانب الحياة اليومية بصورة متسقة ومنتظمة وترتكز على أخلاقيات عامة موجودة في الديانات السماوية كافة ولو تتبعنا قيمنا الاجتماعية لوجدناها هي نفسها القيم الدينية أو القريبة منها، والقيم الدينية أصيلة لا تتبدل، ومنها يتم اقتباس القيم الاجتماعية التي تتناقل عبر الأجيال مع الأخذ بنظر الاعتبار التطورات التي تطرأ عليها بسبب حركية التغيير في المجتمعات وما ينجم عنها من تطورات عبر الزمن<sup>3</sup>.

ولقد أصبحت هذه المؤسسات الدينية ترسم إطاراً محدداً لكثير من التصورات والقيم والثقافات التي يتلقاها الطلبة الجامعيين، ويمتد تأثيرها إلى كافة أطراف المجتمع، ولقد توسع هذا الدور وأصبح مصدراً ثقافياً وقيماً مهماً خاصة في جوانب معرفة الأحكام الشرعية ككثير من أمور العبادات

1 - فؤاد عبد المنعم البكدي، مرجع سابق، ص118-119.

2 - شاكراً مصطفى سليم : قاموس الأنثروبولوجيا ( إنجليزي - عربي ) ، جامعة الكويت، الكويت، ط1، 1981، ص815-816.

3 - محسن جلوب الكناني، مرجع سابق، ص48.

والمعاملات والحياة وتزكية النفس وتهذيبها، ولبيان مواقف الإسلام من القضايا العامة أو للرد على الشبهات والتحديات التي تواجه المسلمين أو لغيرها من مكونات الثقافة العامة لفرد.

وقد تزايد دور هذه المؤسسات في السنوات الأخيرة من خلال استخدام وسائل جديدة كالشرطة المسجلة أو شرطة الكمبيوتر المدمجة أو الكتيبات الصغيرة والمطويات أو استخدام شبكة الانترنت بل حتى استخدام الرسائل الهاتفية القصيرة .

وبهذا فإن كثيراً من الطلبة الجامعين يبنون آرائهم ويتخذون مواقفهم من خلال التأثير الثقافي و ألقيمي لهذه الوسائل مما يعني دورها في رسم السلوك والقيم لدى هؤلاء الطلبة، خاصة و إن هذه المؤسسات تحظى بالرضا والقبول لدى متلقي رسالتها الثقافية لارتباطها بالمشروعية الدينية المعتمدة على النصوص والأدلة الشرعية.

**و- وسائل الإعلام والاتصال:** إن وسائل الاتصال في حد ذاتها لا تعيننا كأدوات فنية، وإنما تعيننا من حيث قيمتها الحضارية، أي من حيث استخدامها بفاعلية في العمليات الاتصالية التي تستهدف نشر أفكار ومعتقدات يمكنها أن تصوغ الرأي العام على نحو يؤثر في كل ما يتصل بحياة الإنسان من أمور في المواقف الخاصة والعامة للأفراد والجماعات في النطاقات المحلية والقومية والدولية على شتى مستويات المعرفة والممارسة، وما لذلك كله من تأثير على مسيرة البشر عامة<sup>1</sup>.

و إن الاتصال الجمعي في المجتمع كظاهرة اجتماعية يشكل قوة اجتماعية معينة في البيئة يمكنها أن تؤثر في البيئة الاجتماعية، وتتأثر بها على أساس التفاعل المستمر بين المجتمع وبين وسائل الاتصال السائدة فيه.<sup>2</sup>

كما أن وسائل الإعلام على اختلاف أنواعها تعمل مع باقي المؤسسات في عملية التنشئة الاجتماعية للأفراد، وقد أشارت بعض الدراسات التي أعدها مركز "لستر" لبحوث الاتصال الجماهيري إلى أنه على الرغم من تعدد مؤسسات التنشئة الاجتماعية، إلا أن الإعلام له خصوصيته في هذا المجال فهو يعمل على نقل ثقافة المجتمع والمجتمعات الأخرى ويساعد على تشكيل ونقل الأفكار والمعلومات، و إن هذا التأثير التراكمي يعمل على تطويع قيم الأفراد وأذواقهم مما يحدد نوعية الثقافة في المجتمع.

<sup>1</sup> - زكريا عبد العزيز محمد : **التلفزيون والقيم الاجتماعية للشباب والمراهقين**، مركز الإسكندرية للكتاب، الإسكندرية، د ط، 2002، ص40.

<sup>2</sup> - المرجع نفسه، ص40.



وفي المجتمع الحديث تقوم وسائل الإعلام بدور مهم بعملية التنشئة الاجتماعية بصورة موازية لما تقوم به المؤسسات الأخرى إن لم تتفوق عليها لاسيما في عالم متغير كعالمنا الذي تكثر فيه الأحداث وتتسارع وما يزيد فعالية دور وسائل الإعلام في التنشئة الاجتماعية هو الوقت المتزايد الذي يكرسه المرء لها<sup>1</sup>. وتعتبر وسائل الإعلام من أكثر وسائل التأثير في الرأي العام وتحديد اتجاهاته وقيمه، بل أصبحت هذه الوسائل مصدراً أساسياً للثقافة لكافة المجتمع، فقد امتد تأثيرها إلى معظم أفراد المجتمع من خلال ما تقدمه من محتوى يحمل مضامين متعددة تلقى قبولاً لدى هذه الفئات "خاصة تلك المضامين التي تحملها المواد الإعلامية وتكون متناقضة مع المضامين التربوية التي تلقاها الفرد من المجتمع، علماً بأن أكثر المتأثرين بهذه المواد هم جيل الشباب وخاصة الطلبة، فالمواد الإعلامية التي تقدمها القنوات الفضائية ترتبط بأساليب التشويق وجذب تفتقر إليه مصادر الثقافة التربوية، فالصورة والصوت تترافقان عادة مع مؤثرات تسيطر على إدراك المشاهد ووعيه، وتبث إليه بصورة غير مدركة قيماً ومفاهيم ونماذج للحياة يتلقاها المشاهد أو المستمع بحواسه ثم يختزلها في عقله الباطن للتحويل بعد ذلك إلى سلوك وعادات قد لا تنفق مع ما عليه المجتمع من قيم وأعراف"<sup>2</sup>.

ويمكن لهذه الوسائل "أن تلعب دوراً هاماً في تطوير أنماط السلوك الاجتماعي بما يتلاءم مع ظروف الحياة الجديدة وتستطيع أن تلتفت النظر إلى هذا كله بطرق مباشرة أو غير مباشرة بعيدة عن الشكل التعليمي، أو الوعظي، كما تستطيع أن تقدم النماذج التي تحثي وتضع النماذج المخالفة في إطار منفر أو غير مرغوب فيه، ولا يمكننا أن نغفل الدور الذي يمكن أن تقوم به وسائل الإعلام في بث القيم العامة التي يراد لها أن ترسخ وتعمق أو تحصي أو تضعف لدى الأفراد، وهذا وإن واجه هؤلاء الباحثين صعوبة في تحديد الحجم النسبي الذي يمكن أن تؤديه هذه الوسائل في هذا الأمر"<sup>3</sup>.

"كما تلعب وسائل الاتصال الجماهيري من راديو وتلفزيون دوراً كبيراً في تكوين الاتجاهات حيث يتم من خلالها عرض الكثير من الحقائق والآراء والمعلومات عن كافة موضوعات الحياة وظروف الناس وأحوالهم، والتي يترتب على تعرف الفرد عليها تحقق تكوين الاتجاه نحو هذه الموضوعات"<sup>4</sup>، ومن ثم تشكيل القيم.

<sup>1</sup> - محسن جلوب الكناني، مرجع سابق، ص 49-50.

<sup>2</sup> - حسين عبد الجبار، مرجع سابق، ص 44.

<sup>3</sup> - زكريا عبد العزيز محمد، مرجع سابق، ص 41.

<sup>4</sup> - محمد السيد أبو النبيل: علم النفس الاجتماعي، الجزء الأول، دار النهضة العربية، بيروت، 1985، ص 458.

و إن معظم هذه الوسائل هي في الأساس نظام سمعي - بصري، وهي بذلك تعد المصدر الأقوى لإنتاج القيم، وتشكيل الوعي والوجدان والذوق<sup>1</sup>، ويجب أن نشير إلى أن ما يتلقاها شبابنا من وسائل الإعلام ومن بينهم الطلبة الجامعيين من ثقافة ليس بيد المؤسسات الرسمية في الغالب، وأن مكونات هذه الثقافة ليست بالضرورة هي مكونات الثقافة السائدة في المجتمع، وهذا ما يفسر بعض مظاهر التقليد التي تنتشر بين طلبتنا، فهي انعكاس لما يتلقونه من ثقافات متعددة، وليس هذا شأن شبابنا فقط، بل أصبحت الظاهرة عالمية لا تقتصر عن مجتمع واحد .

وفي الأخير يمكن أن نقول أن هذه الوسائل الإعلامية منها ما يسهم إسهاماً إيجابياً في نشر القيم ومنها ما يؤدي إلى انحراف قيمي سلوكي وفكري لدى بعض الشباب والطلبة، كم أنه لم يعد من الممكن السيطرة على ما تبثه هذه الوسائل الإعلامية الأجنبية، خاصة في ظل ضعف وتراجع المحتوى الثقافي في القنوات الإعلامية الوطنية.

**ي- تكنولوجيا الإعلام والاتصال (الانترنت):** فتحت ثورة المعلومات عصراً جديداً للبشرية يقارن بعصر الثورة الصناعية التي غيرت كثيراً من أوجه النشاط الإنساني، وجاءت ثورة المعلومات لفتح آفاق جديدة للمعرفة والثقافة، وأصبح الإنسان قادراً على التواصل مع الآخر دون حواجز أو موانع، وتعددت مصادر المعرفة التي يمكن من أن ترفع السوية الثقافية للمتعاملين معها، ولعل أبرز وسائل الاتصال الحديثة تأثيراً في ذلك هي الوسائل التقنية، كشبكة الانترنت والهاتف النقال التي تجاوزا دورها كوسيلة اتصال إلى مصدر من مصادر الثقافة والمعرفة<sup>2</sup>، "فالتكنولوجيات الحديثة تحمل في داخلها ثقافة المجتمع الذي أنتجتها"<sup>3</sup>.

فشبكة الانترنت أصبحت مصدراً مهماً للوصول إلى المعلومات، سواءً كانت معلومات متخصصة أو عامة، وسواءً كانت مقروءة أو مسموعة أو مرئية، مع تيسير سرعة الوصول إلى المعلومة وسهولة الحصول عليها وتعدد هذه المعلومة، وتزداد المادة المطروحة على الانترنت يوماً بعد يوم فهناك اليوم ملايين الكتب والدراسات والمقالات والأبحاث التي يمكن للإنسان الاستفادة منها بسهولة و يسر

<sup>1</sup> - عبد اللطيف علي حسين المياح: **الوطن العربي وإشكالية العلاقة بين العولمة والإقليمية الجديدة**، مجلة دراسات وبحوث الوطن العربي، دس، ص 07.

<sup>2</sup> - حسين عبد الجبار، مرجع سابق، ص 46.

<sup>3</sup> - جوهر الجموسي: **المجتمع الافتراضي**، "توفابرانت" للطباعة والنشر، تونس، ط1، 2007، ص 17.

وتجاوز الإنسان بذلك الجهد الكبير الذي كان يبذله للحصول على هذه المعلومة في وقت واحد ومكان واحد.

وبالتالي فإن التكنولوجيات المعاصرة تشكل أهم التحديات أمام القيم، فهي بين استجابة لمتطلبات هذه الوسائل و قدرة على الاستفادة منها، وبين الحد من بعض أثارها السلبية التي لم تعد خافية على أحد و الانترنت نظراً للمزايا العديدة التي تتمتع بها، والتي تميزها عن غيرها من وسائل الاتصال الجماهيري فهي تستطيع من خلال الصوت والصورة والكلمة المكتوبة التأثير مباشرة في اتجاهات الأفراد داخل المجتمع، ولهذا "أصبح الاتصال الجماهيري أحد ملامح شبكة الانترنت وذلك من خلال انتشار جماعات الأخبار... والتي تسمح للأشخاص ذوي الاهتمامات المختلفة أو غير المحدودة المشاركة في محادثات تخيلية أو اعتبارية، وتتيح شبكة الانترنت آفاقاً من جماعات الأخبار التي تناقش أي موضوع أو قضية يمكن أن تخطر على البال"<sup>1</sup>.

كما أنها تستطيع أن تساهم بدور كبير في تغيير هذه الاتجاهات أو تعديلها وتوجيهها طبقاً لمتطلبات العصر والمجتمع، ويكون هذا عن طريق ما تقدمه من حقائق وأخبار وأفكار، وكذلك إشباع الحاجات النفسية لدى الأفراد كالحاجة إلى المعرفة والترفيه والتسلية، بالإضافة إلى تعزيز المعتقدات والقيم أو تعديلها والتوافق مع المواقف الجديدة.

و إن الانترنت ومختلف خدماتها المتنوعة تساهم إلى حد كبير في تنمية قدرات الفرد، وتطوير طاقاته والثراء ذاكرته بمختلف المعارف والمهارات التي يتلقاها في شكل معلومات معروضة على شبكات الانترنت أو من خلال الاتصال المباشر والتحاور ضمن البريد الإلكتروني أو فرق النقاش وما يمكن أن تحققه هذه الإمكانيات للفرد من فرص جديدة للتفاعل مع العالم الخارجي والاتصال بالثقافات الأخرى وإن انفتاح الفرد على الفضاء الخارجي يساعده كثيراً على توسيع مداركه، ومعارفه الشخصية مما يسمح له بتوسيع أفق تصوراتهِ إلا أنه في نفس الوقت يؤدي هذا الاحتكاك إلى إكساب الأفراد اتجاهات وقيم جديدة قد تكون متناقضة مع ما تعلموه واكتسبوه في مدارس التنشئة الاجتماعية الأخرى .

وإذا كان هذا شأن شبكة الانترنت، فإن فئة الطلبة تأتي في مقدمة المستفيدين منها، نظراً لحصولهم في الغالب على تأهيل وتدريب علمي يمكنهم من الاستفادة من هذه الشبكة بصورة جيدة وسهلة، كما أن مهارتهم التقنية أكبر من غيرهم ممن لم يتوفر لهم حظ التعرف على هذه التقنية، وهذا ما نجده في الفرق

<sup>1</sup> -محمد منير حجاب: الموسوعة الإعلامية، المجلد الثالث، دار الفجر للنشر والتوزيع، 2003، ص937.

بين الطلبة و عامة الناس بل وبعض آباءهم في استخدام الانترنت، وقد ساعد الانتشار الواسع لهذه الوسيلة في الجامعات والبيوت والمراكز الثقافية الشبابية والمقاهي والأماكن العامة وحتى الهواتف الجواله من زيادة دورها في التأثير على وعي الطلبة بحيث لم يعد هناك معوق يقف دون استخدام هذه الوسيلة التي أصبحت مصدراً للتنقيف العلمي والسياسي والاقتصادي وغيرها من صور الثقافة التي يحتاجه الإنسان في حياته، و لعل من مميزات الانترنت هو انفتاحها على ثقافات العالم وتنوع محتواها مما يفتح آفاقا واسعة أمام المتعاملين معها، وتزايد أهمية الانترنت من خلال استخدامها وسيلة اتصال عبر البريد الاليكتروني أو بوابات التواصل بين المستخدمين للشبكة أو مواقع التواصل الاجتماعي المختلفة، وبمعنى آخر تظهر أهمية الانترنت في علاقتها مع التعليم الجامعي والقيم على حد سواء في كون الانترنت "توفر للطالب إمكانية التعلم المستمر الحقيقي، ويرى العالمان **Dyrl and Kinnaman** أن الانترنت تشبه قواعد الاتصالات بالحاسب وتساعد المعلمين على تطوير التفكير الخلاق الإبداعي وتنمية استراتيجيات حل المشكلات، وتنمية مهارات التفكير العلمي وتحقيق التعلم طويل الأمد"<sup>1</sup>.

بحيث "يزيد من معلومات الأفراد (الطلبة)، وينمي قدراتهم للاستفادة منها في مواجهة التطور في المستقبل وبالتالي فإنها تؤثر على توجيه معلوماتهم وسلوكياتهم وتساعدهم في الوصول إلى معلومات تتفق مع اهتماماتهم التي تؤثر على اتجاهاتهم وقيمهم"<sup>2</sup>.

**ر- قادة الرأي:** تتمثل قادة الرأي في الأشخاص ذوي التأثير الكبير على معلومات وآراء ومواقف وسلوك الأشخاص الآخرين في مجتمع ما بصورة مطلوبة ومكررة في موقف اختياري، ولأسباب وعوامل شخصية غير رسمية ولا تتصل بالمناصب والأوضاع الرسمية، كالخبراء والعلماء، وصفوة المثقفين والمفكرين ويلعب قادة الرأي دوراً هاماً في تشكيل الرأي العام وتوجيهه والتأثير فيه ونشر القيم المرغوب فيها.

و إن قادة الرأي يؤثرون في سلوك الأشخاص ويلعبون دوراً رئيسياً في محاربة القيم التي تعوق المجتمع، ويساهمون في ترسيخ القيم النبيلة من خلال ما يقدمونه من أفكار وآراء ومعلومات<sup>3</sup>.

**ز- الجامعة:** إن اصطلاح الجامعة كان "يعني التجمع الذي يضم أقوى الأسر نفوذاً في مجال السياسة من أجل ممارسة السلطة، وهكذا استخدمت كلمة الجامعة لتدل على تجمع الأساتذة والطلاب من مختلف

1 - سكرين المشهدي ، سهام أبو عطية، مرجع سابق، ص172.

2-المرجع نفسه، ص171.

3 - زكريا عبد العزيز محمد: **التلفزيون والقيم الاجتماعية للشباب والمراهقين**، مرجع سابق، ص41.

البلاد والشعوب لأنها في مدلولها العربي تعني الجمع والجميع<sup>1</sup>، بل "تعني أكثر من مجرد تجمع الأساتذة، فهو يتضمن أبعاداً عديدة منها جامع لمعارف عامة مشتركة، وجامعة لثوابت المجتمع وخصوصياته الثقافية، وجامعة لموارد ومصادر المعرفة بما يبسر تجسيدها وإنتاجها، وجامعة لمقومات لحياة من حيث الشراكة الفاعلة في الحياة الجامعية، وجامعة لفرق عمل متكاملة ومتعاونة، تتألف مدارسهم الفكرية لخدمة الطلاب والارتقاء بالبحث العلمي وخدمة المجتمع"<sup>2</sup>.

والجامعة هي "المؤسسة التربوية التي تقدم لطلابها الحاصلين على شهادة الثانوية العامة، أو ما يعادلها تعليماً نظرياً و معرفياً و ثقافياً، يتبنى أسساً إيديولوجية، وإنسانية، يلزمه تدريب مهني فني، بهدف إخراجهم إلى الحياة العامة كأفراد منتجين، فضلاً عن إسهامها في معالجة القضايا الحيوية التي تظهر على فترات متفاوتة في المجتمع، وتؤثر على تفاعلات هؤلاء الطلاب المختلفة في مجتمعهم، بما تملكه من قدرات أكاديمية وإيديولوجية وبشرية"<sup>3</sup>.

و بهذا تكون الجامعة هي المنوطة بتربية الطلبة الشباب حتى يصبحوا مواطنين مكتملي المواطنة، وهذا يتطلب ضرورة تعميق قيم حس الانتماء والولاء للوطن، وتدعيم الإحساس بالانضباط ومراعاة الجدية في السلوك.

كما أن للجامعة "أهمية في تشكيل وإعادة صياغة القيم، إن الجامعة كمؤسسة من مؤسسات إعداد الشباب ترتبط ارتباطاً وثيقاً بقضايا الشباب في أبعادها المتعددة، حيث يتعدى دورها الجانب التعليمي ليشمل الجوانب المختلفة لاحتياجات الشباب وإتاحة الفرصة لتربيتهم التربوية الإنسانية التي تساعدهم في صياغة قيمهم التي استمدوها من الثقافة السائدة ذات الجذور العميقة، بحيث تصل بهم إلى القيم الجديدة التي تتلاءم مع متطلبات العصر"<sup>4</sup>.

و تعد الجامعة " مصدراً من مصادر تنمية الاتجاهات والقيم والمفاهيم الاجتماعية لدى الأفراد فالقيم والاتجاهات في المرحلة الأولى من حياة الفرد لا تصبح محكاً مرجعياً مهماً لقراراته، إلا من خلال معايشة الخبرات التي يكتسبها الفرد أثناء دراسته، وقد أشارت إحدى الدراسات التي أجريت إلى أن قيم

<sup>1</sup> - محمد منير مرسي: الاتجاهات الحديثة في التعليم الجامعي المعاصر وأساليب التدريس، عالم الكتب، القاهرة، 2002، ص10.

<sup>2</sup> - حامد عمار: الجامعة رسالة ومؤسسة، مؤتمر التعليم العربي وتحديات مطلع القرن الواحد والعشرين، جامعة الكويت، الكويت، 1994، ص25.

<sup>3</sup> - البرغي وفاء: دور الجامعة في مواجهة التطرف الفكري، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، مصر، ط1، 2002، ص290.

<sup>4</sup> - محمد عبد الرزاق الدليمي: مدخل إلى وسائل الإعلام الجديد، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ط2012، ص1، ص214.

الطلاب قد تغيرت بين الصف الأول بالكلية والصف الأخير، نتيجة لما تعرض له الطلاب أثناء هذه الفترة من خبرات اكتسبها أثناء فترة الدراسة<sup>1</sup>.

ومن هنا تبدو أهمية الجامعة في إكساب الفرد الكثير من القيم والاتجاهات والمواقف، بجانب المؤسسات الأخرى التي تعتمد على الاتصال المباشر.

والجامعة من أهم المؤسسات التربوية التي تلعب دوراً كبيراً في تنمية القيم والاتجاهات الاجتماعية نحو القضايا الاجتماعية والإنسانية في المجتمع وذلك من خلال عرض مجموعة من المعارف والخبرات التي لها علاقة بالقيم والاتجاهات، فهي تتحمل مسؤولية كبيرة في تطوير الاتجاهات الفكرية الايجابية وفي بناء شخصيات الشباب من أجل التكيف مع التطور السريع ومستلزمات هذا العصر.

ودور الجامعة ليس عملاً تقنياً محضاً، فهي ليست مخبراً للبحث العلمي ورقعة واسعة للإبداع في مختلف مجالات الإبداع الإنساني فقط، إنما يتجاوز دورها ذلك لأنه عمل اجتماعي سياسي اقتصادي يستهدف إعداد الكفاءات والكوادر المرتبطة بقضايا المجتمع والمعتزة بولائها له ثقافياً وسياسياً واجتماعياً واقتصادياً، وهو ما يجعلها مطالبة بعملية تشكيل وإعداد أفراد إنسانيين في مجتمع معين، في زمان ومكان معين، حتى يستطيعوا أن يكتسبوا المهارات والقيم والاتجاهات وأنماط السلوك المختلفة التي تيسر لهم عملية التعامل مع البيئة الاجتماعية التي ينشؤون أفراداً فيها ومع البيئة المادية أيضاً<sup>2</sup>.

وإنها حينئذ تقوم بالتنشئة الاجتماعية ضمن حلقة التطبيع الاجتماعي التي تبدأها الأسرة، وتكملها مؤسسات التنشئة الاجتماعية الأخرى، وعند حديثنا عن الجامعة فيجب الحديث عن عناصر مهمة تساهم في تشكيل القيم لدى الطلبة، وهذه العناصر هي:

✓ **المكتبات الجامعية:** مازالت المكتبات بصفة عامة والمكتبات في المؤسسات الجامعية بصفة خاصة مصدراً أساسياً من مصادر الثقافة للطلبة، فهي مصدر علمي يسند المقررات الدراسية والتدريبية حيث يجد فيه الطلاب والطالبات مبتغاهم من المصادر والمراجع التي يحتاجونها لدعم دراساتهم التخصصية أو أبحاثهم العلمية، وتسعى المؤسسات التعليمية إلى أن تكون مكتباتها مليئة لاحتياج الباحثين فيها سواء كانوا أساتذة أو طلاباً، ولذلك فأنها تقوم بتطوير مكتباتها وتزويدها بالدراسات والأبحاث والكتب الجديدة، وقد يسرت وسائل التكنولوجيا سبل الاستفادة

1 - فؤاد عبد المنعم البكدي: الاتصال الشخصي في عصر تكنولوجيا الاتصال، عالم الكتب، القاهرة، ط2، 2005، ص118.

2 - محمد لبيب النجحي: الأسس الاجتماعية في التربية، المكتبة الأنجلو-مصرية، مصر، ط4، 2000، ص20.

العلمية من المكتبات خاصة مع توفر الكتاب الإلكتروني أو المكتبة الإلكترونية التي لا تحتاج إلى انتقال مكاني أو ساعة زمنية محددة للاستفادة منها .  
وإذا كانت المكتبة مصدراً علمياً للطلاب والطالبات فإنها مصدر ثقافي لهم كذلك، إذ أنها تخرج من كونها مصدراً مسانداً للعملية التعليمية لصيح مصدراً للثقافة من خلال ما تحتويه من كتب ومراجع ومصادر مختلفة إلى جانب احتوائها على المجالات العلمية و الصحف والبرامج السمعية والبصرية، فهي بذلك جزء من دعم النشاط الثقافي العام ومصدر للثقافة الطلاب والطالبات<sup>1</sup>.

✓ **الأستاذ(المعلم) :** يعتبر المعلم محور العملية التعليمية، إذ أن جميع العوامل الأخرى كالمناهج والكتاب والوسائل المساندة لا تستطيع التأثير أو تطوير مسيرة التعليم دون أن تمر من خلال المعلم، فهو يقوم بصياغة تفكير الإنسان وتربيته وتطوير مهارته، فالمعلم هو قائد ومحرك العملية التعليمية، وبالتالي فإن آثاره واضحة على التعليم والمجتمع.

وفي هذا يقول فريدريك ماير **Fredric Mayer** التعليم "المهنة التي من خلالها يحاول المعلمون أن يجدوا و يبتكروا وأن يثيروا عقول طلابهم وأن يوضحوا الغامض ويكشفوا الستار عن الخفي، كما أنهم يحاولون أن يربطوا بين الماضي والحاضر، وبين الطيب والرديء، وكل ذلك بهدف أن يبينوا لطلابهم الطريق السوي، والمعلمون بعملهم هذا، إنما يخلقون في نفوس الأجيال الناشئة الأمل واليقين ويبينون لهم الغث من السمين، إنهم باختصار يتركون آثار عميقة وتغييراً لا ينمحي من حياة المجتمعات التي يعملون بها، كما أنهم من جانب آخر يسهمون بلا حدود في رفاهية مجتمعاتهم، وفي ربط أبناء أمتهم بعضهم إلى بعض من خلال توحيد أفكارهم، وبالتالي مشاعرهم، إنهم في حقيقة الأمر يعتبرون أن عملهم في مهنة التدريس هو خير ما يمكن أن يقدموا لمجتمعاتهم، وليس هذا فحسب، بل إنهم بعملهم هذا يسهمون في تشكيل مستقبل تلك المجتمعات بتشكيلهم لشخصيات الشباب منذ نعومة أظافره، هؤلاء الشباب الذين يحملون عبء المسؤولية في مستقبل أوطانهم وشعوبهم<sup>2</sup>.

كما يجب أن نشير " أن وضع تكنولوجيا الانترنت موضع التطبيق من أجل تحسين مستوى التعليم في الجامعات تتجم عنه منافع جمة في كل مجال من مجالات الحياة، وعلى المستوى الجامعي بوجه خاص، ومن الممكن أن يجد الباحث مساعدة هائلة من الانترنت في التحصيل الأكاديمي والبحوث الأكاديمية

1 - حسين عبد الجبار: **اتجاهات الإعلام الحديث والمعاصر**، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ط1، 2009، ص37.

2 - المرجع نفسه، ص36.

لأن الجامعات دائماً هي الساحة التي تشهد عمليات التجديد والابتكار في مختلف مناحي الحياة، وتكون المشاركة في تطويرها، وليس استهلاكها فقط، وهي بالتالي تؤثر على اتجاهات الأفراد وقيمهم لأن حصول الفرد على المعلومات من خلال الانترنت، يزيد المعرفة العلمية لديه، وقد أكدت الدراسات والأبحاث ذلك<sup>1</sup>، لكن بتكامل الانترنت ومحتوياتها مع الجامعة وما تحويه من توجهات سياسية والاجتماعية وثقافية وعلمية قد يؤثر على قيم الطلبة الجامعيين بشكل كبير.

**د- المؤسسات المجتمعية (المراكز والنوادي والجمعيات.....):** ومن مؤسسات المجتمع المؤثرة " قيمياً و ثقافياً المراكز والأندية الثقافية والأدبية والجمعيات الاجتماعية التي تنتشر في بعض البلدان، إذ تشكل هذه المراكز والأندية مصدراً تثقيفياً لعامة أبناء المجتمع، ولطلبة وطالبات المؤسسات التربوية والتعليمية من خلال البرامج الثقافية والأدبية كالمحاضرات والندوات والمؤتمرات ونشر الكتب والدوريات والمجلات وغيرها من البرامج التي تقدم ويتم تنفيذها سواءً كان ذلك في ذات المراكز أو النادي أو الجمعيات، أو يتم تقديمها في المؤسسات وفق برامج مشترك بينهما"<sup>2</sup>، ولقد أصبح للمؤسسات المجتمعية دوراً كبيراً في نقل القيم والثقافة بين أفراد المجتمع، وأصبح من الضرورة أن يتكامل ما تقدمه هذه المؤسسات مع ما تقدمه المؤسسات التعليمية والجامعية.

خاصة و أن الطلبة يأتون إلى الجامعة وهم محملون بكثير من القيم الثقافية التي تلقوها من مؤسسات المجتمع ومكوناته المتعددة، وتستمر معهم هذه القيم في مرحلة دراستهم، بل تزداد رسوخاً من خلال تأكيد الدراسة على هذه القيم أو أنها تتعرض للتهديب والتوجيه من خلال ما يتلقاه الطلبة على يد أساتذتهم وفي مؤسساتهم التعليمية والجامعية .

**ي- الظروف الاقتصادية والاجتماعية والسياسية:** من المصادر المهمة للقيم أيضاً المعطيات والظروف الاقتصادية والاجتماعية والثقافية التي صاحبت المراحل الحضارية التي يمر بها المجتمع عبر مسيرته الطويلة، فالجمع بين الرواسب المادية التي ورثها المجتمع من العهود السابقة التي شهدها، وبين الأوضاع الاقتصادية والاجتماعية التي عاصرها في ظل النهضة، و قد أدى دوره الفاعل في ظهور قيم جديدة تحمل المسؤولية، حب العمل اليدوي، تثمين جهد الطبقة العاملة، والثقة بالنفس، والصبر والتفائل، والانتقاد الذاتي، إضافة إلى بلورة بذور الديمقراطية التي صاحبت عصر النهضة والتحرير، التي استوعبها

<sup>1</sup> - سكرين المشاهدي، سهام أبو عطية، مرجع سابق، ص171.

<sup>2</sup> - حسين عبد الجبار، مرجع سابق، ص42.



الأفراد بعد أن أصبحت المرشد والموجه لسلوكهم اليومي، وتظهر لنا تلك القيم في أداء الواجب الوطني والقومي وتخفيف الفوارق الطبقيّة ومحاربة الاستغلال والاحتكار والتسلط، وتخفيف الفوارق الحضارية بين المدينة والريف<sup>1</sup>.

كما أن العالم شهد في السنوات الأخيرة من القرن العشرين تغييرات كثيرة في جميع المناحي ومنها المناحي الاقتصادية، وبلغت هذه التغييرات ذروتها بعد انهيار المعسكر الاشتراكي، وذلك أمام المعسكر الرأسمالي، وسيادة آليات السوق الذي بدأ يسيطر على كافة المنظمات الدولية العاملة في مجال المال والاقتصاد، وقد كان لهذه التغييرات تأثيرها على المجتمعات والأفراد، بحيث لم تعد قيم الكفاءة العلمية والقدرة الذهنية تؤهل الشباب لشغل الوظائف، بل حلت محلها قيم النفعيّة التبادلية مع من يمسون بزمام هذه الوظائف، أي يتوقف الأمر على قيم الوساطة والمحسوبية والنفوذ، وغيرها من القيم السلبية الأخرى<sup>2</sup>. و انتشرت قيم الاستهلاك على حساب قيم الإنتاج لدى الشباب، وهذا "يلاحظ بوضوح في سلوكيتنا، حيث نجد تطلع شديد لدى الشباب للبحث عما هو جديد في السوق، والعمل على اقتناؤه، مثل السيارات الفخمة، مثل اقتناء التليفونات المحمولة رغم التكلفة العالية لذلك، وبالتالي صار التركيز لدى الشباب منصباً على قيم السلع والربح واستهلاك السلع الأجنبية من مأكّل وملبس ومشرب، وهذا سيؤدي إلى تشكيل قيم الاتكالية والتواكل وإضعاف روح النقد والإبداع"<sup>3</sup>، لأنه يعتمد على استخدام كل ما هو جاهز دون عناء إنتاجه وإبداعه.

و قد يدفع العجز المادي بعض الشباب إلى أن يقفوا فريسة للانحراف كأن يلجئوا للسرقة والعش والنصب والاحتيال والكذب، كما قد يدفعهم هذا العجز إلى اعتزال الناس والأصحاب، وعدم القدرة على مجاراتهم، مما يخلق في نفوسهم مشاعر النقص وصعوبات التكيف مع مجتمعهم، وفي الوقت نفسه قد يدفع الشباب الذين يملكون مزيداً من المال إلى التفرغ للبخ والاستمتاع المطلق، وعدم تحمل المسؤولية مما يدفعهم إلى كثير من الانحرافات والمشكلات، نتيجة عدم الاكتراث أو التهيب من القانون، ولذلك تقترن السلوكيات الاجتماعية السلبية بمشكلة هيبة القانون أكثر مما تعود إلى عوامل اجتماعية أو طبقية

<sup>1</sup> -إحسان محمد الحسن، مرجع سابق، ص85.

<sup>2</sup> - مركز الدراسات السياسية والإستراتيجية: **التقرير الغربي الاستراتيجي 1999**، مركز الأهرام، القاهرة، 2000، ص315.

<sup>3</sup> - احمد كمال أبو المجد: **أزمة القيم وأثرها على الأسرة العربية والمسلمة**، مطبوعات أكاديمية، المملكة المغربية، في: **أزمة القيم ودور الأسرة في تطوير المجتمع المعاصر**، سلسلة الدوريات، مطبعة المعارف الجديدة، الرباط، 2002، ص123.

وهذه القيم أخذت تتراجع قيم العمل والكفاءة والانجاز، وطغت عليها اعتبارات الولاء والمحسوبية والموالاة الأمر الذي جعل المجتمع لإعلاء قيمة الربح وقوة المال<sup>1</sup>.

كما أن التغيرات الاجتماعية التي تواجه المجتمعات كالزيادة السكانية أدت إلى ظهور العديد من الانحرافات والمشاكل كالعنف وإدمان المخدرات والتعصب والسلبية واللامبالاة، وعدم قدرة العديد من المؤسسات الاجتماعية على القيام بدورها في الضبط الاجتماعي، كالأسرة والمدرسة ودور العبادة والنوادي الاجتماعية، التي تعد صاحبة الدور الرئيس في إكساب الشباب ثقافة مجتمعهم من قيم وعادات وتقاليد.

و إن هذه المتغيرات المجتمعية أوجدت واقعاً اجتماعياً جديداً له معايير وقيمه الجديدة التي اعتنقها الكثير من شبابنا وطلبتنا، بل والتخلص من بعض قيمنا الاجتماعية باعتبارها قيماً على حركته في الحياة الأمر الذي جعل هذا الوضع يسبب ما يمكن أن نطلق عليه أزمة قيمية، والتي هي نوع من الصراع بين قيمنا الأصلية وبين القيم الجديدة التي صاحبت المتغيرات المستحدثة، سواءً سياسياً أو اقتصادياً أو ثقافياً، وقد كان لهذه الأزمة القيمية أثر كبير في دفع الشباب للتمرد، والثورة على قيم المجتمع، واغترابهم شبه التام عن قيمهم المجتمعية الأصيلة، ووقع شبابنا في تشتت واضح في الأهداف والغايات، حيث أدت التغيرات الدولية المتسارعة، والتحولت الاجتماعية المحلية إلى عدم مقدرة الشباب على التميز الواضح بين ما هو صواب وما هو خطأ، وبالتالي أضعفت قدرتهم على الانتقاء والاختيار بين القيم المتصارعة الموجودة، وعجزهم عن تطبيق ما يؤمنون به من قيم أصيلة اكتسبوها منذ الصغر.

أما على مستوى المتغيرات السياسية قد تنتج قيماً سلبية أو ايجابية، وهذا من خلال الأحداث السياسية التي يتابعها الشباب على مستوى العالم باستخدام الوسائط المتعددة، وقد تشعر هذه المحتويات هؤلاء الشباب بالحيرة والتناقض، أمام ما يشاهدونه وما يعيشونه في الواقع المعاش، وهذا التناقض الناتج بين الأمرين وتلك الحيرة الناتجة عن ذلك تؤدي إلى شعور الشباب بعدم الأمن النفسي والاعتراب الجماعي، وشعورهم بعدم القدرة على ضبط الأحداث والتحكم فيها، وبالتالي فقدان الثقة في النفس وترسخ لديهم قيم السلبية والقلق والاعتراب، و قد يكون التعبير عن ذلك في أشكال متعددة من العنف ممثلة في التمرد، أو التخريب أو الانغلاق على الذات أو الانسحاب من الواقع المعاش، وسياسياً تظهر في العزوف

<sup>1</sup> - برنامج الأمم المتحدة الإنمائي: الصندوق العربي للإنماء الاقتصادي والاجتماعي، تقرير التنمية العربية لعام 2003، نحو إقامة مجتمع المعرفة، المكتب الإقليمي للدول العربية، الأردن، 2003، ص142.

الانتخابي، وعدم الانخراط في النشاط السياسي، وضعف روح المواطنة، و الهجرة (الحرقة)، وغيرها من السلوكيات السلبية الناتجة عن متغيرات سياسية سواءً كانت محلية أو دولية .

**المبحث الثاني: إشكالية القيم.**

## 2. 1- نظريات اكتساب القيم-تعلم القيم<sup>1</sup>

هناك ثلاث نظريات تفسر كيفية تعلم القيم واكتسابها من قبل الإنسان:

### أ- نظرية التحليل النفسي: Psycho-Analysis theory

يرى أصحاب هذه النظرية أن عملية إكساب القيم تبدأ في مرحلة طفولة المبكرة إذ يقوم الوالدان بتعليم الطفل القيم والمثل العليا للمجتمع الذي يعيش فيه، ويتم ذلك عن طريق استحسان الطفل لهذه المثل وإبداء عدم الرضا والانزعاج عندما يخطئ فيما يجب أن يفعل، وهكذا يتكون لدى الطفل نظام من القيم والقواعد الأخلاقية تعرف لدى فرويد بالأننا الأعلى أي الضمير .

### ب- النظرية السلوكية: Behavioral Theory

تتظر المدرسة السلوكية إلى أن اكتساب القيم يتم عن طريق التعزيز الايجابي والتعزيز السليم، و إن القيم سلوك يكتسب نتيجة عملية تفاعل الفرد مع المثيرات البيئية، وتعزيز استجابته لها، إذ يمكن أن يتعلم الفرد السلوك المرغوب فيه والسلوك غير المرغوب فيه اعتماداً على مبادئ التعلم ذاتها القائمة على تدعيم الاستجابات وتعزيزها.

### ج- النظرية المعرفية: Cognitive theory

يرى أصحاب هذه النظرية أن اكتساب القيم هي عملية إصدار أحكام ترتبط بنمو التفكير عند الفرد، و إن اكتساب القيم تنشأ من محاولة الفرد تحقيق التوازن في علاقاته الاجتماعية وقدراته الفعلية.

## 2. 2- تأثير القيم في السلوكيات.

إن القيم توجه السلوك نحو ما هو مرغوب فيه، وبعيداً عن ما هو مرغوب عنه، وتؤثر في أحكامنا وأفعالنا إلى ما هو أبعد من الموقف المباشر أو الموقف المعين، وذلك عن طريق إمداد الفرد بإطار مرجعي لإدراك وتنظيم الخبرة، وللاختيار بين بدائل الفعل.

حيث يرى هوفلاند **Hofland** أن قيم الفرد وأحكامه وسلوكه تتحد وفق ما يترتب على سلوكه من إحساس بالألم عند الإشباع نتيجة للعقاب، أو إحساسه بالمتعة أو الإشباع نتيجة للمكافأة، والسلوك ألقيمي

<sup>1</sup> -محسن جلوب الكنانى، مرجع سابق، ص56.

المرغوب فيه، إذا ما عزز سلبياً فان ذلك يؤدي إلى تقوية السلوك ألقيمي المرغوب فيه، مما يؤدي إلى تغيير نظرة الفرد نحو العالم، لذلك يرى الفرد أن العالم غير آمن، ولا يشبع حاجاته على وفق القيم التي آمن بها، وعلى هذا فإن الفرد يغير من قيمه تجنباً للإحساس بالألم وعدم الأمان نتيجة التعزيز السلبي لسلوكه ألقيمي، وإذا ما حصل الفرد على تعزيز ايجابي على سلوكه ألقيمي الجديد فإنه سيكرر ذلك السلوك انطلاقاً من أن الفرد يتعلم تغيير قيمه بواسطة عمليات الارتباط والتعزيز<sup>1</sup>.

و إن العلاقة بين القيم والسلوكيات، فيمكن تحديدها من خلال تعريف السلوك، فهو مجمل مواقف الإنسان واتجاهاته وتجليات شخصيته العملية، وخلاف في أهمية القيم بالنسبة للسلوك، باعتبار أن القيم تؤثر في السلوك، وفي هذا الصدد قسمت القيم إلى ثلاث فئات<sup>2</sup>:

✓ **القيم العاملة:** حيث تؤثر على نوع السلوك التفضيلي، أي السلوك الذي يرغب فيه الإنسان ويختاره بين مجموعة من الفرص المتاحة.

✓ **القيم الصورية أو الرمزية:** هي التي تتبين وتتكشف من خلال التصورات المثالية.

✓ **القيم الموضوعية:** وتظهر في المواقف اتجاه الأشياء والأشخاص.

و في كل جماعة وفي كل مجتمع تنتظم مجموعة من القيم يشترك فيها الناس، وتنظم سلوكهم الاجتماعي، ويطلق على هذا النظام نظام القيم القائم في الجماعة أو المجتمع، والذي يختلف في مجموعه عن نظم القيم في الجماعات أو المجتمعات الأخرى، و إن اشترك معها في بعض نواحيه، ويلاحظ أن القيم يمكن أن تدرك من خلال مؤشرات الفعل والأنشطة السلوكية.

" فالقيم التي يتبناها الأفراد عوامل محددة لسلوكهم، فعندما يؤدي أو يختار الفرد سلوكاً معيناً مفضلاً إياه على سلوك آخر، فإنه يفعل ذلك وفي ذهنه أن السلوك الأول إنما يساعده على تحقيق بعض من قيمة أفضل من السلوك الآخر، فعلى سبيل المثال من يتبنى قيمة الإيثار فإنه يسلك سلوكاً واضحاً باتجاه مساعدة الناس، وتقديم العون لهم ولا يحجم عن مساعدتهم فاختيار السلوك الأول "مساعدة الآخرين" وتفضيله على الثاني وهو" الإحجام عن مساعدتهم" إنما يعكس قيمة موجودة في البناء المعرفي

<sup>1</sup> - احمد عبد اللطيف وحيد: **علم النفس الاجتماعي**، دار المسيرة للنشر والتوزيع، ط1، عمان، الأردن، 2001، ص72.

<sup>2</sup> - سعاد جبر سعيد: **القيم العالمية وأثرها في السلوك الإنساني**، في التربية على القيم، عالم التربية، مجلة محكمة، العدد21، منشورات عالم المعرفة، 2012، ص143.

للفرد<sup>1</sup>، وهي في هذا السياق، "تهدف إلى تنظيم السلوك والحفاظ على وحدة الهوية الاجتماعية وتماسكها"<sup>2</sup>، فالقيم التي يتبناها الأشخاص، تحمل عوامل هامة ومحددة لسلوكهم، كما أن القيم تؤثر في الإدراك فقد وجد بوتسمان وآخرون Postaman et al 1948 في دراسة استخدموا فيها (اختبار البورت و فيرون و لنديزي) أن الأشخاص الذي تسود عندهم القيمة الدينية "يدركون" المثريات الدينية، ويتعرفون عليها بسهولة أكثر من غيرها من المثريات الأخرى، فهم يتعرفون على كلمات مثل: الله، الكنيسة، المسيح، قسيس(العينة كانت من المسيحيين) أكثر من تعرفهم على كلمات نظرية علمية، وجميل، وسعر، وتكلفة.. الخ<sup>3</sup>، وعلى غرار نتيجة الدراسة السابقة يمكن أن نقول أن تأثير القيم في السلوك، ينسحب على سلوك الأفراد في جميع مجالات الحياة.

و كذلك يلاحظ تأثير القيم في السلوك في الحياة العملية، فإذا أراد شخص تسود عنده القيمة الاقتصادية أن يتزوج فإنه سوف يسأل أو لما يسأل عن المركز المالي لمن يبحث عنها، وربما لا يلتفت إلى جمالها أو ثقافتها.. الخ، وإذا أراد أن يعمل فإنه يبحث عن العمل الذي يوفر له أكبر جزء مادي، وإذا صادق فإنه يبحث عن الصديق الذي يستفيد من وراء صداقته وهو في حياته بصفة عامة يقيم كل شيء في ضوء القيمة الاقتصادية السائدة عنده وهكذا<sup>4</sup>. فكل شيء عند هذا الشخص يقوم في ضوء القيمة الاقتصادية، أما الشخص الذي تسود لديه القيم الجمالية، سيختار للزواج فتاة تميز بخصائص جمالية بالدرجة الأولى بغض النظر عن نسبها أو رصيدها المال أو مستوى تعليمها، وتنسحب هذه القيمة على باقي الخيارات لديه في الحياة ككل.

ولو نأخذ سلوكاً يسود الطلبة الملتحقين بالجامعة، وهو اختبار التخصص الدراسي الذي يواصل فيه الطالب دراسته الجامعية، ويتخرج منه إلى الحياة شخصاً متعلماً، فإن الطالب الذي تسود عنده القيم النظرية، سيختار التخصص الذي يعبر عن اهتمامه وميله إلى معرفة المبادئ التي تحكم الظواهر واكتساب أكبر قدر من المعرفة والحقائق لان هدفه الأساسي هو الإحاطة علماً بالظواهر والأحداث ويتخذ اتجاهاً معرفياً من العالم المحيط به، ويسعى وراء اكتشاف القوانين التي تحكم هذه الأشياء بقصد

<sup>1</sup> -حسين عقل محمود عطا محمود :القيم السلوكية لدى طلبة المرحلتين المتوسطة والثانوية في دول الخليج العربية، مكتب

التربية العربي لدول الخليج، ط2001، 1، ص64.

<sup>2</sup> -ماجد الزبيد، مرجع سابق، ص21.

<sup>3</sup> حامد عبد السلام زهران، مرجع سابق، ص135.

<sup>4</sup> -محسن جلوب الكناني، مرجع سابق، ص57.

معرفتها، أما إذا كان من الذين تسود عندهم القيمة الاقتصادية فإنه سيختار التخصص الذي يعبر عن ميله إلى ما هو نافع ومفيد مادياً فيختار مواصلة الدراسة في التخصص الذي يكون وسيلة للحصول على المال والثروة.

وفي ضوء هذا الاتجاه يعرف زرتشر **Zurcher** القيم بأنها: "التزام عميق من شأنه أن يؤثر على الاختيارات بين بدائل للفعل، فاحتضان قيم معينة بواسطة الأفراد، إنما يعني بالنسبة لهم أو بالنسبة للآخرين (توقعاً) ممارسة لأنشطة سلوكية معينة تتسق مع ما لديهم من قيم<sup>1</sup>. وهو نفس توجه **بارسونز** فهو يعرف القيمة بأنها" عنصر في نسق رمزي مشترك يعتبر معياراً أو مستوى للاختيار بين بدائل التوجيه التي توجد في الموقف"، فكأن القيم هنا تمثل معايير عامة وأساسية يشارك فيها أعضاء المجتمع وتسهم في تحقيق التكامل وتنظيم أنشطة الأعضاء، وتوجهات القيم هذه هي فئات نصف بها توجه السلوك في موقف الاختيار، ولكي نكشف عن هذه التوجهات القيمة للفرد، فلا بد من طرح بدائل تتضمن ما ينتقيه الفرد وما كان بإمكانه اتقاؤه ولكنه لم يفعل<sup>2</sup>.

ويقترح **تشارلز موريس Morris** من هذا التوجه، فالقيم عنده تمثل: السلوك التفضيلي، ولذلك صمم **موريس** مقياساً يتكون من ثلاثة عشر أسلوباً لمعايشة الحياة، وعلى المفحوص أن يضع تقديراً لكل منها على أساس مقياس تقدير يكون من سبع درجات تتراوح بين أحب هذا الأسلوب للغاية إلى أمقته للغاية، ومن خلال تفضيل أسلوب من هذه الأساليب يمكن استنتاج ما يتمثله الفرد من قيم في حياته<sup>3</sup>.

كما أن بعض الباحثين يجعل من القيم اليوم عناصر كامنة في السلوك البشري تنشأ في نظرهم من التجربة البشرية، ومن ثمة تكون قابلة للتأثر بأي ظرف من الظروف، بما فيها الظروف الاجتماعية التي تمس التجربة، وهكذا يمكن تحليل القيم باعتبارها متغيرات تابعة، معرضة للتبدل بحسب تغيرات السكان التكنولوجية، والإنتاج الاقتصادي، والتنظيم السياسي، وهكذا دواليك، إلا أنها بمجرد أن تثبت وتقرر فهي تصبح تعمل كمتغيرات مستقلة توجه ردود الفعل نحو الإبداعات المتقدمة، وتستخدم باعتبارها قاعدة لانجاز إبداعات أخرى مستقبلية<sup>4</sup>، تظهر في سلوكيات وأفعال.

1 - عقل محمود عطا محمود حسين، مرجع سابق، ص 64.

2 - ضياء زاهر: **القيم في العملية التربوية**، في معالم تربوية، مطبعة نهضة مصر، مصر، 1984، ص 19.

3 - محي الدين احمد حسين: **القيم الخاصة لدى المبدعين**، دار المعارف، القاهرة، 1981، ص 36. نقلا عن: Moris, C. Di :

**Variétés for human Value**, University of Chicago Press, Chicago, 1956.

4 - محمد بالفقيه، مرجع سابق، ص 67.

كما أن البعض من العلماء من يميل إلى الجمع بين الاتجاهات والسلوك حتى يتيح مزيداً من الفاعلية في قياس القيم، وبالتالي فالقيمة تحدد إجرائياً إما من خلال دراسة السلوك، وما ينطوي عليه من إقدام وإحجام عن أنشطة معينة، أو من خلال ما يعبر عنه الفرد من تفضيل لجوانب معينة في الحياة. وعلى هذا الأساس يعرف **علي الطراح** القيم "بأنها معايير للسلوك والاتجاهات المرغوبة وغير المرغوبة التي يكسبها المجتمع لأفراده من خلال عملية التنشئة الاجتماعية التي تقوم بها الأسرة كمؤسسة اجتماعية، والمدرسة كمؤسسة تربية، ووسائل الاتصال الجمعي المتمثلة في الإذاعة والتلفزيون والسينما والمسرح والصحافة والكتاب والمسجد، والكنيسة.. الخ، وهي تعد من أهم موجبات السلوك الفردي والجماعي، وتلعب وظيفة رئيسية في تنظيم العلاقات الاجتماعية سواءً بين الأفراد بعضهم البعض أو بين الأفراد والنظام السائد وتتميز منظومة القيم بالثابت النسبي".<sup>1</sup>

وهو نفس ما ذهب إليه **كاظم** حيث عرف القيم بأنها: "أهداف يسعى إليها الفرد بغية تحقيقها وهي في وقوفها كأهداف تمثل مرجع حكم للأفراد على أنماط سلوكهم، كما تتحد من خلال أهدافهم في ميادين كثيرة من الحياة، والقيمة في رأيه قد يعبر عنها صراحة من خلال الألفاظ والعبارات أو ضمناً كما تتكشف بشكل غير مباشر فيما يصدره الفرد من سلوك".<sup>2</sup>

و" توجه القيم سلوك الأفراد وأحكامهم واتجاهاتهم فيما يتصل بما هو مرغوب فيه أو مرغوب عنه من أشكال السلوك في ضوء ما يضعه المجتمع من قواعد ومعايير وقد تتجاوز الأهداف المباشرة للسلوك إلى تحديد الغايات المثلى في الحياة فهي حسب تعبير **روكنش** إحدى المؤشرات الهامة لتوعية الحياة ومستوى الرقي أو التحضر في أي مجتمع من خلالها يمكن تحديد الإيديولوجية أو الفلسفة العامة لأي مجتمع".<sup>3</sup>

"فهي قادرة على أن تجعل الفرد يفضل موقفاً على آخر، ويسلك سلوكاً يتفق مع هذه القيم التي تتقبلها الجماعة وأن الانحراف عن هذه القيم يشعر الفرد بالذنب أو الخجل كما تحكم عليه الجماعة

<sup>1</sup> - علي الطراح: دور التعليم ومؤسسات المجتمع المدني في تطوير منظومة القيم في المجتمع الكويتي، في كتاب: القيم والتعليم، الهيئة اللبنانية للعلوم التربوية، بيروت، نوفمبر 2001، ص 84.

<sup>2</sup> - ضياء زاهر، مرجع سابق، ص 20.

<sup>3</sup> - عبد الطيف محمد خليفة: ارتقاء القيم، دراسة نفسية، سلسلة عالم المعرفة، العدد، 160، 1992، ص 16.

بالانحراف أياً كان نوع هذه القيم سواءً أكانت سيئة أو مرغوب فيها خيرة أو شريرة فهي إذاً تؤثر في سلوك الفرد والجماعة " <sup>1</sup>.

لكن هناك من يرى خلاف ذلك، ويعتبر "أن السلوك قد لا يعكس القيم، لأن الإنسان قد يسلك طريقاً يرى أنه مخالف لقيمه التي يتبناها ويؤمن بها، إما بسبب ضغط أو بسبب إهمال لقيمة أو بأي سبب آخر، فالسلوك عادة ما يكون معبراً عن قيم الإنسان، ولكن في بعض الأحيان قد لا يكون كذلك خصوصاً عند الذين تحصل لديهم حالة فصام بين قيمهم وبين سلوكهم" <sup>2</sup>، كما أن "أن السلوك الصادر عن الفرد في المواقف الاجتماعية لا يعبر بالضرورة عن القيم التي يتمثلها الفرد، بقدر ما يكون دال لما حددته الثقافة على أنه سلوك مرغوب فيه أضف إلى ذلك أن السلوك البشري تحدده متغيرات اجتماعية ونفسية كثيرة -إضافة إلى القيم- مما يتعذر معه التعميم بأن هذا السلوك دالة للقيم التي يتبناها الفرد" <sup>3</sup>.

كما "تؤثر القيم على السلوك سواءً في توافقها أو في تناقضها، ويعنى توافق القيم درجة الاتساق والتماثل والتشابه فيها، أما التناقض فيعني درجة الاختلاف فيها، وهكذا فإن التوافق، وكذلك التناقض يوجدان عند المقارنة بين أنساق مختلفة من القيم سواءً كانت هذه الأنساق عند مجموعة من الأفراد أو عند الفرد الواحد في مراحل زمنية مختلفة" <sup>4</sup>، فهذا يكون السلوك محصلة للتفاعل بين اتجاهين، أحدهما نحو الموضوع والثاني نحو القيم، فالسلوك لا يتحدد فقط بواسطة القيم، ولكن إلى جانب ذلك توجد الحاجات والظروف الموقفية، والحديث عن توافق القيم وتناقضها يجرنا إلى الحديث عن "صراع القيم"، ويقصد به عموماً وجود إدراك شعوري بالتضاد بين القيم المتنافسة وخاصة التضاد بين اتجاهين أساسيين من اتجاهات القيم.

ويميز السيكولوجيون بين مصطلحي تناقض القيم وصراع القيم، فالأول هو مفهوم كمي أي أنه فرق في الدرجة، أما الثاني فهو مفهوم كيفي أي أنه فرق في النوع، وهناك من يقصر مفهوم صراع القيم على المقارنة داخل مكونات النسق القيمي الواحد، أما مفهوم التناقض فهو أصلح ما يكون عند المقارنة بين

<sup>1</sup> - نوال محمد عمر: دور الإعلام الديني في تغيير بعض قيم الأسرة الريفية والحضرية، مرجع سابق، ص 139.

<sup>2</sup> - سعاد جبر سعيد، مرجع سابق، ص 144.

<sup>3</sup> - عقل محمود عطا محمود حسين، مرجع سابق، ص 64.

<sup>4</sup> - بشير معمريّة: التغيير في ارتقاء القيم لدى مجموعات عمرية مخلفة من الجنسية، ورقة بحثية منشورة، جامعة باتنة، 2001، ص 15.



درجات مكون قيمي واحد في مدرجات قيمية مختلفة<sup>1</sup>. وفي دراستنا اعتمدنا على مقارنة بين المتغيرات الشخصية في الاتجاه وكذا درجة الاختلاف لنفس المكونات.

## 2. 3- التنشئة الاجتماعية وترسيخ القيم.

وصف القيم بالرسوخ هو وصفاً مشتركاً لكل القيم مهما اختلف زمانها أو مكانها أو عقيدة أصحابها وولاءاتهم الفكرية والسياسية، ورسوخ القيم يكون في الغالب بسبب التنشئة الاجتماعية، وما يتم فيها من عملية اكتساب واندماج لاسيما في فترة الطفولة، وما يتبعها من عمليات التكوين الثقافي في فترات المراهقة والشباب.

و تلعب مؤسسات التنشئة الاجتماعية المختلفة دوراً كبيراً في توجيه أفراد المجمع سلوكياً وقيماً فبمقدار ما يكون هذا التوجيه متكاملًا ومتناسقاً بقدر ما ينعكس على الفرد بشكل ايجابي وبمقدار ما يكون مشوشاً ومتناقضاً يكون ذو اثر مدمر على الفرد والمجتمع، ومن هنا تأتي أهمية تأكيد الكثير من الباحثين الاجتماعيين على أهمية وسائط التنشئة الاجتماعية هذه، في تكوين اتجاهات الفرد القيمية، وحمایته من الأزمات القيمية، والصراع القيمي على وجه التحديد<sup>2</sup>.

و تعتبر الأسرة هي الخلية الأساسية الأولى التي ينشأ الفرد في أحضانها، فتعمل على إشباع حاجاته ورغباته وقيمه ووعيه بالحاضر والحفاظ على هويته الثقافية التي تُنقل له من الأجيال الكبيرة وتنمية وعي الأفراد بالحاضر، والمستقبل يتطلب الارتقاء بثقافتهم الاجتماعية، وتلك غاية تسعى المجتمعات إلى تحقيقها من خلال التنشئة الاجتماعية<sup>3</sup>.

أما في العصر الحالي، تلعب الانترنت، ووسائل الإعلام دوراً مهماً في عملية التنشئة الاجتماعية فهي بمثابة المصادر الأساسية التي يأخذ منها الشباب القيم والعادات والاتجاهات والأنماط السلوكية حسنًا وسيئًا، ولا يخفى الدور الذي يقوم به الإعلام، ولا سيما القنوات الفضائية العالمية والوطنية على حدّ السواء في تشويش وإعاقة التنشئة السليمة للأبناء، فما تقوم به هذه القنوات يحمل في مضامينه الكثير من الرموز والدلالات المشحونة بالقيم والاتجاهات وأنماط السلوك ذات الطابع السلبي

<sup>1</sup> - المرجع نفسه، ص16.

<sup>2</sup> - ماجد الزويد، مرجع سابق، ص104.

<sup>3</sup> - موسى حلس وناصر مهدي: **الأسرة والمجتمع**، سلسلة دراسة المجتمع الفلسطيني، غزة، فلسطين، 2005، ص142.

على الأغلب، في قالب جذاب غاية في الإغواء، لا يملك الشباب معه إلا الاستسلام والخضوع دون أن يتيح لهم فرصة التفكير والتمحيص والنقد في مضامين ما يلقونه<sup>1</sup>.

وتعد التنشئة الاجتماعية عملية اجتماعية أساسية تعمل على تحقيق تكامل الفرد في جماعة اجتماعية معينة، وذلك عن طريق اكتسابه ثقافة الجماعة، فهي عبارة عن عملية يتم من خلالها تضافر الجهود في مختلف المؤسسات التربوية من أجل التلقين، وإكساب الطفل مقومات النسق السوسيو-ثقافي السائد، أي مجموع العادات والتقاليد والقيم والمعارف والعلوم، والعمل على إنماء شخصيته في مختلف مراحل حياته التي يقضيها في هذه المؤسسات من أجل الاندماج داخل المجمع، فالطفل يستدمج القيم والاتجاهات والمهارات والأدوار التي تشكل شخصيته، والتي تؤدي إلى تحقيق تكامله مع المجتمع الذي يعيش فيه<sup>2</sup>.

فالتنشئة الاجتماعية حسب **بريم ويلر Brim Wheeler** هي "عملية يكتسب فيها الأفراد المعارف والقدرات التي تتيح لهم فرصة المشاركة في الحياة الاجتماعية، بوصفهم فاعلين فيها"<sup>3</sup>. وتتضمن عمليات متعددة أهمها التعلم الاجتماعي والتنقيف والتوافق الاجتماعي والانتقال الثقافي وهي أيضاً إكساب الفرد طفلاً أو راشداً سلوكاً ومعاييراً وقيماً من خلال مؤسسات أسرية وتربوية ودينية وثقافية<sup>4</sup>.

ويعرفها الباحث **وينيك** "بأنها الأسلوب الذي يعمل من خلاله المجتمع على تكامل أفراد، والعملية التي يتعلم بها وبمقتضاها الأفراد عملية التكيف مع مجتمعهم"<sup>5</sup>. وإنها بهذا المفهوم "عملية تطبيع اجتماعي، أي جهد تبذله الجماعة لتشكيل الفرد وصياغته في قالب معين"<sup>6</sup>.

ويعرفها **غي روشي** "بأنها منظومة الأولويات التي تمكن الفرد، على مدى حياته من تعلم استبطان القيم الاجتماعية الثقافية السائدة في وسطه الاجتماعي"<sup>1</sup>، وفي نفس الإطار يعرفها **محمد عاطف**

1 - عدنان سليمان: مقاربة أولية لتداعيات العولمة على المجتمع العربي، مجلة الفكر العربي، العدد 93، 1998، ص 57.

2 - علياء شكري: الطفل والتنشئة الاجتماعية، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 1994، ص 81

3 - علي اسعد وطفة: علم الاجتماع التربوي، مطبعة الاتحاد، منشورات جامعة دمشق، سوريا، 1992، ص 39.

4 - باسل البياتي: فضائيات الثقافة الوافدة وسلطة الصورة، مجلة المستقبل العربي، عدد 267، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت

لبنان، 2001، ص 113.

5 - محمد السويدي: مفاهيم علم الاجتماع الثقافي ومصطلحاته، المؤسسة الوطنية، الجزائر، ط 1، 1991، ص 233.

6 - علياء شكري، مرجع سابق، ص 81.

"بأنها ذلك النوع من التعليم الذي يساهم في قدرة المرء على أداء الأدوار الاجتماعية فهي تعليم ذو توجيه، وكيفية خاصة، ومن زاوية بعض الأنساق الاجتماعية تعتبر التنشئة الاجتماعية تعليماً مرغوباً صادقاً"<sup>2</sup>.  
 أما الباحث هيرسكوفيتز فيرى "بأنها تلك التكيفات التي يجب أن يقوم بها الفرد اتجاه زملائه من أفراد جماعته، ابتداءً من أسرته لتشمل في النهاية تجمعات من أنواع شتى، وهي التكيفات ذات الأهمية بالنسبة للفرد، إذ تجعله ذي وظيفة كاملة في المجتمع، وتوصف هذه التكيفات عامة باسم التنشئة الاجتماعية"<sup>3</sup>.

ويعتبر النسق القيمي من أهم أسس بناء الإطار المرجعي والارتكاز الاستدلالي للفرد، ويضم عدد كبير من نتائج التواصل الاجتماعي بين الأجيال السابقة والحاضرة وتواصلها مع غيرها من الشعوب والثقافات، فتشمل التعاليم الدينية والأخلاقية والأعراف والعادات، وغيرها من الأمور التي استقر المجتمع أو الجماعة على قبولها في تحديد ما هو مقبول أو مرفوض اجتماعياً، ويرجع إليها الفرد في سلوكه الاجتماعي<sup>4</sup>، و إن نسق القيم لا ينشأ تلقائياً لكنه يندمج بواسطة الشخصية وبصفة تدريجية أثناء توحيد الإنسان مع ثقافة المجتمع خلال عملية التنشئة الاجتماعية، فعملية اكتساب القيم عملية تعلم لأن الإنسان في بداية حياته لا يملك أية قيمة بل تلقن له أو يتوحد معها أثناء تفاعله مع والديه وعلينا أن ندرك أن القيم من مقومات شخصية الصغار كما أنها من مكونات شخصية الكبار فالصغار باعتبارهم عنصراً من العناصر المكونة للمجتمع يكتسبون قيمة ويعبرون عنها في أحاديثهم وكتاباتهم وتصرفاتهم وتفضيلاتهم ويعتمد نمو الشخصية إلى حد كبير على مدى اتساع مجال القيم التي يواجهها الطفل أثناء نشاطه وتساعد نوعية البيئة الأسرية على إثراء شخصية الطفل في حياته ويبدأ في التدرج في اكتساب قيم ومعايير البناء الاجتماعي<sup>5</sup>.

ويتشكل النسق القيمي من المعايير والأحكام التي تتكون لدى الفرد من خلال فاعله مع المواقف والخبرات الفردية والاجتماعية بحيث تمكنه من اختيار أهدافه وتوجهاته، وتعمل على توجيه سلوكه

3-Guy Rocher : **l'action sociale (introduction a la sociologie générale)**, Edition HMH PARIS, 1968, P132.

2 - إقبال محمد بشير وأخريات: **ديناميكية العلاقات الأسرية**، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، مصر، دس، ص64

3 - محمد السويدي، مرجع سابق، ص233.

4 - بلقاسم بن روان: **وسائل الإعلام والمجتمع-دراسة في الأبعاد الاجتماعية والمؤسسية-**، دار الخلدونية للنشر والتوزيع، الجزائر، ط1، 2007، ص81.

5 - محسن جلوب الكناني، مرجع سابق، ص57.

وضبطه وتنظيم علاقته في المجتمع<sup>1</sup>، وبهذا الشكل فالنسق القيمي يوجه الفرد ويدفعه إلى بعض المنبهات الخارجية، أي التي توجد في العالم المحيط به و بيئته، وعندما تكون المنبهات متطابقة مع التوجيه القيمي للفرد يكون استيعاب لمختلف السلوكيات والمعايير وأنماط التفكير الخاصة بمحيطه السوسيو ثقافي الذي ينتمي إليه، أو يتم رفضها إذا كان عدم تطابق، وهنا يتضح أن النسق القيمي محدد رئيس في قبول أو رفض ما يتفق معه وهذا أثناء التنشئة الاجتماعية وقبلها.

وبصفة عامة تسعى التنشئة الاجتماعية إلى تحويل الإنسان من كائن بيولوجي إلى كائن اجتماعي وتكيفه لاكتساب قيم ومعايير وسلوكيات ومهارات، تؤهله للعيش داخل الجماعة التي ينتمي إليها بكل ما تتميز به من مقومات وخصوصيات سوسولوجية محددة، بمعنى أن التنشئة الاجتماعية " هي صيرورة يتحول الأفراد بواسطتها إلى كائنات اجتماعية، أي غالى أعضاء داخل الجماعة أو العشيرة أو المجتمع"<sup>2</sup>، وهذا ما أشار إليه كذلك الباحث عزت حجازي حين عرفها بأنها: " العملية التي تستمر مدى الحياة، ويتمثل بها الفرد القيم والمعايير والرموز، ويتعلم ضروب السلوك، التي تشيع في الثقافة فيتحول من كائن بيولوجي إلى إنسان ناضج مؤهل يشغل وضعاً أو أوضاعاً في الجماعة"<sup>3</sup>، حيث تسعى مؤسسات التنشئة الاجتماعية المختلفة في المجتمع الحديث إلى تحقيق عدة أهداف تربوية واجتماعية أهمها<sup>4</sup>:

- ✓ غرس القيم الروحية والخلقية في نفسية الناشئة، فيشبون على حبها والدفاع عنها.
- ✓ تطبيع شخصية الفرد اجتماعياً وتدريبه على مجموعة من السلوكيات التي يجذبها المجتمع.
- ✓ خلق شخصيات تستطيع التكيف والتألف والتعاون مع أفراد المجتمع الآخرين.
- ✓ خلق شخصيات تتمتع بالاستقلال الذاتي، وتستطيع الاعتماد على النفس في مختلف المواقف الحياتية، وتسعى إلى تحقيق النجاح.

والى جانب هذه التصورات فإن عملية التنشئة، تعد عملية اجتماعية يتم بواسطتها إدماج الأفراد وفق ما يرتضيه المجتمع لنفسه من قيم اجتماعية وثقافية، ومن نماذج ومعايير سلوكية متنوعة أو مختلفة

1 - ماجد الزيود، مرجع سابق، ص33.

2 - عبد الكريم غريب: المنهل التربوي، معجم موسوعي في المصطلحات والمفاهيم البيداغوجية والديداكتيكية والسيكولوجية، دس ص862.

3 - عزت حجازي : الشباب العربي ومشكلاته، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت، ط2، 1985، ص41.

4 - بومدين مخلوف، مرجع سابق، ص118.

باختلاف الجماعات والفئات الاجتماعية التي يتشكل منها ذلك المجتمع، وتتم هذه العملية الاجتماعية الثقافية من خلال مجموع المؤسسات و العلاقات و الممارسات و الطقوس الاجتماعية التي يتوفر عليها المجتمع، كالأسرة والمدرسة وغيرهما من الجماعات المختلفة، هذا إلى جانب الممارسات التقنية (وهنا نذكر الانترنت بكل مستوياتها الاتصالية)، واللعب ووسائل الاتصال والإعلام، فكل هذه العناصر وغيرها تضمن بشكل أو بآخر تأطير الأفراد وتوجيه سلوكياتهم وتصرفاتهم مهما تنوعت<sup>1</sup>.

وترجع أهمية التنشئة الاجتماعية في مجال القيم إلى أن البناء الاجتماعي يهدف إلى تحقيق التوازن بين التأثيرات الثقافية المختلفة، وأساليب الضغط الاجتماعي لدى الأفراد وأعضاء البناء و إلى إيجاد التوافق بين حاجات الشخصية ومطالب البناء الاجتماعي و إلى إيجاد نوع من السلوك يحقق رغبات الأفراد ويرضى عنه الآخرون، ومع أن عملية التنشئة الاجتماعية تبدأ منذ ميلاد الطفل وتستمر معه إلى مراحل متقدمة من عمره إلا أنه يجب أن نؤكد على أن التغيير المستمر في عملية التنشئة، وتحصيل الشخص لأنماط سلوكية وأفكار وقيم متجددة، نتيجة عوامل اجتماعية وثقافية واقتصادية وسياسية وتكنولوجية تؤثر فيه، وما يحصله من خبرات جديدة يتأثر بتجاربه الأسرية المبكرة سواء في قبول القيم أو رفضها أو التحفض بشأنها.

وهناك من يرى أن التنشئة الاجتماعية في الدول العربي، ومنها الجزائر مُكبلة لطاقت الشباب بصفة عامة والطلبة بصفة خاصة، وأنتجت حسبهم اتجاهين<sup>2</sup>:

**الاتجاه الأول:** نوع من الشباب اتجه إلى العنف الزائف ضد كل الأطر الاجتماعية التسلطية والأسرية والدينية والسياسية التي اعتقدوا أنها تنال من حرياتهم وخبراتهم وتشعرهم بضالتهم، وضد كل النسق القيمي الذي أطاحت به الثورة العلمية التكنولوجية (خاصة شبكة الانترنت)، وضد كل النظم التربوية والتعليمية التي تعمل على صبهم في قوالب نمطية جامدة تتجاهل الفوارق بينهم وتحفظ طاقتهم وحماستهم.

**الاتجاه الثاني:** هو اتجاه هروبي انسحابي تمثل في خروج الطالب من حصانة أسرته وإقامته خارج نطاقها وبعيداً عن سيطرتها وتسلطها، وسواء كان يعيش بعيداً عن المنزل كأن يسكن في الإقامة الجامعية وبدائلها، أو حتى إذا كان ينام الليل في منزله، فإنه يقضي أغلب وقته في النهار والليل خارج المنزل كأن يقضيه في الجامعة أو في المقاهي أو التجوال، والطالب في هذه الحالات يتهرب من عبء سلطة الأب

<sup>1</sup> - عبد الكريم غريب: **التربية على القيم - المرجعيات والمقاربات** - في عالم التربية، مجلة محكمة، منشورات عالم المعرفة، العدد 21، 2012، ص 33.

<sup>2</sup> - ضياء زاهر، مرجع سابق، ص 54-55.

وأفراد عائلته، وهو بذلك يسجل نوعاً من "الاحتجاج الصامت"، ففي قلبه ثورة كامنة، والواقع أن الشباب ضحية تغيير القيم الاجتماعية ولم يفهم هذه القضية أحد فهم فقدوا الثقة في القديم ولم يجدوها في الجديد لذلك فإن بعضاً منهم لا يجد سوى التمرد مخرجاً والبعض الآخر يؤثر الخضوع الصامت....فينصرف الطلاب بعضهم عن كتبهم ومراجعهم، ويقف تحمسهم لعملية التعليم واكتساب المعارف، ولا يخفون احتقارهم للجو المزيف الذي يُظهر الاهتمام المتسم بالاحترام، كذلك هناك الصراع الذي نشأ لدى الطلاب نتيجة تفاوت طموحاتهم المرتبطة بأوضاعهم الاجتماعية السابقة، وبين الآفاق الفعلية المتاحة أمامهم، وما يواجهونه من بطالة بعد تخرجهم، ولعل هذا الصراع أحد المحاور الذي يرتكز عليها تمرد الشباب على آبائهم، بمعنى آخر أصبح الطلبة بصفة خاصة و " الشباب بصورة عامة، لا يشعر بالانسجام مع عالمه بصورة عامة، ولا يتقبل قيمه وأنماطه السائدة، فهناك عوامل نفسية واجتماعية تجعل الشباب غريباً ويعيش حالة صراعية مع أسرته ومجتمعه ومع نفسه، حيث تشير بعض الدلائل والقرائن إلى أن علاقات الشباب العربي الأسرية يسودها الصراع والتنافر والتباين، فالشباب يقر بأنه مضطهد ومسحوق الشخصية نتيجة ما تتطوي عليه عادة مواقف الآباء التسلطية التي تعيقه في نموه وخبرته بالواقع ومصادر حريته"<sup>1</sup>.

وهناك من الباحثين من يُرجع سبب الصراعات والأزمات داخل الأسر المعاصرة مرده "إلى تسلسل قيم السوق التجاري التي أفرزها النظام الرأسمالي إلى الأسرة، وتهديد استمرارها واستقرارها، و أبرز هذه القيم قيمة: الرغبة الجامعة في الاستكثار من المال، وتقييم كل شيء على أساس قيمته المادية، و كذا قيمة المنافسة التي تتحول إلى صراع واستعداد عقلي ونفسي لاستبعاد الآخر والقضاء على وجوده، الأمر الذي أدى إلى تراجع وضعف الانتماء الأسري، وسوء العلاقة، وترديها بين الآباء والأبناء"<sup>2</sup>.

ومع ذلك، تبقى الأسرة العربية، ومنها الأسرة الجزائرية من أهم وسائط التنشئة الاجتماعية والثقافية لكنها اليوم تبقى حائرة إزاء التحدي الذي تواجهه والمتمثل في المحافظة على الثقافة الموروثة والمستقرة منذ زمن بعيد لدى الأجداد والآباء والأبناء على حد السواء، وبين الثقافة الوافدة الناجمة عن تكنولوجيات الإعلام والاتصال وأساليبها المتطورة في الإغواء والتأثير والتقبل مُتحدية بذلك الخصوصيات والتقاليد والقواعد المتعارف عليها في مجتمعاتنا، خاصة في ظل ازدياد عدد مستخدمي الانترنت في أوساط الشباب وتطور الوسائط التكنولوجية باستمرار.

<sup>1</sup> - معاليقي عبد اللطيف، مرجع سابق، ص 122.

<sup>2</sup> - محمد عبد الرزاق إبراهيم، مرجع سابق ص 3.

و في ختام هذا الفصل الذي تناولنا فيه موضوع القيم، وذلك من خلال الجوانب التي نعتقد أنها تخدم مجال دراستنا، وهذا راجع إلى التعقيدات الكبيرة التي تحيط بإشكالية دراسة القيم من منظورات وتصورات فلسفية وسيكولوجية واجتماعية مختلفة، وقد تضمن محتوى هذا الفصل أبرز خصائص القيم بالإضافة إلى تصنيفاتها المخلفة ومصادرها ومقاييسها وأهدافها ووظائفها بالنسبة للفرد والمجتمع، وكذا النظريات التي اهتمت بها، كما تناولنا تأثير القيم على السلوكيات، وهذا باعتبار أن السلوك وهو نتيجة القيمة، وأخيراً عرجنا على دور التنشئة الاجتماعية بمؤسساتها التقليدية في ترسيخ القيم، خاصة في ظل ظهور الانترنت كوسيلة اتصالية وإعلامية ومعرفية لها عدة ميزات ألفت بضلالها على كل مناحي حياة الشباب السياسية والاجتماعية والثقافية والاقتصادية، وما قد ينجر على ذلك من تأثيرات سلبية أو ايجابية أو فيما يتعلق بجوانب مساهمتها في ترسيخ القيم أو تشكيلها أو تنميتها أو تبديلها.

وإذا كانت القيم تؤثر في كل من الفرد والمجتمع، فالانترنت هي كذلك لها أهمية كبيرة في عملية تشكيل القيم أو إعادة تشكيلها أو المساعدة على تبني قيماً جديدة دخيلة، وقد تسهم كذلك في تحديد الأنماط السلوكية والتصرفات والمواقف سواء كانت ايجابية أو سلبية، و رغم هذا تبقى المؤسسات التقليدية التي تتركز أساساً في المسجد والأسرة والمدرسة والجامعة من أهم الآليات التي يجب الاعتماد عليها من أجل صد ومقاومة القيم الدخيلة عن مجتمعاتنا التي أصبحت الانترنت ووسائل الإعلام المختلفة أهم قنواتها ومصادر نقلها، وبات لازماً على هذه المؤسسات الاهتمام بتوعية الشباب والطلبة الجامعيين من مخاطر بعض مستويات الانترنت ومضامينها على قيمهم و العمل على تنمية القيم لديهم من أجل الحفاظ على الهوية الثقافية والحضارية لشبابنا وطلبتنا، لكن مع تقديم بدائل تسهل على هؤلاء الطلبة الشباب مواكبة عصرهم وحاضرهم دون المساس بأهم مقومات ثقافتهم ونسق قيمهم.

# الفصل الرابع

## الانترنت و تغير القيم عند الطلبة الجامعيين

المبحث الأول: طبيعة الانترنت.

المبحث الثاني: الآثار المترتبة عن استخدام الانترنت.

المبحث الثالث: علاقة الانترنت بالقيم.



اخترقت الانترنت حياتنا اليومية والاجتماعية، وأصبحت من الوسائل التي لا يمكن الاستغناء عنها وأصبحت تعد من الكيانات الاجتماعية والثقافية المهمة بفضل ما تقدمه من معارف وخدمات وكونها تشكل إحدى الرهانات الثقافية والاجتماعية والاقتصادية والسياسية خاصة لدى المجتمعات النامية، ومنها الجزائر، لما تحمله هذه التكنولوجيا الجديدة من أنماط وسلوكيات حياتية مغايرة لنمط وسلوك وقيم مجتمعاتنا العربية والإسلامية، و لهذا ارتأينا البحث في إشكالية الانترنت وتوصيفها وبالبحث في الآثار المترتبة عن استخدامها خاصة من طرف فئة الطلبة الجامعيين، هذه الوسيلة التي توفر لهم خدمات عديدة ساعدتهم في إشباع العديد من احتياجاتهم كالحصول على المعرفة والمعلومات والأخبار، وكذلك تحقق لهم رغبتهم في التواصل الاجتماعي والتسلية والترفيه والتفاعل والتعلم، و التطلع الدائم لما هو جديد، وهذا ما يتماشى مع خصائص فئة الشباب بصفة عامة و الطلبة بصفة خاصة، وكل هذا قد يكون له الأثر البالغ سواءً بالإيجاب أو بالسلب على قيمهم وسلوكياتهم وتصرفاتهم ومواقفهم لأنهم من الفئات الأكثر استخداماً للانترنت.

## المبحث الأول: طبيعة الانترنت.

## 1.1- مدخل عام للانترنت .

إن ثورة التكنولوجيا الإلكترونية والاتصالية المعاصرة قد أحدثت تطورات هائلة في جميع المناحي وأحدثت قفزات سريعة في استخداماتها خاصة في مجال الكمبيوتر وبرمجياته، وشبكة المعلومات العالمية أو ما يعرف بالانترنت أو **Net**، لما فيها من إبداعات جديدة، وابتكارات دقيقة واستخدامات متنوعة ومتعددة، مما جعل من هذه الوسيلة تدخل في شتى ميادين العلوم والثقافة والاقتصاد والتجارة وغيرها، فأضحت وسيلة إعلامية، و وعاء ثقافي لنقل القيم والعادات والتقاليد وتغيير الاتجاهات والسلوكيات، وتقنية دقيقة وسريعة للعمل الاقتصادي التجاري، و لهذا فقد ارتأينا تقديم التعريف التقني لها، ونحاول أن نركز على التعريف الإعلامي- الاجتماعي الذي يخدم الدراسة.

1- **المفهوم التقني للانترنت**: تعد الانترنت واحدة من أبرز الخدمات التفاعلية العامة، وهي عبارة عن مجموعة هائلة من أجهزة الحاسوب المتصلة فيما بينها، بحيث يتمكن مستخدموها من المشاركة في تبادل المعلومات والأخبار، والواقع أن الانترنت تمثل أكبر شبكة حواسيب في العالم على الإطلاق وهي شبكة مفتوحة لكل من يرغب بالاتصال بها، "كما أن الانترنت ليست مجرد مجموعة من المعلومات والحواسيب والأسلاك، وإنما تحتوى أيضا على مجموعة كبيرة من البرامج التي تجعلها تعمل -مثل المعدات والحواسيب والأسلاك والمعلومات والبرامج والمستخدمين أيضا"<sup>1</sup>.

وباستطاعة مستخدم الانترنت الاستفادة من مجموعة كبيرة جدا من الخدمات التي توفرها الانترنت مثل نظام الويب **(Web)www** الذي هو عبارة عن نظام برمجي يعمل على شبكة الانترنت ويتكون من مجموعة كبيرة من النصوص الحية **Hypertext** المؤلفة من كم هائل من المستندات المتصلة والمتشعبة، والبريد الإلكتروني **E-mail**، وهو نظام لتبادل الرسائل والملفات بين الأشخاص ومجموعة من الأخبار والمسارد البريدية **News groups and mailing lists**، وهي عبارة عن منتديات إلكترونية تعقد لتبادل المعلومات حول موضوع معين، حيث يستطيع المستخدم إبداء رأيه الخاص عن موضوع معين بحيث يستطيع المستخدمون الآخرون للانترنت قراءته والرد عليه و**File transfer protocol /FTP** نقل وتفسير المعلومات، وهو نظام يستخدم لنقل المعلومات من موقع لآخر والتخاطب **Chat** حيث يمكن لمستخدمي هذا النظام التحدث بطريقة الكتابة فيما بينهم مباشرة، ونظام التلنات **Telnet** الذي يمكن المستخدم من الاتصال بجهاز حاسوب موجود في مكان ما على شبكة الانترنت.

<sup>1</sup> - بشير علاق: **التسويق في عصر الانترنت والاقتصاد الرقمي (بحوث ودراسات)**، المنظمة العربية للتنمية، عمان، ط1، 2005 ص05.

ويرى الباحث محمد لعقاب "أن الشبكة بالمعنى الإلكتروني للكلمة، هي مجموعة من وسائل الإعلام الآلي المرتبطة فيما بينها"<sup>1</sup>، كما يعرفها Benot Aubet بأنها: "تجميع لشبكات متصلة فيما بينها لتشكل بذلك شبكة عالمية أكبر"<sup>2</sup>، وبهذا فإنه يمكن القول إذاً: "أن الانترنت هي مزيج من عدد كبير من الشبكات الفرعية التي تعمل بنظام مفتوح يسمح بالاتصال بين مجموعة هائلة من الحواسيب وفق لغة مشتركة واحدة تسمح بخلق نوع من التفاعل عن طريق تبادل المعلومات بسرعة عالية وبطريقة مرنة ولا مركزية، ولقد وجد الحل لبناء شبكة عالمية من مجموعة شبكات محلية غير متجانسة، وهو ما يسمى تشبيك الشبكات Internetworking في فكرتين أساسيتين:<sup>3</sup>

أولاً : ابتداء الرزم Packet Switching :حيث تجزأ البيانات إلى رزم يمكن إرسالها عبر مسارات مستقلة حسب الحاجة، ثم تجميعها في نقطة الوصول، وكان هذا الأسلوب تحولاً عن الطريقة التقليدية المتبعة في شبكات الهاتف، و هي تخصيص دائرة ثابتة لكل توصيلة مطلوبة.

ثانياً: أما الفكرة الثانية فكانت مبدأ التشبيك باستعمال مبدأ "طرف إلى طرف " "end-to-end" حيث يُحدد أداء الشبكة ما يوصل بها، وليس بنيتها الداخلية، وهو مفهوم يضمنه بروتوكول الانترنت Internet Protocol (IP)، تم توسعت الانترنت تدريجياً فصار بإمكانها أن تتعامل مع تطبيقات مختلفة، ابتداء من النفاذ إلى الحواسيب عن بعد، إلى التجارة الإلكترونية إلى الفيديو التآثري. كما أن الشبكة شكلت هيكلًا اجتماعيًا يُمكن للباحثين من المساهمة في تطويرها، وكذا تطوير معارفهم حيث يجد كل واحد منهم نفسه فيها، وتتعلق حرية استخدام الانترنت من مجانيته ومجانبة الوصول إلى كثير من المعلومات، كما أن استخدام الشبكة يسهل "فردانية" المستخدمين، وذلك من خلال مجانية الشبكة في حد ذاتها، ومجانبة بروتوكولات الاتصال واستقلاليتها مقارنة بالوسائل الاتصالية الأخرى، وهذا ما جعلها تجلب العديد من المساهمين والمهتمين والمستخدمين، ومن هنا بالذات تأتي الأهمية من تقديم المفهوم السوسيو- إعلامي للانترنت.

ب- المفهوم السوسيو-إعلامي للانترنت.

هناك إجماع بين الباحثين على أن تكنولوجيا الاتصال الجديدة، وعلى رأسها شبكة الانترنت ستفتح عصراً جديداً من عصور الاتصال بين البشر، حيث يتاح لكل من يستطيع النفاذ إلى الشبكة العنكبوتية ويب Web، كما يُطلق عليها بحكم تداخل الخطوط وتعدد الطرق وتعدد المسالك، أن يتصل

<sup>1</sup> - محمد لعقاب: وسائل الإعلام والاتصال الرقمية، دار هومة، الجزائر، ط1، 2007، ص40.

<sup>2</sup> - Benot Aubet: **Les technologies l'information et de l'organisation**, Goetan marin, Quebec, canada, 1991, p124.

<sup>3</sup> - كيرشيفلد وآخران : **انترنت الأشياء** (دراسة مترجمة )، مجلة علوم، العدد 12، مؤسسة الكويت للتقدم العلمي، الكويت، ط1 ديسمبر 2004، ص12.

بغيره من البشر مهما تعددت أجناسهم وتتنوع ثقافتهم، والانترنت لا يملكها أحد معين، وإنما هي ملكية تعاونية بشرية بقدر إسهامهم فيها، كما تعرف بأنها الشبكة الأكثر أهمية والأبعد تأثيراً في مجال المعلوماتية، والتي تخدم العالم بأسره، ومثلت ذروة الثورة المعلوماتية المعاصرة<sup>1</sup>.

وهذا ما جعل من الشبكة نافذة على العالم يستطيع كل فرد الإبحار **Navigation** بين مختلف المواقع **Sites Web**، وخاصة أن تكنولوجيا الانترنت بسيطة، و لا تتطلب جهداً كبيراً خاصة عند فئة الشباب والطلبة فالانترنت إذا "ليست مجرد أبواب لنقل المعطيات الاليكترونية، بل هي وسيلة اتصال تصاعديّة أفقية عراضية في طبيعة مع النمط القديم الخطي والعمودي للاتصال السياسي والثقافي، فالنمط الاتصالي المستحدث يتحرر جزئياً من الممر الإجباري الذي تمثله وسائل الاتصال الجماهيرية للعبور إلى الفضاء الاجتماعي، فالشبكة فتحت ثغرة في الفضاء الاجتماعي، ولن تسد هذه الثغرة بل بالعكس أنه شكل جديد من الاتصال، وطريقة جديدة لممارسة الاتصال"<sup>2</sup>، وأنها الشبكة "المتحررة من كل العوائق والقوانين والشروط اللغوية، وإنها مجانية وتدافع في المطلق على حرية التعبير، حتى الاتصال يتم بأسماء مستعارة إذا شئنا"<sup>3</sup>، فشبكة الاتصال في الانترنت هي بمثابة "مواقع فعالة جداً في سهيل الحياة الاجتماعية بين مجموعة من الأصدقاء في الاتصال بينهم، حيث تمكنهم من التواصل الصوتي والمرئي وتبادل الصور وغيرها من الإمكانيات التي توحد العلاقات الاجتماعية بينهم"<sup>4</sup>.

و"كانت الشبكة مقتصرة على الاستخدامات العلمية والبحثية، ومن ثم تطورت وأصبحت توفر المعلومات في شتى المجالات، ونجد أن لها دور في تحقيق التنمية، كما تمثل شبكة الانترنت الأفراد الذين يستخدمونها والمعلومات المتراكمة والمتنوعة داخلها"<sup>5</sup>، بالتالي كان ينظر إليها في بداية الأمر على أنها بمثابة بنك معلومات وبيانات تستخدم للمعرفة والعلم والتحصيل الدراسي، لكن مع تطور مستوياتها الاتصالية المتنوعة من محادثة اليكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي بدأ ينظر إليها على أنها فضاء اجتماعي افتراضي يساهم بقوة في بناء صلات وعلاقات اجتماعية بين مستخدميها.

وبهذا المفهوم فشبكة الانترنت محورها المركزي يتمثل أساساً في المجتمع الافتراضي، باعتباره تركيبة علائقية اجتماعية اليكترونية تتشكل من أفراد وجماعات مستخدمين لمواقع التواصل الاجتماعي كخدمة أساسية من بين خدمات شبكة الانترنت.

<sup>1</sup> - موسى اللوزي: التنمية الإدارية، دار وائل للنشر، عمان، 2006، ص195.

<sup>2</sup> - فؤاد بن حالة: صدمة الاتصال الشمولي "الأنظمة والمجتمعات العربية في مواجهة التحدي، ترجمة من الفرنسية(د:احمد عظيمي)، منشورات المؤسسة الوطنية للنشر والتوزيع، الجزائر، ص43-44.

<sup>3</sup> - Odile Ambry : l'Internet le réseau en 10 questions, Culture et société, RFI, 1998, P165.

<sup>4</sup> - علي خليل شقرة: الإعلام الجديد -شبكات التواصل الاجتماعي-، دار أسامة، الأردن، ط1، 2014، ص59.

<sup>5</sup> - بهاء الدين شاهين: الدليل العلمي لاستخدام الانترنت، 2005، ص11.

فالانترنت " فتحت مساحات اتصال واسعة كانت غير متاحة من قبل، والأكثر من ذلك وضعت حدًا نهائيًا لتاريخ المرسل في الإعلام، وحتى لا يفرض فريق ما ثقافته وإعلامه في وقت معين وهكذا ينتهي تاريخ الازدواجية بين الإنتاج والاستهلاك، ويُمكن كل فرد من تأسيس بنك معلومات خاص به بطريقته ووفقاً لمزاجه وأوقاته ومراميه"<sup>1</sup>، و على الرغم من ذلك هناك من يرى بأنها نوع من "الغزو الثقافي واللغوي" الذي يهدف إلى خلق مجتمعات استهلاكية تتأثر نفسياً واجتماعياً وقيماً بمضامينها.

ولقد أعطت شبكة الانترنت بعداً آخر للاتصال، إذ نجد أن من أكبر مزاياها قدرتها على تحطيم الحواجز الفيزيقية، وكذا القضاء على الأحكام الاجتماعية المسبقة، فأصبح الاتصال من خلالها يتم عن طريق الذهن "حيث غالباً ما يعتبر مستعملو الكمبيوتر جهاز الكمبيوتر بأنه امتداد لعقولهم وشخصيتهم وفي الفضاء الإلكتروني يعكسون ويعبرون عن أدواقهم واتجاهاتهم واهتماماتهم، وبمفردات التحليل النفسي نقول أن أجهزة الكمبيوتر والفضاء الإلكتروني الواسع أصبحت نمطاً من الفضاء الانتقالي يمتد فيه عالم الفرد ونفسيته حيث تلقت في نفس بأخرى منفصلة عنها"<sup>2</sup>.

وهذا ما جعل البعض يتصور الانترنت الوسيلة التي تقودنا إلى "عصر ذهني" حيث "النظام الرقمي يحرر الأذهان، وبتيح لها أن تتعتق من الجسد لتبلغ مستوى متفراً من الإدراك"<sup>3</sup>.

ولقد أصبح مفهوم الانترنت في الدراسات المعلوماتية الجديدة، التي تبحث في خصوصيات الأثر الإلكتروني الرقمي من خلال تقنيات الانترنت على الأفراد المستخدمين تتبلور حول مفهوم الوسط الاتصالي الرقمي أي كوسيلة تفاعل اجتماعي، ولذلك فالانترنت بمفهومها التفاعلي تكون مفهوم "فضاء السابير"، وحتى نقرأ عن هذا الفضاء، فإن القراءة هي عن وسط الانترنت كأداة اتصال وتفاعل بشري (اجتماعي، سيكولوجي، سياسي، واقتصادي، وثقافي ....)<sup>4</sup>.

ومن خلال هذين المفهومين "الانترنت والفضاء السيبري" يتبلور مفهوم الاتصال عبر الكمبيوتر والانترنت.

### ج - الاتصال عبر الكمبيوتر والانترنت:

حتى نهاية الخمسينيات كانت النظرة إلى جهاز الكمبيوتر قاصرة على كونه وسيلة لمعالجة البيانات وتحليلها، ولم يكن مصنفاً على أنه وسيلة اتصال إلى أن تطورت بذور فكرة ربط أجهزة الكمبيوتر

<sup>1</sup> - نسيم ألخوري: الإعلام العربي وانهيار السلطات اللغوية، مركز الدراسات العربية، بيروت، ط 1، 2005، ص 386.

<sup>2</sup> - أحمد محمد صالح: سيكولوجية البريد الإلكتروني، كتاب العربي، العدد 55، الكويت، ط 1، 2004، ص 137 - 138.

<sup>3</sup> - Herbert.I.Schiller : Des prêtres branchés de l'ère numérique, Le monde diplomatique 1996, p6.

<sup>4</sup> - علي محمد رحومة، مرجع سابق، ص 243.

وتبادل المعلومات على يد مهندسين أمثال "فانيفار V.Bush" و "دوجلاس انجليات D.Engelbart" (الذي يغزى إليه اختراع الفأرة) كما استشرف عدد كبير من علماء النفس مثل "تايلور Taylor"، و"ليكليدر Licklider" استخدام أجهزة الكمبيوتر لأغراض الاتصال<sup>1</sup>.

وهذا ما يعني أن فكرة استخدام الكمبيوتر بوصفه وسيلة اتصال تطورت من خلال مهندسين وعلماء نفس، وليس من خلال علماء الاتصال، وبعد إنشاء شبكة "أريانات" عام 1969 بدأ مفهوم الاتصال عبر الكمبيوتر ينتشر على نطاق ضيق بين باحثي الاتصال.

**و الاتصال عن طريق الكمبيوتر والانترنت:** هو اتصال بين أطراف مجردة تنفقر إلى الوجود أو الكيان المحسوس أو الملموس، وينقصه الجانب الإنساني الذي يتوافر بدرجات مختلفة في الاعتماد على وسائل الاتصال الأخرى، فهو اتصال (لشخصاني<sup>(\*)</sup>) إلى حد كبير حتى في الحالات التي يتم فيها تبادل الرسائل والأفكار والآراء بين أطراف مجهولين بعضهم لبعض، وثمة محاولات كبيرة يبذلها المختصون في مجالات الذكاء الصناعي وعلم النفس المعرفي لإضفاء ذلك الجانب أو الطابع الشخصي على الكمبيوتر والانترنت حتى تبدو عمليات الاتصال المتبادل من خلالها أكثر إنسانية مما هي عليه الآن، ولكن الظاهر أن هذه المحاولات لم تحقق كل النجاح المنشود<sup>2</sup> على الأقل في الوقت الراهن.

أما "سبيرس" فيعرف الاتصال عبر الكمبيوتر (الانترنت): على أنه مصدر للسلطة على الصعيد المعلوماتي والاجتماعي معاً، ويرجع هذا الطرح إلى علاقة السلطة بالمعرفة حيث الحصول الأمثل على المعلومة يسمح بمعرفة أمثل للبيئة، والاتصال بالآخرين يسمح بتوسيع دائرة تأثير الفرد<sup>3</sup>.

**والاتصال عبر الانترنت:** هو أداة الربط الفكرية والذهنية أو المعنوية بين مستخدمين على شبكة الشبكات بمختلف تقنياتها وإمكاناتها، وهي الوسيلة الأكثر استعمالاً لتحقيق الأهداف المتعددة في شتى المجالات، فبدون اتصال لا يمكن للمستخدمين الاستفادة من خدمات الانترنت بمختلف أبعادها على

<sup>1</sup> - هشام محمود مصباح، مرجع سابق، ص 13-14.

(\*) لا شخصي أو لشخصاني: "يعتقد بونر" أن اللاشخصية والتخصص تعزلان الفرد عن أقرانه وتدعم لديه مشاعر عدم الأمان والعلاقات اللاشخصية هي العلاقات التي تخلو عادة من العواطف، فتتسم بالرسمية والصوربة، وتظهر خاصة داخل المنظمات الرسمية التي تخضع لقواعد تنظم علاقات الأفراد. لكن اللاشخصية في الانترنت تظهر بوجود العوائق المادية والفيزيقية، انظر: قاموس علم الاجتماع لدكتور محمد عاطف غيث مرجع سابق.

<sup>2</sup> - احمد أبو زيد: **تكنولوجيا الاتصال هل تدعم الغربية والانعزال؟**، كتاب العربي، المعرفة وصناعة المستقبل، العدد 61، الكويت ط1، 2005، ص160.

<sup>3</sup> - Guegen Nicolas et Tobin laurance: **Communication, Société, Internet** ,Édition hamarttan , paris.

1998, p35.

المستويين العلمي والاجتماعي معاً، فالثقافة الاتصالية الشبكية إنما تتأطر من خلال الاستخدامات الاتصالية بأنواعها، فيحدث التخاطب والتحاور عبر النصوص والأصوات والرموز والصور<sup>1</sup>.

ولكن هناك العديد من الباحثين من يرى بأن الانترنت ليست وسيلة اتصال، ولكن "الورد وايد وب" **www** أو ما يعرف باسم "الويب" **The web** هي وسيلة الاتصال، هذه الأخيرة التي تتميز بخصائص فريدة كوسيلة اتصالية وبيئية، فهي لا تشبه وسائل الاتصال التقليدية، لا من حيث الهيكل، ولا من حيث الأداء، "فالويب": هي بيئة افتراضية تجسد وضعاً تفاعلياً **Interactivity** ما بين الناس والحواسيب وعليه، فإن "الويب" ليست محاكاة لبيئة حقيقية بمعنى العالم الحقيقي الملموس، وإنما بمثابة بديل لبيئات العالم الحقيقي حيث يتعرض المستخدمون لتجربة الحضور عن بعد **Télépresence**: الإدراك بالحضور في بيئة توسطية **Mediated environment** وليس في العالم الحقيقي، وفي إطار هذه البيئة الافتراضية أيضاً، يتنافس سلوكان اثنان لجذب انتباه المستخدم<sup>2</sup>:

1- السلوك التجريبي **Experrimental behavior**: (مثل التجوال والتبحر في الشبكة **Nestsurfing**).

2- السلوك الموجه بالهدف **Goal-directed behaviour**: (مثل التسوق عبر الشبكة **Online shopping**) ، وهذا ما أدى بالبعض إلى اعتبار ذلك نوع من دمج "الكمبيوتر بالإنسان" أو "الإنسان المدمج بالكمبيوتر"، ويرتكز هذا المفهوم على فكرة تكوين بيئة صناعية إلكترونية تحيط بالإنسان في كل مكان، وتتداخل مع كل أنشطته ويتفاعل معها بذكاء، وهي بذلك نوع من الدمج بين الإنسان وأدواته.

ولكن هذا الدمج بين الإنسان والكمبيوتر بهذا الشكل قد ينطوي على مخاطر متعددة في جانبه السلبي، منها ما يتصل باحترام خصوصية الفرد وأسراره، ومنها ما يتصل بالتأثير على الفكر والسلوك، كذلك ما تنطوي عليه من إلحاق الضرر بالفرد أو الإيذاء العمدي له<sup>3</sup>، وعلى الرغم من هذا الربط المعنوي بين المستخدمين أو بين الإنسان والآلة، إلا أنه هناك مجموعة من العوائق في الاتصال عبر الكمبيوتر.

د- عوائق الاتصال عبر الانترنت:

وتمثل أساساً في غياب الحضور الاجتماعي: ويشير مفهوم الحضور الاجتماعي إلى وجود طرفي الاتصال المرسل والمتلقي في الحيز المكاني نفسه (اتصال مواجهي هو الأساس لقيام علاقات اجتماعية ممتدة وقوية).

1 - محمد علي رحومة، مرجع سابق، ص 170.

2 - بشير العلق، مرجع سابق، ص 259 .

3 - نبيل غزلان: سيناريوهات الأفق الرقمي، مجلة العربي، الكويت، العدد 524، يوليو 2002، ص 143.

وهذا ما يوحي أن لعامل القرب الفيزيائي (المادي)، أي التواجد المكاني أهمية قصوى فكلما كان الفرد قريباً من الفرد الذي يتواصل معه كان هناك احتمال كبير في نشوء علاقة اجتماعية، لكن في الانترنت القرب أو الجوار لا يأخذ معناه الجغرافي الذي يعتبر عنصراً أساسياً في تشكيل العلاقات الاجتماعية بل العلاقات في الانترنت تتشكل في فضاء افتراضي جديد أطلق على تسميته "المجتمع الافتراضي"، وهذا كله يطرح مشكل آخر يتعلق بالواقع، فهل الواقع الذي يعيشه المستخدمين أثناء الاتصال هو واقع واقعي أم واقع افتراضي تخيلي ينتهي بمجرد الخروج من الشبكة؟.

و"من المؤكد أن ثمة شيئاً مفقوداً عندما نستخدم الاتصال عبر الوسائط الاليكترونية، ومن أمثلة هذه الأشياء المفقودة التلميحات غير اللفظية، كتعبيرات الوجه وحركات الجسد، والإيماءات التي تساعدنا على فهم المعاني أكثر"<sup>1</sup>، "فرغم التقدم النسبي في تكنولوجيات الانترنت في نواحي الصوت والصورة فإنه مازالت الاتصالات التي تتم عبرها تعتمد بصورة مبدئية على النص المكتوب، فمثلاً سوء التفاهم الذي يحدث من خلال "الاتصال عبر الانترنت" ناتج عن غياب الإشارات الحسية الأخرى التي تدعم عمليات الاتصال في العالم الحقيقي، مثل الابتسامة وتقطيب الوجه، وغير ذلك من حركات اليدين، ونظرات العينين التي تدعم عمليات الاتصال في العالم الحقيقي الذي يعتمد على تنوع الإشارات في تفسير أجوبة شخص ما"<sup>2</sup>، وبالتالي يفقد الاتصال البشري أبعاده الاجتماعية والنفسية جراء تكنولوجيا الانترنت، ولكن رغم النقص في الملامح الظاهرية التي تساعد على الاتصال فقد ابتدع المستخدمون إشارات وعلامات تعبر عن الانفعالات والعواطف وأصبحوا يتعارفون عليها.

لهذا بالذات يذهب بعض الباحثين إلى القول بأن الإنسان رغم الانجازات التي حققها في ميدان الاتصال، إلا أنه أوقع نفسه من جراء تقنياته الاتصالية في ألاتصالية أو الصمت، وضمرت قدراته الكلامية، وبيس لسانه فبدت وسائل الاتصال جسور اتصال وحوار توصل في الوقت نفسه بين الناس وخصوصاً في مجتمعات الغرب المتقدمة، وهذا ما أدى بالباحثين إلى الاهتمام بدراسة الأبعاد الاجتماعية والنفسية لطبيعة الاتصال البشري من خلال الانترنت.

## 1. 2- الخصائص الإعلامية للانترنت .

- رواج الاستعمال: لقد انتشر استخدام الانترنت انتشاراً كبيراً واستطاعت هذه الوسيلة الإعلامية أن تحقق أعلى انتشار لم تحققه وسيلة إعلامية، حيث بلغ عدد روادها عام 2011 ما يقارب 4.700.00 تقريباً في العالم"، أما عدد مستخدمي شبكة الانترنت في الجزائر بلغ 4.700.000 مستخدم في 2011 كما ارتفع

<sup>1</sup> - شريف درويش اللبان: تكنولوجيا الاتصال: المخاطر والتحديات والتأثيرات الاجتماعية، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، ط 1، 2000، ص 194.

<sup>2</sup> - احمد محمد صالح: الحياة على شاشة الانترنت (الاكتئاب والعزلة الاجتماعية والفحش)، مجلة العربي، العدد 515، أكتوبر 2001، ص 174.



معدل استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، وتشير الإحصائيات<sup>1</sup> بداية في نهاية الربع الثالث من عام 2016 إلى وجود 1.79 مليار مستخدم فعال ومتفاعل شهرياً، وذلك بارتفاع نسبته 16 بالمائة عام 2015، أما في البلدان العربية فتشير الإحصاءات بداية 2017 إلى وجود ما يقارب 156 مليون مستخدم لشبكة الفيسبوك وحدها فقط بزيادة 41 مليون مستخدم مقارنة بعام 2016 الذي كان فيه إجمالي عدد المستخدمين في البلدان العربية 115 مليوناً، وقد احتلت الجزائر المرتبة الثالثة بأكثر من 16 مليون مستخدم 43 بالمائة من السكان في 2017<sup>2</sup>، وصولاً إلى 5 ملايين مستخدم في العالم في سنة 2018 و20 مليون مستخدم من الجزائريين في نفس السنة<sup>3</sup>، "فمن يطلع على الوضع الحالي يدرك حجم الاستعمال اليومي لهذه الشبكة، والضغط الهائل عليها، و يدعم ذلك بمجموعة من المسببات: أهمها قلة تكلفة الاستخدام، كذلك يدعمها سهولة الاستعمال إذ بمجرد إلمام بسيط بهذه التقنية يتمكن الفرد من زيارة معظم المواقع، كذلك لما تقدمه من خدمات مختلفة تعليمية، سياسية، اجتماعية، تجارية، ترفيهية وغيرها"<sup>4</sup>، ولقد برهن علماء مختصون على أن الأطفال بإمكانهم استخدام الانترنت في سن الثالثة، وفي سن الرابعة يمكنهم الولوج إلى الشبكة العنكبوتية، وهذا إذا تحدثنا عن الأطفال أما الشباب فحدث ولا حرج.

- **وسيلة متعددة الوسائط** : تعرف الملتيميديا بأنها إنتاج أو تقديم خدمة باستعمال لغة الإعلام الآلي أو "اللغة الرقمية" في تقديم المعلومات مستعملة بصفة منفردة: نصوص، صوت، صور متحركة وثابتة ورسومات وغيرها<sup>5</sup>، ويتميز الإنتاج في الملتيميديا بالافتراضية، كما أن المستعمل متحرك ويتمكن من الانتقال من موضع لآخر، وتتألف كلمة ملتيميديا من جزئين، الأول **Multi** أي متعددة، **Medias** و تشير إلى الوسائط المادية الحاملة للمعلومات كالورق، والأشرطة والأقراص السمعية البصرية الممغنطة وغيرها<sup>6</sup>.

و إن الانترنت تجمع بين أكثر من وسيلة في وقت واحد، فهي في اعتمادها على النصوص المكتوبة تشبه الوسائل المكتوبة كما أنها تسمح بالاتصال ذي اتجاهين مثل التلفون، كما أنها وسيلة

<sup>1</sup> - انظر الملاحق.

<sup>2</sup> - <https://weedoo.tech/2017> ، تاريخ التصفح يوم 03 مارس 2018م. على الساعة 11:00 صباحاً.

<sup>3</sup> - Source : internet world stats-[www.internetworldstats.com/stats1.htm](http://www.internetworldstats.com/stats1.htm)

<sup>4</sup> - أسامة احمد المناعسة وآخران: **جرائم الحاسب الآلي والانترنت، (دراسة تحليلية)**، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، ط 1 2001، ص64.

<sup>5</sup> - François Leslé et Nicolas Macarez : **Le multimédia** ,Edition que sais-je ,1ere édition paris ,1998 p3.

<sup>6</sup> - علاء عبد الرزاق السالمي : **تكنولوجيا المعلومات**، دار المنهاج، عمان، ط1، 2000، ص 411 .

سمعية - بصرية مثل التلفزيون، فالانترنت وسيلة تعتمد على الوسائل المتعددة، وبالتالي يجد مستخدم الانترنت نفسه أمام فضاء إعلامي جديد لم يكن متاحاً مع الوسائل التقليدية، فالصحافة الجماهيرية تقدم النصوص المكتوبة مرفقة بالصور الثابتة، والراديو يقدم الرسالة الصوتية، بينما يقدم التلفزيون الصور والأفلام ويجمع بين الصوت والصورة في نسيج واحد ويشكل منهم جميعاً رسالة إعلامية متعددة الوسائط وبالتالي فإن تأثيرها قد يكون أعمق من تأثير الوسائل التقليدية.

ومن ثمة تتضح أهمية الوسائط المتعددة في مجال عرض النصوص المدعمة بالمؤثرات الخاصة مما يزيد من قوة العرض ويوفر كثير من وقت المتلقي وبأقل تكلفة ممكنة.

- **النص الفائق: Hypertext الهيبيرتكست** "هو التعبير الوصفي لأحدث الكتابة الاليكترونية، وهو يشكل نصاً اليكترونياً يرتبط بنصوص أخرى عن طريق روابط داخل النص والكلمة **Hypertext** يمكن ترجمتها حرفياً بالنص الفائق، وهي ترجمة غير معبرة عن صفات الهيبيرتكست"<sup>1</sup>، ولهذا هناك من ترجم الكلمة بالنص المتشعب، "وهي عبارة عن برمجة تحيل القارئ أو المتصفح لمضمون الانترنت إلى نص آخر فإذا أراد المتصفح مزيداً من المعلومات بخصوص موضوع معين (شخصية، فكرة، مفهوم قضية..... الخ ) ، فما عليه سوى الضغط على إشارة الرابط (**Link**) ، وهي عادة ما تكون عبارة عن صورة" ليد" على كلمة أو جملة ملونة بلون مغاير، وهذه السمة لا تتيحها إطلاقاً وسائل الاتصال التقليدية وتخلق هذه النصوص الذكية متعة في القراءة وهذا نتيجة إتاحتها إمكانية اختيار الأخبار والمعلومات وتوسيع الأخبار والمعلومات إن أراد"<sup>2</sup>.

- **طابع الحرية:** تخضع الوسائل الإعلامية في العصر الحالي لسيطرة ونفوذ المؤسسات الكبرى التي تملك القوة والمال أو الحكومات، ولا يكاد يفلت من هذه السيطرة وهذا التحكم إلا الانترنت.

و إن هاجس الإعلام والصحافة منذ ظهورها هو حرية التعبير، وناضلت ولا تزال تناضل من أجل مساحة أكبر من الحرية، حتى يكون لها المجال الواسع للتعبير عن آراء المتلقي وحتى آرائها، أما الانترنت فبالرغم من عالميتها، وخط سيرها عبر الدول والقارات مستغلة الأثير والأقمار الصناعية فإنها لا تخضع لهيمنة أي هيئة أو مؤسسة حكومية أو غير حكومية، فلا توجد لها إدارة مركزية محددة، وعليه فإن مجموعة البيانات والمعلومات وسائر العمليات الأخرى تسرى من خلال خطوط الشبكة جميعها ويكفي لمن لديه حاسب آلي مزود ب" مودم" **Modem** ، وخط تليفون من الاشتراك في ذلك، أو أنك تملك هاتف ذكي بشريحة موصولة بالانترنت.

وهنا يمكن لنا أن نتحدث عن حرية الاستخدام، أما عن حرية التعبير فإن البعض يعتبرها الساحة الأخيرة للديمقراطية حيث لها "قدرة هائلة على تجاوز وتخطي الحدود الجغرافية والسياسية والاجتماعية

<sup>1</sup> - حنا جريس: **الهيبيرتكست عصر الكلمة الاليكترونية**، مجلة العربي، الكويت، العدد 527، أكتوبر، 2002، ص 145 .

<sup>2</sup> - محمد لعقاب: **الانترنت وثورة المعلومات**، دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، ط 1، 1999، ص 56-57.

والثقافية، كما أنها أداة للتعبير عن الرأي في حرية مطلقة عن طريق البريد الإلكتروني والمشاركة في الندوات الإلكترونية التي تعقد على شبكات الاتصالات الدولية، ولا تخضع للرقابة أو القيود ويتم فيها مناقشة كل المشكلات العامة، بما في ذلك الأوضاع والتنظيمات السياسية وأساليب وطرق الحكم وسياسات الدول المختلفة والقوانين والتشريعات<sup>1</sup>.

وبهذا تعتبر الانترنت فرصة هائلة للناس حول العالم للممارسة حرية الرأي والتعبير، ويبدو ذلك من خلال اختيار المستعمل المعلومات بحرية دون قيود وبطريقة ديمقراطية، وتسمح لمشاركتها بالتغلب على الرقابة التقليدية التي تفرضها بعض الحكومات، وتسمح لمنظمات المختلفة بأن تكون أكثر فعالية داخلياً، وتسمح بالشفافية في تبادل المعلومات، كما أن الانترنت نتيجة لحريتها المطلقة والكبيرة، أدت إلى فتح باب الحوار والاتصال الإنساني بين مختلف الثقافات والديانات.

وإذا أضفنا إلى ذلك إمكانية الإبحار عبر الانترنت المتاحة اليوم للشباب وغيرهم، بما يعطيهم القدرة على حلق صداقات مع شباب العالم كله لمناقشة مشاكلهم وأحوالهم اليومية، وتطلعاتهم المستقبلية بالإضافة إلى مناقشة الموضوعات السياسية الحالية دون خوف من السلطة الحاكمة كما كان يحدث في وسائل الإعلام التقليدية.

- **التفاعلية:** إن شبكة الانترنت هي الوسيلة الأسرع والأقل تكلفة للاتصال المباشر بالطرف الآخر - سواءً كان فراداً أو مؤسسة أو هيئة - أينما كان، وفي أي وقت، وباستخدام مختلف مهارات الاتصال البشري (الحديث، الكتابة، الرسم، الصورة، وغيرها )، وذلك يجعل الانترنت وسيلة فعالة لتحقيق المزيد من التواصل بين أفراد تفصلهم آلاف الكيلومترات في وقت قصير جداً، الأمر الذي يجعل هذه الشبكة - إن استخدمت بشكل جيد - أسلوب جديد لتحقيق المزيد من التواصل بين الأقارب والأصدقاء والزملاء.

وتلقب الانترنت بتقنية الاتصال التفاعلية، وتطلق هذه السمة على الدرجة التي يكون فيها للمشاركين في عملية الاتصال تأثير على أدوار الآخرين، وباستطاعتهم تبادلها ويطلق على ممارستهم الممارسة المتبادلة أو التفاعلية<sup>2</sup>، كما أن التفاعل في مجال الاتصالات يتيح قدراً أكبر من حرية التعبير لكل فرد، فلم يعد الأفراد مجرد متلقين سلبيين للرسائل ولكنهم يستطيعون التدخل فيها، و أن يصبحوا أنفسهم مصادر إرسالها الأصلية، وبعد أن كانت وسائل الإعلام تنشر رسائلها بين جمهور من المتلقين السلبيين، فقد ظهر بدلاً منها نظام الشبكات التي تربط بين جميع المستهلكين بشكل مباشر، بعيداً عن

<sup>1</sup> - احمد أبو زيد: الانترنت.. الساحة الأخيرة للديمقراطية الرقمية، كتاب العربي، المعرفة وصناعة المستقبل، العدد 61، 2005 ص106.

<sup>2</sup> - حسن عماد مكاوي، محمود علم الدين: تكنولوجيا المعلومات والاتصال، القاهرة، ط1، 2000، ص 314.

التسلسل الهرمي ليصبح كل منهم قادرا على الإرسال والاستقبال، والتفاعلية عبر شبكة الانترنت تنقسم إلى ثلاثة أشكال<sup>1</sup>:

أ- **التفاعلية الإرشادية: Navigational interactivity**، وهي التي ترشد المستخدم بالتوجيه

إلى الصفحة التالية، أو السابقة، أو العودة إلى الأعلى، أو إلى صفحة الاستقبال و غيرها.

ب- **التفاعلية الوظيفية: Functional interactivity**، وهي التي تتم عبر البريد المباشر، أو

الروابط، أو مجموعات الحوار **News Group**.

ج- **التفاعلية الكيفية: Adapted interactivity** ، وهي التي تمكن موقع من المواقع أن

يكيف نفسه مع سلوك المستخدمين أو الزائرين أو الزبائن بالنسبة للشركات والمؤسسات التي تقوم بالإعلان عبر الشبكة، وتمثل التفاعلية أهم المتغيرات الجديدة لوسائط الإعلام الكلاسيكية، والتي أعادت تشكيل العلاقة العمودية والأحادية واللامتكافئة التي كانت تحدد علاقات الباث والمتلقي، وهذا نظراً لما حققته الانترنت للمستخدم من تفاعل جدي مع الوسيلة، حتى بدأ الباحثون يتحدثون عن اندماج مرتقب بين الإنسان والآلة وهذا ما بدأ يظهر في الواقع الافتراضي التفاعلي.

- **الكونية**: توصف الانترنت على أنها الوسيلة الإعلامية الكونية السادسة، إذ تأتي بعد التلفزيون ويحلو للبعض استخدام مصطلح العالمية أو الدولية لأن "استخداماتها لا تقتصر على المجتمعات الصناعية المتقدمة فحسب بل تخترق كافة المجتمعات في نفس الوقت بالرغم من تفاوتها"<sup>2</sup>.

- **التزامنية واللاتزامنية**: وتعني التزامنية بالنسبة للانترنت أن المستخدم بإمكانه التعرض للمعلومات والأخبار في الوقت الحقيقي، أي في وقت النشر أو البث، "أما اللاتزامنية فتعني إمكانية إرسال الرسائل واستقبالها في وقت مناسب للفرد المستخدم، ولا تتطلب من كل المشاركين أن يستخدموا النظام في الوقت نفسه"<sup>3</sup>، وهذا بفضل ما أتاحتها الانترنت من أكثر من مستوى اتصالي للمستخدمين، فهناك الاتصال اللحظي الذي يوجد فيه المرسل والمتلقي بشكل متزامن كما يحدث في غرف المحادثة التفاعلية ويوفر هذا النمط اتصال فرد بمجموعة أو فرد بآخر بشكل متزامن، وهناك الاتصال من فرد إلى فرد بشكل غير متزامن من خلال البريد الإلكتروني، و اتصال فرد بجماعة أو جماعة بجماعة بشكل غير متزامن أيضاً من خلال جماعات الأخبار والقوائم البريدية.

- **توفير الجهد والوقت والمال** : يعد توفير الجهد والوقت المحصلة النهائية لكل الخصائص التي تتميز بها الانترنت، فكل ما يمكن عمله من خلال الانترنت من سهولة نقل المعلومات والثقافات

1 - محمد لعقاب، مرجع سابق، ص58.

2 - محمد الهاشم الهاشمي: **الإعلام الكوني وتكنولوجيا المستقبل**، دار المستقبل للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2001، ص 257.

3 - محمد لعقاب، مرجع سابق، ص 57.

والتواصل مع الآخرين والتعاملات التجارية والإدارية وغير ذلك، يساعد الفرد أو المؤسسات على توفير الكثير من الوقت والكثير من المال والمجهود.

- **توفير المعلومات بسهولة وسرعة:** هذه السهولة و السرعة في تبادل المعلومات ونقلها جعل للانترنت أهمية كبيرة في مختلف مجالات الحياة التعليمية منها، أو الاقتصادية، أو السياسية أو الإدارية أو الإعلامية، حيث تقوم الانترنت بنقل سريع وحيادي للمعلومات من مصادر عدة أياً كانت لغة أو حضارة هذه المعلومة، ومهما كان مجالها، أو مصدرها، أو لغتها.

وبصفة عامة فإن لشبكة الانترنت خصائص أساسية تميزها عن باقي وسائل الإعلام، ومنها نتجت كل ايجابيات الانترنت وسلبياتها، و هذه الخصائص هي<sup>1</sup>:

ا- **صعوبة السيطرة على الانترنت ومحتواها:** فالبرغم وجود بعض المنظمات لها بعض التأثير على الانترنت إلا أن شبكة الانترنت ليست خاضعة لأي جهة رسمية، ولا توجد منظمة أو هيئة معينة تديرها وليس هناك أي جهة تملكها. وبالرغم من أن هذا الأمر يتيح مساحة واسعة من الحرية على الانترنت سواءً في طرح المواضيع أو البحث عنها إلا أن ذلك أدى إلى ظهور عدد من المشاكل والسلبيات التي ارتبطت بالانترنت.

ب- **استخدامها غير محدد بوقت أو بمدة زمنية:** أي أن الفرد في أي مكان يمكنه استخدام الانترنت في الوقت الذي يريده ولمدة تطول أو تقصر وفقاً لرغبته، هذه الخاصية قد تكون أحد الأسباب المباشرة التي جعلت الانترنت تتفوق عن غيرها من وسائل الإعلام، حيث أصبح الفرد قادراً على زيارة مكتبة ما في أي وقت يشاء، كما يستطيع الاتصال بأي شخص والحديث معه مدة أطول وتكلفة أقل.

ج- **توفير الحاجات والرغبات المختلفة باختلاف الحضارات والثقافات والاقتصاديات:** فالانترنت ظهرت لتقدم لأفراد المجتمع فرصة لإشباع حاجاتهم ورغباتهم بشكل أكثر سهولة ومرونة وسرعة وتكلفة محدودة حيث يجد طالب العلم غايته في الشبكة، والباحث عن الحرية في مختلف مجالاتها سيجد الانترنت تمنحه فرص كبيرة لتحقيق ذلك، ومن يسعى لنشر فكرة معينة أو اتجاه ديني يجد أن الانترنت من أفضل الوسائل المحققة لهذا الهدف.

### 1. 3- وظائف الانترنت.

إن الانترنت كغيرها من وسائل الإعلام والاتصال التقليدية والحديثة، تقدم مجموعة من الوظائف لمستخدميها، والتي تحقق بدورها مجموعة من التأثيرات المتنوعة، سواءً على مستوى الفرد، أو الجماعة أو المجتمع، وهذه الوظائف نلخصها فيما يلي:

- **الوظيفة الاتصالية:** وفيما يتعلق بوظيفتها الاتصالية فإن الشبكة تقدم خدماتها الشهيرة في هذا المجال فهي تمكن مستخدميها من الاتصال ببعضهم البعض بفضل خدمات الدردشة، وخدمات الفيديو

<sup>1</sup> -ناصر صالح الصرامي: الانترنت نحو فهم مجتمعنا العالمي الجديد، شركة مطابع اليمامة، الرياض، ط1، 1999، ص58.

فتمكنهم من تبادل الآراء والتجارب، وتمكنهم أيضاً من خلق فرق النقاش وتبادل البريد الإلكتروني<sup>1</sup>. وبمواقع التواصل الاجتماعي، وبالبريد الإلكتروني يمكن مراسلة أي شخص في العالم، ويتميز بخاصتين مهمتين: السرعة وانعدام التكلفة لأن قيمة الاشتراك في الانترنت مدفوعة، وربما هناك خاصية ثالثة وهي ضمان وصول الرسالة حيث أن الرسالة ترجع لمرسلها إذا كان العنوان خاطئاً، لذا تستفيد منه الشركات والمؤسسات في مراسلاتهم الذين يستخدمونها مثلاً للاتصال بعائلاتهم حول العالم وأصدقائهم وأبنائهم المغتربين، وأيضاً لمراسلة الجامعات في الخارج والانضمام إلى القوائم البريدية للحصول على المعلومات والمنتجات وغيرها<sup>2</sup>.

وهي في هذا الشأن تعد من أفضل الوسائل الاتصالية، لأن الشبكة توفر لمستخدميها مستويات اتصالية فريدة فهناك الاتصال اللحظي المتمثل في المحادثة التفاعلية والاتصال المتزامن أو غير المتزامن من فرد إلى آخر من خلال البريد الإلكتروني، بالإضافة إلى اتصال فرد بجماعة أو جماعة بجماعة بشكل غير متزامن مثلما يحدث في جماعات الأخبار والقوائم البريدية.

- **الوظيفة الترفيهية:** إن وظيفة الترفيه أساسية لتحقيق بعض الاشباع النفسية والاجتماعية ولإزالة التوتر الإنساني على مستوى الأفراد والجماعات في أي مجتمع كان<sup>3</sup>، وكغيرها من وسائل الإعلام التقليدية، فإن الانترنت قد خصصت حيزاً كبيراً من مواقعها التي تشهد ازدياداً مطرداً، للترفيه والتسلية بطرق وأساليب متنوعة.

ومن بين أشكال الترفيه التي توفرها الشبكة ما يعرف بـ "الواقع الخائلي" أو "التخلي" والافتراضي "Virtual Reality"، وهذا يتحقق بميزة الوسائط المتعددة **Multimedia** ففي الشبكة توجد متاحف ومعارض افتراضية **Virtuality Museums**، يمكن لمستخدم الانترنت أن يزورها<sup>4</sup>، بهدف التسلية والترفيه أو الإطلاع على معروضاتها واستعراض تاريخها<sup>5</sup>، وهناك أيضاً مجال كبير لتقدم كبير في تكنولوجيا الواقع الافتراضي الذي يحاول إعادة خلق عوالم غير موجودة بما يساعد على التدريب عن طريق المحاكاة<sup>6</sup>، كما يمكن للواقع الافتراضي أن يستخدم في مجال الطب حيث يمكن المرضى من تخفيف آلامهم أو التغلب على زهابهم بالانهماك في عوالم يولدها الحاسوب، لهذا فإن المعالجة عبر

1 - محمد لعقاب، مرجع سابق، ص 44.

2 - حسين عبد الجبار: اتجاهات الإعلام الحديث والمعاصر، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ط1، 2009، ص 84-85.

3 - صالح خليل أبو الأصبع، مرجع سابق، ص 107.

4 - محمد لعقاب، مرجع سابق، ص 45.

5 - عبد الملك ردمان الدناني: الوظيفة الإعلامية للشبكة الانترنت، دار الراتب الجامعية، بيروت، لبنان، ط1، 2000، ص 117

6 - نبيل غزلان، مرجع سابق، ص 143.

التعرض لبرامج الواقع الافتراضي تساعد الناس على تغيير طريقة تفكيرهم وتصرفاتهم وتفسيراتهم للمعلومات<sup>1</sup>.

و ضمن وظيفة الانترنت الترفيهية يوجد ما يعرف بالسياحة الافتراضية التي تسمح لمستخدم الانترنت بزيارة مناطق سياحية عن بعد، أو الإطلاع على أدلة السياحة (مدن، فنادق، مطاعم.....) تعرضها العديد من المؤسسات، وهذا بالإضافة إلى الألعاب الاليكترونية التي تتوافر عليها الشبكة مستفيدة من خصائص الانترنت كالتفاعلية، فيمكن لعب الشطرنج مع شخص آخر في مكان آخر من هذا العالم الفسيح عبر شبكة الانترنت، وكل هذا من شأنه إعطاء مزيد من الدفع للإنتاجية وتنشيط الابتكار والإبداع وتنمية الخدمات وتطوير التشغيل علاوة على تحسين البرامج الترفيهية التي ستزداد رفعة بصور الواقع الافتراضي<sup>2</sup>.

لهذا يرى بعض الباحثين أن الوظائف التي ستزدهر بوجود الانترنت هي الوظائف الإبداعية والترفيهية مثل الكتابة والتمثيل نتيجة ازدياد وقت الفراغ عند جيل الشباب الذي يعاني بطالة كبيرة خاصة في الدول النامية مثل الجزائر، خاصة في الوقت الذي أصبح فيه الترفيه من الضروريات الحيوية التي تساعد على بناء شخصية وتقدم الإنسان المعاصر، وهذا لكون الإنسان بحاجة إلى الانتعاش والتسلية والترفيه من خلال البرامج الترفيهية التي تقدمها الوسائل الإعلامية بصفة عامة والانترنت بصفة خاصة وهذا لكي تجدد نشاطه وتبعث فيه المرح والاسترخاء.

- **الوظيفة التثقيفية:** "إن وسائل الاتصال تقوم ببيت الأفكار والمعلومات والقيم التي تحافظ على ثقافة المجتمع، وتساعد على تطبيع أفرادهم وتنشئتهم على المبادئ القويمة التي تسود في المجتمع"<sup>3</sup>، وقد ساعدها على ذلك "عدم خضوعها (أي الانترنت) لسيطرة جهة معينة، وكونها مساحة مفتوحة للجميع يجعل الانترنت وسيلة فعالة لانتشار الثقافات، وذلك من خلال التواصل بين الأفراد داخل المجتمع الواحد أو مجتمعات ذات ثقافات وانتماءات مختلفة"<sup>4</sup>، وعن طريق الاتصال بين الأفراد والمؤسسات والهيئات من خلال الانترنت يتم تبادل المعلومات والأفكار والثقافات، هذا الأمر الذي جعل الانترنت من أفضل الوسائل التي يمكن استغلالها في نشر الفكر والثقافة والعلم، وذلك من خلال العمل على الاستفادة من

<sup>1</sup> - هوفمان : **المعالجة بالواقع الافتراضي**، مجلة العلوم، مؤسسة الكويت للتقدم العلمي، المجلد 20، العددان 9/8، أغسطس /ديسمبر 2004، ص 50 .

<sup>2</sup> - مصطفى مصمودي: **المجموعة العربية والطريق السريع للمعلومات**، مجلة العربي، العدد 440، يوليو 1995، ص32.

<sup>3</sup> - عبد الله بوجلال: **الدور الوظيفي لوسائل الإعلام "في عالم الاتصال"**، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1994، ص13.

<sup>4</sup> - إلهام بنت فريح بن سعيد العويضي: **أثر استخدام الانترنت على العلاقات الأسرية بين أفراد الأسرة السعودية في محافظة جدة**، رسالة ماجستير (منشورة) في الاقتصاد المنزلي، كلية التربية للاقتصاد المنزلي والتربية الفنية، 2004، ص65.

الخبرات والطاقات الإسلامية لتحقيق عمل أجدى وجهد أنفع في سبيل خدمة العلم والأخلاق الإسلامية الفاضلة، وخدمة الثقافة النافعة والفكر الصحيح وبناء الحضارة ونشر الإسلام<sup>1</sup>. وتتجلى الوظيفة التثقيفية في الانترنت في تبادل المعلومات عن طريق الحواسيب أو من خلال الشبكة التي أدت إلى فتح باب الحوار والاتصال الإنساني بين البشر من مختلف الثقافات، بالإضافة إلى سيل المعلومات المتدفق، والذي سيؤدي إلى نوع من الشفافية على مستوى العالم لم يشهده من قبل. كما يمكن للتثقيف أن يتجلى في العدد الهائل من الموسوعات والكتب والمقالات القابلة للتحميل "Téléchargement" من قبل المستخدم الذي يستفيد منها على المستوى العلمي والتثقيفي على حد سواء، ولكن هناك من الباحثين من يري عكس ذلك، إذ يرون أن الانترنت لا تقوم بالتثقيف، وإنما تقوم بالغزو الثقافي، خاصة أن أغلبية محتوياتها باللغة الانجليزية، والتي لا تتطابق في غالب الأحيان مع مبادئ وقيم المجتمعات الإسلامية.

وبهذا تُشكل شبكات المعلومات سلاحاً بالنسبة للدين يحسنون استعمال خدماتها بذكاء حيث أن الشعوب القوية تتقارب ثقافتها، على عكس المجتمعات الضعيفة التي تزداد ضعفا بفضل الثقافة الخارجية المفروضة عليها بقوة، لأن التكنولوجيا الحديثة في مجتمعاتنا لازالت مستوردة بالكامل، و أنها تحمل معها بالضرورة بذور وجينات الثقافات الأجنبية وبالتالي فهي حين نستوردها، تؤثر حتماً على الثقافات الوطنية بطريقة مباشرة أو غير مباشرة.

فالانترنت بهذا الشكل تصبح بيئة ثقافية تلعب فيها اللغة دوراً كبيراً ومهماً، حيث أن قضية اختيار واستخدام اللغة هي قضية ثقافية رئيسية في أي سياسة للاتصال، نظراً للمكانة البارزة التي تحتلها اللغة باعتبارها التعبير الأولي والعالمي للحضارة، " فالنكتولوجيا من حيث هي بناء متكامل تبقي تعكس لإطار الاجتماعي والثقافي والحضاري التي أنشأت في ظله، وهذا ما يجب أن تأخذ المجتمعات النامية بعين الاعتبار"<sup>2</sup>.

كما تقوم الانترنت على التقريب بقدر الإمكان بين الثقافات المختلفة، وتساعد بالتالي على نشر روح الاحترام والتسامح من خلال التعرف على تلك الثقافات المغايرة، و إن كان هذا لا يخلو من شبهة وخطورة احتمال اندثار بعض الثقافات الوطنية، وتمهيد الساحة لهيمنة الثقافات التي تتمتع بقدرة هائلة على الانتشار والتأثير، بفضل ما يساندها من تقدم علمي وتكنولوجي ومادي تفنقر إليه غالبية دول العالم، ويتجلى ذلك في حضورها القوي والتميز على الشبكة العنكبوتية، والتكنولوجيا على أي حال يمكن أن

<sup>1</sup> - محمد توفيق البوطي: الانترنت من وجهة نظر إسلامية، مجلة المجمع الفقهي الإسلامي، السنة الثامنة، العدد 1996، 10، ص 285.

<sup>2</sup> - شبون ماكبرايد وآخرون: أصوات متعددة وعالم واحد: الاتصال والمجتمع اليوم وغدا، الشركة الوطنية للنشر والتوزيع، الجزائر، 1981، ص 154.



تفرقنا وتهددنا أحياناً، غير أنها يمكن أن توحدنا أيضاً، وتشجعنا على فهم وقبول الخلافات بيننا، وهذا يكون عن طريق حوار الثقافات والأديان التي أصبحت الشبكة ميدانه الرئيسي.

و هذا بالإضافة إلى كون " الويب " يفتح أفاقاً جديدة، كانت إلى فترة قريبة محدودة جداً تتمثل في تمكين الأفراد من الالتقاء حول قضايا مشتركة، فقد يتعلق الأمر بتقاسم اهتمامات ثقافية، أو موسيقية، أو رياضية أو سياسية، حيث أن "الويب" بهذا الشكل يعمل على توسيع فضاء المرجعيات الثقافية المتقاسمة وربط أفراد وجماعات ما كان لهم أن يلتقوا ويتحاوروا ويتفاعلوا لولا وجوده، وهو بذلك يساعد على إعادة صياغة الثقافة وتحديد مدلولاتها بما يتلاءم مع طبيعة الفضاء الافتراضي.

وإذا تحدثنا عن الطلبة فقد أصبحت الانترنت للتعرف على ثقافات الأخرى، و مصدراً للتثقيف العام بما يتلقاه الطلبة من رسائل متعددة المصادر سواءً بالبريد الإلكتروني أو مواقع التواصل الاجتماعي، فبين مقالة ورسالة وحكمة وموقع وخبر ومعلومة صحية أو اجتماعية أو سياسية أو اقتصادية أو تربوية أو غيرها تتواصل الرسائل الإلكترونية تتدفق مقدمة خدمة تثقيفية واسعة على الرغم من الآثار السلبية التي يمكن أن تخلقها بعض الرسائل التي تصل على البريد الإلكتروني أو مواقع التواصل الاجتماعي كالرسائل الإعلانية أو الرسائل الخادعة باسم الكسب السريع أو الثراء المالي أو الشفاء من الأمراض المستعصية أو الرسائل غير الأخلاقية أو الإخبار الكاذبة أو الإشاعات أو غيرها من الطرق السيئة لاستخدام هذه الوسيلة الحديثة.

- **الوظيفة الإخبارية والإعلامية:** يمكن الإطلاع على الأخبار بأنواعها حول العالم عن طريق مواقع وكالات الأنباء والمواقع الإخبارية التي تقوم بنشر الأخبار أول بأول ، فعموماً يمكننا وصف الانترنت بأنها فضاء اتصالي تتعايش فيه وسائل إعلامية مختلفة إذ بإمكان المستمع الإطلاع على صحيفة أو مجلة عن طريق الشبكة(المواقع في تزايد مستمر) أو الاستماع إلى الراديو أو مشاهدة تليفزيونية بدون الالتجاء إلى وسائل الالتقاط التقليدية أو الفضائية باعتبارها وسيط تقني لها خصوصياتها تتشكل داخلها المضامين بطريقة معينة.

والانترنت وسيط إعلامي كسر الحواجز بين المرسل والمستقبل، "وتتيح الانترنت الفرصة لمناقشة ونقد ما تقدمه المصادر العديدة والرد عليها، وتبادل الآراء والأفكار حولها، مما يعني أن الإعلام الجديد لم يعد أحادي التوجيه، وإنما أصبح مفتوحاً للمناقشة والتوجيه من كل الأطراف المعنية، حتى وإن لم تنتسب إلى الصناعة الإعلامية"<sup>1</sup>، وهذا بفضل الخاصية التفاعلية التي جعلت الانترنت الجمهور يبعد عن نفسه صفة المتلقي السلبي التي عرف بها في وسائل الإعلام التقليدية ليصبح اليوم في موقع المستخدم الايجابي الذي يناقش كل القضايا المطروحة في مواقع الانترنت.

<sup>1</sup> - احمد أبو زيد: **التكنولوجيا الرقمية والإعلام الجديد**، مجلة العربي، العدد577، الكويت، ديسمبر 2006، ص 142.

- **الوظيفة الإعلانية:** كان من أبرز نتائج الثورة المعلوماتية الهائلة دخول الانترنت إلى عالمنا من أوسع أبوابه حيث "تنامى دورها وتعاضمت أهميتها كوسيلة اتصال تفاعلية مبتكرة ليست فقط بالنسبة للأفراد، وإنما أيضاً للشركات والمؤسسات على اختلاف أنواعها والحكومات وغيرها من الجهات المعنية بالاتصال والتواصل المعلوماتي والمعرفي عبر هذه التقنية الراقية"<sup>1</sup>.

و الإعلان يعتبر من الوظائف الأساسية للاتصال في المجتمعات الحديثة، و هو الوسيلة الحديثة لترويج السلعة التي عرفت أشكالاً مختلفة منذ كانت التجارة والمقايضة، ولقد أضحت الانترنت اليوم فضاءً جديداً للإعلانات، في خطوة أخرى لخطف الأضواء من وسائل الإعلام التقليدية، وإذا كان الإعلان كوسيلة لنقل الأفكار والمعلومات إلى الناس بهدف تغيير آرائهم أو تعزيزها قديماً قدم الوجود الإنساني فإنه ليس من المستغرب إطلاقاً أن نجد شبكة الويب **www** تعج بالإعلانات على اختلاف أنواعها فالإمكانات التي يوفرها هذا الجهاز للمعلنين بشكل خاص تجعله من أكثر وسائل الترويج جاذبية وحضوراً خاصة إذا ما أحسن استخدامه وعرفت أسرار وآلياته.

فإعلان الانترنت يختلف عن الإعلان التقليدي، و إن كان جوهر وهدف الإعلان واحداً، وهو التأثير في المتلقين في محاولة لإقناعهم باتخاذ قرار أو إجراء معين (مثل شراء سلعة أو الانتفاع من خدمة.... الخ)، والإعلان في الانترنت ذو طبيعة متميزة من حيث ظهوره، وكيفية وصوله للمستخدم فيمكن أن يقابل المستخدم إعلانات في مواقع يقوم بزيارتها على الويب **Web**، كما يمكن أن يجدها ضمن رسائله البريدية أو حسابه في مواقع التواصل الاجتماعي، والميزة الأهم التي توفرها الانترنت للمعلن هي إمكانية تعديل إعلانه يومياً بما يتلاءم مع إنزال منتجات جديدة أو مع تبدل في الأسعار.

وإضافة إلى ذلك فإن الطبيعة التفاعلية للانترنت تظهر جلياً في الإعلان، بحيث أن الإعلان على شبكة الانترنت يتيح القيام باتصالات تفاعلية مع المشتركين على الشبكة، ومن المؤكد والطبيعي أن تكون الانترنت، إلا وسيلة إبداعية مبتكرة تحتضن وتوفر أفكاراً ومنتجات وأداء وإمكانيات اتصال مبتكرة وإبداعية هي الأخرى ترقى إلى مستوى القائمين عليها والمتعاملين معها والحريصين على تطويرها، لكن الانترنت كوسيلة اتصال وتواصل لا يمكن أن تكون تقليدية لأن لها خصوصيتها وآلياتها وفلسفتها التي تتسجم مع أولئك الذين يلجؤون إليها طلباً للعون والمساعدة أو اللهو والتمتع.

كما أن الإعلانات تتنوع و تتعدد بتعدد الهويات والميول والرغبات المهنية والدراسية، وغيرها من الإصدارات الجديدة في الميادين الاقتصادية والثقافية والعلمية، هذا كله يوجد في متناول من يستخدم شبكة الانترنت، ولكن الشيء المقلق هنا هو أن هذه الإعلانات مغايرة للثقافة العربية ولقواعد السلوك والأخلاق السائدة في المجتمع.

<sup>1</sup> - بشير العلق، مرجع سابق، ص 182 .

- **وظيفة تكوين الآراء والاتجاهات والقيم:** من الوظائف العامة والرئيسية التي تؤديها وسائل الاتصال الجماهيرية وظيفة تكوين الآراء والاتجاهات لدى الأفراد والجماعات والشعوب، إذ لها دورها العام في تكوين الرأي العام، وإذا كانت هذه الوظيفة لا يمكن عزلها عن بعض الوظائف الأخرى مثل وظيفة الإخبار والإعلام، إلا أنها تمتاز بخصوصية تكمن في الهدف من هذه الوظيفة والتي تُعني بتشكيل الآراء والاتجاهات والقيم لدى الجمهور.

- **الوظيفة العلمية والتعليمية:** أما في مجال العلم والبحث العلمي فإن الانترنت تشكل مصدراً للمعلومات والكتب والأبحاث في مختلف التخصصات، والتي تساعد طلبة العلم والباحثين في مختلف المراحل التعليمية، حيث تضع موارد معظم المكتبات تحت تصرف المستخدمين، وهذا بالإضافة إلى إمكانية استخدام الحاسب الآلي والانترنت في التعليم داخل الأقسام التعليمية أو خارجها، فعلى سبيل المثال يمكن للأستاذ والطالب استخدام الانترنت لتحقيق بعض الأمور كآتي<sup>1</sup>:

✓ الاتصال بطلاب وأساتذة من دول أخرى للاستفادة من تجاربهم وخبراتهم في تعليم وتعلم المواد الدراسية

✓ الحصول على برامج تعليمية متخصصة ومتنوعة.

✓ الاشتراك في دوريات اليكترونية في مجال التخصص.

✓ استخدام البريد الإلكتروني في كتابة الأبحاث والرسائل والمقالات وتبادلها مع أفراد لهم نفس اهتمامات وعمل مؤتمرات عن بعد وذلك بتكلفة بسيطة تعادل كلفة مكالمة الهاتف المحلية.

✓ يمكن للأساتذة والطلاب إنشاء مواقع خاصة بهم على شبكة الانترنت.

بمعنى آخر فإن الانترنت تمكن الباحثين والطلاب من "الإطلاع على مستجدات الأبحاث والمعلومات التي تهتم الباحث في تخصصه من المواقع والنشرات والدوريات، أيضاً يمكن البحث عن المراجع من الكتب والأبحاث عن طريق المكتبات الإلكترونية، مثل مكتبة الكونجرس الأمريكي والمراكز العالمية للدراسات والبحوث، ولذا نرى أن المكتبات تحرص على إدخال خدمة الانترنت للاستفادة منها في هذه الناحية"<sup>2</sup>.

فعلى سبيل المثال لا الحصر فالبريد الإلكتروني مثلاً قد أحدث ثورة في العملية التعليمية، فقد أصبح وسيطاً بين الأساتذة والطلبة حيث يمكن التواصل بينهم لإرسال البحوث أو التكاليفات أو تقديم أسئلة وتلقي الردود عليها، أو حتى لاستخدام البريد الإلكتروني أو شبكة الانترنت بصفة عامة للتواصل بين المجموعات خلال الدروس الإلكترونية، كما أن الانترنت يسرت للطلبة التسجيلات الجامعية في المساقات الدراسية أو تغييرها، أو تقديم امتحانات غير مباشرة، وتلقي نتائج الامتحانات في مواقع

<sup>1</sup> - الهام بنت فريخ بن سعيد العويضي، مرجع سابق، ص65.

<sup>2</sup> - حسين عبد الجبار، مرجع سابق، ص85.

الجامعات أو غيرها من أشكال التواصل غير المباشر، وإذا كان هذا شأن الطلبة فإن أعضاء هيئة التدريس أكثر استفادة، وذلك في تواصلهم مع طلابهم أو مع الإدارات المختلفة في المؤسسة الجامعية أو التواصل مع زملائهم في الجامعات والمعاهد والمؤسسات المختلفة سواء داخلياً أو خارجياً.

كما أن تطور الانترنت أدى بنا إلى الحديث عن الجامعة الافتراضية، وهو صورة من صور الحديث عن التعليم عن بعد، فقد طورت الانترنت في الجامعات، ومن البديهي أن تكون الجامعة المستفيد الأول من التطورات العديدة التي شهدتها التكنولوجيا، بهدف تطوير أداء الجامعة، وإتاحتها فرص أوسع للراغبين في مواصلة دراستهم عن بعد أو الإطلاع على آخر ما توصل إليه العلم الحديث في مختلف المجالات.

و من خلال التعليم عن بعد أصبح بمقدرة الشخص التعلم دون أن يكون دائم في الجامعة، فقد أصبح بإمكانه الاتصال بالجامعة وإجراء الامتحانات من خلال شبكة الانترنت<sup>1</sup>.

- **الوظيفة الدعائية:** الدعاية والمغالطات أمور حاضرة في صفحات الويب، ومواقع التواصل الاجتماعي المختلفة، فكثرة المعلومات والسهولة التي يستطيع بها أي شخص أن يضع معلومة في متناول الجميع تطرح بعض التجاوزات، يمكن أن تكون ببث معلومات ناقصة، أو خاطئة أو تم إنتاجها بطريقة غير قانونية وصولاً إلى الدعاية أو تشويه الحقائق<sup>2</sup>، وهذا ما يجعل كثير من مستخدمي الانترنت لا يثقون في محتوياتها، رغم أن الدعاية موجودة في جميع وسائل الإعلام التقليدية منها والحديثة .

- **الوظيفة التسويقية والتجارية:** أصبحت الانترنت فضاءً تسويقياً كبيراً، تباع فيه مختلف المنتجات حتى قبل أن تنزل إلى السوق التقليدية، فالكتب أصبحت اليوم تباع بملايين النسخ قبل أن تنزل إلى الأسواق العالمية، وغيرها من المنتجات الصناعية تأسس لسوق رائجة في الشبكة العالمية، وهذه الخدمة عبر الانترنت سمحت بتوفير الوقت وسرعت في الحصول على المنتجات<sup>3</sup>. إضافة إلى أنها تسمح بإبرام العقود بين الشركات والمصالح التجارية ورجال الأعمال وصولاً إلى عقد الصفقات وانجازها عن بعد .. وغير ذلك من المعلومات الجارية<sup>4</sup>.

- **الوظيفة التواصلية و الحوارية:** إن عملية التحوار والتواصل عبر الانترنت لم تعد تقتصر على الدردشة بل تطورت لتصبح عبر مواقع التواصل الاجتماعي، و هذه المواقع أصبحت من الأساليب الهامة في التواصل بين العاملين في المؤسسات الاقتصادية ومراكز البحث، وبين الطلبة في الجامعات، وبين الناس بمختلف مسوياتهم وثقافتهم، وهي عملية أنتجت نوعاً جديداً من العلاقات الاجتماعية.

1 - وائل أبو مغلي وآخرون، مرجع سابق، ص122.

2 - عبد الملك ردمان، مرجع سابق، ص117.

3 - وائل أبو مغلي وآخرون، مرجع سابق، ص121.

4 - عبد الملك ردمان الدناني، مرجع سابق، ص117.

كما أن دومنيك وولتن **Wolton Dominique** صنف وظائف الانترنت التي يعتبرها نظاماً للإعلام وليست وسيلة إعلام إلى فئتين<sup>1</sup> :

✓ **معلومات وفيرة من كل نوع ولكل مجال:** معلومات خدمتية، مالية، صناعية، مهنية، علمية فالانترنت هي "مملكة المعلومات وجنة التفاعل"، ولا مجال لمقارنة هذه المعلومات بالمعلومات المنبثة من طرف الوسائل التقليدية.

✓ **الانترنت هي "مملكة للتعبير":** من خلال المنتديات التي تنمو وتختفي حسب رغبات المستخدمين.. وذلك بدون أي قوانين، فحرية التعبير هي أكبر بكثير منها في الراديو والتلفزيون. و نجد أيضا منطقاً أكثر كلاسيكية للاتصال من وسائل الإعلام الأخرى.

وهذه الوظائف الثلاثة تتعايش معا باختلاف نسبها على الانترنت، وتجرى كلها في نفس الاتجاه، و إن الفئة الأولى من الوظائف والمتمثلة في توفير المعلومات تتعلق في غالبها بخدمة النسيج العالمي الواسع أو **مواقع الويب WWW** التي تتمركز حولها معظم الرهانات، والمعلومات هنا تندرج ضمن أربعة أصناف من التطبيقات :

✓ **التطبيقات ذات الطابع أخدماتي:** وتتضمن استعمالات عن كل المجالات، كالمبادلات التجارية الحجز في وسائل النقل، الإعلانات (عن المعارض والسينما)، النشرات الجوية، البورصة محركات البحث،... الخ.

✓ **تطبيقات ذات طابع الألعاب:** ومنها الألعاب التفاعلية عبر الشبكة، ألعاب الفيديو... الخ.

✓ **تطبيقات متعلقة بمعلومات الأحداث (الأخبار):** سواء الأخبار العامة الصادرة عن الوكالات والصحف أو المتخصصة الصادرة من الأوساط السوسيو-ثقافية.

✓ **التطبيقات المتعلقة بمعلومات العلوم والمعارف والتكنولوجيا:** وهي المعلومات التي أصبحت متوفرة في بنوك المعطيات، ويكون الوصول إليها سواءً مجاناً أو عن طريق الاشتراك، وهذا النوع من المعلومات ناجم عن التراكم والتخصص المعرفيين، كما أصبحت المعارف المرتبطة بأحدث المستجدات في عالم الكمبيوتر والانترنت تستهوي شريحة كبيرة من الأفراد، وخاصة الشباب منهم.

و إن الحاجات المتعلقة بشبكة الانترنت والمتمثلة في المعلومات خاصة تنشأ ويزداد ظهورها مع الاستعمال وتطور هذه الحاجات لا يلبث في استقراره لأنه يتوازي مع التطور السوسيو-ثقافي، كما يلجأ الشباب إلى الانترنت للبحث عن معلومات كانت غائبة عنهم، ولا يستطيعون الاستفسار عنها أو إيجادها في الأسرة أو المدرسة سواءً لعدم توفرها أو لخصوصيتها أو حساسيتها.

<sup>1</sup>-Wolton Dominique, op Cité, p100.

وفضلاً على وظيفة توفير المعلومات فشبكة الانترنت تثنم الحرية الفردية في وقت قلت فيه أروضيات المغامرة والهروب<sup>1</sup>.

كما أنها تستجيب إلى الحاجة إلى الفعل والاستقلالية والخدمة الذاتية والقدرة على الإبداع والشعور بالمساواة (زوال السلطة الهرمية )، كما أنها تعبر على العصرية والتميز بالنسبة للشباب في عهد من سبقوهم الذين عايشوا انتشار التلفزيون والراديو وغيرها.

والانترنت كذلك قد" تساهم في تقوية الوعي بالقضايا الاجتماعية فقد ترفع من **الإحساس بالانتماء والإحساس بقضايا الداخل**، والمشاركة السياسية الفعالة، وهو ما برز في مسميات كثيرة مثل الديمقراطية الاليكترونية<sup>2</sup>، ويظهر هذا أثناء استخدام الانترنت لمتابعة الأخبار السياسية والدخول لمننديات الدردشة السياسية، وكذا المساهمة في مواقع التواصل الاجتماعي من خلال مناقشة قضايا دولية ووطنية تهم الشباب وتعزز قيمة الانتماء وحب الوطن لديهم.

ومن وظائف مواقعها المختلفة، ومن منظور إعلامي اتصالي قيمي<sup>3</sup>:

- ✓ الارتقاء بالمضمون إلى مستوى القيمة.
- ✓ مراقبة البيئة الاجتماعية وتوفير المعلومات وفق خصوصيات النسق المجتمعي.
- ✓ تفعيل عملية التنشئة الاجتماعية مما يخلق الترابط والتماسك بين أفراد المجتمع.
- ✓ تفعيل بنية الحقل التعليمي تربوياً وأخلاقياً، وتوفير فرص تعليمية وأساليب منهجية معرفية بين مختلف المؤسسات التعليمية.
- ✓ تأصيل القيم والتقاليد كوظيفة أساسية وضرورية وذلك للحفاظ على التراث الثقافي للمجتمع.
- ✓ التأكيد على المعايير الاجتماعية.

وفي الحقيقية كل الوظائف السابقة الذكر تؤدي إلى وظيفة أساسية في حياة الشباب بصفة عامة والطلبة بصفة خاصة هي:

-**إشباع للحاجات**: إن حاجات الأفراد تحتاج إلى إشباع، وذلك عن طريق استعمال وسائل الإعلام التقليدية أو الحديثة أو غيرها وهذه الحاجات هي<sup>4</sup>:

أ- **الحاجات المعرفية**: وهي الحاجات المرتبطة بتقوية المعلومات والمعرفة وفهم بيئتنا، وهي تستند إلى الرغبة في فهم البيئة والسيطرة عليها وهي تشبع لدينا حب الاستطلاع والاكتشاف.

<sup>1</sup>-Ibid, p88.

<sup>2</sup> - بوحنية قوي : وسائل الإعلام والاتصال وحتمية التغير السوسيو -ثقافي، مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة باتنة، العدد 14، جوان 2006، ص 234.

<sup>3</sup> - بومدين مخلوف، المنظومة القيمية في ظل تكنولوجيا الإعلام والاتصال-الانترنت بمدينة المسيلة أمونجا- أطروحة دكتوراه علوم في علم الاجتماع، 2016-2017، ص138.

<sup>4</sup> - صالح خليل أبو الأصعب، مرجع سابق، ص 111.

ب- **الحاجات العاطفية:** وهي الحاجات المرتبطة بتقوية الخبرات الجمالية، والبهجة والعاطفة لدى الأفراد، ويعتبر السعي للحصول على البهجة والترفيه من الدوافع العامة التي يتم إشباعها عن طريق وسائل الإعلام.

ت- **حاجات الاندماج الشخصي:** وهي الحاجات المرتبطة بتقوية شخصية الأفراد من حيث المصداقية، والثقة، والاستقرار، ومركز الفرد الاجتماعي، وتتبع هذه الحاجات من رغبة الفرد في تحقيق الذات.

ث- **حاجات الاندماج الاجتماعي:** وهي الحاجات المرتبطة بتقوية الاتصال بالعائلة والأصدقاء والعالم، وهي حاجات تتبع من رغبة الفرد في الانتماء.

ج- **الحاجات الهروبية:** وهي الحاجات المرتبطة برغبة الفرد في الهروب من التقييد والحصار الذي يفرضه الآباء خاصة، والمحيط الأسري والاجتماعي عموماً على الشباب، وإزالة التوتر والرغبة في تغيير المسار، و تعتبر الانترنت وسيلة مهمة للهروب من الواقع، والبحث عن طريقة لتحقيق حاجات نفسية وعاطفية غير مشبعة، وذلك عن طريق مقابلة الناس وتكوين علاقات اجتماعية وتبادل الآراء مع أناس جدد، كما أن مستخدم الانترنت يستطيع إخفاء بياناته الشخصية وردود فعله أثناء استخدامه للشبكة، وبالتالي يستغل بعض مستخدمي الانترنت -خاصة الذين يحسون منهم بالوحدة وعدم الأمان في حياتهم الواقعية- تلك الميزة في التعبير عن أدق أسرارهم الشخصية ورغباتهم المدفونة ومشاعرهم المكبوتة مما يؤدي إلى توهم الحميمية والألفة.

كما أن مستخدمي الانترنت يأخذون " الحرية " التي تتيحها الانترنت في التعبير عن مشاعرهم التي يكتبونها في حياتهم العملية، وأسرارهم التي يكتُمونها ورغباتهم العميقة التي قد تكون في معظم الأحيان مخلة بالحياء ولكن عندما تتضح أوجه القصور التي لا تتيحها "العلاقات الانترنيتية" من الاعتماد على "كيانات" بدون وجوه ومجتمعات مثل فقاعات الصابون قد تختفي في أي لحظة، وتبدأ الحاجة إلى تواجد الحب والاهتمام الذي يأتي من أناس وأشخاص حقيقيين، هنا فقط تبدأ المشكلة في الظهور ويبدأ الإحساس بالأسى والإحباط والألم.

ولهذا بالذات يمكن أن نقول أن "هذه الأداة الاتصالية الجديدة تحمل في تركيبها التكنولوجية والتعليمية والسيكولوجية مميزات تجعلها أفضل أداة اتصال شبابية وأخطرها على الإطلاق، كما أنها أفضل أداة للممارسة الديمقراطية وأكثرها إمكانية للانحراف والتطويع السلبي يكفي فقط أن نفهم توظيفها واستغلالها"<sup>1</sup>.

وأيد ذلك الدكتور: **وليد شبير** رئيس قسم الخدمة الاجتماعية بالجامعة الإسلامية في غزة، و قال: "أن الانترنت سلاح ذو حدين فيمكن استخدامه في أشياء هادفة ومفيدة، أو في أشياء سلبية وهذا يتعلق

<sup>1</sup> - جمال رزق، مرجع سابق، ص 118

بالتنشئة الأسرية المبنية على الدين والأخلاق، والتربية الجيدة، والثقافة الواعية في خيارات استخدام الانترنت ويرى أيضا أن انغماس الشباب في شهواته يعكس على ذاتهم، وعلى مجتمعهم الذين يعيشون فيه مما يؤدي إلى انحرافات سلوكية، ولذا فالمسؤولية التربوية واجتماعية ونفسية تقع على عاتق الآباء والأمهات والتربويين في مختلف مراحل الدراسة في توعية الشباب عبر مختلف المؤسسات الأسرية والتربوية وإشغال الشباب بما يخدمهم ويخدم مسيرة مجتمعهم<sup>1</sup>.

#### 1. 4- ثقافة الانترنت.

لوسائل الإعلام اليوم سطوة ونفوذ في عصر ثورة المعلومات، والحق إن مكانة الإعلام تحمل في طياتها فرصاً لأن يكون التأثير ايجابياً لصالح الإنسان ورقيه، إذا أحسن توظيف هذه الوسائل الإعلامية كما تحمل في طياتها مخاطبة أن يكون التأثير سلبياً إذا وظفت قوى الهيمنة الإعلام لاستقلاب الهوية وتقييم القيم الهابطة، وإذا نظرنا إلى علاقة الإعلام بالثقافة هي في وجودها علاقة النوع بالكل ، كما أن هذه العلاقة تحقق نوع من التكامل الاجتماعي.

و إن العلاقة بين تكنولوجيا الإعلام والاتصال(الانترنت) والثقافة علاقة وطيدة، فوسائل الاتصال هي الناقل الرئيسي للثقافة، وهي أدوات ثقافية تساعد على دعم المواقف أو التأثير عليها، وتشكيل الأنماط السلوكية وتعزيزها ونشرها<sup>2</sup>، ويرى الدكتور عزي عبد الرحمن أن: "كل اكتشاف في الاتصالات يحدث هزة ثقافية خاصة، فاكتشاف الكتابة أوجد لغة الرموز، واكتشاف الطباعة نقل الثقافة من الحالة الشفوية إلى المكتوب واكتشاف الإذاعة والتلفزيون أدخل ثقافة سمعية- بصرية، وأخيراً أدى اكتشاف الحاسوب والشبكات المعلوماتية إلى بروز الثقافة التفاعلية، وهذا التجاذب، و إن كان يمس شكل الثقافة وليس محتواها بالضرورة ، فإنه يبرز مدى التفاعل الجدي بين الثقافة ووسائل الاتصال"<sup>3</sup>.

وقد تلعب وسائل الإعلام الحديثة دوراً كبيراً في تشكيل وصياغة ثقافة الإنسان المعاصر، حيث زالت الحدود أمام ثقافة الصورة، فازدادت سلطتها ونفوذها وأصبحت تمثل تهديداً للخصوصيات الثقافية الحالية سواءً كانت هذه الصورة محمولة بواسطة الفضائيات التلفزيونية أو عبر الانترنت بشبكتها الاتصالية المختلفة.

<sup>1</sup> - [www.moumineen.org/ae/najm.htm](http://www.moumineen.org/ae/najm.htm) الانترنت والاتجاهات السلوكية للفتاة، تاريخ التصفح 16 جوان 2015 على

الساعة 15.00 مساءً.

<sup>2</sup> - الدنداني عبد الملك ردمان: الوظيفة الإعلامية لشبكة الانترنت، رسالة ماجستير، قسم الإعلام، جامعة بغداد، بغداد، 2001، ص73.

<sup>3</sup> - عزي عبد الرحمن: دراسات في نظرية الاتصال، نحو فكر إعلامي متميز، مرجع سابق، ص 101.



وعن طريق الاتصال بين الأفراد والمؤسسات والهيئات من خلال شبكة الانترنت يتم تبادل المعلومات والأفكار والثقافات، هذا الأمر جعل الانترنت من أفضل الوسائل التي يمكن استغلالها في نشر الفكر والثقافة والعلم، وذلك من خلال العمل على الاستفادة من الخبرات والطاقات الإسلامية عمل أجدى وجهد أنفع في سبيل خدمة العلم والأخلاق الإسلامية الفضيلة، وخدمة الثقافة النافعة، والفكر الصحيح ، وبناء الحضارة ونشر الإسلام<sup>1</sup>.

وكما هي العادة في كل التكنولوجيات المؤثرة في صياغة المجتمع الإنساني ينصرف الحديث في البداية إلى جوانبها الفنية، والتي سرعان ما تتوارى لتبرز جوانبها الاجتماعية والثقافية وكان من الطبيعي أن تكون تكنولوجيا الانترنت أسرع من سبقها في نزع قناعها التقني لتكشف عن مغزاها الثقافي بصفقتها ساحة ثقافية في المقام الأول، بجانب إلى كونها بنية تحتية لصناعة الثقافة... فالشبكة تساهم في تشكيل وعي الفئات الاجتماعية وتلعب دورا حيويا في تكامل المنظومة الثقافية مع منظومات التربية والإعلام والاقتصاد، والأهم من ذلك كله أن هذه البنية المعلوماتية الجديدة وربما لأول مرة -بيئة مثالية لحوار الثقافات والتهجين الثقافي<sup>2</sup>.

وقبل أن نخوض في ثقافة الانترنت نقدم مجموعة من التعريفات للثقافة، حيث تعد الثقافة من بين المصطلحات الأكثر شيوعا واستخداما في الدراسات السوسولوجية والانثروبولوجية، ولعل من أقدم التعريفات وأكثرها انتشارا لقيمه التاريخية، وكذا اهتمام معظم العلماء به واعتماده في بحوثهم، وهو تعريف الانثروبولوجي "دوارد تايلور Taylor"، حيث قال: "الثقافة هي ذلك الكل المعقد الذي يتضمن المعرفة والعقيدة، والفن، والأخلاق، والقانون، والعادة، وكل المقومات الأخرى التي يكسبها الإنسان كعضو في المجتمع"<sup>3</sup>.

ويبرز هذا التعريف العناصر اللامادية لحياة الناس في الجماعة كالأخلاق والفن والعادات والعرف التي تنشأ نتيجة التفاعل الاجتماعي، فالثقافة اللامادية هي ثقافة ذاتية موجودة في وعي الإنسان ومميزة لشخصيته، و "هي تلك العمليات الإدراكية والقيم والصور المنهجية والاتجاهات والمعتقدات التي تحدد إلى حد ما أنماط السلوك"<sup>4</sup>، ومن التعريفات الموجزة للثقافة والتي تمثل المرحلة المتأخرة في مناقشة الثقافة اللامادية ترى أنها "تتألف من الأفكار وأنماط السلوك"<sup>5</sup>.

<sup>1</sup> - البوطي محمد توفيق : الانترنت من وجهة نظر إسلامية، مجلة المجمع الفقهي الإسلامي، السنة الثامنة، العدد 10، 1996، ص285.

<sup>2</sup> - نبيل علي: الثقافة العربية وعصر المعلومات (رؤية لمستقبل الخطاب الثقافي العربي)، سلسلة عالم المعرفة، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، مطابع الوطن، الكويت، 2001، ص 124.

<sup>3</sup> - محمد علي محمد وآخرون : المرجع في مصطلحات العلوم الاجتماعية، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 1985، ص110.

<sup>4</sup> - جهان احمد رشتي : الآثار الثقافية عبر الأقطار الصناعية، المنظمة العربية للتربية والثقافة، القاهرة، دط، 1991، ص 167

<sup>5</sup> - فوزي العنتيل: الفلكلور ما هو ؟ دراسات في التراث الشعبي، دار المسيرة، القاهرة، 1987، ص52.

والثقافة المادية هي ثقافة موضوعية لها وجود خارج ذات الإنسان وهي مكونة من كل الأشياء المصنوعة والتكنولوجيا التي تنتجها مثل: الأدوات، أماكن السكن، أنماط المواصلات، وتدخل ضمنها تكنولوجيا الإعلام والاتصال مثل الانترنت والحوايب والأقمار الصناعية والفضائيات، وغيرها وكذا أوجه النشاط الإنساني التي يمكن ملاحظتها لهذا تعرف الثقافة بأنها: "سلوك مكتسب ويشمل مجموع التقنيات التي تمكن الفرد من التكيف مع العالم الذي حوله"<sup>1</sup>.

كما يرى كوبر **Kouper** وكلاكهون **Kluckhon** أن الثقافة: "تتكون من أنماط لرموز واضحة وكامنة تكون الانجازات المتميزة للجماعات البشرية، بما فيها تجسيدا لها فيما هو من صنع الإنسان، أما جوهر الثقافة فيتكون من الأفكار التقليدية وما يرتبط بها من قيم"<sup>2</sup>.

و الثقافة هي فكر وسلوك، بل و يمكن اختصار تعريف الثقافة في كلمة واحدة وهي الوعي، وهو الإدراك السليم لما نفكر فيه أو نفعله، وما يعبر عنه الآخرون أو يمارسونه<sup>3</sup> ، والثقافة بالنسبة للأمة هي بمثابة " المنظمة التي تضم معارفهم وعقيدتهم وطريقة تفكيرهم وأنماط سلوكهم وقيمهم وعاداتهم وأخلاقهم وفنونهم وتشريعاتهم، سواء بالمنظور الثابت، أي وضعها في فترة معينة، أو بالمنظور المتحرك أي النظر إلى التراث المتراكم على مر العصور والذي يشكل الثقافة وهو في تطور دائم"<sup>4</sup>.

كما أنها" نسق من الأفكار والقيم والمعتقدات والمعارف والمعايير والعادات وطريقة استخدام التكنولوجيات لدى كل فرد وفي كل مجتمع ، و المجتمع هو جماعة اجتماعية والثقافة هي نسق مجتمعي لميراث عام ، ويبدو التعبير عن ثقافتنا باستمرار في ملبسنا ومأكلنا وفي العمل واللغة وأنشطة أخرى ، كما نتعلم الثقافة عن الأسلاف والمعاصرين وبالتالي ننقلها للأجيال المقبلة"<sup>5</sup>، و يمكن أن نعرف الثقافة بأنها: أنماط مستترة أو ظاهرة من السلوك المكتسب والمنقول عن طريق الرموز، فضلا عن الانجازات المتميزة للجماعات الإنسانية، هذه الانجازات التي تتمثل بصفة عامة في التكنولوجيا والمنجزات العلمية، وبصفة خاصة "تكنولوجيا الاتصال"<sup>\*</sup>، وهذا التعريف -بلا شك -أقرب تعريفات الثقافة إلى تكنولوجيا المعلومات بصفة عامة والانترنت بصفة خاصة، حيث اللقاء المباشر بين اتصالات المعلومات ونظمها والتواصل

<sup>1</sup> - Scot G.McNall: **The Sociological Perspective**, Introductory Readings, Boston, MA .Little, Brown, 1968, p55.

<sup>2</sup> - Brake (M): **the sociology of youth culture and youth subcultures**, routledge and keganpaul, London, 1980.p6.

<sup>3</sup> - سمير غريب: **كتابات الزمن الآخر**، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، مصر، 2002، ص59.

<sup>4</sup> - فيصل محمود الغرابية: **الثقافة العربية في عصر الاتصالات والعولمة**، ندوة إستراتيجية الثقافة والتنمية ، جامعة الكويت، ص53.

<sup>5</sup> - تهامي حسن عبد الحميد الكيال: **الثقافة والثقافات الفرعية** ، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 1997، ص ص87-88.

(\*يشير هذا المصطلح" إلى التجهيزات والوسائل التي اكتشفها أو اخترعتها البشرية لجمع وإنتاج وبث ونقل واستقبال وعرض المعلومات الاتصالية الثقافية بين المجتمعات والأفراد ".انظر محمد محمود، مرجع سابق، ص 16.

الثقافي وأنساق الرموز التي يتم من خلالها انتقال المعاني والخبرات من جيل إلى جيل، وتظهر هذه الثقافة في سلوكيات الأفراد وتصرفاتهم و مواقفهم اليومية.

و الثقافة هي معلومات و طريقة ومستوى تفكير، ومن ثم آراء وأفكار الإنسان من جهة، وهذه اعتبارات معنوية، وسلوكه العملي بما فيه من تعبير عن المشاعر والفعل وردود الفعل من جهة أخرى، وتلك اعتبارات مادية، أي أن الثقافة تجمع بين ما هو مادي وما هو معنوي، وهذان الجانبان هما اللذان يشكلان البنية الثقافية للإنسان<sup>1</sup>.

و بما أن اللغة هي وعاء الثقافة وأداتها، فإن وسائل الإعلام تعتمد على اللغة والصورة، وتؤدي دوراً كبيراً في التواصل الثقافي، وتعد من أكثر آليات التواصل الثقافي سهولة وانتشاراً.

كما يجب التركيز على مضمون وسائل الإعلام ووظيفتها في المجتمع، و سواءً كانت هذه الوسائل مرئية مثل التلفاز والفضائيات أم مسموعة مثل المذياع والأشرطة الصوتية، أم مقروءة مثل الصحافة والمجلات، أم غير ذلك من وسائل الاتصال الأخرى، فإن الثقافة تتمثل في المضمون الذي تقدمه هذه الوسائل الجماهيرية لعامة الناس، ومدى مسابقتها لروح العصر والفاعلية الموضوعية والأبعاد الثقافية بشكل فني جميل<sup>2</sup>، وبعض وسائل الإعلام أو وسائل الاتصال تلازمنا باستمرار في حياتنا اليومية مثل الصحيفة والمذياع والتلفاز والمحطات الفضائية وأجهزة الفيديو و الأوديو كاسيت والانترنت<sup>3</sup>.

فإذا أضفنا إلى هذه الوسائل وسائل الاتصال الجماهيرية الأخرى المتاحة لنا مثل: السينما، والمسرح و الكتب، والكتيبات، والنشرات، والمطبوعات، والملصقات، والندوات والمحاضرات، والدوريات والمصورات الهزلية واللوحات التي توضع على جوانب الطرق الرئيسية والخرائط و اللوحات البيانية، لأدركنا أن وسائل الاتصال الجماهيرية ملازمة لنا في جزء كبير من وقتنا، وأنها بوقوعنا تحت تأثيرها الواضح -تأثر بها تأثراً متفاوتاً الأمم والأفراد، ولكنه في النهاية تأثر باق يتراوح بين السلبية والايجابية وفق الرسالة الاتصالية التي توجه لنا<sup>4</sup>.

ووسائل الاتصال سواءً كانت تقليدية أو تلك المرتبطة بإبداعات التكنولوجيا الحديثة مثل الانترنت تؤدي دوراً حيوياً في نشوء ونمو الثقافة وتطورها، "وكيف لا، وشبكة الانترنت تتعامل مع جميع عناصر المنظومة الثقافية، سواء بوصفها -أي الثقافة تراثاً قومياً أو بوصفها إبداعاً وتعبيراً أو بوصفها

<sup>1</sup> -سمير غريب، مرجع سابق، ص59.

<sup>2</sup> - نورية الرومي: التواصل الثقافي والعولمة (مفاهيم واليات ورؤى) في التواصل والثقافة، منشورات عالم التربية، المغرب، ط1 2010، ص153.

<sup>3</sup> - المرجع نفسه، نفس الصفحة.

<sup>4</sup> - حسن عبد الله العايد: مستقبل الثقافة العربية في عالم متغير ما بعد العولمة، وزارة الثقافة، المملكة الأردنية الهاشمية، عمان 2202، ص59.

منتجة للسلع والخدمات والأصول الرمزية<sup>1</sup>، حيث أن هذه التقنيات توسع وتزيد من إمكانية الأفراد في الإبداع والنقل والتخزين، وبهذه الطريقة تساهم تكنولوجيا الاتصال في نقل الثقافة وحركيتها وتأمين التواصل ضمن الميراث الثقافي المشترك.

فهذه التقنيات تنشر المعرفة والرموز ضمن الثقافة، ومع زيادة قدرة هذه التكنولوجيات في النقل والتخزين والنسخ وتخزين البيانات، فإن معارف جيل ما لن تزول، بل تصبح هذه المعارف والخبرات جزءاً من البيئة الرمزية للأفراد، والانترنت باعتبارها وسيلة اتصالية قوية لا تعترف بالحدود الجغرافية ومتميزة في الألفية الثالثة.

لذلك أصبحت هذه الوسيلة عن طريق الإنتاج الثقافي الرقمي، قد تكون أداة هيمنة ثقافية حيث أن المسيطر على الشبكة هو الذي يفرض قيمه وثقافته، متجاوزاً بذلك قوانين الدول وثقافات الشعوب وسيادتها، باعتبار أن الدول القوية صناعياً واقتصادياً هي التي تتحكم في صناعة الكمبيوتر، وفي تطوير المحتوى في مختلف مواقع شبكة الانترنت، وهذا ما أدى إلى ظهور مصطلح **الثقافة الكونية**، وهذه الأخيرة قد تكون نتيجة لنزع المجتمعات لثقافتها الوطنية وتحفيزها لإدخالها في ثقافة المركز باسم الثقافة أو الثقافة مع التركيز على ما يظن أنه الإيجاب في التحديث والمعاصرة دون السلب المتمثل في نزع المجتمعات عن ثقافتها المحلية، واغترابها في الآخر ونتيجة لذلك تم شق الثقافات الوطنية في معظم الدول النامية<sup>2</sup>.

والانترنت تؤدي هذا الدور بامتياز في غياب المبادرات العربية لجعل الانترنت تحتوى على ثقافة عربية من خلال إنتاج المحتوى المعلوماتي العربي، كما أن الانترنت تعد من وسائل الاتصال الاجتماعية التي تقدم أحزمة ثقافية محلية وافدة، وبالتالي فهي لا تساهم في عملية التطبيع الاجتماعي للفرد مع محيطه القريب، كما أنها لا تساعد على الاستفادة من الثقافة المحلية و لا تساهم على تحقيق الانسجام بالانتماء إلى المجتمع الذي تربطه به صفات مشتركة، كالقيم والثقافة واللغة والتاريخ والحضارة .

و"الثقافة الكونية نظرياً لا حدود لأصداؤها الايجابية التي تدفع إلى معرفة الآخر مما يترتب عليه منطقياً انتشار ثقافة التسامح وتواري ظاهرة التعصب، كما أن من شأنها كسر احتكار الدولة للمعلومات وهذه الايجابيات نفسها هي التي خلقت سلبياتها، فالثقافة الكونية بهذا المعنى أصبحت تمثل تهديداً لأساليب الحياة التي طالما تبنتها الجماعات المختلفة للتعبير عن هويتها، مما يدفعها إلى التمسك بالمرور والاحتماء به في مواجهة ما تواجهه من ضغوط مستجدة"<sup>3</sup>.

1 - نبيل علي، مرجع سابق، ص 124.

2 - بوحنية قوي، مرجع سابق، ص 237-238.

3 - يوسف الشاروني: **الثقافة الكونية، هل هي تهديد للهوية الأضعف؟**، مجلة العربي، بيروت، العدد 527، أكتوبر 2002، ص 29 .

والثقافة الكونية هي نتاج ما يسمى بمرحلتى الحداثة وما بعد الحداثة في التاريخ المعاصر، وهي ثقافة عالمية عابرة للقوميات والحضارات، وتسعى إلى تدمير التقاليد الموروثة في المجتمعات التقليدية أو تلك التي ولجت باب الحداثة وما بعد الحداثة من باب استيراد العلم والتكنولوجيا لا من باب تصنيع ذلك الإنتاج والتفاعل معه محلياً<sup>1</sup>.

وعلى العموم تكون الثقافة الكونية تحت شعار ترسيخ الثقافة العالمية وترسيخ قيم المعرفة والبحث العلمي، وهو ما لا يتحقق من خلال سرد المعلومات العشوائية أو إمداد القارئ بأرشيف ضخم من المعلومات المتناثرة والمعزولة عن أي سياق ثقافي الذي قد يكرس اغتراب الفرد عملياً أو بدقة أكثر تغريبه عن نفسه ومجتمعه، ويظهر هذا الجانب من تأثير الانترنت في انحطار الفرد العرف والتقاليد والأخلاق الشائعة، كما يظهر في العزوف عن العمل السياسي (الانتخابي) وعدم الثقة في رجال السياسة والحكم وهذا بالإضافة إلى عدم اهتمام الأفراد بالقضايا والمواقف التي تتصل بالوطن والانتماء و كذا عدم الاعتراف بالمسؤولية الشخصية أو تحملها.

وهذا ما جعل البعض ينظر إلى الثقافة الكونية على أنها "غزو ثقافي" الذي قد يستفحل بحيث يؤثر سلباً في الثقافة وفي الشخصية الغربية ذاتها عن طريق المتغيرات التي تنتسل إلى القيم الثقافية والاجتماعية والأخلاقية، خاصة وأن البشرية تعيش اليوم في عصر المجال السمعي البصري والتواصل الفوري عن طريق الشبكات الاليكترونية، أي أن النمط التكنولوجي هو المهيمن "كما ولو أننا حيال عالم أثيري يتكون من الصور والإشارات والنصوص المرئية والمقروءة على الشاشات الاليكترونية دائمة البث مما يهدد منظومات القيم وطرق الحياة"<sup>2</sup>، وسلوكيات الأفراد وتصرفاتهم وقيمهم، وحتى اتجاهاتهم حيال القضايا العالمية.

وفي هذا الإطار ينتقد المهدي المنجرة" مفهوم كونية الثقافة ووجدتها، ويعتبر أن الكونية ما هي في العمق إلا هيمنة الثقافة، وهي الامبريالية الثقافية، لذلك فإن التنمية الثقافية لا تتبلور إلا من الديناميكية الداخلية للمجتمع، باعتبارها مصدر الاختلاف والتنوع الثقافي، والحفاظ على منظومة القيم التي هي أساس كل ثقافة حقيقية"<sup>3</sup>. ومحاولة" تشكيل مضمون الثقافة ومحتواها، لأنها هي التعبير الحي عن القيم"<sup>4</sup>.

ولقد كثر الكلام في الماضي عن مدى تأثر المشاهد بمظاهر الحياة التي تعكسها البرامج التليفزيونية وشدة إعجابه بها، وتقليد الشباب بالذات أنواع السلوك التي يشاهدها بأسلوب مشوق مما يؤدي

1 - مسعود ضاهر: خصوصية الثقافة في مواجهة الثقافة الكونية، مجلة العربي، بيروت، العدد 437، ماي 1995، ص 60.

2 - عبد الرؤوف فضل الله: القيم هل تحافظ على مكانتها؟، مجلة العربي، بيروت، العدد 529، ديسمبر 2002، ص 31.

3 - المهدي المنجرة: قيمة القيم، مطبعة النجاح الجديدة، الدار البيضاء، المغرب، ط2، 2007، ص161.

4 - الرشيد حمد فالح، مرجع سابق، ص20.

إلى سلب الشخصية الغربية ذاتها وأصالتها ومقوماتها وبالتالي قيمها، وهذا وضع خطير يحتاج إلى مواجهة فعالة و إلى الوقوف في وجه ذلك التحدي خاصة مع انتشار الانترنت وأصبحت في متناول الشباب والأطفال على حد سواء، والشباب يتعرض إلى غزو في كل فرع من فروع الثقافة "التي تنقل مدخلاتها إلى عقول الشباب فيظهر مفعولها في سلوكياتهم وأسلوب معيشتهم، ليس في مرحلة الشباب فحسب، بل أيضا في المراحل السابقة عليها، فملابسهم وكثير من الأدوات والأجهزة التي يستعملونها في بيوتهم، ووسائل اتصالهم ونقلهم، و حتى أدوات كتابتهم وأجهزة تصويرها وتسجيلها كلها مصنوعة في دول أجنبية"<sup>1</sup>. وربما يختلف تأثير استخدام الكمبيوتر والانترنت عن التلفزيون، لأن ألعاب وبرامج الكمبيوتر معظمها مستوردة، وتعتمد على صور ورموز ودلالات تنتمي للثقافة الغربية، كما تفيض بالعنف وتُعلى من شأن القوة، ومن قيم الاستهلاك والروح الفردية كذلك الحال بالنسبة لمواقع الانترنت، والتي ينتشر فيها كثير من المواقع الإباحية كما تقدم فيضا من المعلومات والآراء والأفكار المفيدة وغير المفيدة والتي قد لا تتفق وأسس ومقومات الثقافة العربية الإسلامية .

ولهذا فلا يجب أن نتفاجئ إذا قلنا أن الانترنت رغم أهميتها في حياة الإنسان إلا أنها يمكن أن تفتك بقيمه وعاداته وأخلاقه، وخاصة وأن " للثقافة وجهين ذاتيا، وهو ثقافة العقل وموضوعيا، وهو مجموع العادات، والأوضاع الاجتماعية، والآثار الفكرية، والأساليب الفنية والأدبية، والطرق العلمية والتقنية وأنماط التفكير والإحساس والقيم الذائعة في مجتمع معين، أو هو طريقة حياة الناس وكل ما يملكونه و يتداولونه اجتماعياً لا بيولوجياً"<sup>2</sup>.و بهذا المعنى " لا توجد ثقافة بدون منظومة قيم"<sup>3</sup>على حد تعبير مهدي المنجرة .

وبما أن الانترنت من **التكنولوجيات الذهنية\***، فقد يكون لها الأثر البالغ على عقل الإنسان وبما أنها وعاء ثقافي فقد تغير في قيمه وسلوكياته وأنماط تفكيره وبصفة عامة في طريقة حياته. "كما أن الاتصال عبر الانترنت يُعطي قدرة كبيرة على تغيير الهوية، لذلك تصبح الانترنت غير صحية و دون فائدة لبعض الناس حين يدخلون في اتصالات على الخط في غرف الدردشة ومجموعات النقاش وتبادل الخطابات الاليكترونية، ولها أيضا تأثيراتها الاجتماعية والنفسية الضارة حين يدمن هؤلاء الناس الانترنت"<sup>4</sup>.

1 - سامية الساعاتي، مرجع سابق، ص57.

2 - رياض قاسم: **الثقافة والمنتقف في الوطن العربي**، المستقبل العربي، بيروت، ط1، العدد10، ديسمبر 1992، ص 6.

3 -مهدي المنجرة، مرجع سابق، ص173.

(\*) مصطلح يدل على الانترنت لما لها من اتصال ذهني، ذكره، د/الصادق رايح، في كتابه: **الإعلام والتكنولوجيا الحديثة**، ص 132

4 - احمد محمد صالح، مرجع سابق، ص 175.

وهذا بالذات ما أكده الدكتور عزي عبد الرحمن حيث رأى أن وسائل الاتصال تلعب دوراً سلباً بطريقة غير مقصودة في المجتمع الغني بالعادات والتقاليد والتفاعل الاجتماعي، ذلك أن وسائل الاتصال تبعد أفراد المجتمع عن بعضهم البعض، ويترتب عن ذلك أن تدفع وسائل الاتصال المجتمع الغني بالثقافة المعاشة والعلاقات الاجتماعية إلى الفقر في المجالات المذكورة ومن ثمة التشابه مع المجتمعات التي تتصف بالانعزال الاجتماعي وقلة الروابط الثقافية هذا بالإضافة إلى كون ثقافة الانترنت تساهم في ظهور السلوك الاتكالي الذي يعطل روح الابتكار والإبداع الذاتي، ونمو وتطوير القدرات البحثية والعلمية والثقافية الخاصة بالباحثين لأنها تقلل من إنتاجهم الفكري والعقلي والانشغال فقط بالإطلاع، وتجميع المعلومات واستنساخها.

ومن خلال هذا المشهد التأثيري لعصر التكنولوجيات الحديثة والانترنت، وفي خضم التحديات السياسية والاجتماعية والاقتصادية التي تغذيها الرأسمالية الثقافية من خلال الاكتساح الثقافي واحتكار الرموز والقيم في مختلف المضامين المقدمة للمجتمعات والأفراد، ولذا تطلب من الثقافة العربية بشكل العام والجزائرية على وجه الخصوص مجهودات نقدية وميدانية وإجرائية إلى التغيير المطلوب أو مقاومة التغيير السلبي عبر الوسائل الإعلامية في حد ذاتها، خاصة وأن تكنولوجيا الإعلام والاتصال ووسائل الإعلام لا تمارس دورها ووظيفتها بشكل مستقل عن المؤسسات الاجتماعية والثقافية الأخرى، وبالتالي فإن تأثيرها السلبي مرهون إلى حد كبير بوجود عيوب في المضمون الثقافي لوسائل الإعلام والتكنولوجيات الاتصالية المختلفة، و" أن هذه الوسائل لا يمكن أن تفعل فعلها المؤثر هذا في الفرد أو الأسرة أو المؤسسات الاجتماعية، وتغيير بنائها ووظائفها إلى الأسوأ لو كان هناك استقبال ملائم واستخدام مناسب لها"<sup>1</sup>.

ولقد أصبح " الويب " **Web** فضاء للثقافة يجمع في دائرته إبداع الفكر البشري وأجناساً شتى من المعلومات وأصبح المحرك الجديد للتطور، وقد بدأ يغير علاقة الإنسان بذاته وعلاقته بمحيطه وعلاقته بالمعرفة.

وبما أن الانترنت أصبحت تستثمر برمجيات تطبيقية متطورة وذكية للقيام بالبحث على معايير دلالية يختص بها الذهن البشري، وهذا ما جعل الثقافة ليست مجرد مرجعيات تتشكل حولها هوية المجتمع والأفراد، ولكنها أيضاً مفاهيم وعدة ذهنية تتوسط العلاقة بين الفرد والعالم، أي عدته في التفكير في العالم حتى ولو كان افتراضياً.

ولكن رغم هذا ليس من إمكان اليوم لأي ثقافة من الثقافات أن تظل على غير علاقة بنسق التبادل الذي يوفره الفضاء الرقمي **cyberspace**، ولعل المشكل يكمن في طبيعة هذه العلاقة التي لا مفر منها، فالمضمون الثقافي، بل المضامين الثقافية الرقمية في الفضاءات الافتراضات أو الانترنت

<sup>1</sup> - عبدالله بوجلل، مرجع سابق، ص 58.

ليست مضموناً متجانساً ولا متناسباً مع جميع ثقافات العالم، فلا الديانة التي يفرضها ديانة مشتركة، ولا التصورات القيمية التي تجرى من تحتها، تصورات ممثلة لأنساق قيم جميع الثقافات.

كما أن المضمون الثقافي الذي توطره الوسائط المتعددة، والشبكات الكونية من شأنه أن يخلق صورة قوية ومؤثرة وفاعلة تشجع على الانتشار السريع للأفكار، وترويج البضائع، والأفكار وسلعة الإنسان والوجود، وهي صورة متسلطة وشمولية وعنيفة عنف مضمونها ذاته، ولعل هذا ما يفسر انتشار العنف في العالم واستثرائه بحكم سيطرة الهيئات الإعلامية على خيال الشباب وأذواقهم الفنية والثقافية وسيكون الإعلام الجديد ممثلاً أساسياً في شبكة الانترنت و محدداً رئيسياً في بناء شخصية الأفراد وأرائهم وسلوكياتهم، وهذا بفضل بعض مضامينه التنشيطية التي لا تتناسب مع الهوية والثقافة العربية، ولهذا بالذات لا بد لنا من تجاوز فهم الانترنت على أنها "أداة"، والاستقرار نهائياً على أنها عالم جديد بقيم وعادات جديدة، ولهذا يجب علينا المشاركة في هذا التواصل العالمي للثقافات من أجل حماية أطفالنا وشبابنا من المضامين الثقافية التي تتنافى وعاداتنا وقيمنا، وهذا بالإضافة إلى الأخذ بأيديهم وتوعيتهم وتوجيههم الوجهة الصحيحة.

#### المبحث الثاني: الآثار المترتبة عن استخدام الانترنت.

إن الأهمية التي اكتسبتها وسائل الإعلام، وتقنيات الاتصال الحديثة لدى المجتمعات المختلفة وخصوصاً شبكة الانترنت تجعلنا نتساءل حول مدى تمكن الأفراد المستخدمين لهذه التقنية من التحكم في انعكاساتها على المستويين الاجتماعي والنفسي، فتكنولوجيا الاتصال بصفة عامة والانترنت بصفة خاصة تتيح بدائل عديدة لإعادة صياغة المفاهيم والعلاقات الاجتماعية ومختلف التنظيمات في المجتمع، كما تطرح تحديات ورهانات جديدة كما يقول **Pierre Bourdieu**: "إن كل سلوك اتصالي يندرج ضمن لعبة اجتماعية تحمل بالضرورة عدداً من الرهانات"<sup>1</sup>.

لهذا ظهرت دراسات تهتم بتأثير استعمال الانترنت على النسق الاجتماعي، وعلى سلوكيات الأفراد، وهو ما يدخل في المجال المعرفي نسبياً، والذي يعرف بـ **Social Informatics** أو المعلوماتية الاجتماعية- إن صح التعبير- وهي الدراسات والبحوث التي تتناول تأثير تطبيق و استعمال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على النسق الاجتماعي والتغيرات الاجتماعية الناتجة عن تطبيق واستعمال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات<sup>2</sup>.

<sup>1</sup>-Edmond Lipianski :**Pour une psychologie de la communication** ,revue de la communication, édition des science humaines, Auxerre,1998, p56.

<sup>2</sup> - احمد محمد صالح، مرجع سابق، ص 174.



والانترنت لم يشفع لها ما أحدثته من ثورة في الاتصال، وما قامت به من انسياب وفيض للمعلومات والآراء التي أصبحت متاحة بمجرد لمسة للزر، "وإنما يدور الجدل الآن حول الجانب السلبي في الاستخدام، فعلى المستوى الفردي: إدمان الانترنت والعزلة عن المجتمع، والآثار الصحية على البصر، وتلك الناجمة عن الجلوس لفترات طويلة، وعلى المستوى الاجتماعي: الجرائم الأخلاقية كتجارة الرقيق الأبيض، ودعارة الأطفال، وبث الأفكار المتطرفة، وجرائم غسل الأموال، واختراق حسابات البنوك"<sup>1</sup>، وغيرها.

ولكن في هذه الدراسة نتكلم، ونركز على الآثار الاجتماعية والنفسية والأخلاقية والثقافية الأكثر ارتباطاً بمجال دراستنا.

## 2.1- الآثار الايجابية:

تقدم الانترنت خدمات جلية وفوائد عديدة لكل المستخدمين يمكن إجمالها فيما يلي:<sup>2</sup>

- ✓ البريد الإلكتروني والربط مع كل أنحاء العالم.
- ✓ مشاهدة الأحداث العالمية فور وقوعها وتفصيلها بصورة أفضل من تلك التي تبث في التلفزة والإذاعة والصحف.
- ✓ الحصول على الرسائل العلمية والكتب والمعلومات الخاصة بالعلوم وملخصاتها والتي قد لا تتوفر في المكتبات العادية.
- ✓ قراءة الصحف اليومية والمجلات الأسبوعية، وإنشاء نوادي صحفية من خلال الشبكة.
- ✓ مشاهدة الأفلام والأحداث الرياضية والعلمية والثقافية، ومتابعة أسواق المال والأسهم والأعمال.
- ✓ التعاقد على شراء السلع بصورة فورية عبر الشبكة والتجارة الإلكترونيّة.
- ✓ نشر التراث والأدب والفنون والآثار.
- ✓ نقل التكنولوجيا من دولة لأخرى، وإتباع سياسية التعليم عن بعد.
- ✓ الدعاية التجارية والسياحية.
- ✓ الحصول على أي معلومات يريدّها الإنسان في تصفحه للانترنت.
- ✓ أداة لتلبية حاجات لم تستطيع وسائل الاتصال الأخرى أن تلبيها بالقدر الكافي، والربط بالتالي بين الاستخدام العالي وتلبية هذه الحاجات.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> - نبل غزلان، مرجع سابق، ص 145.

<sup>2</sup> - العقون هاجر، بن عمر سامية: استخدامات الانترنت وتأثيرها على القيم الاجتماعية لدى المراهقين، مجلة العلوم الاجتماعية العدد 27، جامعة عمار تليجي، الأغواط، الجزائر، نوفمبر 2017، 59.

<sup>3</sup> - عبد الفتاح البيومي حجازي: الأحداث والانترنت، دراسة معمقة عن أثر الانترنت في انحراف الأحداث، دار الفكر الجامعي ط 2002، 1، ص 22.

✓ الاتصال بالغير من خلال الوسائل المتاحة على شبكة الانترنت سواءً كان المستخدم مرسلًا أو مستقبلًا.<sup>1</sup>

✓ تتيح الانترنت للطلبة الإطلاع على آخر الأبحاث العلمية والتربوية وعلى آخر الإصدارات من المحلات والنشرات العلمية .

✓ الاستفادة من بعض الأفلام الوثائقية التي لها علاقة بالمناهج الدراسية.

✓ نشر العلم النافع والأخلاق الحسنة.

✓ الدعوة إلى الإسلام وبيان محاسنه.

ومن شأن طبيعة الانترنت بما تحويه من خدمات ايجابية-السالفة الذكر- " إذا جرى استخدامها في مجتمع صحي أن تساهم في الحوار البناء والتعاقد الاجتماعي وتعزيز ثقافة التسامح إلى جانب تنمية رأس المال الاجتماعي، والذي من شأنه أن يحول تلك العلاقات المكونة عبر الشبكات الاجتماعية إلى حالة ايجابية يتم توظيفها في المجال الاقتصادي وتنمية الإبداع والابتكار".<sup>2</sup>

ومن شأنها كذلك أن تحرر الشباب ومنهم الطلبة الجامعيين من القيود التي كانت تفرض عليهم من قبل الدوائر الرسمية المختلفة، وهذا للتعبير عن آرائهم ومواقفهم ومشاكلهم المختلفة، مما زاد من قيمة الحرية لديهم من خلال تبنينهم لفضاء الانترنت كفضاء ديمقراطي حر، خاصة على مستوى المدونات أو مواقع التواصل الاجتماعي فولد لديهم تقديراً للنا والذات واحتراماً كبيراً لأنفسهم وللآخرين.

2. 2- الآثار السلبية: يمكن إبراز هذه الآثار السلبية فيما يلي:

1- الآثار الاجتماعية:

- **تفكيك الروابط الاجتماعية:** إن أول هذه الآثار و " التغيرات ظهوراً، وربما أبرزها هي التي طالت القيم الاجتماعية، ووفق مستويات متعددة، فبقدر ما يسرت وسائل الاتصال التقارب والتواصل بين البشر بين قطبي الأرض كان هذا التقارب تباعداً بين البشر، فقد صار من اليسير التواصل مع الأصدقاء وغير الأصدقاء على بعدهم عنا، وبتكاليف زهيدة، ولكن في الوقت ذاته يسرت هذه الوسائل عدم اللقاء بين الأصدقاء والأقرباء القريبين من بعضهم في المكان بل كانت عاملاً مؤدياً إلى ذلك، وقد لا يكون هذا مشكلة في المستوى العملي ولكن انعكاسات ذلك أبعد بكثير مما نتخيل، لأن المسألة ليست مسألة لقاء وإنما هي مسألة واجبات اجتماعية، أي واجبات قيمية بين أبناء المجتمع الصغير والكبير تبدأ من اللقاء الودي و ما يقدمه هذا اللقاء من راحة نفسية، وتفريغ شحنات انفعالية وعاطفية، وتصل إلى الواجبات في المناسبات الأفراح والأحزان، التغيير الذي يجب الانتباه له، هو تغيير منظومة القيم الاجتماعية ودلالاتها فقد وصلنا في مجتمعنا ومجتمعات أخرى الآن إلى حد التخلي عن هذه الواجبات الاجتماعية والاستعاضة

1 - محمد عبد الحميد:الاتصال والإعلام على شبكة الانترنت، الشركة السعودية للأبحاث، جدة، السعودية، ن دسن، ص232.

2 - عادل عبد الصادق، مرجع سابق، ص03.

عنها برسالة اليكترونية من هاتف أو حاسوب تختصر المعطيات كلها وتختزلها ببضع كلمات تقول: تعازينا القبلية.... فلان، أو زواج مبارك وسعيد.....فلان"<sup>1</sup>

- **العزلة الاجتماعية:** من الناحية الاجتماعية سيؤدي التعامل اليومي مع الانترنت إلى نشوء ظاهرة العزلة الاجتماعية لهؤلاء المتعاملين مع الشبكة الذين سينسحبون من دائرة التفاعل الحي والخلق إلى محيط التفاعل في المجتمعات الافتراضية التي تزخر بها شبكة الانترنت، "قبعد مقدم الانترنت وازدياد مخاطر الانعزال عن المجتمع وضعف روابط الاتصال نتيجة للجلوس ساعات طويلة أمام جهاز الكمبيوتر للإبحار في محيط الشبكة العنكبوتية بكل ما تزخر به من معلومات ومصادر فكرية وثقافية بل و وسائل للتسلية والترفيه لا حدود لها"<sup>2</sup>.

فيميل الكثيرون إلى الاعتقاد أن شبكة الانترنت تشكل ملاذاً ايجابياً أمام الذين قد يواجهون عزلة اجتماعية، أو حتى أمام الآخرين الذين تضج بهم الحياة فيهربون إلى الشبكة للتخفيف من مشكلات الواقع وأعبائه، والحشية الحقيقة تتمثل في أن تلك الفئات التي تجعل من الانترنت موطئاً للهروب من مواجهة تحديات الواقع، وبذلك تساهم الانترنت في نشر السلبية وتعزيز العزلة، وتديلاً على هذا الاحتمال يلاحظ ازدهار رسائل وإعلانات الاحتيال والتغريب التي تعد المستخدمين إما بالثراء السريع، أو بالشفاء العاجل من مرض مزمن، أو بتعلم مهنة أو سفر سهل..الخ.

فهذا الاستعمال المكثف للانترنت قد كرس انعزال الأفراد، فتولدت وضعية غريبة تكمن في الانفتاح العالمي الذي يقابله انعزال شخصي، فعلى "المستوى الشخصي نجد أننا نستخدم الشبكة العالمية بقدر أكبر، ولكن يبدو أن بعض الأفراد يجدون صعوبة أكبر في الاتصال بمن يفترض أن يكونوا أقرب وأعز الناس إليهم، ورغم أننا قد نتصل بقدر أقل مع جيراننا، فإننا نتصل بقدر أكبر مع من هم بعيدون عنا"<sup>3</sup>، وسميت هذه الظاهرة "بالاتصال المنعزل"<sup>4</sup>.

وتتمثل أحد الاختلافات الكبيرة اليوم في أن المرء يقابل على الدوام أناساً غرباء ويقول "جيدنز": "في الحياة الاجتماعية الحديثة يتفاعل كثير من الناس معظم الوقت مع آخرين يعتبرون غرباء بالنسبة

<sup>1</sup> - عزت السيد احمد: الثورة التكنولوجية وأثرها في تغير القيم، مجلة جامعة دمشق، المجلد 29، العدد 3 و4، 2013، ص470.

<sup>2</sup> - السيد يسين: المعلوماتية وحضارة العولمة (رؤية نقدية عربية)، نهضة مصر للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة، 2001، ص 252.

<sup>3</sup> - مايكل هيل: أثر استخدام المعلومات في المجتمع 'دراسة لطبيعتها وقيمتها واستعمالها'، (دراسة مترجمة)، ابوظبي، ط1 2004، ص 394

<sup>4</sup> - Lazar Judith : **sociologie de communication de masse**, Armand collin, paris, 1991, p20.

لهم، وما زالت الصداقات الحميمة تتطور ولكنها لا تنشأ نتيجة للتقارب في العمل أو السكن أو في وقت الفراغ فحسب، ولكن أيضا تنشأ نتيجة للمظاهر والمعلومات التي توحى بها هذه المظاهر<sup>1</sup>. ولهذا أضحى تكنولوجيا الاتصالات مصدراً للجغرافيا الشفافة من حيث تسهيل مرور المعلومات والاتصال، حيث لا نشعر بالفرق الكبير بين من يجاورنا ومن يحاورنا، أي من له القدرة على الاتصال بنا عبر ملايين الكيلومترات، و هكذا لحقت صفة "عن بعد" كل من السوق والمدرسة والصحة والجامعة والحياة العامة في لغة عالمية واحدة أوجدتها الانترنت.

و المفارقة هنا هي أن تكنولوجيا الاتصال التي تحمل معني التقارب والتفاهم والترابط هي التي تدعم نزعات الانعزال والتباعد....مما أدى في آخر الأمر إلى ظهور ما يعرف باسم: **الاتصال عن بعد** الذي أدى بدوره إلى القضاء على إمكان الاحتكاك المباشر بكل ما يحمله من مؤثرات حسية تزيد من عمق هذا الاحتكاك، وتضفي عليه كثيرا من المعاني التي يفتقر إليها الاتصال من خلال الكمبيوتر والانترنت اللذين جعلتا عملية الاتصال والتواصل مجرد عملية تبادل للمعلومات المكتوبة والمطبوعة والمرئية والخالية من نبض الحياة.

و إننا في بداية الدراسة تحدثنا عن الانترنت كأداة اتصالية ذات ميزة تفاعلية كبيرة، أما الآن " فنحدث عنها كأهم وسيلة انعزالية، وجاء الباحث **Wolton Dominique** ليصل عند مفهوم **العزلات التفاعلية** أو **التفاعلية الانعزالية Solitudes Interactive**، وهو يرى أنه: بإمكان الفرد أن يكون مستعملاً ممتازاً للانترنت لكن لديه أكبر الصعوبات في أن يدخل في حوار مع من بجانبه في المقهى الإلكتروني<sup>2</sup>.

فكثرة استخدام الانترنت تؤدي إلى الإحساس بالعزلة وبالانسلاخ الثقافي والحضاري والاجتماعي، بحيث أن الشباب يعيش في عالم آخر عبر الانترنت يكون بعيداً كل البعد عن العالم الحقيقي والواقعي الذي يعيش فيه، وهذا ما يؤدي إلى نوع من الانفصام، وضعف مهارات الاتصال الاجتماعي، والابتعاد عن الواقع والانسلاخ عن النسيج الاجتماعي الذي يعيش فيه الشباب، فالذوبان في الآخر من خلال الانترنت يؤدي إلى تخصيص وقتاً كبيراً جداً لعالم الانترنت على حساب التواصل العائلي والتواصل مع الأصدقاء ومع الفضاء الطبيعي للشباب.

وكنتيجة لكل ما تقدم نجد أن الشباب يتهرب من مسؤولياته الاجتماعية، والتزاماته مع عائلته وزملائه في الجامعة والحي الذي يسكن فيه، فالاستخدام السيئ للانترنت في غياب تدخل الأسرة

<sup>1</sup> - مايكل هيل، مرجع سابق، ص395.

<sup>2</sup> - Wolton (Dominique) : **Internet et après ,théorie critique des nouveaux medias** ,Flammarin, paris ,1999.p106.107

والجامعة والمجتمع المدني، وفي غياب التشريعات والقوانين والتحصين والتوجيه السليم يؤدي إلى نتائج عكسية، حيث تصبح الانترنت وسيلة للهروب من الواقع الاجتماعي، ووسيلة للهروب من المناخ الطبيعي للشباب والبحث عن مناخ افتراضي لا وجود له أصلاً، وهذا ما نلاحظه في كثرة الدردشة ومجموعات الأخبار والاستعمالات المكثفة للبريد الإلكتروني، ومواقع التواصل الاجتماعي، فالاستخدام السلبي للانترنت، وإدمانها يعيق تطور الفرد وإقباله على التغيير من الداخل، كما يؤدي إلى تقليص المحلي لحساب العالمي كما يفرز النزعة الاستهلاكية ويعززها عند الشباب، ويشجع كذلك على التقليد بدلاً من الابتكار.

ومن جهة أخرى، وعلى عكس ذلك يرى آخرون أن تكنولوجيا الاتصالات بوسائلها المختلفة ومنها الانترنت تحقق اتصالات بين الأشخاص والجماعات بسهولة، و يسر متجاوزة حدود الجغرافيا والزمن فعن طريق مواقع التواصل الاجتماعي والمحادثة و البريد الإلكتروني مثلاً ينمو الحوار الاجتماعي، ويدعم التفاعل على مختلف المستويات ومن ثمة يتعزز التماسك الاجتماعي.

وفي هذا السياق تؤكد الدراسات الحديثة أن استخدام البريد الإلكتروني يساهم في تقليل العزلة عن كبار السن والمعاقين ودفعهم إلى ممارسة أدوار اجتماعية جديدة من خلال قنوات الاتصال، كما ساعدت المواقع المخصصة للحوار على الانترنت فئات عديدة على حل مشكلاتها مثل: مدمني المخدرات وأصحاب الأمراض النفسية<sup>1</sup>.

#### - العلاقات الاجتماعية الإلكترونية:

قد "أدت التكنولوجيات الجديدة إلى استبدال علاقة الإنسان بالآلة بعلاقة البشر ببعضهم البعض، وأسهمت بذلك في تغيير النظرة إلى القيم التي تحكم السلوك الإنساني، واقتضت - في رأي الكثيرين - قيام قيم جديدة تراعي الاتجاهات والأفكار والعلاقات القائمة الآن، والتي تختلف في جوانب عديدة عما كان سائداً في الماضي غير البعيد"<sup>2</sup>.

إذاً، فتأثير تكنولوجيا المعلومات والاتصالات لا يقتصر على مجالات النشاط الاقتصادي أو العلمي أو السياسي، فهو يمتد إلى العلاقات الاجتماعية، وبنية ومستقبل المجتمعات والدول، بل واستحدث المختصون مفهوم العلاقات الاجتماعية الإلكترونية لتعبير عن جميع أوجه الاتصال الإنساني التي تتم بين أبناء المجتمع الواحد أو المجتمعات ككل، وتتم من خلال وسائل الاتصال الإلكترونية فقد بات أكيداً أنها تؤثر تأثيراً كبيراً على العلاقات الاجتماعية سواءً على المستوى الفردي أو الجماعي، حيث تؤدي عملية الاتصال بين الأفراد والجماعات دوراً رئيسياً في نمو العلاقات الإنسانية وتطورها، لكن الانترنت

<sup>1</sup> - الفيصل عبد الرحمن: العرب وتكنولوجيا الاتصال: تحدي الثورة المعلوماتية، دار النهضة العربية، القاهرة، 2001، ص 26.

<sup>2</sup> - احمد أبو زيد: قيم جديدة لعصر جديد، مجلة العربي، الكويت، العدد 580 مارس، 2007، ص 33.

تتمى العلاقات الإنسانية اللاشخصية، وهذا يؤدي بدوره إلى كبح إبداع التفكير الإنساني، لأن الاعتماد الكلي عليها (أي الانترنت) سيجر العقل البشري إلى الخمول والركون للراحة.

كما أن نفس هذه العلاقات تخلق ظروفًا خاصة تمكنا من استخدام مهارتنا في الاتصال لإشباع حاجات معينة أو لتحقيق أهداف خاصة، وإذا كانت العلاقات الاجتماعية في صورتها التقليدية المعروفة تتم وفقا للتواجد في نفس البيئة أو المحيط أي الحضور الفعلي للأفراد في نفس المكان أي التواجد الفيزيقي<sup>(\*)</sup> للأفراد الذين يتواصلون ضمن شبكة الاتصال، فإن وسائل التكنولوجيا الحديثة قد عملت على تغييب هذا الجانب أو الميزة الخاصة بالعلاقات الإنسانية، حيث أن هذه الوسائل الاتصالية الصاعدة ترسم مجال علائقي جديد، أين نجد الأفراد عوض أن يلتقوا بصورة فيزيقية، فإنهم يتحادثون ويتبادلون المعطيات والأخبار عن طريق الحواسيب والشبكات.

و إن الانترنت الآن بسبب خصائصها المميزة، فإنها ستفجر المجتمع الحالي، وتعيد تشكيل مجتمعات جديدة تتحاور وتتواصل فيما بينها بواسطة شبكاتها الخاصة، وهذا التفجير والتفتيت يراه البعض سلبيا على المجتمعات التقليدية، وخطر على قيمها، كما يرى بعض الباحثين أن وسائل الاتصال الحديثة بصفة عامة والانترنت بصفة خاصة اثرث كثيرا في بنية المجتمعات<sup>(\*)</sup> من حيث مستوى المعيشة وحل المشكلات.

وفي هذا السياق، يرى الباحث الفرنسي والناقد للوسائل التكنولوجية Philippe Breton "أن غالبية الذين يستعملون الحواسيب الاليكترونية في القيام بعملية الاتصال يتجهون نحو تكوين جماعة إنسانية شديدة الارتباط عن طريق نظام أو نمط من القيم الخاصة بهذه الجماعة وكل أفرادها"<sup>1</sup>، كما أنه يرى أن أعضاء هذه الجماعة، "ينتجون ويخلقون علاقات اجتماعية يدخل في اعتبارها عنصر الآلة أو الجهاز الذي بواسطته يتواصلون"<sup>2</sup>.

وتطور التقنيات الجديدة وانتشار مفاهي الانترنت في المجتمعات التقليدية ساعد على تطور العلاقات الإنسانية، وخلق مستوى جديد من الحوار والاتصال فالواضح أن التحولات التي تحلقها هذه التكنولوجيات ليست علمية وتقنية ومادية بل هي اجتماعية نفسية وحتى اثروبولوجية، ولقد مست هذه المحاولات كل مجالات الحياة وكل شرائح الاجتماعية داخل المؤسسات المجتمعية الكبرى (الأسرة والمدرسة على وجه التحديد).

(\*) L'effet de Proximité وهذا ما يسمى في علم النفس الاجتماعي "تأثير الجوار".

(\*) - وتعرف بنية المجتمعات: "بأنها مجموعة الضوابط والقوانين والأنظمة والعادات والتقاليد التي تحفظ للمجتمع استقراره، وتتمثل في اللغة والدين والهوية الثقافية والأنظمة القانونية والسياسية والاقتصادية والأمنية وغيرها".

<sup>1</sup>- Breton Philippe : **La tribu informatique**, ed1, Métailié, paris, 1990, p07.

<sup>2</sup>- Ibid. P08.

ورغم أن علماء النفس الاجتماعي يرون أن محددات التجاذب الاجتماعي بين الأشخاص هو التقارب المكاني **Spatial Proximity** والاتصال الاجتماعي **Social Contact** إلا أنه نجد رغم فقدان هاتين الخاصيتين في الاتصال عبر الانترنت، إلا أننا نسمع عن نشوء علاقات بين الأشخاص وعلاقات حميمة وصلت إلى حد الزواج.

ولكن يؤكدون أن "التصفح الطويل للانترنت يؤدي نسيج العلاقات الاجتماعية ويسبب الكثير من المشكلات الاجتماعية كاعتزال الناس، والانطواء وفقدان التواصل، وخسارة الأصدقاء، وضعف الرقابة الأسرية على الأبناء"<sup>1</sup>، وهذا ما يؤدي إلى مشكلات التفكك الأسري، وقد يشار إلى هذا لأهميته وجديته داخل النسيج الاجتماعي، لأن استخدام الانترنت قد يؤدي إلى الإدمان، ثم العزلة، ثم الاغتراب عن الأسرة وواقعها وأمالها وحاجاتها ومشكلاتها الحقيقية.

أما الأستاذ جمال رزق فيري أن من "بين مزايا الانترنت هو أنها تحولت إلي معوض للفراغ الروحي والوجداني، لذلك وصلت الانترنت إلى حد التأليه والعبادة والقدسية، ومن جهة أخرى تحولت إلى أداة للتواصل الاجتماعي كمعوض للأسرة فتحولت إلى فاعل ربط صلات صداقة وزواج ناجح، وهذا ما لا يمكن توقعه في الوطن العربي، وذلك للحضور الديني والروحي المتميز رغم التغريب والتخريب الثقافي"<sup>2</sup>.

- الصراع بين المحلي والعالمي: إن معظم المواقع الموجودة بالانترنت غربية تحتوى تقاليد مناقضة لقيم المجتمع العربي المسلم، في مقابل ندرة المواقع العربية التي تتناول موضوع القيم الاجتماعية المرتبطة بالتراث العربي الإسلامي، مما أحدث لدى العديد من المجتمعات التوتر والصراع بين المحلية والعالمية والتوتر بين التقاليد والحداثة، وكذا " القضاء على الهوية الوطنية والقومية"<sup>3</sup>.

#### ب- الآثار النفسية:

تتميز الانترنت غالباً بأن لها تأثيراً سيكولوجياً ايجابياً فيما يتعلق بتطوير الإدراك، وهذا من خلال اكتساب الإنسان طرق مستحدثة للتفكير تجعل تفكيره متحركاً ومتكاملاً ومرناً، فإنه يمكن القول أنه بهذه السمات أصبح يعرف كثيراً من الأمور في أقل وقت ممكن بحكم التعدد اللانهائي لمصادر المعلومات والمعرفة في الانترنت"<sup>4</sup>.

كما يمكن أن تكون لها مهمة مؤداها أن الإنسان تتولد لديه طرق جديدة لإدراك العالم من حوله من خلال استخدامه لمفاهيم جديدة مثل الفضاء المعلوماتي أو الواقع الافتراضي، كما يمكن للانترنت أن

1 - وليد احمد المصري: الأسرة العربية وهوس الانترنت، مجلة العربي، العدد 573، أغسطس 2007، ص 173.

2 - جمال رزق، مرجع سابق، ص 122-121.

3 - محمد عابد الجابري: قضايا في الفكر المعاصر، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، لبنان، 1997، ص 149.

4 - السيد يسين، مرجع سابق، ص 245.

تشكل كل من الوعي الكوني والوعي الاجتماعي والفردى بشكل عام، ولكن للانترنت تأثيرات سيكولوجية ونفسية سلبية نذكر منها ما يلي:

- **اصطناع الشخصية:** أن احتكاك الفرد بعالم الانترنت خاصة مواقع التواصل الاجتماعي ومحاولة إظهار المستخدم أنه حاضر بصورة دائمة في الانترنت، مما يؤدي إلى اختلاق شخصية افتراضية غير شخصيته، وذلك بوضع اسم غير اسمه وصورة غير صورته، وذلك من أجل التلاعب والدخول في قصص حب مع الجنس الآخر أو عملية اختلاس أو ممارسة أعمال غير شرعية عبر الانترنت بدون اكتشاف الآخر ذلك<sup>1</sup>، وقد كان هذا الأمر مع التلفزيون، فكان له دور في اصطناع شخصية الفرد الافتراضية وذلك عن طريق التقليد لإبطال الأفلام والمسلسلات، واعتناق شخصيات الأبطال سواء في اللباس أو تسريحة الشعر، أو حتى طريقة الكلام أو التعامل مع الآخرين.

- **القضاء على الذاتية:** هذه الذات التي تميز كل فرد عن الآخر "فالتكنولوجيا الحديثة المتقدمة مثل تكنولوجيا الكمبيوتر والانترنت التي يمكن استغلالها وتسخيرها في تعديل وتغيير العواطف والوجدانيات والأمزجة وتوحيد العمليات الذهنية و إزالة الاختلافات الطبيعية بين الناس بكل ما يحمله ذلك من خطورة القضاء على خصائص الفردية التي تميز أعضاء المجتمع بعضهم عن بعض، والتي يقوم عليها التنوع البشري الذي يعتبر في نظر الكثيرين العنصر الأساسي في إضفاء المعنى على الحياة الإنسانية"<sup>2</sup>.

و إن شبكة الانترنت حسب "تاركل C.Tarkle"، تعتبر "ذاتاً ثانية"<sup>3</sup> تكشف حسب نفس الخطابات عن كل قيمها الأساسية، والمتمثلة في الجماعية، الشفافية، والمساواة في الوصول إلى المعارف وحرية الكلمة وتقاسم الفضاء العام العالمي.

وهذا ما جعل الباحثة "شري تروكلى" Sherry Turkle مؤلفة كتاب "الحياة على الشاشة: الهوية في عصر المعلومات" تؤكد أن: "التغيرات التي يحدثها الكمبيوتر الشخصي والانترنت في عقولنا يجب أن تفهم من خلال فهم جهاز الكمبيوتر وشبكة الانترنت كأداة للتفكير، فنحن نتعلم الراحة والمعاشية والتحدث مع آلات ذكية، ونتعلم أيضاً أن نثق في محركات الكمبيوتر ونتمتع بها مثل كائنات تحس وتشعر، ونتعلم أيضاً أن نقبل صورتنا عن أنفسنا كما تراها تلك المحركات، وأصبحنا نرى أنفسنا على نحو مخالف لما تعودنا عليه، وأصبحنا نقبل صورتنا في مرآة الآلة، وهي تقول في هذا الشأن أن: في الممارسة اليومية للكثير من مستخدمي الكمبيوتر نُصبح نوافذ الكمبيوتر مجالاً قوياً للتفكير فيها كامتداد مضاعف ومتعدد للنفس البشرية"<sup>4</sup>.

<sup>1</sup> - إلهام التعويضي: وسائل الاتصال الحديثة وتأثيرها على الأسرة، مجلة البيان، العدد 13، 2012، ص 23.

<sup>2</sup> - احمد أبو زيد: تكنولوجيا الاتصال هل تدعم العربية والانعزال؟، مرجع سابق، ص 140.

<sup>3</sup> - الصادق رابح: الإعلام والتكنولوجيا الحديثة، دار الكتاب الجامعي، الإمارات العربية المتحدة، ط 1، 2004، ص 131.

<sup>4</sup> - احمد محمد صالح، مرجع سابق، ص 175.



ولهذا يرى البعض أن الانترنت "لا تصنع بيئة مناسبة لانطلاق المبادرات الخلاقة ورعايتها حتى تؤتي ثمارها"<sup>1</sup>، وهذا ما يمكن أن يحدث في المستقبل القريب حيث يؤدي ذلك إلى قتل المواهب الفردية، وعلى أقل تقدير جعل كل المبادرات الشخصية تسقط تحت مطارق التجاهل وعدم الاهتمام.

فالتقدم الهائل في تكنولوجيا المعلومات و غزارة تدفق هذه المعلومات، وإتاحتها للجميع تحمل بين طياتها إمكان وقوع المجتمع الإنساني تحت سيطرة نمط واحد وموحد للتفكير والإحساس، وبالتالي سيطرة "عقل جمعي" واحد تحتفي أمامه تماماً كل مظاهر الاختلاف، والتنوع، والتفكير الشخصي الإيجابي المتميز، والإرادة الفردية المستقلة.

و هناك بعض من علماء الاجتماع من يرى أن "تكنولوجيا الاتصالات قد أثرت تأثيراً بالغاً على مستقبل الشباب، حيث أنها تساعد على تنظيم أسلوب حياتهم وطريقة تفكيرهم، كما تعزز التماسك الاجتماعي، وتطور أنماط التفاعل الاجتماعي من خلال تدعيم التفاعل مع كافة المستويات لدى الشباب واشراكهم في مشاريع دولية، مما يساعدهم على حل المشكلات المتعلقة بالمجتمعات المحلية، والمساهمة في تطوير التراث الثقافي والإنساني العالمي"<sup>2</sup>.

- **مكننة الإبداع:** لقد قاد التدفق المعلوماتي والمعرفي أيضاً إلى إحباط القدرات الإبداعية والمواهب وتكبيها، حيث أن البرامج الحاسوبية هي التي صارت تؤلف الألحان الموسيقية اليوم، وتكتب القصص أو تكاد وترسم، وقبل ذلك استطاع المبرمجون وضع برامج تصميم تقوم بوضع التصميمات وتطويرها في ميادين مختلفة: البناء، والديكور، السيارات، المحركات، الدارات الالكترونية، وصارت الحاسبات الالكترونية تطور ذاتها بذاتها مع اعتماد قليل على قدرات الإنسان الإبداعية، إذاً ستتحول القدرات الإبداعية إلى استثمار في الإبداع الاستهلاكي أي توظيف القدرات الإبداعية فيما يتطلبه سوق الاستهلاك والاستثمار، فالاتصال الالكتروني يهدد على المدى البعيد كثيراً من العمليات الإبداعية التي سادت عصور الاتصال السابقة ومنها الكتابة الإبداعية، فمع اختزال اللغة وخضوعها لقدرات وسائل الاتصال الحديثة ستفقد اللغة شيئاً من وظائفها وتختفي كثير من الفنون الأدبية التي تعتمد عليها، وهنا تكون اللغة ناتجاً تكنولوجياً بدلاً من أن تكون إبداعاً إنسانياً لجماعات مختلفة تثري الحياة الإنسانية، وليس من المستبعد أن تفرض تكنولوجيا الاتصال حدود اللغة وعدد مفرداتها وتحدد دلالات ألفاظها<sup>3</sup>.

وهذا يقودنا إلى أثر آخر هو التحكم في **الذائقة الجمالية** من قبل مهندسي الحاسوب ومهندسي الإعلام المرئي المتمثل في الفضائيات، وكلاهما يتسابق لا على فائدة المتلقي، وإنما على كسبه بأي

<sup>1</sup> - جمال محمد عيطاس: أزمة العقل المعلوماتي العربي، مجلة العربي، العدد 571، يوليو 2006، ص 142 .

<sup>2</sup> - عماد مكاي: **تكنولوجيا الاتصال الحديثة في عصر المعلومات**، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، ط2، 1997، ص 572.

<sup>3</sup> - حمدي حسين أبو العينين، مرجع سابق، ص15.

طريقة حتى ولو كانت على حساب الأخلاق والقيم الايجابية كلها في مختلف الميادين، بل ربما كان نفس الأخلاق والقيم الايجابية عامةً غاية من غايات بعض الفضائيات ومواقع الانترنت<sup>1</sup>.

- **الفائض الإدراكي والمعرفي للمستخدم:** يرى بعض علماء الاجتماع أن: "هذه التقنيات وخصوصاً الانترنت تمثل في الوقت الراهن -على الأقل- نوعاً من المرض الخبيث يفتك بالذكاء الإنساني، وهذا راجع إلى التدفق المعلوماتي اللامحدود، والمتعدد المصادر التي تعد قيمتها النوعية، وفعاليتها موضع شك و إن هذا الفائض المعلوماتي يقضي على القدرات الذهنية للفرد ويضعفها<sup>2</sup>، وهذا ما يسمى كذلك بآثار الحمل الزائد، بمعنى أن الشبكة تتعرض لسيل يومي من المعلومات والبيانات مما لا يستطيع العقل البشري استيعابه، وإن هذا الإفراط في المعلومات من شأنه أن يؤدي إلى تشتيت الباحث عن أغراضه وهذا ما يسمى بالحمل الزائد، ويعتقد البعض أنه أصبح من المتعذر حفظ حد أدنى من المعلومات في الذاكرة نظراً لحجم تلك البيانات الهائل، وهي كذلك ستكون تحت طلبه في أي وقت، فلماذا يتعب نفسه في الحفظ.

وهنا يطرح السؤال: هل تؤدي المعلومات الكثيرة على مستوى شبكة الانترنت إلي مزيد من المعرفة؟ أم إلى مزيد من تشتيت العقل والسطحية أمام طوفان المعلومات القادم إليه؟.

وكما ساهمت ثورة المعلومات في الخصوص على توفير معلومات كثيرة تضر بالبشر فهي تتيح تخمة معرفية ومعلوماتية، كما يلاحظ أن المعلومات المتاحة للبشر تتضاعف كل 12 سنة و أن المعلومات العامة تتضاعف كل سنتين ونصف، إضافة إلى تلك التخمة المعرفية المتوفرة هي أقرب من الترفيه والاستغلال التجاري منها إلى المعلومات المفيدة<sup>3</sup>.

و " التعامل الشخصي مع وسائل التكنولوجيا الحديثة يمكن أن يقلل الخبرات المشتركة بين الزوج والزوجة أو بين الآباء والأبناء مما يؤدي إلى صعوبة التفاهم والاشتراك في القيم بينهم، وذلك لأنها تمكنت من غزو منازلنا بأشكال لا حصر لها"<sup>4</sup>.

- **تعطيل ملكات العقل:** إن "تعطيل ملكات العقل بفعل الثورة التكنولوجية لم يعد افتراضياً، إنه نظرية مبرهنة على أرض الممارسة الواقعية يمكن تسميها بنظرية الحاسوب يأكل ذاكرة الإنسان، وعلى أي حال ليست مشكلتنا في السمية، مشكلتنا في العملية ذاتها التي راح الإنسان بها يضع عقله أو ذاكرته في

1 - عزت السيد احمد: الثورة التكنولوجية وأثرها في تغير القيم، مرجع سابق، ص476.

2 - الدين بومهرة، ماجدة حجار: الانترنت: مفهوماً وتجلياتها والآثار المترتبة عليها، مجلة محكمة سداسية، جامعة باتنة، العدد 12، جوان 2005، ص 228.

3 - السيد بخيت محمد: نقمة ثورة المعلومات، كتاب العربي45، ط 1، الكويت، أبريل 2000، ص84.

4 - نور الدين بومهرة، ماجدة حجار، مرجع سابق، ص85.

الحاسوب ويعتمد عليه شيئاً فشيئاً اعتماداً كلياً أدى وسيؤدي أكثر إلى شل قدرات التفكير والمبادرة وتعطيل ملكات العقل"<sup>1</sup>

- **فقدان الوجهة:** "بسبب إساءة استغلال الخدمات التي تقدمها الانترنت، وعدم وجود رقابة على محتوى البرامج المتداولة من خلالها، وغياب القواعد الاجتماعية يسمح لجميع الرغبات بالظهور، بعد أن أصبحت وسائل الإعلام والاتصال الحديثة تسمى بأدوات **إشباع الرغبات**"<sup>2</sup>.

وأمام هذه الوضعية كان لا بد أن نتساءل عن مدى تمكن المستخدمين الشباب بصفة عامة و الطلبة الجامعيين بصفة خاصة من استيعاب هذه التقنية، و إلى أي حد يمكنهم توظيفها لتحقيق رغباتهم الذاتية والشخصية؟.

- **الاتكال والخمول:** أدت الانترنت إلى اختصار الوقت من جهة، لكنها قتلت الوقت من جهة ثانية، وهذا بالمجالسة الطويلة للانترنت التي تقدم لنا نظرياً كل شيء، ولكنها فرضت علينا الاتكال عليها لما توفره لنا من جودة وجهد ووقت، ونظراً لما يرافق التواصل بالحواسب من متعة المتابعة والمعلومة ومغريات التواصل معاً صارت الحواسيب هي الأهل والنسب، وهم الأصدقاء الذين لا يوجد بينك وبينهم أي حوار سوى التلقي، أي إن الصداقة أو قيمة الصداقة تغيرت، حيث صار الأصدقاء قطعاً اليكترونية وبلاستيكية وكرتونية، ويتواشج هذا التغيير مع ما سبقت الإشارة إليه من انحسار التواصل الاجتماعي وخسران ما يقدمه هذا التواصل الحي من فوائد وما يعنيه من دلالات<sup>3</sup>.

- **"سابيرفوبيا" أو "كمبيوترفوبيا": Cyberphobia:** و الذي يعرف كذلك باسم القلق الكمبيوترية، وهو الخوف من الكمبيوتر، ومن خلال بعض التقديرات فإن هذا المرض يصيب المراهقين، والذين وصلوا إلى حالات متقدمة من هذا المرض يعانون من الغثيان والدوار والعرق البارد، وهو " حالة نفسية تعني خوف الفرد من الاقتراب من الحاسوب أو استعماله"<sup>4</sup>.

ويرجع القلق من الكمبيوتر إلى عديد من الأسباب الكامنة، بما فيها الخوف من أنهم سوف يحدثون تلفاً في الجهاز بالضغط على المفتاح الخطأ، والخوف من الفشل الشخصي، والشعور بعدم التحكم من قبل الأشخاص الذين لا يتمتعون بخبرة فنية، عندما يواجهون نظام معقد والسيدات والأفراد الذين يتمتعون بمهارات حسابية أو رياضية منخفضة، يعانون بصفة خاصة من القلق الكمبيوترية، ولعل

1 - عزت السيد احمد: الثورة التكنولوجية وأثرها في تغير القيم ، مرجع سابق، ص473.

2 - نور الدين بومهرة، ماجدة حجار، مرجع سابق ، ص229.

3 - عزت السيد احمد: الثورة التكنولوجية وأثرها في تغير القيم، مرجع سابق، ص473

4 - عادل ريان: الحاسوب وأمراضه، في كتاب العربي، مستقبل الثورة الرقمية عند العرب والتحدي القادم، الكويت، العدد 55، ط1

2004، ص 160.

التدرب على أنظمة الكمبيوتر الشخصي السهلة والإمام بالخبرة في مجال الكمبيوتر قد تساعد على التغلب على هذا المرض.

- **المشاكل الصحية النفسية:** وهي إما أن تكون مشاكل صحية نفسية، وتتمثل في الإدمان على استخدام الانترنت وما يترتب عنه من أمراض، أو مشاكل جسدية كضعف النظر أو آلام الظهر نتيجة سوء الاستخدام.

والإصابة بأضرار نفسية واجتماعية نتيجة الإدمان على الانترنت، كالدخول في عالم وهمي بديل تقدمه الانترنت مما يسبب أضرار نفسية هائلة، حيث يختلط الواقع بالوهم أو الانسجام الملحوظ للفرد من التفاعل الاجتماعي نحو العزلة الاجتماعية أو التأثير في الهوية الوطنية والعادات والقيم الاجتماعية للفرد والتفكك الأسري.

#### أولاً- إدمان الانترنت والإدمان على مواقع التواصل الاجتماعي:

الانترنت تمثل تقنية حديثة تساهم بصورة كبيرة في شتي المجالات التي تخدم الإنسان، ويقدر ما تنتجه تلك الشبكة العنكبوتية من خدمات على المستوى الشخصي والمهني لكل إنسان مهما كان تخصصه بل وعبرها تقام العلاقات، وقصرت المسافات من خلال البريد الإلكتروني، وأشكال التواصل الأخرى.

وإذا كانت الانترنت تمثل أحد المعطيات الحضارية الفائقة في خدماتها، إلا أنه من الواضح أن لكل شكل خضاري انعكاساته السلبية، خاصة إذا علمنا أن الشباب في شبابهم يتوجهون إلى ارتياد المجهول، وفي ظل الحاجات، الرغبة تتكشف أمامهم كثير من المواقع التي تتيح لهم إمكانية الإفراغ بل تتخطي ما هو أكبر من ذلك إلى إفراغ العدوان وممارسته.

ويختلف العلماء في تعريف كلمة "إدمان"، ففي حين لا يعتبرها البعض تنطبق إلا على مواد قد يتناولها الإنسان، ثم لا يقدر الاستغناء عنها، إلا أن البعض يعتبر هذا المفهوم ضيقاً حيث يرون أن الإدمان هو عدم القدرة على الاستغناء عن شيء ما، ويعرف إدمان الانترنت "على أنه الاعتماد النفسي على ممارسة التعامل مع شبكة الانترنت لفترات طويلة أو متزايدة دون وجود ضروريات مهنية أو أكاديمية، بحيث يكون على حساب هذه الضروريات وغيرها".<sup>1</sup>

وفد أفادت الدراسات التي تمت في هذا المجال بأن أكثر مجالات استخدام المدمنين للانترنت هي غرف الحوارات الحية ومواقع التواصل الاجتماعي، حيث يقوم الناس بالتعرف على أصدقاء جدد ويقضون أوقاتاً طويلة في الترتة فيما بينهم، وقد يقوم الشخص بإقامة علاقة غرامية على الأثير، وقد تستغرق تلك العلاقة شهوراً، و يتضح أن "شدة الارتباط بالوسيلة الإعلامية يكون على حساب المسؤوليات

<sup>1</sup> - عزب حسام الدين محمود: إدمان الانترنت وعلاقته ببعض ابعاد الصحة النفسية لدى طلاب المرحلة الثانوية، المؤتمر العلمي السنوي لطفل والبيئة، 2001، ص286.

الأخرى، وقد برز هذا الانشغال مع التلفزيون والفيديو، ثم ازداد مع الحاسوب، وتقدر الدراسات الغربية أن الفرد يشاهد التلفزيون ما معدله ست ساعات يومياً، وحديثاً، تشير الدراسات إلى أن الحاسوب قد يتجاوز التلفزيون في عدد الساعات المتخصصة مع هذه الوسيلة، ويترتب عن هذا الإدمان قلة التفاعل الاجتماعي المباشر وما لذلك من أثر في إضعاف الروابط<sup>1</sup>، و" التمرد على الضوابط الاجتماعية باسم التحرر، و الصراع الثقافي، والانفصال عن الذات والذات الاجتماعية، التوتر والارتباط بالآخر المجهول وتراجع عملية التحصيل المعرفي كقيمة تربوية تعليمية، وتراجع الاهتمام بالقيم الدينية الإسلامية"<sup>2</sup> والالتزام بها.

وقد "يؤدي الإدمان على استخدام الانترنت إلى العزلة الاجتماعية و إلى تفكك الروابط الاجتماعية و إلى تراجع العلاقات الاجتماعية، حيث أن الإدمان يمكنه أن يؤدي إلى تفكك الروابط حتى بين الأب وابنه أو الأخ وأخيه، فعندما يشعر الفرد بأنه حصل على كل شيء دون أن يكون في إطار اجتماعي فإنه يبدأ في الانعزال تدريجياً من المجتمع البشري إلى المجتمع الإلكتروني، هذه العزلة تولد عند الفرد اغتراباً عن الواقع وتؤدي إلى تهربه من مسؤولياته الحقيقية نحو نفسه ونحو مجتمعه، وهذه العزلة تؤدي بدورها إلى تفكك المجتمع"<sup>3</sup>. بعدما تم تفكيك الأسرة، وتفرد أعضائها.

و"من الآثار السلبية المترتبة عن إدمان الانترنت هو فقدان الهوية الشخصية أو الثقافية وظهور العديد من السلوكيات غير المقبولة مثل الانسحاب والبعد عن التعامل مع الجماعة، وعدم المشاركة في المسؤولية الجماعية والتمركز حول الذات والانغلاق في دائرة الأهداف والمصالح الشخصية دون المصالح العامة ورفض القوانين والمعايير الاجتماعية والثقافية"<sup>4</sup>، ولهذا الإدمان مجموعة من المسببات منها<sup>5</sup>:

✓ لقد أحدثت شبكة الانترنت انقلاباً جذرياً في المفاهيم والممارسات النفسية والاجتماعية التي كانت مستقرة في الأذهان، فهي توفر للإنسان إطلاقاً لريباته الدفينة كلها والتعبير عنها بطرحها مع من يرغب عبر غرف الدردشة، هذه العرف التي تقدم للشباب والشابات فرصة ذهبية للتخلص من القيود المجتمعية الصارمة.

✓ الافتقاد إلى السند العاطفي عند المراهقين يجعلهم يلهثون وراء الإشباع الوهمي واللذة المؤقتة من خلال الدردشة مع أناس وعوالم لا يعرفون شيئاً عنها.

1 - عزي عبد الرحمن، مرجع سابق، ص 121.

2 - بومدين مخلوف، مرجع سابق، ص 121.

3 - العقون هاجر، بن عمر سامية، مرجع سابق، ص 68.

4 - بومدين مخلوف، مرجع سابق، ص 122

5 - وليد احمد المصري، مرجع سابق، ص 173.

✓ إن غرف الدردشة وسيلة للتفريغ الانفعالي وتفريغ شحنات الغضب والكبت والعدوانية، فلا رقيب ولا حسيب ولا حدود للزمن والمكان، لذلك تصبح تلك العرف الملاذ الآمن والمنقذ الأكبر لما يعترى النفس البشرية من مكونات موجودة في غياب اللاشعور.

✓ التخلص من حالات القلق النفسي وضغوطات الحياة الصعبة التي يعانها الشباب، كما أن الإدمان يقلل من حظوظ القراءة والإطلاع والتدبر الفكري وتحقيق الذات، وهي ميزات جد ضرورية نفسياً واجتماعياً بالنسبة للشباب.

و لقد ازداد اهتمام علماء النفس الأمريكيين بظاهرة الإدمان على الانترنت الذي أصبح مرضاً جديداً فتحت له عيادات متخصصة في الولايات المتحدة تعالج المصابين سواءً من خلال الحضور الشخصي أو عبر الانترنت ، ومنهما الباحثتين **كمبرلي يونغ و ماريسا**.

و"ماريسا" هي أول من فتح عيادة لعلاج إدمان الانترنت في مستشفى "ماكلين" التابع لجامعة هارفارد عام 1996، وكانت طبيبة علم النفس تحدد سبب انجذاب المريض إلى الانترنت بالاكنتاب الوحدة، أو الجنس..... إلخ، وأكدت "ماريسا" لوكالة "فرانس پراس" أن ما بين 7% من مستخدمي الانترنت يمكن أن يصابوا بالإدمان، كما أكدت أن الناس الذين يأتون لزيارتها يريدون غالباً انقاذ حياتهم الزوجية أو عملهم، ورغم اعتراف الجميع بحقيقة هذه الظاهرة فإن طبيعتها لا تزال مبهمة<sup>1</sup>. ولقد حددت الجمعية الأمريكية للطب النفسي أعراض الإدمان الشبكي بما يلي<sup>2</sup>:

- ✓ عدم الشبع من التصفح .
  - ✓ إهمال الواجبات الأسرية والوظيفية والمهنية.
  - ✓ اللجوء إلى النوم العميق بعد تصفح مجهد وطويل.
  - ✓ ظهور ارتكاسات نفسية كالارتعاش وتحريك الأصابع بصورة مستمرة .
  - ✓ القلق و الاكتئاب .
  - ✓ تركيز التفكير حول شبكة الانترنت إلى حد الهوس.
- أما **كامبرلي** والتي تعد من أولى أطباء النفس في دراسة الظاهرة سنة 1994، وتعرف إدمان الانترنت بأنه الاستخدام لأكثر من 38 ساعة أسبوعياً، وتمثلت أقسام إدمان الانترنت حسبها<sup>3</sup>:
- ✓ **إدمان الفضاء الجنسي**: أي مواقع الجنس الإباحية.
  - ✓ **إدمان العلاقات السيبرية**: وتتم عبر الفضاء المعلوماتي، مثل علاقات قاعات الدردشة.

1 - أبو بكر مرسي محمد مرسي: أزمة الهوية في المراهقة والحاجة إلى الإرشاد النفسي، مكتبة النهضة المصرية، مصر، ط 1 2002، ص 90.

2 - وليد احمد المصري، مرجع سابق، ص 173.

3 - بومدين مخلوف، مرجع سابق، ص 121.

✓ **إلزام الانترنت:** تخطي السيطرة البشرية.

✓ **الإفراط المعلوماتي:** مثل البحث عن المعلومات الزائدة عن الحد عبر الانترنت، والاهتمام بأفكار خارج منظومة القيم.

✓ **إدمان ألعاب الكمبيوتر:** الزائد عن الحد.

**ثانياً: المشاكل الصحية الجسدية:** أن الاستخدام السيئ للانترنت غير المقيد بمدة زمنية محددة قد تؤثر سلباً على صحة المستخدم، فهذه المشاكل تتنوع منها قلة النوم ثم الأرق، ضعف البصر، تقوسات العمود الفقري (آلام الظهر). كما أن الانترنت باعتبارها سهلت الحصول على المعلومات ووفرت إمكانية القيام بالعديد من الأنشطة بمجرد تحريك بعض الأزرار، زادت من الكسل وانعدام الحركة الجسدية لدى الشباب فأثرت نفسياً وجسدياً واجتماعياً.

### ج- الآثار الثقافية والدينية والأخلاقية:

- **الآثار الثقافية:** إن الانترنت "وتكنولوجيا الاتصال الحديثة تخفي تحت رداؤها المبهر مشكلات لا تظهر إلا حينما تصبح وسائلها جزءاً من الواقع الاجتماعي والثقافي اليومي، فالإنسان الذي أوجد التكنولوجيا يمكن أن يصبح أسيراً لها، تؤثر في نمط حياته وأساليب معيشتة بل وثقافته العامة ورؤيته للعالم من حوله وبصرف النظر عن جدل العلاقة بين الثقافة والتكنولوجيا، وأيهما أكثر تأثيراً في الآخر، فإن هناك ظواهر تشير إلى أن تكنولوجيا الاتصال أصبحت عاملاً مؤثراً في الثقافة السائدة إن لم تكن في بعض الأحيان عاملاً حاسماً<sup>1</sup>، وهناك من يذهب إلى أن " التغيرات التي تطال ثقافة الشباب ترجع إلى جملة من آليات تشكل في مجموعها عوامل انتشار العولمة مثل التقنية العالية الدقة، الفضائيات والانترنت....."<sup>2</sup>

وقد " تظهر ثقافة الشباب في سلوكياتهم واتجاهاتهم وقيمهم ولغتهم وأنماط لباسهم ومظهرهم"<sup>3</sup> و " ربما كانت اللغة هي الضحية الأولى لتكنولوجيا الاتصال الجديدة، فاللغة التي يستخدمها الشباب اليوم عبر الانترنت ورسائل "الموبايل" ظهرت بتأثير الوسائل التي يستخدمونها في نقل الرسائل، أي أنها ناتج تكنولوجي فرضته وسائل الاتصال الاليكتروني، ولم تظهر نتيجة العوامل التي أدت إلى تطور اللغة ذاتها في العصور السابقة"<sup>4</sup>. وقد طرحت وشكلت القضايا الأخلاقية والثقافية للانترنت في أبعادها المختلفة مفهوم "التلوث الثقافي" الذي يعني إضعاف الأعراف، أو تصارعها، أو غيابها، من خلال تقديم معلومات غير صحيحة ومشككة، والتي تشمل مجموعة من التهديدات للمعتقدات من خلال التعصب الديني والعرقى، إلى جانب التهديد الأخلاقي والمتمثل في انهيار النظم الأخلاقية التي تشكل دعامة النظم

1 - حمدي حسن أبو العينين، مرجع سابق، ص14.

2 - سلطان بلغيث: **مظاهرات أزمة الهوية لدى الشباب**، مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة تبسة، ص352.

3 - عرابي محمود: **تأثير العولمة على ثقافة الشباب**، الدار الثقافية للنشر، القاهرة، 2006، ص07.

4 - حمدي حسن أبو العينين، مرجع سابق، ص14.

الاجتماعية خاصة، و أن الانترنت تعج بالمواقع الأخلاقية والإباحية فضلاً عن التهديد الأمني حيث تنتشر في الشبكة معلومات خطيرة كافية بتهديد الأمن الوطني للمجتمعات والدول<sup>1</sup>.

- الآثار الدينية والأخلاقية: وتكون نتيجة لتصفح المواقع الإباحية والأخلاقية حيث " إن سلوك الفرد ومفاهيمه وأفكاره الدينية والأخلاقية قد تتأثر إيجاباً أو سلباً بكل ما يتعرض من مؤثرات خارجية مثل وسائل الإعلام، وشبكة الانترنت تعد من أكثر وسائل الإعلام تأثيراً على المستخدمين، ذلك أنها توفر للفرد قدراً كبيراً من حرية الإطلاع والبحث عن المعلومة والقيام بكل ما يربح به من ممارسات، فمن خلال الانترنت يستطيع الفرد الإطلاع والبحث عن كل ما يشغل باله فيما يتعلق بالدين والأخلاق، كما أنه يستطيع الاتصال والتفاعل مع علماء الدين والمتخصصين والخبراء في مختلف مجالات الحياة مما يمنحه فرصة كبيرة لتنمية فكره وأخلاقه<sup>2</sup>، كما أن هناك مواقع تعنى بمواقيت الصلاة واتجاه القبلة حول العالم، ومواقع للفتاوى المسموعة والمقروءة ، و مواقع لسماع تلاوات القرآن الكريم لعدد من القراء وسماع الخطب والأذان وتعليم التجويد على الانترنت، ومواقع للمنظمات الإسلامية والجمعيات الخيرية، كل هذا استفاد ويستفيد منه آلاف المسلمين عبر العالم<sup>3</sup>.

كما يمكن أن يكون التأثير سلبياً، وهذا راجع لكون الانترنت تحفل بسلسلة من المواقع اللااخلاقية التي تتجاوز الضوابط والقيود والآداب والقيم التي تربي الإنسان على الفضائل، ومن المؤكد أن سلبيات مثل هذه المواقع على النشء الجديد أكبر منها على أي شريحة أخرى نظراً لتحولها إلى سلع يعرض الكثير منها مجاناً، وهذا ما جعل بعض الجماعات والمنظمات تعمل على تشجيع مبدأ الرقابة لحماية المجتمعات والأفراد أخلاقياً من خلال تشديد الرقابة لمنع النفاذ للمواقع الإباحية خاصة في ظل تزايد ارتيادها من قبل الشباب والمراهقين وحتى الأطفال، والعمل على وضع قواعد تحدد أخلاقيات التعامل مع الشبكة، وهذا مع تنمية قيمهم الأخلاقية وإحساسهم الذاتي بضرورة استغلال الانترنت بما ينفعهم وينفع الآخرين.

ومن ناحية أخرى يمكن أن تؤثر الانترنت على الفرد بشكل سلبي حيث يستطيع الفرد الإطلاع على أفكار ومعتقدات تخالف الأفكار والمعتقدات الدينية والأخلاقية السليمة، كما أن انشغاله باستخدام الانترنت قد يؤثر على أدائه للفرائض والواجبات الدينية مثل صلاة الجماعة، و" توصلت بعض الدراسات إلى انخفاض تأثير مشاهدة الفضائيات والانترنت على زيادة التمسك بالدين، لاسيما مع كثرة الفضائيات التي تروج صراحة للانحلال والفساد، فضلاً عن أن الكثير من الشباب يعترفون أنهم أصبحوا ينشغلون

<sup>1</sup> - موقع ويكيبيديا الموسوعة الحرة: أخلاقيات الانترنت: متاح [http:// ar.m.wikipedia.org/wiki](http://ar.m.wikipedia.org/wiki) On line.

<sup>2</sup> - الهام بنت فريح بن سعيد العويضي: اثر استخدام الانترنت على العلاقات الأسرية بين أفراد الأسرة السعودية في محافظة جدة رسالة ماجستير غير منشورة، كلية التربية للاقتصاد المنزلي والتربية الفنية، جامعة جدة المملكة العربية السعودية، 2004، ص80.

<sup>3</sup> - حسين عبد الجبار، مرجع سابق، ص86.



عن الصلاة بفعل متابعة الفضائيات أو الجلوس أمام الانترنت، ناهيك عن أن متابعة هذه الوسائل كانت سباب في معاقرة الخمر، والإدمان على المخدرات والجنس، وهي كلها من حوارم الالتزام الديني عند الشباب....فانحسرت قيمة حب الوطن لدى الشباب، فالوطن هو المكان الذي يؤمن الثروة والرفاهية واستبدال الرموز الوطنية بأخرى عالمية، وتراجع الاهتمام بالأخلاقيات والتعلق المفرط بالماديات حيث يشهد الواقع العربي الإسلامي ضهور الكثير من القيم المعنوية مثل : العفة، الإخلاص، الشرف، الأمانة، الصدق، صلة الرحم، الإحسان، بر الوالدين، الإحسان إلى الجار، إكرام الضيف، لأن جيل الشباب نشأ على مفردات جديدة- مفردات عصر العولمة-<sup>1</sup> أو بالأحرى مفردات الانترنت وموقع التواصل الاجتماعي، و هذا بالإضافة إلى أن شبكة الانترنت هي مجال للقيام بما يخالف الدين مثل تكوين علاقات مع الجنس الآخر أو الإطلاع على المواد الجنسية، كما "أصبحت تستخدم الانترنت ومنصاتها المختلفة في بث الكراهية والعنف ضد التنوع العرقي والمذهبي والديني داخل المجتمع على الرغم من وجود تلك المكونات قبل ظهور الانترنت والشبكات الاجتماعية"<sup>2</sup>.

ورغم أن الدراسات ضئيلة حول الآثار السلبية للمواقع والبيانات الإباحية في مواقع الانترنت، إلا أن المربين والآباء، وكثير من المختصين يحذرون من مخاطرها، وهم يغمروهم الخوف من آثار تعامل أبنائهم مع تلك المواقع، التي ثبت أن حجبها نهائياً عن شاشة الحواسيب أمراً متعذراً رغم كل المحاولات، ولا غرابة أن تجد بعض الصور أو المواقع أثناء عمليات بحثك عن أغراض أخرى بعيدة .

#### - الإباحية الجنسية عبر الانترنت(انتشار المواقع الإباحية):

الانترنت اليوم أصبحت تزخر بالمواد الإباحية، ولهذا وجب الحديث عن الإباحية الجنسية عبر الانترنت، لأنها تؤثر بشكل بالغ على سلوكيات الشباب واتجاهاتهم وقيمهم.

و إن الانترنت تعد وسيلة من وسائل الاتصال وبمستويات متعددة، ولذلك فيجب ألا نندش إذا ما استخدمها الناس للحديث عن الجنس، وإنما عبارة عن شكل من أشكال الجريمة المنظمة تقوم بها شبكات محلية، جهوية وعالمية تقدم عروضاً جنسية مغرية نفسياً ومالياً عبر مواقع ظاهرة ومستترة أو تقتحم بها بريد مستخدمي الانترنت دون استئذان.

و يجد هذا النوع من الإباحية الدعم الكامل من التشجيع العلني من طرف الجماعات الموازية والجمعيات الافتراضية، التي تعمل على فرض أخلاقياتها الإباحية في شتي المجالات وتوفير الحماية القانونية لها.

<sup>1</sup> - سلطان بلغيث، مرجع سابق، ص355.

<sup>2</sup> - عادل عبد الصادق، ص03.

و اعتبرت مؤخراً بعض وسائل الإعلام الفرنسية أن 60 بالمائة من مستخدمي الانترنت اطلع ولو مرة واحدة أو أكثر على المواقع الإباحية الجنسية، و بأن كلمة "جنس" sex هي الكلمة الأكثر استعمالاً عبر الانترنت<sup>1</sup>.

ومن هنا توجد أقسام للدردشة **Chat sections** وتبادل الأخبار عبر شبكات المعلومات عن الجنس بحرية كاملة بين المراهقين والشباب، ولكن أحياناً ما يتم بث صور عارية للأطفال **Child pornography**، ورغم أن هذا العمل لا يتمتع بأية حماية، إلا أنه يصعب تتبع مصدره في الوقت نفسه<sup>2</sup>.

- إهدار القيم: الانترنت كما هو معلوم ساحة أثيرة للقيم الغربية التي تنتقل من خلال الصورة والكلمة والصوت وكل البيانات الأخرى، ومن المرجح أن البعض تأثر بهذه الدرجة أو بتلك القيم، خصوصاً تلك الشرائح الأقل ثقافة والأكثر استخداماً للانترنت لإغراض التسلية والترفيه.

وبهذا الشكل الانترنت قد غيرت أساليب التفكير و الطرق التي يتعرف بها المرء على ذاته و إدراك هويته وتقدير معايير الحكم على تصرفاته في عالم يعاني من كثير من مظاهر التفكك والتفسخ وانعدام التوازن و اضمحلال دور ووظيفة عدد من المنظمات والمؤسسات الاجتماعية الأساسية، بما فيها مؤسسة الأسرة التي ظلت تعتبر إلى وقت قريب الركيزة الأساسية التي يقوم عليها البناء الاجتماعي بأسره فأفقدت الفرد طابعه الذاتي كما أنها أثرت و تؤثر على أخلاق الشباب، لأنها تحدث تأثيراً أكبر من اللازم عليه بمناظر العواطف والجنس والعنف حينما تتعارض تلك المضامين مع الأخلاق العامة<sup>3</sup>.

وقد ساعد التقدم الهائل في وسائل وأساليب الاتصال، وبخاصة بعد انتشار الانترنت وما ترتب عنها من تدفق المعلومات من كل أنحاء العالم بغير توقف، ودون قيود على تأثر أنساق القيم في كثير من المجتمعات على مستوى العالم، بأفكار واتجاهات غريبة على تراثها التقليدي، كما أن المشاكل الاجتماعية كالبطالة، والفراغ هي التي تساعد معظم الشباب إلى انزلاقات خطيرة في تعاملاتهم مع الانترنت.

فالشباب الذي يعاني من حرمان اجتماعي، وفراغ وبدون عمل، يكون فريسة سهلة لانقياد وراء السلوكيات والأخلاقية في المجتمع، بعكس الشباب الذي يملك هدف يسعى إلى تحقيقه، مثل الطالب الذي يستخدم الانترنت من أجل البحث، والتتقيب عن المعلومات والتحصيل العلمي والمعرفي.

<sup>1</sup> - فضيل دليو :الانترنت ..سليباتها ووسائل الوقاية منها ،في التحديات المعاصرة (العولمة، الانترنت ، اللغة، الفقر )، ملتي جامعة منتوري، قسنطينة2002، ص 21،28 .

<sup>2</sup> - شريف درويش اللبان، مرجع سابق، ص 183.

<sup>3</sup> - أمال سعد متولي: مبادئ الاتصال بالجمهير ونظرياته، دار ومكتبة الإسراء للطبع والنشر والتوزيع، القاهرة، ط1، 2007

كما يشير واقع مستخدمي الانترنت حالياً إلى أن الشعور بالوحدة أصبح دافعاً لاستخدام الشبكة وليس نتيجة مترتبة على هذا الاستخدام، بمعنى أن الأفراد في المجتمعات الحالية بدأت شبكة علاقاتهم في التآكل مما جعل مشاعر الوحدة والفراغ أمراً شائعاً لدى الكثيرين، وهو ما يدفعهم إلى الدخول إلى الشبكة العنكبوتية ليكونوا علاقات تبدأ بالاستكشاف من بعيد، ثم تتطور لتصبح صداقات ممتدة أو زواج عبر الحدود والثقافات.

#### د- الآثار السياسية:

أدى التطور المتصاعد في التكنولوجيا ووسائل الاتصال إلى تأثيرات سياسية واضحة على مستوى العالم وتتمثل في المساعدة على نشر الديمقراطية نتيجة اختراق كل من البيت الفضائي المباشر وشبكة الانترنت في كافة الدول مما أدى إلى استحالة إخفاء الأحداث والوقائع وصعوبة ممارسة التزييف والتظليل الإعلامي، كما أصبح من المستحيل على تلك النظم مواجهة الحركات السياسية المعارضة ونجاحها في قيادة الجماهير في انتفاضات شعبية عارمة لإقصاء نظم الحكم المستبدة بالإضافة إلى ذلك فإن تطور تكنولوجيا الاتصال يؤدي إلى طرح أطر جديدة لتطوير ممارسات الديمقراطية من التمثيلية إلى الشعبية<sup>1</sup>، كما تلعب هذه الوسائل والتكنولوجيات دوراً واضحاً في التعبئة، والدعم السياسي للحكومات وبعض القضايا الحساسة، ونلاحظ الدور الفاعل للنخب السياسية القادرة على بناء تصورات الناس وإملاء سلوكهم وهم الذين تسمح لهم مواقعهم بالسيطرة على المعلومات ومن ثم على آراء الشعب واتجاهاته<sup>2</sup>.

#### كما يمكن أن تكون تأثيرات الانترنت في المستويات التالية:

✓ **التغيير المعرفي:** إن الانترنت لها القدرة على أن تؤثر في التكوين المعرفي للأفراد، وذلك يتم من خلال عملية التعرض لمحتويات الانترنت لساعات طويلة كمصادر للمعلومات مهما كان نوعها ومصدرها.

✓ **تغير المواقف والاتجاهات والقيم:** قدرة الانترنت من خلال ما تنتشره وتبثه من موضوعات وصور وتعليقات على تغيير نظرة وموقف واتجاه المستخدمين إلى العالم، سواء على مستوى الأشخاص أو القضايا أو على مستوى السلوك والقيم، وهذا ما نلاحظه في مواقع التواصل الاجتماعي مثلاً عند إثارة قضية معينة تستأثر الرأي العام.

✓ **التنشئة الاجتماعية:** إن كل ما يتم قراءته أو مشاهدته على الانترنت ملئ بالقيم، فذلك يعمل على تلقين النشء مجموعة من المعارف تعمل بدورها على تشكيل الهوية الثقافية للأفراد.

<sup>1</sup> - محمد محفوظ: تكنولوجيا الاتصال (دراسة في الأبعاد النظرية والعلمية لتكنولوجيا الاتصال)، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 2005، ص170.

<sup>2</sup> - بن سعيد احمد بن راشد: قوة الوصف، دراسة في لغة الاتصال السياسي ورموزه، عالم الفكر، العدد01، المجلد 32، 2003، ص230.

✓ **تعبئة وتجنيد الرأي العام:** وهي من أهم خصائص الانترنت لاستطاعتها ومقدرتها على إثارة الجماهير وتحريكها لتحقيق غرض معين، عن طريق تكييف الجماهير مع ما تتطلع إليه، وكان من أبرزها توظيف مواقع التواصل الاجتماعي المختلفة في تحريك الشباب العربي للتغيير الذي تمثل في ما يعرف ب"ثورات الربيع العربي" التي شهدتها بعض الدول العربية والتي سميت كذلك بثورات الفيسبوك، والتي أثبتت قدرة الانترنت بمحتوياتها المختلفة على تعبئة الرأي العام نحو التغيير أو تعبئته نحو قضية ما.

كما يمكن تقديم تأثيرات الانترنت على الفرد والمجتمع من خلال الجدول التالي<sup>1</sup>:

#### تأثيرات الانترنت

التأثيرات السلبية	التأثيرات الايجابية
✓ تقلل التفاعل الشخصي بين الناس.	✓ ربط الناس بعضهم وتقصير المسافات بينهم.
✓ التفكك الأسري.	✓ منصة فورية للحصول على المعلومات والأخبار.
✓ تسبب الإدمان عليها.	✓ تساعد على تعلم أمور جديدة.
✓ تزيد الكسل والخمول.	✓ توفر ميزات ترفيهية (التخلص من التوتر والضغوطات)
✓ خطر التعرض إلى مواد غير لائقة.	✓ تتيح الحصول على وسائل تواصل قليلة التكلفة.
✓ تضعف مهارات التواصل.	✓ توفر فرصا للعمل والتكوين والتطور الوظيفي.
✓ - معلومات غير دقيقة ومضللة في بعض الأحيان، وقد تتعارض مع الثقافة المحلية.	

وإذا تحدثنا عن الطلبة الجامعيين يمكن إيجاز الآثار السلبية للانترنت فيما يلي<sup>2</sup> :

✓ **صرف الشباب الجامعي عن ثقافته المحلية الأصلية، وعن هويته عن طريق محاولة زرع ثقافة جديدة تتماشى مع العصر، ولا تمد للقيم العربية الإسلامية بأي صلة.**

✓ **إن أهم تأثير للانترنت على الطلبة هو الانصراف عن المكتبات والمطالعة والعمل من أجل التعرف على ما يحدث في العالم الخارجي فقط، والانصراف عن البحث والتقصي واكتساب المعارف والمعلومات.**

<sup>1</sup> -تقرير: "نظرة على الإعلام الاجتماعي في الوطن العربي 2014"، الصادر عن كلية محمد بن راشد للإدارة الحكومية ونادي دبي للصحافة، ص27.

<sup>2</sup> - سهى حمزاوي: تأثير الانترنت على هوية الطالب الجامعي في ظل المنظومة القيمية للمجتمع الجزائري، جامعة عباس لغرور خنشلة، الجزائر: موقع asjp.cerist.dz

✓ اكتساب عادات سيئة من خلال توجه الطلبة الجامعيين إلى المقاهي الانترنت وقضاء أوقات فراغ طويلة هناك مما أدى بالدخول في المواقع الإباحية التي بدورها أدت إلى إفساد عقولهم وتدمير هويتهم الوطنية وحس الانتماء.

✓ التقليد الأعمى للمجتمعات الغربية وهو الهدف التي تسعى إليه هذه المجتمعات، أي تفتيت المجتمعات العربية الإسلامية، وطمس منظوماتها القيمية .

✓ غياب الطلبة عن المحاضرات في الجامعات والتوجه إلى الانترنت وجلبها بطريقة بسيطة، وكذلك البحوث العلمية التي يكلف بها الطلبة حيث لا يلجئون إلى الكتب والمراجع والمصادر بل مباشرة إلى الانترنت.

✓ وتشير بعض الدراسات أن طلبة المدارس يفضلون استخدام الكمبيوتر على الدراسة مما يؤدي إلى إهمالهم للدراسة والاستذكار والاستعداد للاختبارات، ويؤدي هذا الإهمال إلى تأخر الدراسة وضعف التحصيل<sup>1</sup>.

وبعض الآثار الأخرى العامة المتمثلة أساساً في:

✓ إضاعة الوقت.

✓ التعرف على صحبة السوء (رفاق السوء).

✓ زعزعة العقائد والتشكيك فيها.

✓ الإصابة بالأمراض النفسية المختلفة.

✓ التجسس على الأسرار الشخصية للمستخدمين (التعدي على خصوصية الآخرين)<sup>2</sup>.

✓ "التشهير والمضايقة، وانتهاك حقوق الملكية الفكرية، عرض المواد الفاضحة، وبث الأفكار الهدامة والدعوات المنحرفة والتزوير، التجسس الإرهاب، ونشر الفيروسات في الأجهزة المتصلة بالشبكة إضافة إلى الإباحية والجنس والعنف والأفكار المتطرفة والنصب وتدليس الحقائق ونشر الأكاذيب"<sup>3</sup>، وهذه السلبيات ترتبط مباشرة بطبيعة الاستخدامات وتنوعها عند الأفراد بعيداً عن مستوى عمري معين أو طبقة اجتماعية خاصة، تاركةً آثاراً على مستوى الفرد والجماعة والمجتمع.

على العموم فإن استخدام الانترنت يقوم في الغالب على طابع الفردية حيث بدلاً من أن يقوم الفرد بتشارك المعلومات والأخبار ومشاهدة المحتويات المختلفة مع أسرته أصبح يقوم به بمفرده على

<sup>1</sup> - العقون هاجر، بن عمر سامية، مرجع سابق، ص70.

<sup>2</sup>-المرجع نفسه، ص61.

<sup>3</sup> -إبراهيم السباطي وآخرون: إيمان الانترنت ودوافع استخدامه في علاقتهما بالتفاعل الاجتماعي لدى طلبة الجامعة، المجلة العلمية لجامعة الملك فيصل، المجلد الحادي عشر، العدد الأول، 2010، ص105.

الشبكة العنكبوتية، وما توفره من تطبيقات ومستويات اتصالية مختلفة، وهذا ولد نشوء أجيال تجيد التعامل مع الحاسب الآلي والانترنت أحسن من تعاملها مع "الآخرين" في الواقع المعاش، وبهذا يكون فقدان التفاعل الاجتماعي، و"الاغتراب الاجتماعي والتأثير السلبي على القيم الدينية أو قيم اجتماعية كقيم الأسرة والزواج والعائلة والجيرة"<sup>1</sup>، وغيرها من القيم.

وفي الأخير لا بد من التأكيد دائماً على دور الأسرة والمجتمع وجميع دور التنشئة الاجتماعية في توجيه الأفراد ودمجهم بطريقة صحية وصحيحة في عالم الانترنت، وخالصة قولنا أن الشاشات الاليكترونية وشاشات الحواسيب قد أحكمت قبضتها علينا وبدأت تغير في سلوكيتنا واتجاهاتنا وقيمنا ولكن من حسن خضنا أن هذه التغيرات في السلوك والقيم السائدة تتم تدريجياً حسب ما يقوله العلماء الذين يدرسون هذه التحولات.

المبحث الثالث: علاقة الانترنت بالقيم.

### 3. 1- مفهوم التغير القيمي:

إن تغير القيم (أو التغير القيمي) يحدث عادة عندما يتعرض المجتمع إلى تغيرات اجتماعية أو اقتصادية أو تكنولوجية أو حروب أو أزمات أو أحداث معينة تفرض على المجتمع اكتساب قيم جديدة ونبذ قيم قديمة أو عندما يعاد توزيع القيم **Value Redistribution** حيث تكتسب قيمة معينة أو تخسر المؤيدين لها، أو عندما يعاد ترتيب القيم **Value Rescaling**، فالقيم التي تحتل المرتبة الأولى في الأهمية قد تحتل مرتبة متأخرة، وذلك نتيجة ظروف أو مواقف معينة<sup>2</sup>.

فعالمياً، مع ظهور الثورة التكنولوجية وثورة المعلومات والاتصالات عن بعد، وظهر التغيرات الدينية والأخلاقية والديمقراطية، وتصاعد دور المرأة وحركات التمرد ضد الاستبداد والتسلط في بداية الستينيات حدثت تغيرات اجتماعية واقتصادية وثقافية هائلة، تبعها ثورة على قيم الحداثة أو القيم المادية **Material Values** تبنتها حركات طلابية تمردت على قيم مجتمعاتهم، وأعلنوا رفضهم للقيم المادية المتمثلة في الريح المادي والأمان الاقتصادي، وبلوروا ثقافة مضادة إنسانية في أساسها تقوم على تأكيد قيم الحياة، والعدل والحرية في العمل والحياة الاجتماعية والسياسية، وتحقيق الأمن النفسي وأصبحت تعرف هذه القيم بـ **Post Material Values** أو قيم ما بعد الحداثة **Post Modernity Values**، وقد تأكدت هذه القيم في الثمانينات، و في التسعينات ظهرت أحداث مهمة منها: انهيار الاتحاد السوفيتي، وحروب الشرق الأوسط، وحرب البلقان، والنظام العالمي الجديد كل ذلك

<sup>1</sup> - عادل عبد الصادق، مرجع سابق، ص 02.

<sup>2</sup> - عقل محمود عطا محمود حسين: مرجع سابق، ص 82.

ساعد على التحرك نحو قيم جديدة مشتركة إنسانية في ظاهرها، أطلق عليها اسم قيم العولمة أو القيم الكونية **Globalism**، أي التأكيد على البعد العالمي الكوني للقيم<sup>1</sup>.

ومحلياً، فقد تعرضت الجزائر كغيرها من الدول إلى تغييرات متسارعة متلاحقة اجتماعية واقتصادية وسياسية وتكنولوجية وثورة في المعلومات، وحتى أحداث وصراعات، اهتزت على إثرها قيمنا واضطربت وتغيرت، وأصبحنا نقبل دون وعي على أنماط الحياة الغربية، خاصة عند شبابنا، ومنهم الطلبة الجامعيين الجزائريين، وهذا بالإضافة إلى التحولات التقنية والتكنولوجية العالمية المتمثلة أساساً في شبكة الانترنت بمستوياتها الاتصالية المختلفة والهواتف الذكية التي فرضت نفسها علينا وعلى شبابنا، وقد نجم عنها تغييرات ثقافية قيمية، إن لم نقل بحق أنها أدت إلى ظهور أزمت قيمية واضحة، يمكن ملاحظتها في أنشطتنا السلوكية اليومية.

و يعرف تغير القيم بأنه: "حالة عدم الاستمرارية في أنساق القيم الاجتماعية وعدم ثبوتها من زمن لآخر، أو ذات المرحلة الزمنية بفعل تأثير أو دور وسائل الإعلام على اختلاف أنواعها"<sup>2</sup>، و " هو نشاط يتضمن إحداث تحولات في أحد العناصر التي يتكون منها المركب القيمي عبر فترة زمنية محددة"<sup>3</sup>.

كما يجب أن نشير أننا أمام مفهومين أو اصطلاحيين متكاملين هما: (تغير القيم واكتساب القيم) ومفهومين متشابهين وهما: (تغير القيم وتغيير القيم).

فهناك فرق بين اكتساب القيم وتغير القيم، ويمكن تحديد ذلك في الآتي<sup>4</sup>:

✓ **عملية اكتساب القيم:** تعرف عملية اكتساب القيم، بأنها العملية التي يتبنى الفرد خلالها مجموعة من القيم مقابل التخلي عن قيم أخرى، والقيم التي يتبناها الفرد يحدث لها نوع من التداخل والانتظام في بناء نسق القيم.

✓ **عملية تغير القيم:** أما تغير القيم، فيقصد به تحرك وضع القيمة على هذا المتصل (التبني-التخلي) داخل النسق القيمي، فالاكتساب إذن يعني مسألة وجود أو عدم وجود، أما التغير فهو في الدرجة التي يتحدد بها هذا الوجود، ويضمن إعادة توزيع الفرد لقيمه سواءً على المستوى الفردي أو الجماعي، وتجدر الإشارة إلى أن هاتين العمليتين (الاكتساب والتغير) غير منفصلين تماماً، بل يحدثان معاً في وقت واحد ومن الصعب الفصل التام بينهما.

1 - المرجع نفسه ، ص76.

2 - صاحب محسن: دور وسائل الإعلام في التغيير القيمي في مرحلة الشباب -دراسة ميدانية في بعض معاهد هيئة التعليم التقني المعهد التقني، الكوفة، العراق، ص03.

3 - سناء عادل إبراهيم كباجة: التغير القيمي وعلاقته بهوية الذات والاعتراب النفسي لدى طلبة الثانوية العامة في قطاع غزة،

ماجستير منشورة في كلية التربية قسم علم النفس -إرشاد نفسي، الجامعة الإسلامية، غزة، 2015، ص07

4 - الأنصاري بدر محمد: الأدب العربي وقيم عصر المعلومات من منظور عربي، ورقة بحث مقدمة في ندوة الأدب المقارن ودوره في تقارب الشعوب، جامعة حلب ، سوريا 6-8/02/2008.

كما أن هناك فرق كبير وواضح بين تغيّر القيم وتغيير القيم، و إن كانا مرتين لأصل لغوي واحد فالتغيير هو "آلية مجتمعية تلقائية، والتغيير فاعلية بشرية إرادية، والتغير هو آلية لا شعورية تلقائية تعمل على حماية المجتمع وحفظه بتغيير آلياته وبنيته لتتكيف مع المعطيات والظروف المستجدة عليه، فإنه غير مخطط مسبقاً، وإنما تتحرك آلياته وفق الظروف والمعطيات والشروط الجديدة التي تطرأ عليه أو على أحد جوانبه أو عناصره فدخول الهاتف إلى المجتمع غير كثيراً في البنية الاجتماعية على المدى البعيد، وأصل عادات وبنى فكرية جديدة لم تكن موجودة، ودخول الهاتف الخلوي إلى المجتمع غير كثيراً أيضاً في بنية المجتمع وعاداته وسيغير كثيراً على المدى القريب"<sup>1</sup>، وما ينطبق على الهاتف والهاتف الخلوي ينطبق من حيث المبدأ، على غيره من التقنيات والوسائل مثل التلفزيون، والفضائيات والانترنت بمستوياتها الاتصالية المختلفة.

و"التغير القيمي عامة لا يتم على نحو مباشر أو ملموس لمساً مباشراً، وإنما يتم بتدرج بطيء يمكن أن يدرك بعد سنوات ربما تكون غير قليلة، وفي أثناء هذه السنوات غير القليلة غالباً تأخذ عملية التغيير في أكل القيمة أو القيم رويداً رويداً أو تغنيها رويداً رويداً، و إن كان وجد من رأى في التغيير القيمي إغناء فقط مثل جونسون الذي رأى أن التغيير الاجتماعي ما هو إلاّ تغير في بنية النظام الاجتماعي من حالة كان فيها ثابتاً نسبياً، كما أن هذه التغييرات البنائية ناتجة بالأساس عن تغييرات وظيفية في البنية الاجتماعية وصولاً إلى بناء أكثر كفاءة وأكثر قدرة على أداء انجازات"<sup>2</sup>.

وهناك من يرى "أن التغيير القيمي لا يقتصر فقط على عناصر التصرف الاجتماعي أو تبدل الخصائص الثقافية، إنما التغيّر الذي يجب التركيز عليه ودراسته دراسة علمية موضوعية هو ذلك التحول الذي يطرأ على الكل المركب الذي يطلق عليه البناء الاجتماعي"<sup>3</sup>.

و التغيير من حولنا كان له دور مؤثر في تغيير المجتمعات والثقافات التي ممكن أن تكون على شكل تغييرات طفيفة في العادات الموجودة، وهذه التغييرات تبدأ محدودة الحجم لكن مع تراكمها عبر الزمن تأخذ في الاتساع شيئاً فشيئاً، تم تبدأ ثمار هذا الاتساع بالظهور من خلال تحول القيمة في شكل جديد والتغيير في القيمة عملية أساسية تصاحب التغيير في بناء المجتمع، ونعني تغييراً في تسلسل القيم داخل النسق القيمي، وكذلك تغير مضمون القيمة وتوجهاتها فنجد القيم ترتفع وتخفض وتتبادل المراتب فيما بينها إلاّ أنها تختلف في سرعة التغيير.

<sup>1</sup> - عزت السيد احمد: القيم بين التغير والتغيير: المفاهيم والخصائص والآليات، مجلة جامعة دمشق، المجلد 27، العدد 1 و2، 2011، ص616.

<sup>2</sup> - عزت السيد احمد: الثورة التكنولوجية وأثرها في تغير القيم، مرجع سابق، ص467.

<sup>3</sup> - صبحي محمد فنوص: علم دراسة المجتمع، الدار الجماهيرية للنشر والتوزيع والإعلان، مصراتة، ليبيا، 1989، ص147.



وكثير من هذه التغييرات حدثت وربما دون أن ينتبه إليها كثيرون أو دون أن يريد الانتباه لها كثيرون، ومعظمها في ظاهرها أمور جلية تدفعنا لتمجيدها لما قدمته لنا التكنولوجيا، (ومنها الانترنت والهاتف الذكي) من خدمات وميسرات للحياة والأمر في حقيقته خلاف ذلك إلى حد كبير، ولكن ليس بالإطلاق.

و"تعد القيم واحدة من القضايا التي دار حولها جدل كبير نتيجة التغيرات السريعة التي يشهدها المجتمع، ولا سيما مع تنامي موجات العولمة، وما رافقتها من تطورات هائلة في شتى المجالات المجتمعية، وما أحدثه ذلك من تغيرات في النسيج الاجتماعي والثقافي، وهناك من يعتقد أن القيم ثابتة وغير قابلة للتغيير، وهناك رأي آخر وهو أن القيم تتغير باستمرار وهو ما يؤثر على النظام الاجتماعي العام لأن القيم عنصراً رئيساً في تشكيل فكر وثقافة أي مجتمع"<sup>1</sup>.

ولقد شهدت الجزائر و " الأمة الإسلامية اليوم تغيرات واسعة حيث أسهمت المعرفة المتسارعة إلى حد كبير في تغيير الأنماط الثقافية السائدة في كافة المحالات، وكان لتطور المراكز الثقافية ووسائل الإعلام والاتصال فيها الأمر الأساسي في التغيرات الثقافية الحالية، وقد أثرت منظومة التغيرات فيها على أنماط الشباب والطلبة، وانعكست هذه التغيرات على حياة الطلبة وسلوكياتهم بعدما طغت المادة على بعض معايير الروح والأخلاق في تشكيل هويتهم"<sup>2</sup>.

فلاحظ أن هناك الكثير من القيم والاتجاهات السلبية التي انتشرت بين الطلبة الجامعيين من أهمها: العلاقات الشبيهة، العنف اللفظي والجسدي، الشعور باللامبالاة، التمرد على الأعراف والتقاليد الاختلاط المبالغ بين الجنسين، الاهتمام الزائد بالموضة، عدم الولاء والانتماء للمجتمع والوطن بالصورة المطلوبة، فتجد أغلبهم يفكر في الهجرة، وحالة يأس مستمرة تبعث عن القلق، وهي تكشف عن خلل واضح في منظومة قيمهم، حيث حدث نوع من التخلي عن العديد من القيم الإيجابية، وتبني القيم السلبية واحتضانها، وهذا معناه الطلبة في حالة ماسة إلى تمثل قيم جديّة بعيدة عن السلبية، كالمثابرة والتفوق والنجاح والعمل والإصرار والإبداع وغيرها، وتتطلب الثورة التكنولوجية والانترنت ضرورة العمل على تميمتها بما يخدم الفرد والمجتمع على السواء.

وبفترض أن يصاحب ظهور الانترنت وتطورها " قيم جديدة، وتنحسر ثقافة، وما من تقنية أو موارد تنشأ إلا وتتشكل معها قيم وثقافات وأفكار وفلسفات جديدة، وما من تقنية أو موارد تنحسر إلا وتنحسر معها قيم وثقافات وأفكار، لذلك نصف العصر الإنساني بالموارد والتقنيات التي كانت تسود فنقول مجتمع العصر الحجري، أو الحديدي أو البرونزي أو الزراعي أو صناعي، أو نصف الثقافة

<sup>1</sup> - سناء عادل إبراهيم كباجة ، مرجع سابق، ص10.

<sup>2</sup> - أبو شريخ شاهر: اثر المنظومة الجامعية في تشكيل الهوية الثقافية الإسلامية لدى طلبة مساق التربية الإسلامية وأساليب تدريسها في الجامعات الأردنية، مجلة اتحاد الجامعة، العدد 2011، 57، ص245.

والعلاقات والمجتمعات بالقول الرعي أو الصيد أو الزراعة أو الصناعة أو القرى أو المدن<sup>1</sup> أو نصف العصر بالوسيلة الإعلامية التي كانت تسوده فنقول عصر المطبعة أو عصر التلفزيون أو الانترنت. كما أن التقنيات لما تظهر في المجتمعات تبدأ في التأثير على المناحي الاقتصادية والاجتماعية وحتى السياسية للمجتمعات، فتساهم بذلك في إعادة ترتيب القيم في النسق ألقيمي المجتمعي كضرورة حتمية لا يمكن تجاوزها، فلا أحد ينكر اليوم أنه مع مقدم الانترنت زادت قيم الحرية والفردانية والانفتاح والاستهلاك، وغيرها من القيم التي أصبحت متدرجة لدى الأفراد في الاتجاه الموجب، وأخرى في الاتجاه السالب، إلا أن مفهوم هذه القيم ليست واحدة بالنسبة إلى جميع المجتمعات، وجميع الناس باختلاف فئاتهم ومستوياتهم، وحير مثال على ذلك قيمة الحرية بالنسبة للمجتمعات الغربية والعربية، ونفس القيمة بالنسبة للمراهقين وللشباب والآباء.

لذلك يمكن أن تسهم القيم في حد ذاتها في "التحكم في استخدام الانترنت سواءً بالإقبال على استخدام هذه الشبكات أو رفض استخدامها، أو استخدامها على نحو مشروع أو غير مشروع، فالقيم من هذا المنطلق يمكن أن تسهم في وقاية الفرد من مخاطر الاتصال والاستفادة من منجزات التقنية الحديثة في تقليل نفقات التواصل مع الآخرين، والاطمئنان عليهم، وكذلك يترتب على تدني مستويات القيم ارتكاب سلوكيات سلبية بسب غياب النسق ألقيمي المتوازن الذي يعمل كرقب ذاتي على الاتجاهات والسلوكيات"<sup>2</sup>.

### 3. 2- الانترنت وإنتاج قيم جديدة.

إن التغير إذا كان باتجاه الاغناء(التنمية) والتعزيز، أي في حال كون المجتمع أو الأمة سائراً باتجاه النماء والتقدم والتطور والقوة والتمدن، فإن آليات التغير القيمي تعمل بأفق منفتح غير متخوف ينعكس على القيم كلها معاً من ناحية الاغتناء والتعزيز وتوليد قيماً جديدة لم تكن موجودة، أما إذا كانت الظروف الضاغطة باتجاه إحداث تغير تراجعى أو سلبي في القيم فإن آليات تغيير القيم تأخذ بالتشنج والانقباض وتعمل على إغلاق دائرة التغير قدر الإمكان<sup>3</sup>، ومع ذلك فإن التغير يقع لأن استمرار الضغوط سواءً بظهور تقنيات جديدة(الانترنت، الهاتف النقال، الفضائيات) أو تغييرات اجتماعية وسياسية واقتصادية تدفع بآليات التغيير إلى التخلي تدريجياً عما يمكن الاستغناء عنه من مقومات بعض القيم في مقابل الحفاظ على قيم أكثر أهمية وأساسية في المجتمع.

<sup>1</sup> - إبراهيم غرابية: القيم من المطبعة إلى الانترنت، جريدة الغد، عمان، السبت 17 حزيران/يونيو 2017، ص10.

<sup>2</sup> - فهد بن على الطيار: شبكات التواصل الاجتماعي وأثرها على القيم لدى طلاب الجامعة تويتر نموذجاً، دراسة تطبيقية على طلاب جامعة الملك سعود، المجلة العربية للدراسات الأمنية والتدريب، المجلد 31، العدد 61، الرياض، السعودية، 2013، ص198.

<sup>3</sup> - عزت السيد احمد: الثورة التكنولوجية وأثرها في تغير القيم، مرجع سابق، ص468.

وما هو حاصل في المجتمعات العربية، ومنها الجزائر هو الاضطراب السائد في النسق الاجتماعي للقيم سواءً عند الكبار أو الصغار، وبلورة قيم جديدة، واندثار أو تكاد أن تندثر أغلب القيم الاجتماعية التي كانت محافظة على النظام الاجتماعي وتماسكه وعدم تعرضه للتفكك والانحيار، وهذا بتأثير عوامل مختلفة منها داخلية وخارجية، ومنها سياسية واقتصادية واجتماعية وثقافية، وذلك مثل قيم: الابتكار التضامن، التعاون، مشاركة الآخرين في أفراحهم وأحزانهم، احترام الآخر ورأي الآخر، واحترام الكبار وطاعة الوالدين، التسامح، عدم التعصب، رفض قيم الأنانية والانتهازية، ونبذ الآخر، نبذ العنف والإرهاب قيمة الحياء والحشمة، العدل، الشجاعة، الكرم، الصدق، الوفاء، الإخلاص، الأخوة، الصداقة الحقة، الضيافة، العطف والإحسان على الآخرين، احترام المواعيد والأمانة، وقيمة الوقت أو تقدير الوقت والإتقان كلها قيم، وغيرها أصبحت مفقودة أو تكاد في المجتمع الجزائري والعربي<sup>1</sup>.

وهناك من الباحثين من يرى أنه في ظل تطور الانترنت بمستوياتها الاتصالية المختلفة "برزت إلى السطح قيم جديدة على المجتمع من أهم مفرداتها الكراهية والعنف المجتمعي واللفظي، وأصبح الصراع الاجتماعي في حقيقته صراع قيمي ما بين ما يفرضه الواقع والمؤسسات التقليدية من قيم، وما بين القيم الوافدة من الخارج، سواءً كانت من خارج النسق العقيدي للفرد أو من خارج الحدود الجغرافية للدول، وما نشهده مثلاً من تجاذبات في مواقع التواصل الاجتماعي هو في الحقيقة انعكاس لحالة التردّي الراهن في منظومة القيم ونتيجة لتراكمات عهود سابقة من سياسيات تعليمية وثقافية ماضية"<sup>2</sup>، بمعنى آخر الانترنت أظهرت التردّي القيمي الذي كان موجوداً في الأصل قبل ظهور تطبيقات الانترنت المختلفة، أو أن هذا التردّي كان مخفياً في فضاءات وخصائص و ميزات وسائل الإعلام التقليدية في ظروف التعرض لها وعادات المستخدمين لها، عكس الانترنت التي لم تترك شيئاً لكى يبقى مخفياً سواءً على المستوى الاجتماعي أو النفسي أو الوجداني.

لهذا يرى البعض أن "القيم الجديدة أو على الأصح التفسيرات والدلالات الجديدة المشوهة للمعنى الحقيقي للقيم التي أصبحت تكتسح مختلف المجتمعات، والتي روجت وتروج لها الكثير من وسائل الإعلام، باتت تهدد بنسف أسس هذه المجتمعات، والمجتمع الجزائري واحد منها، وتدعو إلى اضمحلال الخصوصيات الثقافية وانصهارها في ثقافة واحدة غربية أو أمريكية في الكثير من الأحيان"<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> - لطيفة طبال: التغير الاجتماعي ودوره في تغير القيم الاجتماعية، مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية، العدد الثامن، جوان 2012، ص414.

<sup>2</sup> - عادل عبد الصادق، مرجع سابق، ص03.

<sup>3</sup> - نصر الدين بوزيان: الإعلام والتغير القيمي: بين الموجود والمنشود، مجلة الآداب و العلوم الاجتماعية، مجلة محكمة، جامعة سطيف، العدد08 ماي، 2009، ص129.

وهناك من يرى بأن الانترنت لم تخلق قيماً جديدة في واقع الأمر، وإنما قيماً موازية، لكنها ليست افتراضية لأنها ستنقل مع الوقت إلى الواقع المعاش وتفرض نفسها تدريجياً، وهذا ما يظهر في بعض سلوكيات الشباب وتصرفاتهم في الحياة العادية بعدما كانت تلك التصرفات تحدث فقط في الحياة الافتراضية بعيداً عن رقابة الأسرة والمجتمع أو تحدث بصفة فردية لاجتماعية أو فئوية، كما يجب أن نشير أنه حالياً توجد هوة بين الحياة الافتراضية والحياة العادية بالنسبة للمستخدمين، ومع الاستخدام المتزايد وتطور الهائل لتقنيات وتطبيقات الانترنت بمستوياتها الاتصالية المختلفة تنقل تلك الهوة، ومن الممكن أن تندثر في المستقبل القريب، وبالتالي الشباب الذين كانت لهم قيماً خاصة بالانترنت فقط، وأخرى خاصة بالحياة الاجتماعية تصبح قيماً واحدة ممثلة للحياة الفرد بعيداً عن الفضاء الذي يعيش وتحرك فيه.

### 3.3 - علاقة الانترنت بتغير القيم.

لقد لدى انتشار ثورة المعلومات والانترنت إلى تبديل الكثير من المفاهيم والمسلّمات التي أُعتقد للوهلة الأولى أنها ثابتة وراسخة وصعبة التغير والتغيير، وظهرت مفاهيم جديدة غير مألوفة مثل الإعلام الجديد والتلفزيون الرقمي والفضائيات، والانترنت ومواقع التواصل الاجتماعي وغيرها، وبدأت تلقي بضلالها على القيم وأنساقها وظهرت معها مفاهيم التبدل والتغير والتغيير للقيم من جهة، والتنمية والتعزيز من جهة أخرى.

ويجب كذلك أن نشير في مستهل تحديد العلاقة بين الانترنت وتغير القيم، أن الانترنت من أهم وسائل الإعلام في العصر الراهن، وهي وسيلة إعلامية واتصالية ومعرفية، لذا وجب في بداية الأمر الإشارة إلى علاقة الإعلام بتغير القيم وصولاً إلى الانترنت كوسيلة إعلامية اتصالية تستهوي فئات واسعة داخل المجتمعات.

حيث يؤدي الإعلام دوراً مهماً في حياة الشعوب الأمم والشعوب، ولا تكاد تخلو أمة من الأمم أو مجتمع من المجتمعات من تأثيره سلباً أو إيجاباً، و إن اختلفت سبل هذا التأثير ويبرز الإعلام كوسيط هام في التأثير على الأفراد وتوعيتهم وتوجيههم وربطهم بمجتمعهم.

ويشمل الإعلام على جميع أوجه النشاط الاتصالية التي تعمل على تزويد الإنسان بجميع الحقائق والمعلومات المعرفية، باعتبار أن الاتصال قوة محرّكة للمجتمع بحيث يؤدي إلى حركة المجتمع حركة فاعلية مؤثرة ومتأثرة، فالاتصال عملية اجتماعية وتجري في بيئة معينة تؤثر فيها وتتأثر بها، وهناك تفاعل بين الاتصال والمجتمع وأفراده.

و يعرف الإعلام بأنه: "العملية التي يترتب عليها نشر الأخبار، والمعلومات الدقيقة التي تركز على الصدق والصراحة، ومخاطبة عقول الجماهير، وعواطفهم السامية، والارتقاء بهم من خلال تنويرهم وتنقيفهم لا تخديرهم وخداعهم"<sup>1</sup>.

وهناك من يرى أن الإعلام هو: "النقل الحر الموضوعي للأخبار، والمعلومات، والوقائع بصورة صحيحة بإحدى وسائل الإعلام مستهدفاً العقل، ولا يهدف لأي غرض سوى الإعلام ذاته لغرض التمييز بينه وبين الدعاية"<sup>2</sup>، و الإعلام بصفة عامة حسب إبراهيم إمام هو " ليس مجرد إعطاء معلومات ومعارف، وإنما المقصود هو عملية تغيير اتجاهات وتحريك جماعات للعمل في اتجاه معين لتحقيق الأهداف المرجوة، وبعبارة أخرى فإن وسائل الإعلام **Mass media** تبلور صورة المستقبل، صورة قادرة على دفع الإنسان لعمل ما يجب أن يعمل، وقادرة على تغيير البنيان الأخلاقي للمجتمع"<sup>3</sup>، أو انعكاس لصورته الحقيقية، لهذا يعرف اوتو جرت **Ott Groth** الإعلام "بأنه التعبير الموضوعي عن عقلية الجماهير وروحها وميولها واتجاهاتها"<sup>4</sup>.

و وسائل الإعلام حسب صاحب محسن هي: "مجموعة من أدوات تكنولوجياية مثل الراديو والتلفزيون أو مطبوعات تستخدم لنقل أفكار معينة من مكان لآخر، وتمارس تأثيرها الفاعل في مجال تثبيت أو تغيير القيم الاجتماعية السائدة"<sup>5</sup>، ويقصد بها كذلك "جميع الوسائل والأدوات التي تنقل إلى الجماهير المتلقية ما يجري من حولها عن طريق السمع والبصر"<sup>6</sup>، وهي "من أهم المؤسسات المرجعية التي تؤثر في شخصية وقيم وأفكار وممارسات الشباب على المدى البعيد"<sup>7</sup>.

حيث يرى أبو العينين أن وسائل الإعلام تقدم للمجتمع مواداً متنوعة تتضمن معتقدات واتجاهات وقيماً في شكل أنماط سلوكية قد تحظى بالقبول أو الرفض وفقاً للمعايير الأخلاقية في المجتمع، ومع تداخل الاختصاصات في يومنا هذا لم تعد التنشئة الاجتماعية، وتنمية القيم وتعزيزها تركز على الوسائط الثقافية التقليدية المتعارف عليها (الأسرة، جماعة الأقران، المسجد، المدرسة، الجامعة)، فقد انتمت إليها

1 - عاطف مطر: دور التلفزيون في تشكيل الوعي الاجتماعي لطلاب الجامعات، رسالة ماجستير غير منشورة، معهد البحوث والدراسات العربية، القاهرة 2003، ص118.

2 - تركي مصطفى: وسائل الإعلام وأثرها في شخصية الغزو، مجلة الفكر، ج14، الكويت، وزارة الإعلام الكويتية، 1984، ص227.

3 - إبراهيم إمام: الإعلام والاتصال بالجماهير، مكتبة الأنجلو-المصرية، القاهرة، ط1985، ص2، ص431.

4 - عبيد عاطف: نظريات الإعلام والرأي العام، دار الفكر العربي، القاهرة، ط1، 2002، ص18.

5 - صاحب محسن: دور وسائل الإعلام في التغيير القيمي في مرحلة الشباب -دراسة ميدانية في بعض معاهد هيئة التعليم التقني المعهد التقني، الكوفة، العراق، ص04.

6 - إبراهيم مذكور وآخرون: معجم العلوم الاجتماعية، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، ط1985، ص1، ص64.

7 - إحسان محمد الحسن: تأثير الغزو الثقافي على سلوك الشباب العربي، أكاديمية نايف العربية للعلوم الإنسانية، الرياض، 1998، ص100.

مؤخراً وسائل الإعلام والاتصال، بل واحتلت مركزاً متقدماً فاق في بعض الأحيان دور الكثير من المؤسسات التربوية الأخرى<sup>1</sup>، لاسيما مع الانتشار الواسع للانترنت ومواقع التواصل الاجتماعي على مستوى الأفراد والجامعات.

وتأتي وسائل الإعلام الحديثة في المجتمع الحالي لتقوم بدور بارز في عملية التنشئة الاجتماعية وهذا الدور يزداد أهمية وتأثيراً بانتشار هذه الوسائل وتطورها التقني واختراقها لجهات الحياة المختلفة وقبولها الفاعل بين الأفراد وخاصة الأطفال والمراهقين والشباب، وباعتبار أن الإعلام ووسائله تعتبر مؤسسة اجتماعية لها دور في غرس القيم الاجتماعية وصقل الشخصية وتحديد المعايير الثقافية<sup>2</sup>. والتطور الحاصل في أجهزة الاتصال والتكنولوجيا الحديثة زاد من إقبال الجماهير عليها، بعد سيطرة الانترنت ووسائل التواصل الاجتماعي، خاصة عند الحديث عن مرحلة الشباب التي تعتبر مرحلة تكوين مهمة، وإن تأثير محتوياتها ومضامينها يصبح أكبر حيث إنها تعمل على تكوين عقولهم واتجاهاتهم وقيمتهم وسلوكياتهم.

كما أن "وسائل الإعلام والاتصال تعمل على تمرير القيم والتقاليد من الأجيال السابقة إلى الأجيال الآتية، فبتطور المجتمعات وانعزالهم وتناثرهم عن بعض، وأصبحت وظيفة نقل التراث عبر وسائل الإعلام ووظيفة أساسية وضرورية، وذلك للحفاظ على التراث الثقافي للمجتمع"<sup>3</sup>، ويشكل الاتصال ضمن حقل القيم والمعايير الاجتماعية فاعل بين أفراد المجتمع، باعتبار السلوك الذي ينقل من جيل إلي جيل يشكل الثقافة<sup>4</sup>، ومع تطور وسائل الإعلام بفضل تطور التكنولوجيا وصولاً إلى الانترنت بمختلف تطبيقاتها ومستوياتها الاتصالية، وبهذا الشكل أصبحت تعتبر الانترنت ضرورة عصرية للتعلم وزيادة المعرفة والتواصل بأشكال مختلفة بين الناس ما يضيف لهم الكثير من المعلومات والأفكار والآراء والمواقف التي تؤثر لمحاولة في قيمهم وتفكيرهم وسلوكياتهم.

كما تعد وسائل الإعلام التقليدية والحديثة في عالمنا الحاضر عاملاً مهماً أساسياً في تكوين وتغيير وتغيير العديد من النظم والظواهر الاجتماعية والنفسية، كما أن مديات تأثيرها لا تنحصر في فرد معين، أو مجموعة من الأفراد، أو في مجتمع معين، و إنما يكاد يكون تأثيرها فيه الكثير من صفات الشمول والعمومية، و إن التغير الاجتماعي حقيقة ماثلة للعيان في أغلب المجتمعات الإنسانية، إن لم نقل كلها، ويعود ذلك في العديد من الأسباب إلى التطور المذهل والمتسارع في منظومة الاتصال، ولاسيما

1 - أبو العينين علي خليل: القيم الإسلامية والتربية، مكتبة إبراهيم حليبي، المدينة المنورة، دط، 1988، ص177.

2 - موسى عصام سليمان: الثقافة الإعلامية، مجلة العلوم الاجتماعية، جامعة الكويت، العدد48، 1988، ص244.

3 - حسن عماد مكاوي: الاتصال ونظرياته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، مصر، ط1، 2006، ص80.

4 - عماد الدين الرشيد: الإعلام المعاصر رؤية نقدية-المحطات المتلفزة نموذجاً-، نحو القمة للطباعة والنشر، سوريا، ط1، 2009

وسائل الإعلام المرئية والمسموعة والمقروءة، وفي آلية عملها في السنوات الماضية، مما أكسبها دوراً وقوة تأثيرية واسعة في حياة المجتمعات الإنسانية التي تحويها، وتلك التي تعمل في نطاقها<sup>1</sup>.

وفي هذا الصدد يبرز عالم الاجتماع **ميلز Mills** خطورة وسائل الإعلام الجماهيرية **Mass communication** وكيفية تأثيرها في صياغة وتشكيل أفكار الأفراد والتأثير في آرائهم وتكوين وعيهم حيث قال: "إن جانباً ضئيلاً فقط مما نعرفه من حقائق اجتماعية عن العالم قد توصلنا إليه بأنفسنا والجانب الأكبر عن طريق وسائل الإعلام والاتصال الجماهيري"<sup>2</sup>.

وبهذا فإن لوسائل الإعلام وتكنولوجية الاتصال "القدرة على تغيير القيم، وهذا عن طريق دخول مضامينها حياة الأفراد الذي أدى بدوره إلى تغيير في النسق القيمي للمجتمع عن طريق صراع بين القيم التي ينادى البعض بالتحكم بها وتأصيلها، و بين القيم المصطنعة من قبل وسائل الإعلام، والتي تظهر كمسلمات عند البعض الآخر هذا ما يجعل ترشيد استخدام وسائل الإعلام ضرورة ملحة خاصة عندنا نحن العرب حيث تلعب القيم في المجتمع العربي أدوار أكثر من كونها مجرد سلوك وأفعال تظهر وتحتفي من حين لآخر، ولو كان هذا الكلام صحيح فيما يخص بعض القيم، فإن الكثير منها ارتبط بالدين الإسلامي وقيمه العريقة"<sup>3</sup>.

كما " أن الثورة المعاصرة في تكنولوجيا الاتصال أحدثت طفرة هائلة في ظاهرة الإعلام الدولي أو عالمية الاتصال بحيث أصبح التعرض لوسائل الاتصالات الدولية جزءاً من نسيج الحياة اليومية للفرد بما يمكن أن يحدثه هذا من آثار تتصل بإدراكه واتجاهاته وقيمه"<sup>4</sup>، وقد كانت لها انعكاسات متباينة على مختلف جوانب حياة الأفراد والمجتمعات، حيث مكنت من تخطي الحدود بشكل غير معهود وساهمت في القضاء على الكثير من القيود، وذللت الكثير من العقبات، لكن هذه التكنولوجيا تحمل في طياتها جملة التعقيدات التي شمل مختلف الجوانب والمستويات وأفرزت عصر العولمة والفضائيات، وباتت تنتشر الرذيلة وتقضي على الفضيلة في الكثير من الحالات، كما هددت تفكك المجتمعات، وقضت على تماسك الأسر والعائلات، وخلقت العديد من المشكلات"<sup>5</sup>.

وبهذا يمكن لنا التأكيد على أن " العلاقة بين الانترنت(ومنها مواقع التواصل الاجتماعي) والقيم علاقة متداخلة حيث يؤثر كل منهما في الآخر، وعلى الرغم من إن الإعلام بطبعه يكون عاكساً للقيم المحلية الأصلية فإنه في حالات أخرى يكون هو الذي يملك الريادة في تغيير القيم، وتبقى مسألة الحكم

<sup>1</sup> - المرجع نفسه، ص 05.

<sup>2</sup> - Mills, C.R: **The power elite**, oxford university, London, 1969, p311.

<sup>3</sup> - يوسف تمار: **وسائل الإعلام والقيم**، وثيقة منشورة، دون صفحة.

<sup>4</sup> - محمد السيد فهمي: **تكنولوجيا الاتصال في الخدمة الاجتماعية**، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، مصر، 1995، ص 145.

<sup>5</sup> - نصر الدين بوزيان، مرجع سابق، ص 129.

على القيم التي تتغير والأخرى التي لا تتغير أو تقع ضمن النسق العقيدي للجماعة متوقفاً في الأخير على درجة تماسك النخبة ومستويات التعليم والثقافة داخل المجتمع، وحالة رأس المال الثقافي أو الإعلامي وموقفه من قيم المجتمع"<sup>1</sup>.

والانترنت كشبكة إعلامية اتصالية قد تتغير في طرق أدائها، وفي محتواها، والمنظومة القيمية هي الأخرى قد تتبدل بتأثيرها، أو تتغير بفعل تأثير البيئة والتأثيرات الداخلية، ومن هنا يمكن القول أن لكل فترة زمنية منظومتها الاتصالية ومنظومتها القيمة، وهذا ما يشير إليه الباحث إبراهيم غرايبة فيؤكد على ضرورة "أن نعترف أولاً وقبل كل شيء أن الثوابت والقيم إنما هي ثابتة بفعل تقنيات وموارد ثبتتها ولكنها تصير متحولة ومنقرضة عندما تتلاشى روايتها المنشئة"<sup>2</sup>، أو في حالة ما ظهرت وسيلة وتقنية بديلة قوية كما هو الحال بالنسبة لتقنيات الانترنت وتطبيقاتها المختلفة مقارنة بالمطبوعة وإنتاجها المتعددة.

ومنه " فحقل القيم في زمن مجتمع الانترنت يتميز بالنسبية والتغيير والتغير، وهذا قد يؤول إلى طبيعة وخصوصيات، وتنوع احتياجات الأبنية المجتمعية، وما تفرضه سمات النسق التكنولوجي الإعلامي الاتصالي من تطور متسارع من حيث التحديث والجودة، وكذا تحول البنيات المشكلة للبناء الاتصالي المعاصر"<sup>3</sup>.

وفي ضوء هذا المعنى يرى الباحث علي وطفة " أن التأثير الكبير الذي يمارسه النظام الإعلامي العالمي عبر الانترنت والفضائيات ووسائل الميديا والاتصال، التي تعمل بصورة مستمرة على تشكيل نظام ضوئي و اليكتروني يعمل على تعزيز القيم العولمية الجديدة، التي تصب في خدمة المصالح الاقتصادية الكبرى للمؤسسات والشركات العالمية."<sup>4</sup> التي تسعى إلى إيجاد أو الوصول إلى قيم عالمية تتوافق مع تطلعاتها وأهدافها ومنتجاتها.

و" ترجع قدرة الانترنت على التأثير إلى الدور الذي تؤديه في التنشئة الاجتماعية على حساب مؤسسات أخرى مثل المدرسة والعائلة، كما إن هذا التأثير غالباً ما يكون في اتجاه تقبل سلوكيات وقيم ثقافية أخرى تفرض منطق القوة، وتملك هذه الثقافات أساليب أكثر حداثة، مما يجعلها تحدث نوعاً من الاهتزاز أقيمي، لأنها تقترح مراجعة الأفكار والمواقف السائدة، وغالباً ما يشاهد الشاب الآخر في صورة أجمل وأكثر تشويقاً لأن لديه إدراك بأنه يعيش في واقع بعيداً عما يعيشه أقرانه في المجتمعات الغربية"<sup>5</sup>

1 - عادل عبد الصادق، مرجع سابق، ص02.

2 - إبراهيم غرايبة، مرجع سابق، ص04.

3 - بومدين مخلوف، مرجع سابق، ص74.

4 - علي وطفة: التربية العربية بعد الحادي عشر من سبتمبر، مجلة شؤون عربية، العدد2002، 111، ص222.

5 -رنا عمران: الانترنت ودوره في تغير القيم لدى الشباب، يومية الوحدة، العدد 6760، الاثنيون 17 آذار، اللاذقية، سوريا، 2008، ص08.



وهذا رغم أن البعض يرى أن " القيم تتأثر بالعديد من المؤثرات في نطاق الأسرة، بعضها داخلي يتعلق بطبيعة الأسرة، والآخر خارجي يتناول شكل النظام الاجتماعي السياسي و الثقافي أو طبيعة عمل ودور وسائل الإعلام التقليدية والحديثة"<sup>1</sup> في المجتمعات.

وقد "يؤدي الاستخدام المتنوع للانترنت و تطبيقاتها إلى تغيير بعض القيم الاجتماعية مثل: قيمة العلاقات الأسرية والقريبة، وقيمة الانتماء والاندماج الاجتماعي، وهذا سيؤثر في تشكيل وبناء مجتمع المدينة باعتباره نسفاً اجتماعياً تحكمه معايير قيمية"<sup>2</sup>. فبالاستخدام المفرط للانترنت ارتفعت معدلات الجرائم الالكترونية بمختلف أنواعها، وظهرت انحرافات سلوكية وتدهورت المبادئ والقيم وانتشرت الخرافات، والأناية والفردية وعدم الشعور بالانتماء وحب الوطن، وعدم تقدير الوقت.. الخ، و إن مثل هذه القيم السلبية أصبحت سائدة في المجتمعات المختلفة وخاصة عند فئة الشباب حتى بالنسبة للعالم المتقدم مما دفع بعدد من المفكرين وعلماء الاجتماع البحث عن قيم جديدة وإعادة الاعتبار إلى القيم القديمة والتي تمثل خصوصيات المجتمعات الإنسانية بصفة عامة، والتي كانت سائدة قبل الانتشار الكبير لتكنولوجيات الإعلام والاتصال.

واستخدام الانترنت من طرف الأفراد، ومنهم الطلبة الجامعيين بطريقة غير منظمة، وغير مخطط لها يؤدي إلى تغيرات في المنظومة القيمية التي تمثل نسق وبناء الحياة الفردية والاجتماعية، وهذا التغير في النسق القيمي أي مع منظومة القيم، ينطلق من أبعاد جديدة لعملية استخدام الأفراد لشبكة الانترنت حيث أنها تمثل<sup>3</sup> :

- ✓ الانترنت هيئة منظمة لها بناؤها وتنظيمها وأهدافها، وأساليبها الخاصة.
- ✓ تنوع الأفكار والمعلومات واختلاف المواقع بشبكة الانترنت، يمثل مجموعة من الأنساق المعتمدة على نسق قيمي غربي يختلف والقيم الاجتماعية المحلية ذات الثوابت والمبادئ الإسلامية.
- ✓ الانترنت تحول المعلومات والأفكار إلى مادة إعلامية اتصالية مشحونة بجملة من القيم تتأثر لها الأنساق القيمية الفرعية كالأسرة مثلاً .
- ✓ المنظومة القيمية لا تسلم من الدينامية الاجتماعية، وبالتالي لا تسلم من التغير والتبدل والتحول.
- ✓ تأثير الانترنت على المنظومة القيمة غير مباشر والنتائج والآثار غير المرئية، ولكنها تظهر مستقبلاً في علاقات معينة أو فكرياً محدداً أو موقفاً أو سلوكاً.

<sup>1</sup> - صاحب محسن، مرجع سابق، ص 06.

<sup>2</sup> - العقون هاجر، بن عمر سامية، مرجع سابق، ص 68.

<sup>3</sup> - المرجع نفسه، ص 69.

ويرى "كارسون" إلى أن التطورات التكنولوجية في مجال الإعلام أدت إلى تغييرات قيمية واسعة في شتى مجالات الحياة الاجتماعية والاقتصادية والسياسية والدينية وهذه التغيرات الواسعة النطاق يترتب عليها ما يسميه كارسون صراع القيم بين مختلف الحضارات والثقافات المختلفة سواء داخل البلد الواحد أو بين مختلف بلدان العالم<sup>1</sup>.

خاصة و أن أهم الجوانب المهمة التي طالتها التأثير الإعلامية والتكنولوجية بكل أشكالها سواء القديمة أو الحديثة تلك المتعلقة بتغير القيم، وجدير بنا التأكيد أن التغير القيمي موجود منذ القدم وهو الأمر الذي سمح بوجود تغييرات على المستويين الاجتماعي والفردى، لكن وتيرة التغير القيمي وطريقة حدوثه وسرعته هي التي تغيرت جراء جملة من العوامل على رأسها التطورات التكنولوجية الهائلة لاسيما في مجالي الاتصال والمواصلات، والتي سمح باحتكاك أكبر بين الأفراد والمجتمعات وتبادل أكبر و حر لأفكار والمعلومات، من هنا تبرز مجموعة من المشكلات وفي شتى المجالات<sup>2</sup>.

ونتيجة لهذه التغيرات المتسارعة التي يعيشها العالم في مجال تكنولوجيا الإعلام والاتصال "وقع شبابنا في تشتت واضح في الأهداف والغايات، حيث أدت التغيرات العالمية المتسارعة إلى عدم مقدرة الشباب على التمييز الواضح بين ما هو صواب وما هو خطأ، وبالتالي أضعفت قدرتهم على الانتقاء والاختيار من بين القيم المتصارعة الموجودة، وعجزهم عن تطبيق ما يؤمنون به من قيم كل هذا أدى إلى حدوث "أزمة قيمية"، كان لها أثر كبير في دفع الشباب للتمرد والثورة على قيم المجتمع واعترايهم شبه التام عن القيم التي جاءت بها الثورة التكنولوجية<sup>3</sup> بصفة عامة والانترنت ومواقع التواصل الاجتماعي بصفة خاصة، ويرجع ذلك إلى صراعات قيمية بين قيم الماضي وقيم الحاضر، وبين قيم الثقافة التقليدية وقيم الثقافة المعاصرة، وتعود هذه الأزمة إلى عدم قدرة الثقافة العربية على احتواء القيم الجديدة التي تطرحها التطورات التكنولوجية المختلفة في كافة المستويات مما يؤثر سلباً على البنية المجتمعية، و من المسلم به أن ثمة تفاعلاً مباشراً بين القيم وتكنولوجيا الإعلام والاتصال، بمعنى أن كلاهما يؤثر في الآخر وأية ذلك أن القيم عاملاً حاسماً في اختيار التكنولوجيا، و إن التكنولوجيا عامل مؤثر في تغيير القيم.

كما يرى الباحث زهير حطب: "أن الانترنت خلقت عالماً افتراضياً وهمياً فيه أخذ وعطاء وتبادل لكن دون أن يكون هناك شيئاً مادياً ولموساً، وبناء عليه يمكن استنتاج أن الشباب العربي أصبح لديه مجموعة قيم خاصة بالانترنت وحياته الاجتماعية، ويُسمى ذلك انقساماً في شخصية الشاب لأنه أصبح

1 - محمد محمد الخولي : مرجع سابق، ص5.

2 - نصر الدين بوزيان، مرجع سابق، ص130.

3 - ضياء الدين زاهر: القيم في العملية التربوية، سلسلة معالم التربية، مركز الكتاب للنشر، القاهرة، 1996، ص07-08.

من ناحية قادراً وجريئاً يخوض مواضيع لم يتعود الخوض فيها سابقاً، وهو من ناحية أخرى محافظ وهادئ في محيطه الأسري والاجتماعي"<sup>1</sup>.

وعلى الرغم "من كون العلاقة متداخلة بين الانترنت والقيم إلا أن واقع الحال يشير إلى التأثير السلبي لها على القيم، وذلك بافتقادها عنصر المركزية في التوجيه وطغيان الفردية والعشوائية في نقل المعلومات والأفكار والقيم والرموز"<sup>2</sup>، وبالتالي حتمية الاعتماد على التوجيه والإرشاد للشباب في استخدامهم للانترنت وفق معايير اجتماعية ودينية وأخلاقية، لأن الاستخدام غير المؤسس يشكل أزمة مجتمعية ثقافية قيمة تسهم في إضعاف القيم داخل النسق الاجتماعي بشكل عام.

### 3.4 - الانترنت والتغير الاجتماعي.

يعرف التغير الاجتماعي على "أنه عملية اضطرارية ومستمرة للتحول أو التعديلات التي تطرأ على أنساق العلاقات الاجتماعية"<sup>3</sup>، و"التغير الاجتماعي ليس مرتبطاً بتغير القيم الاجتماعية وحسب، وإنما هو مرتبط بالعناصر والبنى والنظم والنواظم والروابط... ويمثل هذا المعنى رأى جيزنبرج أن التغير الاجتماعي" هو التغير الذي يحدث في طبيعة البناء الاجتماعي مثل زيادة أو تناقص حجم المجتمع، أو في النظم والأجهزة الاجتماعية، والتغيرات اللغوية، وكذلك يشمل الاصطلاح التغيرات في المعتقدات والمواقف"<sup>4</sup>، ومفهوم "التغير الاجتماعي لا يقتصر فقط على عناصر التصرف الاجتماعي، أو تبدل الخصائص الثقافية، إنما التغير الذي يجب التركيز عليه ودراسته دراسة علمية موضوعية هو ذلك التحول الذي يطرأ على الكل المركب الذي يطلق عليه البناء الاجتماعي"<sup>5</sup>.

وهذا ويعتبر جيرث Gerth وملز Mils "أن التغير الاجتماعي هو التحول الذي يطرأ على النظم الاجتماعية وقواعد الضبط الاجتماعي التي يتضمنها البناء الاجتماعي في مدة زمنية معينة"<sup>6</sup>. لهذا عرفه احمد زكي بدوي: "أنه كل تحول يقع في التنظيم الاجتماعي سواء في بنائه أو وظائفه خلال فترة زمنية معينة، والتغير الاجتماعي على هذا النحو ينصب على تغير يقع في التركيب السكاني للمجتمع أو في بنائه الطبقي، أو نظمه الاجتماعية أو في أنماط العلاقات الاجتماعية أو في القيم

1 - رنا عمران، مرجع سابق، ص 09.

2 - عادل عبد الصادق، مرجع سابق، ص 03.

3 - السيد عبد العاطي السيد: المجتمع والثقافة والشخصية، دار المعرفة الجامعية، القاهرة، بدون سنة نشر، ص 83.

4 - فادية عمر الجولاني: التغير الاجتماعي، مدخل النظرية الوظيفية لتحليل التغير، مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية، 1993، ص 12.

5 - صبحي محمد فنوص: علم دراسة المجتمع، الدار الجماهيرية للنشر والتوزيع، مصراتة، 1989، ص 147.

6 - احمد النكلوي: التغير والبناء الاجتماعي، مكتبة القاهرة الحديثة، القاهرة، 1968، ص 8.

والمعايير التي تؤثر في سلوك الأفراد، والتي تحدد مكانتهم وأدوارهم في مختلف التنظيمات الاجتماعية التي ينتمون إليها<sup>1</sup>.

أما لنديرج فقد انتبه إلى كون " التغير الاجتماعي ظاهرة تحدث في كل زمان ومكان... والتغير الاجتماعي هو الاختلافات التي تطرأ على ظاهرة اجتماعية خلال فترة زمنية معينة، والتي يمكن ملاحظتها وتقديرها، وهي تحدث بفعل عوامل خارجية وداخلية.."<sup>2</sup>.

ويرى عاطف غيث<sup>3</sup> أن التغيرات الاجتماعية تأتي على أشكال متعددة منها التغير في القيم الاجتماعية والتي تؤثر بطريقة مباشرة في مضمون الأدوار الاجتماعية والتفاعل الاجتماعي، والتغير في النظام الاجتماعي أي في المراكز والأدوار الاجتماعية، والتغير في مراكز الأشخاص الذي يحدث بحكم التقدم في السن أو نتيجة الموت<sup>3</sup>. والتغير الاجتماعي كما عرفه روجر Rogers<sup>4</sup> هو العملية التي تحدث من خلالها تغير وتبديل البنيان والوظيفة الاجتماعية، وقد يحدث ذلك من خلال المخترعات والمبتكرات الجديدة، ومنها ما يحدث من بسبب الفيضانات والحروب والثروات الداخلية، كما تكون عملية التغير الاجتماعي مخططة أو غير مخططة ويكون مصدرها إما داخلي لو خارجي<sup>4</sup>. ومن هذه المصادر الخارجية وسائل الإعلام المختلفة سواء كانت تقليدية أو حديثة.

ولذلك يرى ولبر شرام: " إن وسائل الإعلام تشارك في كل تغير اجتماعي مثل الثورات الفكرية والاجتماعية والسياسية"<sup>5</sup>، خاصة و "أن دور وسائل الإعلام يتزايد في تنمية وعي الأفراد وزيادة معلوماتهم وتطلعاتهم، وتعد تلك الوسائل في الوقت الراهن مصدراً هاماً، بل و أهم مصدر نأخذ منه معارفنا ومعلوماتنا عن العالم المحيط بنا، فهي تلعب دوراً مؤثراً في تشكيل وعي المواطنين، حيث تؤثر هذه الوسائل في الطريقة التي يدرك بها الأفراد الأمور، كما ترسم الصورة الذهنية لدى الأفراد عن الدول والمواقف والقضايا والأحداث"<sup>6</sup>، خاصة في ظل تطور الانترنت بتطبيقاتها المختلفة.

"وقد أدى التطور السريع لوسائل الإعلام إلى اتساع رقعة انتشارها وتزايد تأثيرها في تشكيل الملامح الحضارية للمجتمع و بروز خطورة الدور الذي تلعبه في الحياة الاجتماعية حيث لم تعد مجرد

1 - احمد زكي بدوي: **معجم مصطلحات العلوم الاجتماعية**، انجليزي فرنسي عربي، مكتبة لبنان ساحة رياض الصلح، بيروت، 1982، ص382.

2 - فادية عمر الجولاني، مرجع سابق، ص12.

3 - محمد الدسق: **التغير الاجتماعي بين النظرية والتطبيق**، دار المجدلوي للنشر والتوزيع، عمان، 1987، ص18.

4 - محمد عمر الطنوبي: **التغير الاجتماعي**، منشأة المعارف بالإسكندرية، جامعة عمر المختار ليبيا، 1996، ص52.

5- Gumpert g and cathcart,R,ed,Tour inter media,2<sup>nd</sup>,Ed,london,oxford university press,1982,p462.

6 - موسى عبد الرحيم حلس وناصر علي مهدي : مرجع سابق، ص145.

أدوات لنقل المعلومات بل أصبحت من العوامل المؤثرة في أفكار واتجاهات وسلوك الجمهور<sup>1</sup>، وتوطيد وترسيخ أشكال جديدة من العلاقات الاجتماعية بين الأفراد بالإضافة إلى إحاطة الأفراد بالأحداث التي تقع في بيئات محلية بعيدة عنهم<sup>2</sup>.

كما أن كل خطوة من خطوات التقدم التكنولوجي تؤدي إلى سلسلة من التغيرات تتفاعل مع تغيرات أخرى وكلها تتبع من النسق التكنولوجي في المجتمع، و أن التغيرات في البناء الاجتماعي تؤدي بدورها إلى تغيرات في القيم الثقافية والمعتقدات والإيديولوجيات كما أن إضافة أنماط ثقافية جديدة يغير من مراكز أعضاء المجتمع وأدوارهم وتستتبع هذه التغيرات البنائية تغيرات في القيم الاجتماعية<sup>3</sup>، ويشير البعض إلى حقيقة أن العملية الإعلامية من خلال وسائل الإعلام والثقافة تتحرك من خلال إيديولوجية المجتمع، فأيديولوجية المجتمع هي مفهوم متغير، بمعنى أنه يتحدد وفقاً للتيارات الفكرية والثقافية والاتجاهات السياسية والثقافية للمجتمع<sup>4</sup>، وأهمية الدور الذي يقوم به الإعلام يتوقف في الحقيقة على طبيعة العلاقة بينه وبين النظاميين السياسي والاجتماعي السائدين في أي بلد.

وبعد الإعلام الإلكتروني في وقتنا الحالي قوة حضارية كبرى وظاهرة فنية وثقافية وسياسية أصبح لها في العصر الحديث أثرها البالغ و لا يمكن لأية أمة تنشأ التغيير والبناء الحضاري أن تستغني عنه حتى أنهم يلقبون العصر الذي نعيش فيه بعصر الإعلام ذلك أن الإنسان اليوم يعيش ثورة إعلامية شاملة تطارده في كل وقت وفي كل زمان ومكان<sup>5</sup>، وذلك لما تقدمه وسائل الإعلام المختلفة والمتنوعة من أنباء وتحقيقات وغيرها، بهدف تحقيق التأثير المتعمد على أفكار الأشخاص وسلوكياتهم واتجاهاتهم وقيمهم ومعتقداتهم وتخلياتهم ومعرفتهم والتدخل في تكوين وجهات نظرهم الاجتماعية والسياسية والتأثير على نمط حياتهم وثقافتهم القومية.

ولذلك يلعب الإعلام بصفة عامة والانترنت بصفة خاصة دوراً في تغيير القيم حيث يتفق علماء الاجتماع والاتصال على أن أي تغيير اجتماعي مقصود في المجتمع لا بد أن يصل إلى الناس عبر وسائل الإعلام إذ أنه لا يمكن أن يتم أي تغيير في المجتمع في معزل عن استخدام هذه الوسائل التي تعد الأدوات الهامة والرئيسية والمساعدة في مخاطبة الناس وشرح ونقل تلك التغييرات الجديدة التي ستحدث في المجتمع وفي بنياته ووظائفه حتى يعرف كل فرد دوره ومكانته وفقاً للتغيير الذي سيطراً. وهذا يشير

<sup>1</sup> - ليلي عبد الحميد: مستقبل القرية المصرية - قضايا القرية المصرية في وسائل الإعلام الواقع والتطور والمستقبل، المركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية، التقرير الأول 1993.ص23.

<sup>2</sup> - David Crowley and David Mitchell : **communication theory today** , polity press, Black

Well,Cambridge,1994,p35

<sup>3</sup> - محمد عاطف غيث:التغير الاجتماعي والتخطيط، دار المعارف، الإسكندرية، ط2، 1966، ص120.

<sup>4</sup> - نسمة احمد البطريق: **نظرية الإعلام المرئي السمعي، دراسة في المدخل الاجتماعي**، ط2، 1989، ص24-25.

<sup>5</sup> - محمد عي جيره: وسائل الإعلام تغيير أم تخدير، مجلة الوعي الإسلامي، العدد 275، 1987، ص37.

إلى أن وسائل الإعلام المختلفة هي أساس عملية التغيير الاجتماعي، وذلك لما يتم من خلال تلك الوسائل من عمليات تكوين الآراء وتغيير المفاهيم وأنماط السلوك وتثبيت القيم المرغوب فيها وتدعيمها. كما "تعتبر الانترنت ووسائل الإعلام الأخرى في أي مجتمع من المجتمعات من المقومات الحضارية لذلك المجتمع وبمثابة المصدر المؤثر والضروري لإحداث أي تغيير اجتماعي فيه، لأن الإعلام ظاهرة اجتماعية نشأت منذ أقدم العصور الوسطى والانتقالية، حيث تطورت من مرحلة التبليغ الشخصي إلى مرحلة التبليغ الجماعي عن طريق وسائل الاتصال المختلفة"<sup>1</sup> إلى عصر المعلومات والمعرفة عن طريق الانترنت ومواقع التواصل الاجتماعي المتنوعة. وتؤثر وسائل الإعلام التقليدية والحديثة في حياة الناس عامة وبصورة خاصة على اتجاهاتهم ومعتقداتهم وقيمهم وسلوكهم وذلك لعدة أسباب<sup>2</sup>، منها :

- ✓ لأنها تمتاز بانتشار واسع وجاذبية .
- ✓ القدرة في الوصول إلى كل البيئات والتعامل مع كل الفئات والأعمار والمستويات الاجتماعية والاقتصادية والثقافية.
- ✓ قيامها بوظائف متعددة في تحقيق المنافع الفردية والجماعية والمجتمعية سواء أكانت منافع ترفيهية وثقافية وتعليمية، وذلك من خلال وسائلها المتنوعة السمعية (الراديو ) أو المقروءة (صحف ومجلات) ،أو بصرية سمعية (التلفزيون) أو اليكترونية (انترنت ومواقع التواصل الاجتماعي) .

وهناك من يرى" أن وسائل الإعلام الجماهيرية إحدى أهم الوسائل الفعالة في تثبيت قيم المجتمع وهذا لقدرتها على إحداث تأثير خاص لدى أفرادها، ويتوقف ذلك على نجاح الرسالة الإعلامية التي تقدمه ويظهر ذلك من خلال نقل القيم من الأجيال السابقة إلى الأجيال التالية، وحسب هارولد لاسويل، فإن المجتمعات البدائية كانت تعيش في نطاق العائلات أو القرى المعزولة، وكان الآباء والأمهات هم الذين ينقلون القيم والتراث الثقافي عبر الأجيال ولكن مع تطور المجتمعات والتمدن، حدث نوع من الانعزال مما استوجب قيام وسائل الإعلام بدور ناقل القيم"<sup>3</sup> ، كما يرى صمويل بيكر" إن دور وسائل الإعلام يتجاوز التأييد البسيط أو مواجهة التحديات التي تواجه بناء سلطة المجتمع وقيمه ومعتقداته، بالإضافة إلى أنها تقوم بكل ذلك فهي تمثل الطريقة الحيوية لاكتشاف قيم ومعتقدات مجتمع ما"<sup>4</sup>. والانترنت بخصائصها

1 - منى كشيك:القيم الغائبة في الإعلام، دار فرحة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2003، ص ص99-100.

2 - المرجع نفسه، ص101.

3 - محمد موفق الغلابيني: وسائل الإعلام وأثرها في وحدة الأمة، دار المنارة، السعودية، 1985، ص39

4 - عنان إبراهيم احمد، محمد احمد الشافعي:علم اجتماع التربوي والأنساق الاجتماعية التربوية، جامعة سبها، ليبيا، 2001 ص264.

المتنوعة ومستوياتها الاتصالية الفريدة من نوعها وسعت بشكل كبير طرق وأساليب اكتشاف ثقافات ومعتقدات الآخرين وسمحت للتواصل بين الثقافات المختلفة بشكل يومي وبطرق يسيرة.

وهذا ما أشارت إليه بعض الدراسات" إلى أن قدرة الفرد على التفاعل الثقافي تزداد باطراد كلما تنوعت وانتشرت ثقافته التابعة وهو ما يشير إلى أن نسبة كبيرة من التفاعلات الاجتماعية التي تحدث على شبكة الانترنت تحدث في سياقات ثقافية تابعة أكثر من كونها تم في إطار ثقافات أصيلة، وتشير **Griswold** إلى أن الأفراد مختلفي الثقافات الأصيلة ينتجون المعاني عبر تبادل الرموز في سياقات تفاعلية تعمل في إطار الثقافات التابعة لدى كل منهم، و أن هذه الثقافات التابعة هي التي تمكنهم من الوصول إلى نقاط اتفاق فيما بينهم مما ينتج أثراً سلوكياً ينطبع بالضرورة على الثقافة الأصلية محققاً لحالة من التغيير الاجتماعي الثقافي"<sup>1</sup>.

و احتلت الانترنت دوراً أساسياً في التأثير على الإنسان والأفكار والمجتمعات في كل مكان وفي كل مجال وأصبح شريكاً فعالاً في مجمل نشاطات وآفاق العمل الوطني والقومي سلباً وإيجابياً ودورها الخطير الذي لا يقتصر على النقل الفوري والسريع للأحداث والتدفق السريع للمعلومات، وإنما يمتد أحياناً إلى التحضير لها وحشد الرأي العام المحلي والدولي وراء بعض القضايا بنفس القدرة التي يملك بها التعتم على غيرها، بحيث أصبح توجه الآراء نحو القضايا المختلفة يتم بشكل ضمني في منصات التواصل الاجتماعي بما يخدم مصالح جهات معينة على حساب أخرى.

وبناءً على ما سبق فإن تأثيرات الانترنت أعظم وإمكانات البناء أو الهدم المتاحة لها أكبر وأسرع وأوسع انتشاراً وأعمق تأثيراً من باقي وسائل الإعلام الأخرى، الأمر الذي فرض ضرورة أن يوظف الإعلام التقليدي أو الحديث من أجل رفع المستوى الثقافي وتغيير العادات الضارة وبلورة نسق ايجابي للقيم الاجتماعية وتوجيه الإنسان نحو الإنتاج وإتاحة وسائل النمو الذاتي وربط الفرد بمشكلات مجتمعه وحماية ثقافته وتوعيته بالمتغيرات المعاصرة وتبصيره بالتحديات المحيطة به.

### 5.3- الطلبة والانترنت وعولمة القيم(القيم الكونية).

#### أ- الطلبة والقيم:

يعد الطالب الجامعي فرداً من الأفراد المكونين للعنصر البشري في الجامعة، وتعد عليه آمال كبيرة فيما يخص دفع عجلة تقدم المجتمع، و"هو ذلك الشخص الذي سمحت له كفاءته العلمية بالانتقال من المرحلة الثانوية أو مركز التكوين المهني أو الفني العالي إلى الجامعة تبعاً لتخصصه الفرعي، بواسطة شهادة أو دبلوم يؤهله لذلك، ويعتبر الطالب أحد العناصر الأساسية والفاعلة في العملية التربوية

<sup>1</sup> - حمدي حسين أبو العينين، مرجع سابق، ص14.

طيلة التكوين الجامعي إذ أنه يمثل عددياً النسبة العالية في المؤسسة الجامعية<sup>1</sup>، هدفه الأسمى العلم والمعرفة من أجل ضمان المستقبل المهني، ومكانة اجتماعية محترمة، و الطلبة هم: "فئة اجتماعية من فئات المجتمع، وهي جزء من فئة الشباب لا تزال خارجة عن دائرة العمل، هي في حالة تكوين ثقافي جامعي موجه أساساً لتكوين النخبة والإطارات المستقبلية"<sup>2</sup>، أي أن الطالب: هو من حصل على ثقافة أكاديمية من الجامعة تؤهله للقيام عند التخرج بدور وظيفي في المجتمع يستطيع من خلال تحمل مسؤولية القيادة والبناء والتنمية حيث يكون قد اجتاز في الغالب مرحلة المراهقة وبدأت مرحلة النضج أكثر وضوحاً عليه.

و "الطلبة الجامعيين من وجهة النظر العلمية التقليدية يمثلون جماعة أو شريحة من المثقفين في المجتمع بصفة عامة، إذ يتركز المئات أو الألوف من الشباب في نطاق المؤسسات التعليمية مما يضعف ويخفف إلى حد ما من ارتباطهم الطبقي والعائلي، و"الطلاب ليسوا طبقة ولكنهم حالة وقتية، يجمعهم وقت الدراسة ثم يصبحون قوة إنتاجية و يصطدمون بالمجتمع القائم، ولذلك فإنهم يحاولون تحقيق الذات، وهم مجتمعون"<sup>3</sup>.

والطلبة قفي غالبهم هم في فترة الشباب "التي تبدأ حينما يحاول المجتمع تأهيل الشخص لكي يحتل مكانة اجتماعية ويؤدي أدوار اجتماعية، وتنتهي هذه المرحلة عندما يستقر الشخص في شغل مكانته ويؤدي دوره في السياق الاجتماعي وفقاً لمعايير التفاعل الاجتماعي، وهو ما يعنى أنه أصبح جزءاً من النظام المستقر والثابت"<sup>4</sup>، وفي هذه المرحلة تحدث تعبيرات كثيرة، يصحبها عدد من الصراعات منها ما يرجع إلى التغييرات التي تطرأ على جسم الشباب، والتي يصاحبها في العادة تغيرات نفسية أساسية، تنتج عن تعلق الشباب وحساسيتهم لها، ومنها ما ينتج عن اعتداد الشباب بذاته ومحاولته التحرر من التبعية والخضوع لأوامر الأبوين وسلطة الكبار عموماً، وتكمن أهمية الشباب ومنهم الطلبة الجامعيين بالنسبة للمجتمع فيما يمثله من مصر للتجديد والتغيير، فهم عادة ما يرفعون لواء التحديث في السلوك والعمل، من خلال قيم جديدة التي يتباهى بها الشباب، والتي عادة ما تدخل في مواجهة مع ما هو سائد من قيم تقليدية، ويتحدث علماء الاجتماع المهتمين بدراسة الشباب عن مفهوم جديد هو "ثقافة الشباب"، وهم يقصدون بذلك أن الشباب يمثل مرحلة من مراحل النمو الإنساني لها ثقافتها الخاصة التي تُعبر عن مجموعة من القيم والاتجاهات والآراء وأنماط السلوك التي تحظى بالموافقة والقبول من تلك الفئة

<sup>1</sup> - ياسمينة خدنة: واقع تكوين طلبة الدراسات العليا في الجامعة الجزائرية، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علم الاجتماع جامعة منتوري، قسنطينة، 2008، ص11.

<sup>2</sup>-André koun et Pierre Ansart: **Dictionnaire de Sociologie**, paris le Robert et le Souil, 1999, p205.

<sup>3</sup> - سحر محمد وهبي: دور وسائل الإعلام في تقديم القدوة للشباب الجامعي، دار الفجر للنشر والتوزيع، ط1، 1996 ص238.

<sup>4</sup> - علي ليلة: الشباب في عالم متغير: تأملات في ظواهر الأحياء والعنف، دار المعرفة، الإسكندرية، 1995، ص38.



العمرية والاجتماعية والتي هي فئة الشباب"<sup>1</sup>، يضاف إلى ذلك أن هؤلاء الشباب يعيشون في زمن الانفتاح والقرية الكونية على حد تعبير مارشال ماركولوهان **Marchal Macluhan** ، ما يزيد من فرص اكتساب التجارب والثقافة، واكتشاف العالم، وفي هذه المرحلة يصل الشباب إلى فترة تتكون لديهم نزعة الاستقلالية والإحساس بالمسؤولية ومعرفة الذات وتقديرها، والأهم في هذا السياق هو أنهم الفئة الأكثر عرضة للتغيير والقدرة على التغيير في المجتمع، والمجتمع الجزائري ليس استثناءً في ذلك، كما تميز هذه الفئة بالتطلع والاندفاع نحو الأفكار والتجربة، وتعتبر فترة مهمة تطراً عليها الكثير من التغييرات في تكويناتهم وعلاقاتهم مع الآخرين، وعلاقاتهم مع محيطهم ككل، وهذا بالإضافة إلى خصوصيات الطلبة كفئة تمتاز بطلب العلم والمعرفة والتطلع إلى النجاح والتفوق في ظل تطور وسائل الإعلام والاتصال وخاصة الانترنت التي تقاطعت ثقافتها مع ثقافتهم وخصائصها مع خصائصهم، وبالتالي أصبحت جزءاً كذلك من حياتهم.

والطلبة على العموم يسعون بصفة عامة إلى تحقيق ما يلي:

- ✓ الاستعداد للتخرج ومن ثمة البحث على وظيفة.
- ✓ تكوين أفكار ومفاهيم ومواقف، واكتساب مهارات تستبق الاشتراك في الحياة العملية والحياة العامة.
- ✓ الاستعداد لتكوين حياة أسرية عائلية(الزواج).
- ✓ الرغبة في ربط صلات مع رفاق الدراسة ورفقاء السن. وهذه الأهداف ستلقي بضلالها على استعداداتهم النفسية والوجدانية والاجتماعية التي تجعلهم يكتسبون سلوكيات ويتبنون قيماً معينة تتوافق مع أهدافهم.

والقيم هي مرآة عاكسة لثقافة المجتمعات والأفراد، فهي تصنع الفرق بين مجتمع وآخر، وبين فرد وآخر، وتلعب دوراً كبيراً في تشكيل الكيان النفسي والاجتماعي للأفراد، خاصة منهم شريحة الشباب التي تعتبر أهم شرائح المجتمع، وتزداد أهمية من حيث القيم التي تحملها ومن حيث الدور والمسؤولية الملقاة على عاتقها في الحفاظ على هذه القيم ونقلها وتطويرها، إلا أنه قد يواجه الشباب عدداً من الصراعات التي تصاحبها عدة تغيرات نفسية واجتماعية تمس البناء القيمي لديهم فيجد نفسه متأرجحاً بين الأصالة والحداثة و بين القيم التقليدية والحديثة، مما قد يؤثر سلباً على التوافق النفسي الاجتماعي للشباب وعلى أصالة المجتمع الذي ينتمي إليه.

والشباب اليوم، هم أول ضحية لتغير القيم في المجتمع، خاصة في العصر الراهن، أين نشأوا في عصر تعرضت فيه المجتمعات المحافظة للتغيرات العالمية في ظل الحضارة المعاصرة والتقدم العلمي والتكنولوجي الذي يميز أنماط الحياة ووسائلها ومتطلباتها، فوقع الشباب فريسة الانفصام في الشخصية

<sup>1</sup> -محمد علي محمد: الشباب العربي والتغير الاجتماعي، دار النهضة العربية، بيروت، لبنان، ط2، 1985، 66.

والصراع بين القيم الموروثة والتقاليد المستوردة، مما أصابهم بالحيرة والنتيه والقلق، فهذا الوضع المتباين والمتناقض بين ما هو موروث وما هو قائم، يعرض الشباب إلى أنماط مختلفة من هذه القيم ومرجعيات متباينة وأحياناً متناقضة، مما يعتقد أنه ينعكس على القيم التي يحملها الشباب في تحديد أنماطهم السلوكية واتجاهاتهم وميولاتهم اتجاه بعض القضايا والمواقف الأسرية<sup>1</sup>. مما أدى إلى حدوث أزمة قيمية في واقع الأمر، أو صدمة ثقافية قيمية على حد تعبير **علي وطفة**، حيث يرى " أن التغيرات الاجتماعية والثقافية المتسارعة اليوم، تجعل الإنسان يعيش صدمة ثقافية قيمية بالغة الخطورة والأهمية، متمثلة في التغيرات التي تضع الشباب في مواجهة قيم جديدة غير مألوفة، يتوجب عليه أن يتمثلها، مما يقود لإحداث خلل في تكيف الشباب وانهيارهم"<sup>2</sup>.

بمعنى آخر، الشباب حالياً في مجتمعاتنا، "يعيش مرحلة تناقض بين نوعين من المفاهيم والقيم تلك المفاهيم التقليدية التي ورثها عن الثقافة القائمة والمفاهيم الجديدة التي دعمها التطور العلمي والتكنولوجي، وبهذا لنا أن نتوقع إما أن يثور على كل خبرات الأجيال السابقة، أو أن يقبلها تحت ضغط العرف وعوامل التربية المختلفة مما يؤدي إلى زيادة احتمالية الصراع بين ما هو تقليدي وما هو جديد"<sup>3</sup>.

**ب- عولمة القيم:**

إن عولمة القيم في حقيقة الأمر جاءت كنتيجة حتمية لعولمة وسيلة الإعلام والاتصال الحاملة للمضمون الثقافي القيمي الموحد، لذا يرى **جيدنز Giddens** أن عولمة الإعلام ووسائلها بأنها: "ضغط للزمن والمكان، و أن عولمة الإعلام امتداد وتوسع في مناطق جغرافية مع تقديم مضمون متشابه كمقدمة لنمط التوسع الثقافي"<sup>4</sup>، كما أنه من خلال وسائل الإعلام التقليدية والحديثة الموجهة إلى ملايين من البشر التي تستخدم الصور والكلمات والأصوات و تروج لنمط الحياة الغربية على أساس أنها النموذج الأمثل وهي حياة المجتمع الرأسمالي، وتعمل على تشجيع الآخرين للاحتذاء وتقبل هذا النموذج الذي بدوره يؤدي إلى تشكيل قيماً كونية خاصة بكل البشر وهذا بالرغم من عدم تجانسهم من حيث الخصوصيات الثقافية والحضارية خاصة في ظل التوسع الكبير للانترنت بمختلف مستوياتها الاتصالية وتطبيقاتها المختلفة التي تغلغت في مختلف مناحي الحياة.

وتظهر ضرورة الاهتمام بالقيم في مجتمعاتنا العربية في ظل العولمة من خلال الغزو الثقافي الذي قد يستقل إلى درجة أنه سيؤثر سلباً في الثقافة العربية وفي الإنسان العربي عن طريق المتغيرات

<sup>1</sup> - العزام عبد الباسط: **صراع القيم لدى الشباب في الريف الأردني - قضاء الوسطية حالة دراسية** - رسالة ماجستير غير منشورة، الجامعة الأردنية، 1998، ص 63.

<sup>2</sup> - **علي وطفة: الثقافة العربية وأزمة القيم في الوطن العربي**، مجلة المستقبل العربي، العدد 192، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، 1995، ص 60.

<sup>3</sup> - ماجد الزيود، مرجع سابق، ص 13.

<sup>4</sup> - زايد احمد، اعتماد علامة: **التغير الاجتماعي**، مكتبة الانجلو-المصرية، القاهرة، 2000، ص 270.

التي تتسلل إلى القيم الثقافية والأخلاقية والاجتماعية الأصيلة، مما قد يؤدي إلى المساس بالأمن الثقافي ومكونات الهوية والأخلاقيات في المجتمع العربي بشكل عام<sup>1</sup>، والمجتمع الجزائري بشكل خاص. إذًا، فإن أكثر ما يمكن الخوف عليه في ظل العولمة هو: القيم الأخلاقية عند الفرد بصفة عامة والشباب بصفة خاصة، باعتباره أكثر ممارسةً وتقياً على كل ما جاءت به العولمة، وأكثر مستهلكاً للثقافة الغربية وما تحمله معها من قيم غريبة عن مجتمعاتنا العربية، والتي تروج لها العولمة بأشكال جد براءة محاولة إيجاد مكان لها في النفوس الهشة لشبابنا الذي كثيراً ما يجد فيها بدائل ترضيه وأجوبة لكل تساؤلاته، معتمدة على الكثير من الطرق والوسائل لغزو الثقافات الأخرى كمصادر البث الإعلامي والأقمار الصناعية والانترنت<sup>2</sup>.

و التترق إلى عولمة القيم، يقودنا إلى تحديد معنى القيم الكونية والعولمة بأبعادها الثقافية:

1- **القيم العالمية أو الكونية:** إننا نقول إن شيئاً له قيمة عالمية أو كونية عندما يكون له القيمة نفسها عند الجميع، أو معظم الناس هذا القول يمكن أن يعني شيئين مختلفين<sup>3</sup>:

✓ يمكن لشيء ما أن يكون له قيمة عالمية عندما يرى الجميع أنه ذو قيمة، أو على الأقل يمتلكون سبباً لاعتقاد بأنه يمتلك قيمة ما، فوفقاً "لأشيعا برلين": "القيم العالمية هي القيم التي تكون لعدد كبير من البشر في حالات وأماكن وأوقات مختلفة لها المعنى نفسه تقريباً من حيث التقدير والرفعة والاحترام، ويبدو ذلك في أقوالهم وسلوكهم".

✓ ويمكن لشيء ما أن يكون ذا قيمة عالمية عند جميع الناس عندما يمتلكون الاعتقاد أو المسوغ الكافي بأنه يستحق هذه القيمة، فتفسير "اماريتا سين" هذا المصطلح بالإشارة إلى أنه عندما يُقال أن **المهاتما غاندي** واللاعنف قيمة عالمية، فإن الناس على اختلاف ثقافتهم واعتقاداتهم يقدرّون اللاعنف بوصفه قيمة بجد ذاته، و إن لم يمارسوه أو يرفضوا ممارسته.

2- **العولمة:** أما العولمة فيعرفها **برهان غليون**: بأنها "الدخول بسبب تطور الثورة المعلوماتية والتقنية والاقتصادية معاً في طور من التطور الحضاري، يصبح فيه مصير الإنسانية موحداً أو نازعاً للتوحد"<sup>4</sup>. و إن هذه العولمة التي تقصد كل مناحي الحياة تريد أن يصبح الاقتصاد استهلاكي المنزع، والمجتمع الشاذ السلوك، والثقافة نفعية مصلحية، والسياسة تابعة غير مؤثرة، والدين جامد يرتبط بالطقوس، وحسب، وهي تعمل بوسائل شتى، لعل أقواها تأثيراً وخطورة ما يسمى اليوم بـ "السلع الثقافية"

1 - زينب زويد: أهداف التربية النظامية في سوريا، أطروحة دكتوراه غير منشورة، جامعة دمشق، 2006، ص124.

2 - فتيحة بلعسل: إشكالية القيم لدى الشباب الجامعي بين المتغيرات العالمية ووسائط التنشئة، في التربية على القيم، مجلة عالم التربية، منشورات عالم التربية، المغرب، العدد 21، 2012، ص449.

3 - رضوان زيادة، كيف جبهه اوتول: صراع القيم بين الإسلام والغرب، دار الفكر، دمشق، سوريا، 2010، ص ص 47-48.

4 - بشرى محمود الزويبي: العولمة الثقافية - المخاطر وأساليب المواجهة - في التواصل والثقافة، منشورات عالم التربية، الدار البيضاء، المغرب، ط 1، 2010، ص 133.

التي تروجها الفنون السمعية البصرية، وهي صناعة جديدة توجه السلوك وتتحكم فيه، ضاربة عرض الحائط بالمبادئ الأخلاقية ونظم القيم، حتى تلك التي "يومن" بها الغرب نفسه<sup>1</sup>، وبالتالي فإن العولمة هي عملية الوصول بالبشرية إلى نمط واحد من التغيير في الأكل والملبس والعادات والتقاليد، ومن هذا المنطلق تمثل العولمة تحدياً ثقافياً غير مسبوق وتحدياً ذو طابع ارتقائي خاص، قائم على الاجتياح الثقافي<sup>2</sup>.

ولقد توالى التغييرات الاجتماعية والثقافية على المجتمعات في العقود القليلة الماضية، وخاصة على المجتمعات العربية ولعل أبرز هذه التغييرات ظهور ظاهرة العولمة وما رافقها من ثورة معلوماتية حيث أحدثت تغييراً في المواقف والاتجاهات والقيم الإنسانية لدى أفراد المجتمع<sup>3</sup>، و"جعلت العالم أكثر اندماجاً وجعلت التحولات سريعة، هي التي ساهمت في انتقال المفاهيم والقناعات والمفردات والأذواق فيما بين الثقافات والحضارات، وهي التي نقلت العالم من مرحلة الحداثة إلى ما بعد الحداثة، وبالتالي في دخوله إلى عصر العولمة"<sup>4</sup>، و"إن هذه التغييرات كان لها دور في تغير الثقافة الموروثة للمجتمعات، و أن ثورة المعلومات والاتصال قد أثرت وستؤثر في حياة الأفراد، وهي اليوم من أهم العوامل التي تعقد تشكيل خبرات وثقافة وأذواق وسلوكيات الأفراد والمجتمعات"<sup>5</sup>.

و"العولمة تطمح إلى صياغة ثقافة كونية شاملة تغطي مختلف جوانب النشاط الإنساني، وتكون ما يسمى بالقواعد الأخلاقية الكونية والتي تركز على الحرية السياسية والتعددية الفكرية واحترام حقوق الإنسان وتقبل الآخر، وتعمل وسائل الاتصال على زيادة التفاعل الثقافي على المستوى العالمي، إلا أن الدول التي تملك القدرات التكنولوجية سوف تملك القدرة على بث ونشر الرسائل الإعلامية الثقافية بكل ما فيها من قيم وقد تحمل في بعض الأحيان غزواً ثقافياً قد يهدد الخصوصيات الثقافية للمجتمعات"<sup>6</sup>. خاصة و "أن كل مجتمع إنساني له خصوصيته الثقافية بحكم تاريخه الاجتماعي الفريد والذي لا يمكن أن يتكرر فهي أشبه بالبصمة الثقافية المنفردة، كما أن أي منطقة حضارية لها خصوصيتها المميزة مثل المنطقة العربية"<sup>7</sup>.

1 - محمد بلقيع: العلوم الاجتماعية ومشكلة القيم، تأصيل الصلة، منشورات المعارف، الرباط، المغرب، 2007، ص126.

2 - هانس بيتر، هارولد شيمان: فخ العولمة، ترجمة (عدنان علي)، الكويت، 1998، ص55.

3 - ماجد الزيود، مرجع سابق، ص53.

4 - عبد الله عبد الخالق: العولمة جذورها وفروعها وكيفية التعامل معها، مجلة عالم الفلك، مجلد 28، العدد2، الكويت، 1999، ص94.

5 - حسن سمير: الثورة المعلوماتية عواقبها وأفاقها، مجلة الجامعة، دمشق، المجلد 18، العدد1، 2002، ص234

6 - لطيفة طبال: التغير الاجتماعي ودوره في تغير القيم الاجتماعية، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد الثامن، جوان2012، ص419.

7 - المرجع نفسه، نفس الصفحة.

ويرى الباحث محمد بلققيه إن هذه الإشكالية لا تقتصر على المجتمعات العربية بل حتى في بعض المجتمعات الغربية "التي ما يزال للقيم فيه منزلة ما فإن الوضع أصبح كارثة حقيقية حتى أن الناس تحت تأثير الثقافة والإعلام الغربيين، يعرفون عن أحوال غيرهم ما لا يعرفون عن أحوال مجتمعاتهم، لاسيما فئة من "المثقفين والمنتورين" و المسؤولين وصناع القرار الذين يديرون شؤون البلاد والعباد، فكيف بمجتمعات المسلمين التي تنسب فيها القيم إلى العقيدة؟"<sup>1</sup>. وقد أحدثت العولمة والتغيرات التكنولوجية آثاراً أهمها<sup>2</sup>:

### أ- في المجال الاجتماعي:

- ✓ تراجع دور الأسرة في التنشئة لصالح الإعلام والتقنيات الحديثة، كالفصائيات والحاسوب وشبكة الانترنت.
- ✓ أصبح الصغار هم المرجعية فيما يتعلق بالتعامل مع التقنيات الحديثة، كالحاسوب والانترنت حيث غالباً ما يرجع الكبار إلى الصغار في استشاراهم وطلب مساعدتهم في التعامل مع هذه التقنيات.
- ✓ سيطرة الفردية و روح الأنانية على سلوك الأفراد، حيث تتعاضم مصاريف الأبناء الترفيهية على حساب ميزانية الأسرة (شراء هواتف خلوية وأجور مكالماتها، فواتير الاتصال بشبكة الانترنت).
- ✓ تراجع معدلات التفاعل والتواصل الأسري وميل الأبناء للعزلة (الانطواء على الذات، بسبب انشغالهم في متابعة برامج الفصائيات وأجهزة الحاسوب والانترنت.. الخ.
- ✓ تحول قيمة الصدق إلى مسألة نسبية تحكمها المصالح الشخصية والمادية.
- ✓ قيام الصداقة على النفعية والمصالح المتبادلة.
- ✓ توحّد أدواق الشباب وتنميطها، ولا سيما في اللباس، قصة الشعر، الأغاني، المأكّل،.. الخ
- ✓ تزايد شكوى الأهل من ارتفاع معدلات سهر الأبناء سواء في مشاهدة المحطات الفضائية أو الجلوس أمام شاشات الحاسوب والانترنت للساعات طويلة.
- ✓ إقبال الشباب المتزايد على المواقع والمحطات التي بثت الخلاعة الجنسية، مما أدى إلى أزمة أخلاقية وصراعات قيمية لديهم.
- ✓ اضطراب المعتقدات الدينية لدى الشباب وتراجع الوازع الديني، حيث أصبح الدين لديهم مجرد مجموعة من الطقوس والعبادات المظهرية لا علاقة لها بالسلوك الأخلاقي.
- ✓ الاغتراب عن المجتمع المحلي وقضاياها والأحداث الجارية فيه.
- ✓ التحول من الانتماء الجمعي (العائلة -العشيرة) إلى الفردية المجردة.

<sup>1</sup> - محمد بلققيه، مرجع سابق، ص ص126، 127.

<sup>2</sup> - ماجد الزويد، مرجع سابق، ص88.

✓ التغير في علاقاتنا بالآخرين، حيث انتقلت علاقة الشباب بأسرته وجيرانه ومعارفه إلى علاقات أكثر قوة وأكثر اتساعاً مع أفراد العالم، فتتوعدت معارفه وتعددت صدقاته.

#### ب-المجال السياسي:

✓ انحسار قيمة حب الوطن في قلب الشباب، وأصبح الوطن بالنسبة لهم أي مكان يحقق لهم الرفاهية والثروة.

✓ تزايد الشعور بالمواطنة العالمية مع تراجع واضح للشعور بالمواطنة المحلية.

✓ محاولة نزع الرموز الوطنية من عقل الشباب وإحلال الرموز العالمية محلها.

✓ محاولة نزع القيم النضالية من نفوس الشباب وربطها بالعنف والإرهاب.

✓ محاولة تصوير الحرية في عقول الشباب على أنها التصرف وفقاً للأهواء والنزوات حتى ولو كانت ضد الدين أو الأعراف والتقاليد الاجتماعية.

✓ أزمة ثقة بمصادر التوجيه والثقافة السياسية المحلية بسبب تعدد مصادر التوجيه والتنقيف السياسي من خلال وسائل الإعلام المختلفة ومنها الانترنت بمستوياتها الاتصالية المختلفة.

وهناك من الباحثين من يعتقد أن "تأثيرات العولمة يجب أن لا تُرى في مجالات السياسات والعلاقات، بل من الواجب رؤية هذه التأثيرات على المجالات المعرفية والتخصصية والقيمية. يجب النظر إلى العولمة بصورة توازن بين مجالات الفرص فيها، ومكامن الخطر منها، فصناعة المفاهيم وعلى رأسها القيم صارت بنى على أرض الواقع ضمن علاقات قوة ظاهرة وكامنة، صاعدة ومؤثرة...ضمن مسارات تروج لمفهوم العالمية، مما أدى إلى نفي جملة من القيم وتهميشها في حقل التعامل الدولي، وبروز قيم أخرى تتوافق مع تأسيس الدعوة إلى العالمية من خلال المركزية الغربية، في سياق ثنائية القيم التقليدية والقيم الجديدة، والتي ارتبطت بمذهبية جديدة تنادي بنهاية التاريخ وصراع الحضارات، والتي تقوم على تزكية النسق القيمي الغربي، وتعميمه وكونننته وعولمته، وفي المقابل تبحث في تهيمش الأنساق القيمية الأخرى"<sup>1</sup>، ومنها النسق القيمي العربي الإسلامي.

ولهذا "فمعظم علماء الاجتماع المعاصرين، يتفقون على أن ثورة تكنولوجيا عصر المعلومات والعولمة قد غيرتا السلوكيات والقيم الاجتماعية للبشر، إن لم تكن قلبتها رأساً على عقب، ولا يمكن لأي أحد أن يتنبأ باتجاه تطور الأوضاع الحالية، فكل تطور يحمل داخله نقيضه"<sup>2</sup>، و"ثمة الكثير من الدلائل التي تشير إلى حقيقة أن التكنولوجيا تعد اليوم أحد أهم العوامل الرئيسية في تغيير الواقع الاجتماعي حيث ترتبط التكنولوجيا بالأنساق الاجتماعية على نحو متكامل، فالنقارب التكنولوجي الذي نشرته القوى العالمية

<sup>1</sup> - حسن علوش: أزمة القيم في عالم متغير-ملاحظات نقدية- في التربية على القيم، مجلة محكمة ، عالم التربية، منشورات عالم التربية، المغرب العدد21، 2012، ص185.

<sup>2</sup> - سليمان العسكري:إعلام العولمة، قيم جديدة أم انكفاء على الذات، مجلة العربي، العدد517، الكويت،2001، ص13.

كان يهدف في الأساس إلى تحقيق تقارب ثقافي ينتصر في النهاية للثقافة الغربية باعتبارها ثقافة القوى المهيمنة، فوسائل الإعلام الجديد تتيح أمام مستخدميها العديد من الثقافات التابعة لها جنباً إلى جنب مع الثقافة الوطنية، ومع تلك الوسائل زادت قدرات الأفراد على تضمين ثقافات تابعة عبر التفاعل الاتصالي الاجتماعي من خلال الانترنت، ويشير ذلك إلى أن الكثير من التفاعلات الاجتماعية تحدث في سياقات ثقافية تابعة أكثر من كونها تتم في إطار ثقافات أصيلة<sup>1</sup>.

ويرجع ذلك لكون ثورة الاتصال والمعلومات، في ظل متغيرات مد العولمة الجديدة، أتت في زمن يؤمن أن العالم إما كل واحد، وإما لا شيء، فبدأ البعض يتحدث عن ضرورة الانخراط ضمن الفلسفة الكونية وسياق المجتمع الكوني، ضمن أدوار تقوم على صياغة الأفكار والاهتمامات، وتنميط التفكير والاستهلاك، وتشجيع عناصر تربية قيمة مرتبطة بكل ذلك، فاستخدام مفهوم القرية الكونية العالمية ومفهوم العالمية، بناءً على ذلك كان على العولمة لكي تحقق حلم التوحد الإنساني هذا، أن تسعى إلى إقامة نوع من الخلق العالمي، أو أخلاقيات الحد الأدنى التي تشترك فيها ثقافات العالم أجمع، وهم لا يرون في ذلك الخلق العالمي تناقضاً مع الخصوصية الثقافية والهوية الحضارية لشعوب العالم<sup>2</sup>.

و "إن" تأثير وسائل الإعلام أصبح فعالاً بسبب تقدم التكنولوجيا الإعلامية، فأقمار الاتصال التلفزيوني تمكن الناس من الإطلاع على المكونات الثقافية في العالم، وأصبحت شبكة الانترنت ظاهرة كونية على نحو متزايد في ظل تطور فعال في كل القارات، وتهيمن الولايات المتحدة الأمريكية على حركة المرور الكونية هذه في مجال المعلومات والأفكار<sup>3</sup>، وهذه الوسائل تلعب دوراً هاماً وجوهرياً في التأثير المباشر على النشء، وعلى إخراجهم من بينتهم الثقافية المحافظة، التي تسيطر عليها الأعراف والتقاليد والمعتقدات والأخلاق إلى بيئة ثقافية عالمية، وبالتالي فإنه كلما زاد التواصل أكثر بالانترنت، كلما عرفت القيم تعديلاً وأصبح المستخدم مواطناً عالمياً بقيم كونية بإمكانه التبادل والتداخل في عدة مواضيع ومسائل.

"وبدأت تنعكس سلباً نتائج التطور الهائل في عالم التكنولوجيا على المجتمع العربي من خلال انفتاح إعلامي بلا حدود، يستهدف فرض ثقافة كونية، وينطوي على إخضاع العقول العربية -اختيارياً - لمجموعة من القيم والمعتقدات وأنماط السلوك والاستهلاك المنتمية إلى مجتمعات حققت مستويات عالية من التقدم، وتميزت ثقافتها بحريات شخصية واسعة، فكانت النتيجة هي اندثار بعض الثقافات المحلية أو الصراع بين الوافد والمحلي، وصاحب ذلك مشكلات عديدة منها : ظاهرة اغتراب بين الشباب، والبحث عن الهوية والذاتية الثقافية، بل بات واضحاً، أن الشباب في مجتمعنا يعاني تمزقاً أمام الاتجاهات

1 - حمدي حسين أبو العينين، مرجع سابق، ص14.

2 - نبيل علي، مرجع سابق، ص405.

3 - فيصل محمود الغرابية، مرجع سابق، ص69.

المتعددة للثقافات العديدة-خاصة الوافدة منها- ويعيش صراعاً بين تراثه الإسلامي الأصيل وبين ما تقدمه الحضارة المادية الغربية، وأصبح حائراً من أجل مستقبله وصار الشباب لا يعلم ماذا يريد وما الأهداف إلي يسعى لتحقيقها<sup>1</sup>.

وبناءً على ما سبق يمكن القول أن التكنولوجيات و"الإيديولوجيات الجديدة تسعى إلى إخضاع العالم لنمط حضاري واحد يستند إلى منظومة قيمية مزعومة مفرداتها: الحرية، والديمقراطية، وحقوق الإنسان، ولذلك يجب ألا نحصر معنى العولمة، كما يفعل كثير من المشككين والراديكاليين، في دائرة الاقتصاد وحدها إلا أن قيم العولمة هي قيم الغالب الذي لا يرى في الآخر إلا مستهلكاً اقتصادياً ومسلوباً ثقافياً، وتابعاً سياسياً<sup>2</sup> وإعلامياً وتكنولوجياً.

لهذا فالملاحظ اليوم "أن شبابنا يعيش معظمهم في الآونة الأخيرة حالة تناقض لا مثيل لها، وحالة صراع بين قيمه، وأهدافه الخاصة وبين قيم وأهداف المجتمع الذي يعيش في إطاره، فقد سادت القيم المادية والسلبية واللامبالاة واللامعيارية، وضعف الموجهات السلوكية والفكرية، وعدم الجدية، وعدم تقدير قيمة الوقت وأهميته وعدم الرغبة في الإطلاع، وعدم احترام الكبار وتقديرهم، وعدم الصدق والأمانة في التعامل والتبعية في سلوكياته وأفعاله لكل ما هو مستورد أو غربي<sup>3</sup>، ولعل نقشي هذه الوضعية في حياة الشباب داخل البيئة الجامعية يؤدي إلى إحساسهم بالصراعات القيمية بسبب التباين والتناقض بين ما هو منتشر داخل الجامعة وخارجها، وبين الواقع والخيال الذي أفرزه انتقال الشباب يومياً بين حياة افتراضية باستخدامهم لشبكات الانترنت والهواتف الذكية، وبين الحالة الواقعية التي تفرض عليهم مواجهة التحديات اليومية، "هذه الحالة وهذه الظروف جعلت الشباب، ومنهم الطلبة الجامعيين يعيشون في مناخ اللامعيارية على حد تعبير **أيميل دوركايم**، تلك الحالة التي تفتقر فيها الحياة الاجتماعية إلى القيم والمعايير الواضحة اللازمة لتوجيه السلوك، والتي تضعف فيه القيم التي استقرت طويلاً، إلى أن امتلأت الحياة بالتناقضات وبخاصة تناقض أنساق القيم بين الأجيال المختلفة، وتناقض الحياة اليومية مع نسق القيم والمعايير إلى حد يتعذر الاتفاق على شيء مشترك يلتزم به الجميع، ونتيجة لذلك يواجه الفرد أزمة لكون أهدافه وقيمه وتصرفاته التي يعتبرها أخلاقية مشروعة غير متفقة مع ما سار عليه المجتمع في الماضي"<sup>4</sup>.

و إن "الزعم بأن هناك قيماً كونية، وحقوقاً ذات أبعاد عالمية ترتبط بها إداء يكذبه الواقع ويدحضه العلم، والحقيقة أن هذه القيم مقترنة بنموذج وضعه العقل التقني، والتقنية ماضية في تقويض

1 - محمد عبد الرزاق إبراهيم و هاني محمد بونس: **القيم لدى شباب الجامعة في مصر وامتغيرات القرن الحادي والعشرين**، في التربية المعاصرة، العدد64، السنة20، 2003، ص58.

2 - محمد بلقيع، مرجع سابق، ص127.

3 - خليفة عبد اللطيف: **التغير في نسق القيم لدى الشباب الجامعي**، مظاهره وأسبابه، بحث مقدم إلى المؤتمر السنوي الثاني بجامعة الزرقاء الأهلية - **الشباب الجامعي: ثقافته وقيمه في عالم متغير** - المنعقد في فترة 27-29، 2004، ص32

4 - ماجد الزيود، مرجع سابق، ص102.



الروح ونسيان الكينونة، أو قل إن التقني حل محل الأخلاقي، و صحيح أن العولمة تلغي الخصوصيات وتحطم الثوابت، وتغير أذواق الناس وتؤثر في أمزجتهم، وتوجه سلوكهم، ولا تقيم وزناً للقيم الايجابية والأخلاق الحميدة، غير أنها قد تكون فرصة سانحة تستهلها المجتمعات الذكية شريطة أن تتقوى بمنظومة قيمية محورها العمل"<sup>1</sup>.

و في "ظل التغيرات العالمية المعاصرة يلاحظ تراجع دور العملية الثقافية والاجتماعية في المجتمعات التقليدية، هذه التغيرات تعمل على تهديد منظومة القيم الأصيلة ويشكل نوعاً من الازدواجية الثقافية التي تجتمع فيها تناقضات الأصالة والمعاصرة مما يؤدي إلى تهميش أو تغيير ملامح الثقافة الوطنية"<sup>2</sup> والثقافات الفرعية .

وإن التغيرات الاجتماعية والثقافية المتسارعة اليوم تجعل الفرد يعيش صدمة ثقافية قيمية، وهي التغييرات التي تضع الأفراد وخاصة الشباب في مواجهة قيم جديدة غير مألوفاً يتوجب تمثلها، وذلك يؤدي إلى إحداث خلل في تكيف الشباب وانهارهم، وقد ينجر عن ذلك مشكلات أخلاقية وقيمية تؤدي إلى تغير في نسق القيم، على الرغم من أن هذا التغير لا يحدث بصورة فجائية، ولكنه يحدث تدريجياً يبدأ بحدوث اختلاف وصراع بين نسق القيم القديمة من جهة، ونسق القيم الجديدة من ناحية أخرى، وحاصل هذا التفاعل يؤدي إلى خلق نسق قيمي جديد يحمل بعض قيم النسق القديم التي مازالت لها صلة بالتفاعل الاجتماعي القائم.

لكن هناك من يرى أن تفاعل الشباب و"ارتباطه بخصوصيات وعلاقات سلوكية مع مجموعات من الشباب ذابت بينهم الحواجز الفكرية من خلال شبكة المعلومات والانترنت، وتحطم بينهم الحاجز اللغوي، وتنمط بينهم السلوك وانخفضت لديهم درجة حرارة التعصب يؤدي حتماً إلى تحولهم إلى أفراد بلا هوية، حيث أصبح الفرد يكتسب معرفته ويقضي وقت متعته مع أناس لا تربط بينه وبينهم أية روابط لا لغوية ولا دينية"<sup>3</sup>، وهذا ما قد يراه البعض بمثابة تكريس لقيمة التسامح ونبذ التعصب التي جاءت نتيجة للتفاعل بين الأفراد بعيداً عن الحواجز الدينية والعقائدية واللغوية والحضارية.

ولهذه الأسباب وأخرى تظهر الحاجة الملحة إلى فهم علاقة القيم بالتكنولوجيات الحديثة وفئة الشباب، ومنهم الطلبة الجامعيين من خلال تتبع أهم التحولات والتغيرات التي طرأت على قيمهم وسلوكياتهم في السنوات قليلة الماضية، تزامناً مع الانتشار الواسع لاستخدام الانترنت من قبلهم، وكذا محاولة الفهم والتفريق بين القيم الجديدة والتفسيرات الجديدة للقيم حسب ما يقتضيه العصر وما ترده الفئات المختلفة في المجتمع من القيم.

<sup>1</sup> - محمد بلقفي، مرجع سابق، ص132.

<sup>2</sup> - ماجد الزيود : مرجع سابق ، ص84.

<sup>3</sup> - العقون هاجر، بن عمر سامية، مرجع سابق، ص69.

وخلصنا أن التطور الذي يحدث يومياً في مجال الانترنت والتكنولوجيات الاتصالية المصاحبة لها والنمو السريع في أعداد مستخدمي الشبكة والمستويات الاتصالية الفريدة التي توفرها الانترنت لمستخدميها (مواقع التواصل الاجتماعي مثلاً)، ومنهم الطلبة الجامعيين، والاستخدامات المبتكرة التي تضاف إلى قائمة الاستخدامات المألوفة بشكل مستمر للانترنت بفعل التطور الحادث في هذا المجال استطاع الطالب المستخدم بفضلها أن يتحرر من قيود الزمان والمكان والواقع والخيال، وأصبحت الانترنت بهذا المفهوم عالم منفتح لأبعد الحدود وبيئة اتصالية مميزة، وبالتالي لم يعد من الممكن رؤية الانترنت مجرد مصدر أو مخزن للمعلومات والمعارف والبيانات، وإدارتها وتنظيمها واسترجاعها وقت الحاجة (الجانب التقني للانترنت)، أو وسيلة من وسائل الاتصال والتفاعل أو أداة للترفيه والتسلية والمرح، (الجانب التفاعلي)، بل أصبحت المولد للمعرفة والثقافة والقيم والموزع لهم (أي مصدر مهم للثقافة والقيم).

وبهذا أصبحت الانترنت تلعب دوراً مهماً في عملية التنشئة الاجتماعية، وكذا عملية التغير في هذا العصر، وغالباً ما يكون للتغير الاجتماعي أثراً مترتبة عليه قد تكون سلبية، وقد تكون ايجابية، وقد تكون الاثنان معاً، كما أن هذه العملية تصيب البناء الاجتماعي ككل أي القيم والثقافة السائدة في المجتمع وما قد يحدث من تضارب بين آليات التغير والقيم والثقافة التي سادت لعقود طويلة ولذا تحدث مقاومة درجاتها تختلف حسب الفئات المشكلة للمجتمع، والشباب هم الأكثر قابلية للتمرد والرفض والتغيير، وقبول كل ما هو جديد، والانترنت بهذا المعنى فهي بمثابة المصادر الأساسية التي يأخذ منها الطلبة الجامعيين القيم والعادات والاتجاهات والأنماط السلوكية سواء كانت سوية أو غير سوية، كما أنها بفضل مضامينها المختلفة ومستوياتها الاتصالية المتعددة، قد تعيق التنشئة السليمة للنشء في حالة عدم الانتباه لها من قبل مؤسسات التنشئة التقليدية وتوجيهها بما يخدم التربية السليمة، وبالتالي توظيف محاسنها في عملية التنشئة بما يتوافق مع طبيعة العصر الذي يعيش فيه شبابنا.

الإطار التطبيقي

للدراسة

# الفصل الخامس

## تحليل وتفسير ومناقشة نتائج الدراسة

المبحث الأول: عادات وأنماط ودوافع استخدام أفراد العينة للانترنت.

المبحث الثاني: قياس القيم والتأثيرات السلبية.

المبحث الثالث: مناقشة نتائج الدراسة.

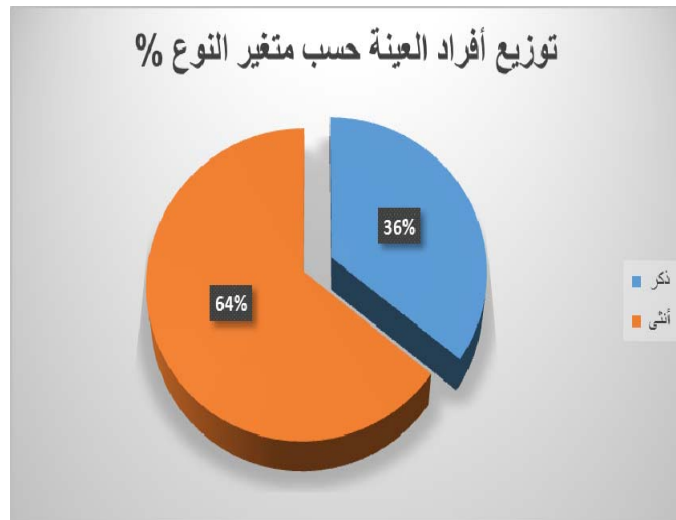
المبحث الأول: عادات وأنماط ودوافع استخدام أفراد العينة للانترنت

1.1 - خصائص أفراد عينة الدراسة:

الجدول رقم (01): يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير النوع.

النوع	التوزيع	التكرار	النسبة المئوية
ذكر	167	35.80	
أنثى	300	64.20	
المجموع	467	100.0	

يتضح من خلال الجدول رقم (01) أن توزيع أفراد العينة حسب النوع يتكون من 64.2% إناث و35.8% ذكور، ويرجع السبب في ذلك إلى أن عدد الإناث في أقسام الإعلام والاتصال (جامعة محمد بوضياف بالمسلية) مرتفع جداً، وأن الزيادة في عدد الإناث تبررها النسبة العالية مقارنة بالذكور في المجتمع الجزائري، وبالتالي أصبح يمثل الأغلبية في الجامعات الجزائرية حيث بلغت نسبتهن 62.5% سنة 2017 من عدد الطلبة المسجلين، و65.6% من حاملي الشهادات<sup>1</sup>، وهي نسب قريبة جداً لدراستنا وهذا ما يجعلها تمثيلية (الإقبال الواسع للإناث على التعليم العالي)، كما أن الإناث أكثر ميلاً للتخصصات المرتبطة بعلوم الإعلام والاتصال من الذكور، وبالتالي فتلك النسب تعبر عن مجتمع الدراسة بصورة واقعية، وفيما يلي رسم توضيحي لتوزيع النسب المئوية لأفراد العينة في دائرة نسبية.



الشكل رقم(01): توزيع أفراد العينة وفق متغير النوع

<sup>1</sup> - المصدر: المرصد الجزائري، marsaddz.Com نقلاً لتصريحات وزير التعليم العالي والبحث العلمي الطاهر حجار.

الجدول رقم (02): يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير السن.

النسبة المئوية	التكرار	التوزيع السن
66.0	308	17-23 عاماً
26.60	124	24-29 عاماً
07.50	35	أكثر من 29 عاماً
100.0	467	المجموع

يتضح من خلال الجدول رقم (02) أن الفئة العمرية (17-23 عاماً) تمثل نسبة عالية تفوق الخمسين بالمائة قدرت بـ 66.0%، وقد يعود ذلك إلى أن هذا العمر هو المتوسط الطبيعي لعمر الطلبة الجامعيين، تليها الفئة العمرية (24-29 عاماً) بنسبة 26.6%، و جاءت فئة (أكثر من 29 عاماً) بنسبة ضئيلة تقدر بـ 07.5%، وهذا ينسجم مع توزيع الطلبة حسب المراحل الدراسية الجامعية، فالسنوات الأولى من الجامعة هي الأعلى من حيث عدد الطلبة، و أقل سناً، لأن المعتاد في التعليم العالي في الجزائر أن يلتحق الطلبة بالدراسة الجامعية بعد اجتيازهم لشهادة التعليم الثانوي (البكالوريا) مباشرة أي بسن مبكرة تكون من (17 - 23 عاماً)، والفئة الأدنى من حيث عدد الأفراد، وأكبر سناً تكون للسنوات الجامعية الأخيرة، وهذا التقسيم يمكن أن تكون له دلالة في تفسير نتائج الدراسة، من حيث أن الفئة العمرية الأولى قد يكون بعض أفرادها لم يخرجوا بعد من مرحلة المراهقة، وما تتميز به هذه المرحلة من اضطرابات نفسية وجسدية، و أحلام اليقظة و روح المغامرة والاكتشاف والتمرد على القواعد والقيود، وتحب كل ما هو جديد، هذه العناصر المختلفة المرتبطة ارتباطاً وثيقاً بمحتويات الانترنت ومضامينها، والوسائل الإعلامية المختلفة.

أما الفئة العمرية الثانية قد تجاوزت فترة المراهقة، وقد تكون نضجت اجتماعياً، و استقلت على الأقل وجدانياً، وهذه الخصائص قد تؤثر على كيفية استخدامها للانترنت، أما الفئة العمرية الثالثة رغم قلة مفرداتها قد تكون لها أهمية كبيرة في تفسير النتائج لأنها تمثل فئة من الطلبة الكبار نوعاً ما في السن الذين عادوا إلى مقاعد الدراسة في أقسام الماجستير، والذين يكونون مستقلين مادياً و فكرياً، و وجدانياً ويعيشون بعيدين عن أهليهم، و قد يكونون من المتزوجين الذين كونوا عائلات، وبالتالي يملكون تجارب حياتية، ومهارات أكثر من غيرهم.

و هذا يدل على أن أكثر الفئات لم تتجاوز بعد فترة الشباب التي يدعو تكوينها النفسي والاجتماعي والجسمي على التمرد على القوانين والأعراف والتقاليد والنظام الاجتماعي والأسري، كما أنها من أكثر الفئات التي تتمتع بالاستقلالية والإبداع، والطموح وحب التفوق، ومزج الواقع بالخيال، وبالتالي

تعد الانترنت ميدان مهم يستوعب كل هذه الخصائص على الأقل في الوقت الحالي، وفيما يلي رسم توضيحي لتوزيع النسب المئوية في دائرة نسبية.



الشكل رقم(02): توزيع أفراد العينة وفق متغير السن

الجدول رقم (03): يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى الجامعي.

النسبة المئوية	التكرار	التوزيع المستوى الجامعي
24.60	115	السنة الثانية ليسانس LMD
31.90	149	السنة الثالثة ليسانس LMD
28.70	134	السنة أولى " ماستر" LMD
14.80	69	السنة الثانية " ماستر" LMD
100.0	467	المجموع

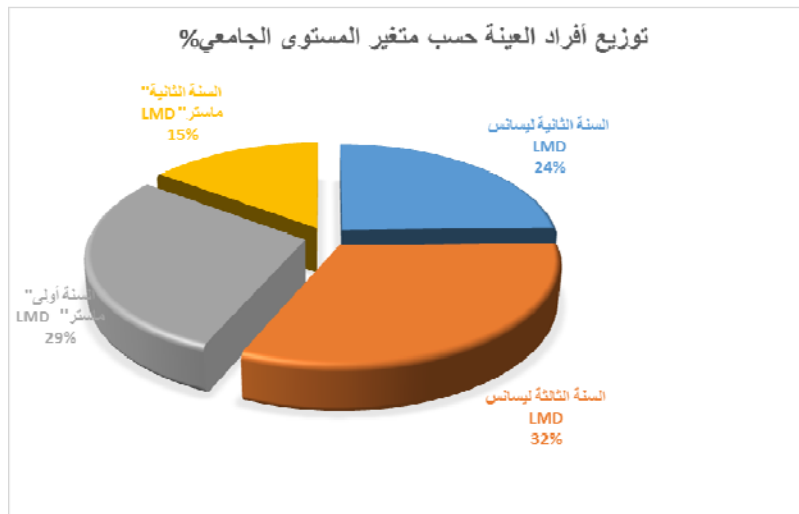
يتضح من خلال الجدول رقم (03) أن أكثر الفئات هي فئة "السنة الثالثة ليسانس"، حيث تمثل 149 مفردة أي بنسبة 31.9% من أفراد العينة، يليها أفراد فئة "السنة أولى ماستر" بنسبة تقدر 28.7%، تليها نسبة 24.6% بالنسبة لفئة "السنة الثانية ليسانس"، أما طلبة السنة "الثانية ماستر" فجاءت بنسبة ضعيفة تقدر 14.8%. وهذه المؤشرات تدل على أنه تم مراعاة كافة المستويات الدراسية

في مجتمع الدراسة بما يتناسب مع أفرادها في كل مستوى باستثناء فئة طلبة الدكتوراه التي كانت نسبتها معدومة وهذا لقلة مفرداتها.

وعلى العموم فيمكن أن يرجع السبب في ذلك أن الطلبة الذين تم توزيع الاستبيان عليهم "السنة الثانية ليسانس" و "السنة الثالثة ليسانس" و "السنة الأولى ماستر" فقد أجابوا عن الاستبيان و التزموا بتسليمه نظراً لأنهم كانوا في حالة دراسة، أما فئة " السنة الثانية ماستر" فقد كانوا بصدد التحضير لمذكرات التخرج، وبالتالي لم يلتزموا كلهم بتسليم الاستبيانات التي وزعت عليهم، ولذلك كان عددهم أقل مقارنة بالمستويات الأخرى، هذا من ناحية، ومن ناحية أخرى يمكن أن نشير أن هذه الفئة من طلبة "السنة الثانية ماستر" تكتسي أهمية بالغة من بين الفئات الأخرى، لأن أفرادها يمكن أن يكونوا أكثر انفتاحاً ووعياً بالتعامل مع الانترنت ومحتوياتها المختلفة على عكس المنتسبين الجدد إلى الدراسة الجامعية.

أما الارتفاع بالنسبة لطلبة "السنة الثالثة ليسانس" يمكن تفسيره بكون هؤلاء الطلبة في فترة تخرج هذه الفترة التي تتطلب إعداد المذكرات وتقارير التريص، حيث تكون بحاجة ماسة إلى استخدام الانترنت في البحث العلمي في ظل غياب المراجع أو نقصها في بعض الأحيان، بالإضافة إلى استخدامها في التطلع إلى اكتساب علاقات بالاتصال عبر الانترنت، أما طلبة "السنة الثانية ليسانس" فيرجع ذلك إلى كون هذه الفئة تكون بأعداد هائلة في الجامعات، كما أنها الفئة الأكثر ارتياداً للمجهول مع بقائها في أغلب الأحيان في فترة المراهقة، كما أنها تحتاج إلى الانترنت من أجل إعداد البحوث والتواصل مع الآخرين.

ويرى الباحث أن نسب توزيع عينة الدراسة متماثلة إلى حد كبير لتوزع مجتمع الدراسة الأصلي حسب سنوات الدراسة مما يزيد من مصداقية العينة المختارة، وفيما يلي رسم توضيحي لتوزيع النسب المئوية في دائرة نسبية.



الشكل رقم(03): توزيع أفراد العينة وفق متغير المستوى الجامعي

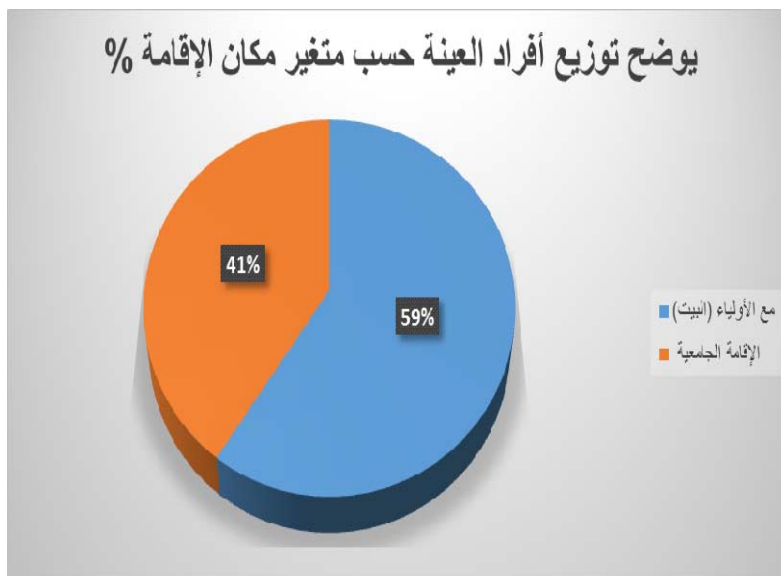


الجدول رقم (04): يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير مكان الإقامة.

التوزيع	التكرار	النسبة المئوية
مكان الإقامة		
مع الأولياء (البيت)	278	59.50
الإقامة الجامعية	189	40.50
المجموع	467	100.0

يتضح من خلال الجدول رقم (04) أن نسبة 59.5% من أفراد العينة يقطنون "مع الأولياء"، تليها نسبة 40.5% من المقيمين في "الأحياء الجامعية".

و هذا يدل على أن أغلب أفراد العينة يدرسون في جامعات قريبة من مقر سكنهم، وهذا بسبب سياسة الدولة في جعل جامعة أو مركز جامعي في كل ولاية أو الولايات القريبة، كما تبقى فئة المقيمين في "الأحياء الجامعية" مرتفعة ومهمة، وهي من الفئات الأكثر استخداماً للانترنت لاعتبارات تتعلق بالاتصال الاجتماعي سواءً كان هذا الاتصال اجتماعياً أو اليكترونياً، كما أن هذه الفئات تستخدم الانترنت من أجل الاستفادة من الأبحاث الجديدة وانجاز البحوث المقررة في الحصص الدراسية، والتغلب على الشعور بالقلق و التوتر والشعور بالوحدة الذي يكون مصدره في غالب الأحيان البعد عن العائلة والأهل، و كذا الجهد المبذول في الدراسة والبحث، وفيما يلي رسم توضيحي لتوزيع النسب المئوية في دائرة نسبية.



الشكل رقم(04): توزيع أفراد العينة وفق متغير مكان الإقامة

الجدول رقم (05): يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير منطقة السكن.

التوزيع	التكرار	النسبة المئوية
منطقة السكن		
المدينة	239	51.20
الريف	228	48.80
المجموع	467	100.0

يتضح من خلال الجدول رقم (05) أن نسبة 51.2 % من أفراد العينة هم من سكان "الريف" و48.8% من سكان "المدينة"، ونجد أن النسبة متقاربة رغم أن هناك تفاوت بسيط بالنسبة للطلبة الذين يقطنون في "المدينة"، وفيما يلي رسم توضيحي لتوزيع النسب المئوية في دائرة نسبية.



الشكل رقم(05): توزيع أفراد العينة وفق متغير منطقة السكن

الجدول رقم (06): يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير الحالة المدنية.

النسبة المئوية	التكرار	التوزيع الحالة المدنية
88.70	414	أعزب (أ)
08.80	41	متزوج (ب)
02.60	12	مطلق (ج)
100.0	467	المجموع

يلاحظ من خلال الجدول رقم (06) أن أغلبية أفراد العينة هم من فئة "العزاب" التي تقدر نسبتهم بـ 88.7%، وهذا لكون الطلبة الجامعيين هم في بداية تكوين حياتهم من أجل الانطلاق في الحياة العملية، ومن ثم الزواج، لكن رغم هذا نجد نسبة من فئة "المتزوجين" تقدر بـ 08.80%، و تليها نسبة من فئة "المطلقين" تقدر بـ 02.60%، وهذا راجع لكون بعض الطلبة عادوا إلى مقاعد الدراسة في أقسام الماجستير لتحسين مستواهم العلمي والجامعي لاعتبارات مهنية أكثر منها أكاديمية، وبعضهم تحصل على شهادة البكالوريا في سن متقدمة نوعا ما، وبهذا فإن فئة "العزاب" الأكثر تواجداً في الجامعات الجزائرية، وقد تكون الأكثر استخداماً للانترنت بهدف البحث العلمي، والتحصيل الدراسي والتواصل في الفضاء الرقمي الإلكتروني مع مختلف الفئات الاجتماعية، ونلاحظ هنا أن نسبة العزاب تمثل أعلى نسبة وهذا يتناسب مع مجتمع الدراسة الأصلي، وفيما يلي رسم توضيحي لتوزيع النسب المئوية في دائرة نسبية.

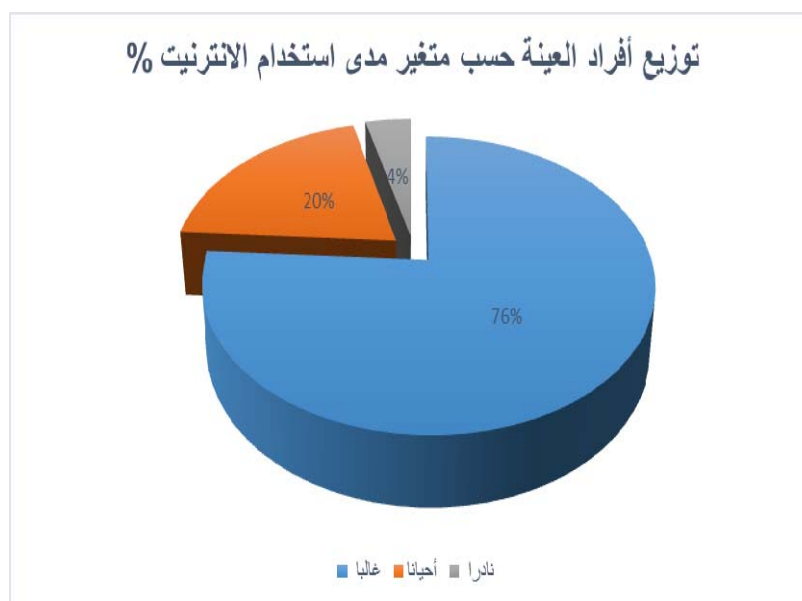


الشكل رقم (06): توزيع أفراد العينة وفق متغير الحالة المدنية

1. 2- التحليل الكمي والكيفي لعادات وأنماط استخدام أفراد العينة للانترنت.  
الجدول رقم (07): يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير مدى استخدام الانترنت.

هل تستخدم الانترنت؟	التوزيع	التكرار	النسبة المئوية
غالباً	335	76.0	
أحياناً	94	20.10	
نادراً	18	03.90	
المجموع	467	100.0	

يتضح من بيانات الجدول رقم (07) أن نسبة عالية تصل إلى 76.0 % تستخدم الانترنت "غالباً"، ويستخدمونها "أحياناً" بنسبة 20.1% من أفراد العينة، في حين "نادراً" ما تُستخدم الانترنت بنسبة 03.90 % فقط، وهي نسبة ضئيلة إذا ما قورنت بمن يستخدمون الانترنت بشكل مكثف أو بصفة "غالبية"، وهذا يدل على أهمية الانترنت كوسيلة اتصالية إعلامية تستأثر اهتمام فئة الشباب بصفة عامة والطلبة الجامعيين بصفة خاصة، وعليه يمكن أن نستخلص بأن استخدام الانترنت بالنسبة لتلثي أفراد العينة يعتبر نشاطاً أولياً رئيسياً في حياتهم، وفيما يلي رسم توضيحي لتوزيع النسب المئوية في دائرة نسبية.



الشكل رقم(07): توزيع أفراد العينة حسب متغير مدى استخدام الانترنت

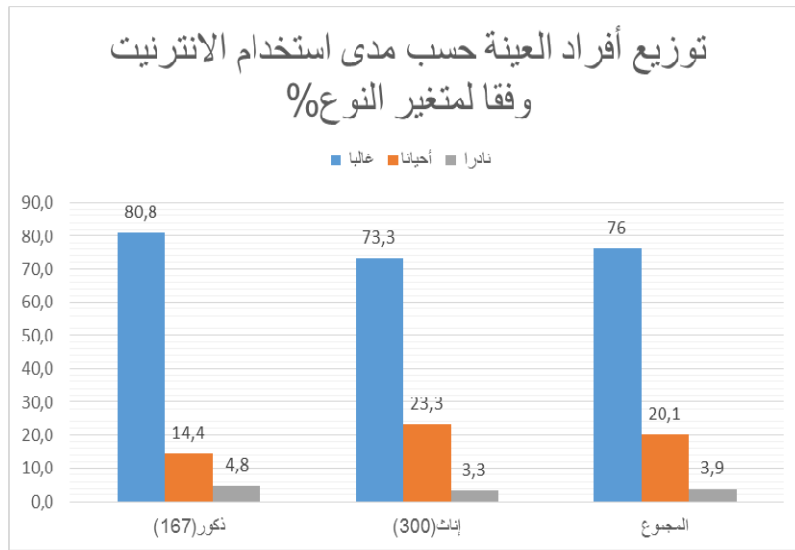
الجدول رقم (08): يوضح توزيع أفراد العينة حسب مدى استخدام الانترنت وفقاً لمتغير النوع.

النوع		النوع والتكرار والنسبة				
المجموع (ن=467)		إناث (ن=300)		ذكور (ن=167)		
%	ك	%	ك	%	ك	
						مدى استخدام الانترنت
76.0	335	73.33	220	80.83	135	غالباً
20.10	94	23.33	70	14.37	24	أحياناً
03.90	18	03.33	10	04.79	8	نادراً
100.0	467	100.0	300	100.0	167	المجموع
0.059		قيمة احتمال المعنوية:		2		درجة الحرية:
5.99		كا الجدولية:		5.667		كا المحسوبة:

يتضح من خلال الجدول رقم (08) أن أغلبية الذكور والإناث من أفراد العينة أجابوا بعبارة "غالباً" على مدى استخدامهم للانترنت بنسبة تفوق 70% لكليهما، إلا أن الذكور يستخدمون الانترنت "غالباً" أكثر من الإناث بنسبة ضئيلة جداً، حيث بلغت نسبة الذكور الذين يستخدمون الانترنت "غالباً" نسبة 80.83% في مقابل 73.33% من الإناث، كما بلغت نسبة الإناث اللاتي يستخدمن الانترنت "أحياناً" نسبة 23.33% في مقابل 14.37% من الذكور، وبالتالي هي أكبر عند الإناث، أما "نادراً" فالنسبة بين الفئتين كانت متقاربة وضعيفة جداً بالنسبة للفئتين، حيث بلغت 04.79% بالنسبة للذكور و03.33% بالنسبة للإناث، والتفوق البسيط بالنسبة للذكور يمكن تفسيره بارتباط الذكور بالعلاقات الاجتماعية والتواصل أكثر من الإناث لأنهم يملكون وقت فراغ أكثر من الإناث، بينما الإناث لهن التزامات مختلفة سواءً في البيت أو مكان الدراسة.

ومن خلال القراءة الإحصائية للجدول يتضح لنا أن قيمة احتمال المعنوية تساوي 0.059 وهي أكبر من 0.05، كما أن قيمة كا المحسوبة تساوي 5.667، وهي أقل من قيمة كا الجدولية<sup>1</sup> التي بلغت 5.99 عند درجة حرية 2 ومستوى الثقة 0.05، وبالتالي لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير النوع ومدى استخدام الانترنت عند أفراد العينة، وفيما يلي رسم توضيحي لتوزيع النسب المئوية في أعمدة تكرارية.

<sup>1</sup> - انظر الملاحق.



الشكل رقم (08): توزيع أفراد العينة حسب مدى استخدام الانترنت وفقاً لمتغير النوع

الجدول رقم: (09): يوضح مدى استخدام الانترنت حسب متغير السن.

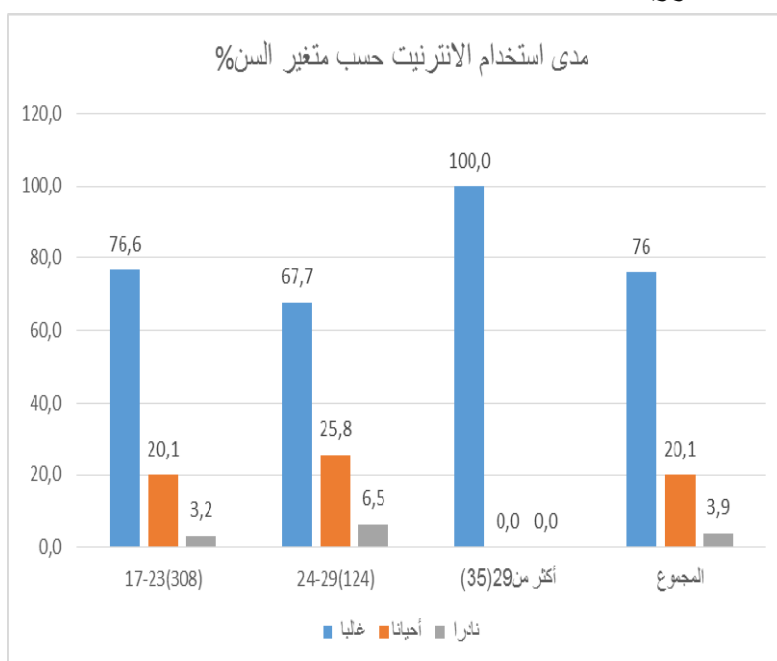
السن								السن والتكرار والنسبة	
المجموع (ن=467)		أكثر من 29 عاماً (ن=35)		29-24 عاماً (ن=124)		23-17 عاماً (ن=308)			
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	مدى استخدام الانترنت	
76.0	335	100.0	35	67.74	84	76.62	236		غالباً
20.10	94	-	-	25.80	32	20.12	62		أحياناً
03.90	18	-	-	06.45	8	03.24	10		نادراً
100.0	467	100.0	35	100.0	124	100.0	308		المجموع
0.002: قيمة احتمال المغنوية:		9.94: كات الجدولية:		4: درجة الحرية:		16.625: كات المحسوبة:			

يتضح من خلال الجدول رقم (09) الخاص بمتغير السن، أن أعلى نسبة عادت للفئة العمرية (أكثر من 29 عاماً) لخيار "غالباً" بنسبة 100%، وانعدامها في باقي الخيارات، أما فيما يخص الفئة العمرية (23-17 عاماً) فقد بلغت أعلى نسبة بالنسبة لأفراد هذه الفئة الذين يستخدمون الانترنت "غالباً" و بنسبة 76.62%، تليها "أحياناً" بنسبة 20.12%، و أخيراً "نادراً" بنسبة 03.24%، أما الفئة العمرية

(24 - 29 عاماً) فقد بلغت أعلى نسبة لها كذلك بالنسبة لخيار "غالباً" بنسبة 67.74 %، ثم "أحياناً" بنسبة 25.80 %، و أخيراً "نادراً" بنسبة 06.45 %.

ومنه نستنتج أن الفئات العمرية الثلاث تستخدم الانترنت "غالباً" بنسبة تفوق 60%، لكن بفارق قدر ب11 درجة مئوية بين الفئة العمرية الأولى و الثانية، و 25 درجة بين الفئة العمرية الأولى والثالثة، كما سجلت فرقاً قدر ب32 درجة بين الفئة العمرية الثانية والفئة العمرية الثالثة، كما نلاحظ أن الفئتين الأولى والثانية سجلتا نسبتين لأفرادهما ممن استخدموا الانترنت "نادراً" و "أحياناً"، بينما هذه الخيارات انعدمت في الفئة الثالثة، وهذا يمكن تفسيره بقلة عدد مفردات الفئة الثالثة من جهة، أو بكون أفراد العينة من الفئة العمرية (الأكثر من 29 عاماً) يمكن أن يكونوا من الموظفين الذين يملكون ربط بالانترنت في أماكن عملهم، وبالتالي يستخدمونها باستمرار سواءً لأغراض العمل أو الدراسة، أما من أجابوا "أحياناً" و"نادراً" في الفئتين العمريتين الأولى والثانية، فيمكن تفسيره بانشغالهم بالدراسة، وما تتطلبه من التزامات، وبالتالي فإنهم يستخدمون الانترنت حسب الحاجة لذلك، ومتى توفرت لهم الفرصة سواءً في الجامعة أو البيت.

ومن خلال القراءة الإحصائية للجدول السابق يتضح لنا أن قيمة احتمال المعنوية تساوي 0.002 وهي أقل من 0.05، وهي كذلك أقل من 0.01، كما أن قيمة كا2 المحسوبة تساوي 16.625 وهي أكبر من قيمة كا2 الجدولية التي بلغت 9.994 عند درجة حرية 4 ومستوى الثقة 0.05، وبالتالي توجد فروق ذات دلالة إحصائية عالية بين متغير النوع ومدى استخدام الانترنت، وفيما يلي رسم توضيحي لتوزيع النسب المئوية في أعمدة تكرارية.



الشكل رقم(09): مدى استخدام الانترنت حسب متغير السن

الجدول رقم:(10): يوضح مدى استخدام الانترنت حسب متغير المستوى الجامعي.

المستوى الجامعي										المستوى الجامعي والتكرار والنسبة	
المجموع (ن=467)		السنة الثانية ماستر (ن=69)		السنة أولى ماستر (ن=134)		السنة الثالثة ليسانس (ن=149)		السنة الثانية ليسانس (ن=115)			
%		ك		%		ك		%		ك	
76.0	335	85.50	59	87.31	117	78.52	117	53.91	62	غالباً	
20.10	94	14.49	10	12.68	17	21.41	32	30.43	35	أحياناً	
03.90	18	-	-	-	-	-	-	15.65	18	نادراً	
100.0	467	100.0	69	100.0	134	100.0	149	100.0	115	المجموع	
0.000		قيمة احتمال المعنوية:		12.59		كا الجدولية:		6		درجة الحرية:	

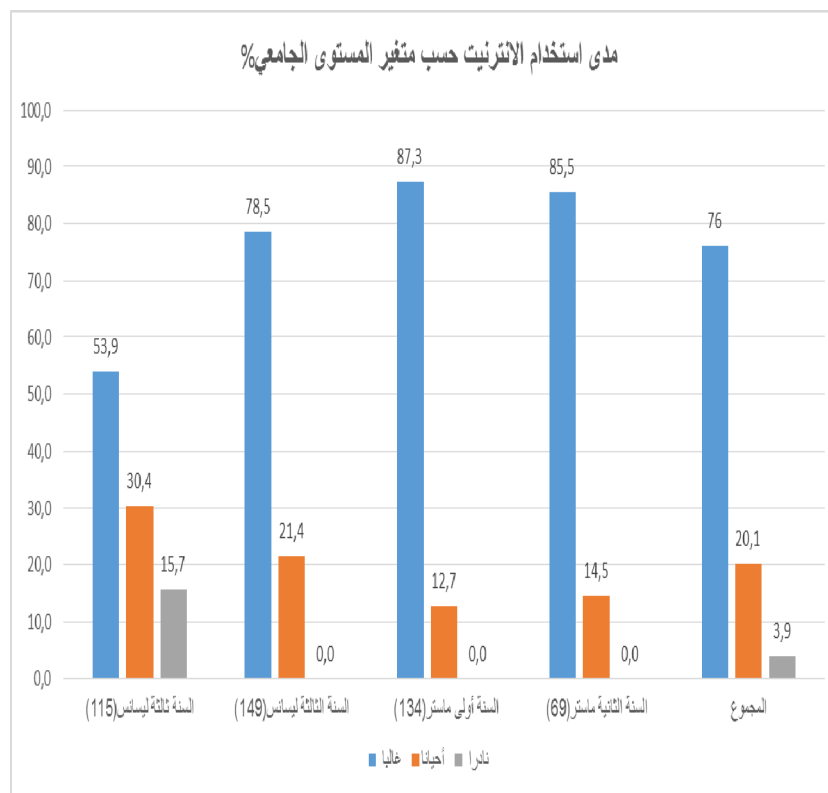
يتضح من خلال جدول رقم(10) الخاص بمتغير المستوى الجامعي، أن أعلى نسبة سجلت لفئة "السنة أولى ماستر" ممثلة في "غالباً" وقدرت ب87.31%، تليها "أحياناً" بنسبة ضعيفة قدرت 12.68% في حين انعدمت في الخيار الثالث، وهو "نادراً"، أما بالنسبة لفئة "السنة الثانية ماستر" فقد بلغت أعلى نسبة فيها لخيار "نادراً" بنسبة 85.50%، تليها "أحياناً" بنسبة 14.49%، وتتعدم النسبة في "نادراً"، أما فئة "السنة الثانية ليسانس" يستخدمون الانترنت "غالباً" بنسبة 78.52%، تليها "أحياناً" بنسبة 21.41% وتتعدم كذلك في "نادراً"، أما فئة "السنة الثانية ليسانس" فقد أجابوا بأنهم يستخدمون الانترنت "غالباً" بنسبة 53.91%، تليها "أحياناً" بنسبة 30.43%، وأخيراً "نادراً" بنسبة ضعيفة قدرت 15.65%.

وعليه، نستنتج أن فئة "السنة الثانية ماستر" يتفوقون على باقي المستويات الجامعية في مدى استخدام الانترنت، وهذا ربما بحكم إعدادهم لمذكرات التخرج، وتوفر الوقت لديهم بحكم تفرغهم للبحث وانجاز المذكرات، خاصة في السداسي الثاني الذي يكون خال من الامتحانات الكتابية، كما نجد فئة "السنة الأولى ماستر"، و فئة "السنة الثالثة ليسانس" كذلك يستخدمون الانترنت بصفة "غالبية"، وبنسبة عالية لكن بفروق بسيطة خاصة بين فئة "السنة أولى ماستر"، و فئة "السنة الثانية ماستر"، أما فئة "السنة الثانية ليسانس" كانت نسبة استخدامهم للانترنت بصفة "غالبية" منخفضة مقارنة بالفئات الأخرى وهذا يمكن تفسيره بالجوانب المرتبطة بالبحث والدراسة حيث لم يتعودوا على استخدام الانترنت من أجل الدراسة أو حتى للتواصل مع الآخرين، وهذا ربما مرتبط بتوفر المكتبات والمصادر البحثية الأخرى، وكذا



تواجد الطالب في فضاء تواصلية بامتياز يغنيه عن استخدام الانترنت بصفة مكثفة ومستمرة، كما لاحظنا أن فئة "السنة الثانية ليسانس" هي الفئة الوحيدة التي أجاب أفرادها بأنهم يستخدمون الانترنت "نادراً" وهي في الحقيقة النسبة الكلية للعينة ككل، وهذا يمكن ربطه بالقدرات والمهارات الشخصية بعيداً عن متغير المستوى الجامعي أو قد يكون بعض أفرادها ممن لا تستهويهم الانترنت كوسيلة إعلامية اتصالية بخدمات علمية معرفية أو أن الاستخدام يتطور بتطور المستوى الجامعي الذي يقتضي الاعتماد على الانترنت بشكل واسع في التحصيل الجامعي وبناء العلاقات الاجتماعية داخل الجامعة، كما يمكن أن نضيف أن زيادة مدى الاستخدام بما تتناوله الوسائل الإعلامية المختلفة في مواقع التواصل الاجتماعية واليوتوت وغيرها، ما يجعل من الشباب والطلبة يميلون إليه بشكل متزايد مع الوقت.

وبتبيين من خلال النتائج الإحصائية أن قيمة احتمال المعنوية تساوي 0.000 وهي أكبر من 0.05 وأكبر كذلك من 0.01، كما أن قيمة كا2 المحسوبة تساوي 76.656 وهي أكبر من قيمة كا2 الجدولية التي بلغت 12.59 عند درجة حرية 6 ومستوى الثقة 0.05، وبالتالي توجد فروق ذات دلالة إحصائية عالية بين متغير المستوى الجامعي ومدى استخدام الانترنت، وفيما يلي رسم توضيحي لتوزيع النسب المئوية في أعمدة تكرارية

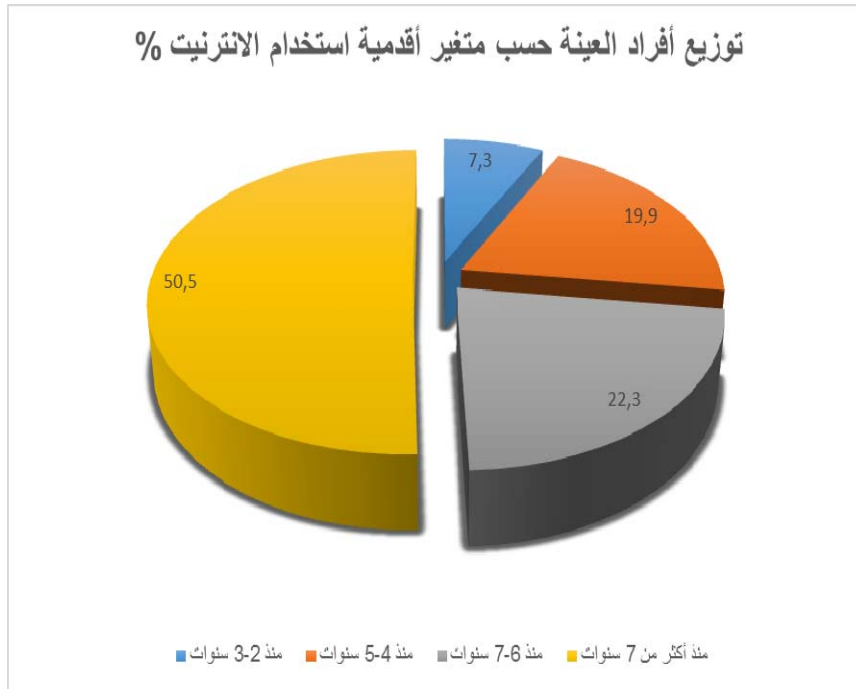


الشكل رقم (10): مدى استخدام الانترنت حسب متغير المستوى الجامعي

الجدول رقم (11): يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير أقدمية استخدام الانترنت.

النسبة المئوية	التكرار	التوزيع
		منذ متى تستخدم الانترنت؟
07.30	34	منذ 2-3 سنوات
19.90	93	منذ 4-5 سنوات
22.30	104	منذ 6-7 سنوات
50.50	236	منذ أكثر من 7 سنوات
100.0	467	المجموع

يتضح من بيانات الجدول رقم (11) أن نصف أفراد العينة، أي ما يقارب 50.5% تستخدم الانترنت منذ "أكثر من 7 سنوات"، تليها نسبة 22.3% تستخدم الانترنت منذ "6-7 سنوات"، أما 19.9% من أفراد العينة فبدأت الاستخدام منذ "4-5 سنوات"، وجاءت نسبة ضئيلة تقدر 7.5% بدأت الاستخدام حديثاً، أي منذ "2-3 سنوات"، وهذا يمكن تفسيره بالجهود المبذولة في السنوات الأخيرة من طرف الدولة من أجل توفير الانترنت في الفضاءات المختلفة (البيوت، المؤسسات التعليمية، الجامعات أماكن العمل، مقاهي الانترنت ..)، وصولاً للانترنت الموصولة بالهاتف الخليوي، كما أننا نتعامل مع طلبة جامعيين، وبالتالي فهي فئة تملك القدرات اللغوية والفنية والتقنية للتعامل بمهارة مع الأجهزة الحاسوبية والانترنت عكس بعض الفئات الاجتماعية الأخرى التي وجدت صعوبة في ذلك، كما أن هذه الفئات درست مقاييس مرتبطة بالتحكم بالانترنت والتقنية بصفة عامة، كما لا ننس حداثة الوسيلة وخدماتها المتنوعة التي استهوت فئات مختلفة في المجتمع، وكثر انتشارها بين الفئات الشبابية بصفة رهيبية، ومنها فئة الطلبة الجامعيين، وهذا ما أكده بعض الدراسات التي أثبتت هيمنة وسائل الإعلام الحديثة على اهتمام الشباب في العصر الحديث، وكذا بيانات وإحصائيات الاستخدام التي تقدمها الهيئات المحلية والدولية عن انتشار الاستخدام بين الأوساط المختلفة، وفيما يلي رسم توضيحي لتوزيع النسب المئوية في دائرة نسبية.



الشكل رقم(11): توزيع أفراد العينة وفق متغير أقدمية استخدام الانترنت

الجدول رقم (12): يوضح توزيع أفراد العينة وفقاً لأقدمية استخدام الانترنت حسب متغير النوع.

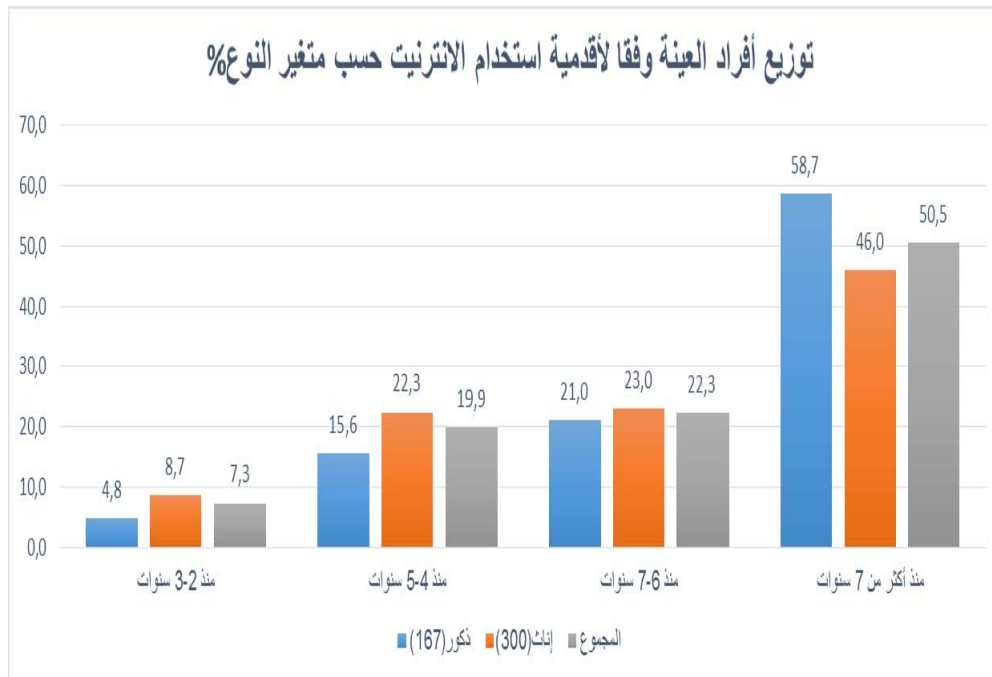
النوع						النوع والتكرار والنسبة
المجموع(ن=467)		إناث(ن=300)		ذكور(ن=167)		
%	ك	%	ك	%	ك	منذ متى تستخدم الانترنت؟
07.30	34	08.66	26	04.79	08	منذ 3-2 سنوات
19.90	93	22.33	67	15.56	26	منذ 5-4 سنوات
22.30	104	23.0	69	20.95	35	منذ 7-6 سنوات
50.50	236	46.0	138	58.68	98	منذ أكثر من 7 سنوات
100.0	467	100.0	300	100.0	167	المجموع
0.04: قيمة احتمال المعنوية:		7.81: كا الجدولية:		3: درجة الحرية:		8.295: كا المحسوبة:

يتضح من خلال الجدول رقم (12) أن أغلبية أفراد العينة من الذكور يستخدمون الانترنت منذ "أكثر من 07 سنوات" بنسبة 58.68%، وهذا في مقابل 46.0% من الإناث، وهذا بفارق قدر بحوالي 12 درجة مئوية، بينما بلغت 23.0% نسبة الإناث اللاتي يستخدمن الانترنت منذ "7-6 سنوات" مقابل

20.95% من الذكور، وهذا يتفوق الإناث بنسبة درجتين فقط، بينما نسبة الإناث اللاتي بدأن الاستخدام منذ "4-5 سنوات" أكبر من نسبة الذكور، وبفارق 06 درجات، حيث بلغت عند الإناث 22.33% بينما بلغت نسبة الذكور 15.56%، فيما كانت ما نسبته 08.66% من الإناث يستخدمن الانترنت منذ "2-3 سنوات"، بينما عند الذكور بلغت 04.79%.

ومن خلال قراءة البيانات الإحصائية للجدول السابق نلاحظ أن قيمة احتمال المعنوية تساوي 0.04، وهي أقل من 0.05 وأكثر من 0.01، وقيمة كا2 المحسوبة تساوي 8.295 وهي أكبر من قيمة كا2 الجدولية التي بلغت 7.81 عند درجة حرية 3، ومستوى الثقة 0.05، وبالتالي توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير النوع ومتغير أقدمية استخدام الانترنت عند أفراد العينة.

وعليه نستنتج أن الذكور لهم الأقدمية من حيث الاستخدام، ولكن بدرجة قليلة، وهذا ربما راجع إلى الحرية التي يتمتع بها الذكور في الخروج إلى مقاهي الانترنت، وأوقات الفراغ المتاحة لهم أكثر من الإناث، وتوفرهم على مهارات ومؤهلات فنية تقنية تأهلهم للتعامل مع الانترنت بشكل يومي، لكن رغم ذلك نجد أن نسبة الإناث تقترب من نسبة الذكور، وهذا يمكن تفسيره بتوفر الانترنت في السنوات الأخيرة بشكل واسع سواءً على مستوى البيوت أو أماكن العمل والدراسة بالإضافة إلى دخولنا لعالم 3G و 4G حيث ارتبطت الانترنت بالهواتف المحمولة، وفيما يلي رسم توضيحي لتوزيع النسب المئوية في أعمدة تكرارية.



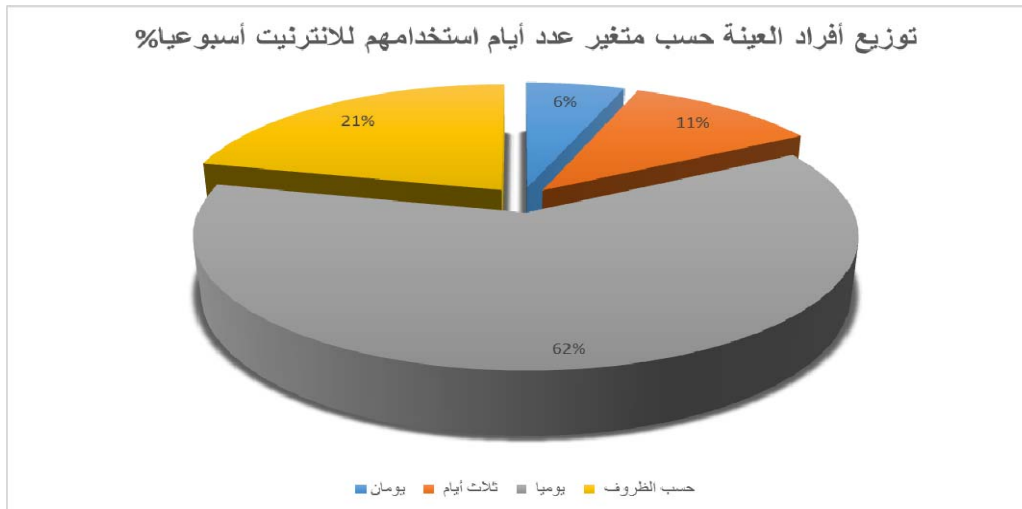
الشكل رقم (12): توزيع أفراد العينة وفقاً لأقدمية استخدام الانترنت حسب متغير النوع

الجدول رقم (13): يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير عدد أيام استخدامهم للانترنت أسبوعياً.

النسبة المئوية	التكرار	التوزيع
05.80	27	كم من يوم تستخدم الانترنت في الأسبوع ؟ يومان
11.30	53	ثلاث أيام
61.50	287	يوماً
21.40	100	حسب الظروف
100.0	467	المجموع

يتضح من بيانات الجدول رقم (13) إلى أن أكثر من نصف أفراد العينة، أي 61.5 % تستخدم "يوماً" الانترنت، أي كل أيام الأسبوع، وتستخدمه "حسب الظروف" بنسبة 21.4%، وتستخدم "ثلاثة أيام أسبوعياً" بنسبة 11.3%، في حين تضاعلت نسبة الذين يستخدمونها "يومان" فقط إلى 05.80% فقط من أفراد العينة.

و تدل النتائج على أن أغلب أفراد العينة يستخدمون الانترنت "يوماً"، وقد يكون هذا بسبب طبيعة هذه الفئة الاجتماعية التي تتكيف بسهولة مع التكنولوجيا الحديثة، كما أن ظروف الدراسة و البحث تفرض على الطلبة الاستخدام اليومي للانترنت من أجل التحصيل العلمي من جهة، والتواصل مع الآخرين من جهة أخرى، أو أنهم يملكون هواتف موصولة بشبكة الانترنت تشجعهم على تصفحها يومياً على الأقل في المستوى المتعلق بمواقع التواصل الاجتماعي، وفيما يلي رسم توضيحي لتوزيع النسب المئوية في دائرة نسبية.



الشكل رقم(13): توزيع أفراد العينة حسب متغير عدد أيام استخدامهم للانترنت أسبوعياً

الجدول رقم (14): يوضح توزيع أفراد العينة وفقاً لعدد أيام استخدامهم للانترنت أسبوعياً حسب النوع.

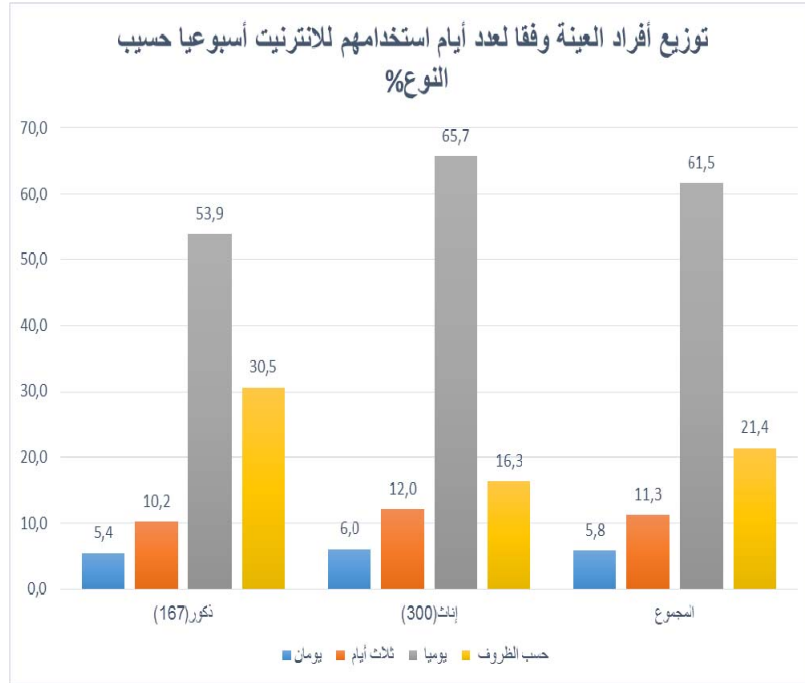
النوع						النوع والتكرار والنسبة
المجموع (ن=467)		إناث (ن=300)		ذكور (ن=167)		
%	ك	%	ك	%	ك	كم من يوم تستخدم الانترنت في الأسبوع؟
05.80	27	06.0	18	05.39	09	
11.30	53	12.0	36	10.18	17	ثلاث أيام
61.50	287	65.66	197	53.89	90	يوماً
21.40	100	16.33	49	30.53	51	حسب الظروف
100.0	467	100.0	300	100.0	167	المجموع
كا2 المحسوبة: 12.913 درجة الحرية: 3 كا2 الجدولية: 7.81 قيمة احتمال المعنوية: 0.005						

يتضح لنا من خلال الجدول رقم (14) أنه بالنسبة لمتغير النوع، فقد جاءت نسبة استخدام الانترنت "يوماً" بالنسبة للإناث أعلى من الذكور، حيث بلغت النسبة 65.66%، ثم "حسب الظروف" بنسبة 16.33%، و "ثلاث أيام أسبوعياً" بنسبة 12.0%، و أخيراً استخدام الانترنت "يومان في الأسبوع" بنسبة 06.0%، في حين بلغت نسبة الاستخدام عند الذكور "يوماً" 53.89%، تليها "حسب الظروف" بنسبة 30.53%، و "ثلاث أيام أسبوعياً" بنسبة 10.18%، ثم "يومان في الأسبوع" بنسبة 05.39%.

وعليه، نستنتج أن أغلبية أفراد العينة سواء كانوا ذكراً أو إناثاً يستخدمون الانترنت بصورة يومية مع تفوق إناث بفارق قدر ب12 درجة مئوية، ويبدو أن الإناث هن أكثر استخداماً في بيئة مفتوحة أكثر للذكور، وهذا يمكن تفسيره بوقت الفراغ المتاح للإناث أكثر من الذكور خاصة أثناء تواجدهم في البيوت وانشغال الذكور بمسائل متنوعة مرتبطة بالواقع المعاش والحياة اليومية كممارسة الرياضة ولقاء الأصدقاء وغيرها من الأعمال التي يكلفون بها خاصة من طرف الأولياء، أما ارتفاع نسبة "حسب الظروف" خاصة عند الذكور، فيمكن تفسيرها و إرجاعها إلى انشغالهم بالدراسة وانجاز المذكرات والبحوث وحضور الصفوف، وبالتالي فإنهم يتحبنون الظروف المواتية والمتاحة من أجل استخدام محتويات الشبكة، ولعل هذه النتائج تؤكد أن الاستخدام بين الطلبة هو أمر شائع بين الذكور والإناث على حد سواء.

ومن خلال القراءة الإحصائية لاختبار كا2 بيرسون يتأكد ذلك بحيث نلاحظ أن قيمة احتمال المعنوية تساوي 0.005 وهي أقل من 0.05، وأقل كذلك من 0.01، كما أن قيمة كا2 المحسوبة تساوي 12.913 وهي أكبر من قيمة كا2 الجدولية التي بلغت 7.81 عند درجة الحرية 3، وبالتالي توجد فروق

ذات دلالة إحصائية عالية بين متغير النوع وعدد أيام استخدام الانترنت في الأسبوع، وفيما يلي رسم توضيحي لتوزيع النسب المئوية في أعمدة تكرارية.



الشكل رقم (14): توزيع أفراد العينة وفقاً لعدد أيام استخدامهم للانترنت أسبوعياً حسب النوع.

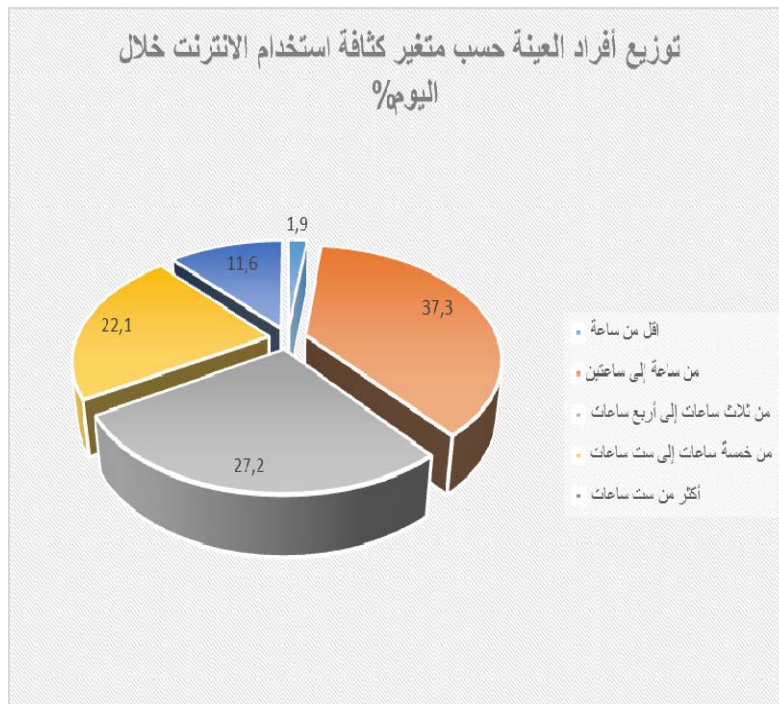
الجدول رقم (15): يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير كثافة استخدام الانترنت خلال اليوم.

النسبة المئوية	التكرار	التوزيع
01.90	09	المدة الزمنية التي تستخدم فيها الانترنت يومياً
37.30	174	أقل من ساعة
27.20	127	من ساعة إلى ساعتين
22.10	103	من ثلاث ساعات إلى أربع ساعات
11.60	54	من خمسة ساعات إلى ست ساعات
100.0	467	أكثر من ست ساعات
		المجموع

يتضح من بيانات الجدول رقم (15)، إلى أن 37.3 % من أفراد العينة يستخدمون الانترنت لفترة تتراوح بين "ساعة إلى ساعتين"، تليها نسبة 27.2% يقضون من "ثلاث ساعات إلى أربع ساعات" أمام الانترنت، وجاءت نسبة تصل إلى 22.1% تستخدم من "خمسة إلى ست ساعات"، في حين جاءت نسبة تقدر بـ 11.6% تستخدم الانترنت لمدة "أكثر من ست ساعات"، كما جاءت نسبة ضئيلة جداً ممن يستخدمون الانترنت لمدة "أقل من ساعة في اليوم" بنسبة تقدر بـ 1.6%.

و تدل هذه النتائج على أن أفراد العينة يستخدمون الانترنت بنسب متفاوتة ومتزنة يغلب عليها متوسط الاستخدام، بعيداً عن الإدمان، وهذا قد يكون نظراً للتوازن بين الوسائل الإعلام المختلفة من خلال حفاظهم على مشاهدة القنوات التلفزيونية أو الإذاعية، وحتى الإطلاع على الصحف والمجلات، كما يمكن أن يكون بسبب التزام الطالب بالمواعيد الدراسية والبحث، وحتى العمل بالنسبة للبعض الآخر.

لكن رغم هذا نجد نسب معتبرة من الطلبة الجامعيين سيخدمون الانترنت من " ثلاث ساعات إلى أربع ساعات" (27.20%)، من "خمسة ساعات إلى ساعات" (22.10%)، "أكثر من ست ساعات" (11.60%)، وهي نسب مرتفعة نوعاً ما، وهذا يعطي انطباع أن بعض الطلبة لا يشعرون بمرور الوقت عند استخدامهم للانترنت وتصفح مواقعها المختلفة، أو أن استخدامهم مرتبط أساساً بالدراسة والبحث وهذا ما يطرح إشكالية الآثار السلبية للانترنت على قيم الطلبة وسلوكياتهم. وفيما يلي رسم توضيحي لتوزيع النسب المئوية في دائرة نسبية.



الشكل رقم(15): توزيع أفراد العينة حسب متغير كثافة استخدام الانترنت خلال اليوم



الجدول رقم (16): يوضح توزيع أفراد العينة وفقاً لكثافة استخدام الانترنت خلال اليوم حسب النوع.

النوع						النوع والتكرار والنسبة
المجموع (ن=467)		إناث (ن=300)		ذكور (ن=167)		
%	ك	%	ك	%	ك	المدة الزمنية التي تستخدم فيها الانترنت
01.90	09	-	-	05.39	09	
37.30	174	41.33	124	29.94	50	من ساعة إلى ساعتين
27.20	127	25.66	77	29.94	50	من ثلاث ساعات إلى أربع ساعات
22.10	103	24.33	73	17.96	30	من خمسة ساعات إلى ست ساعات
11.60	54	08.66	26	16.76	28	أكثر من ست ساعات
100.0	467	100.0	300	100.0	167	المجموع

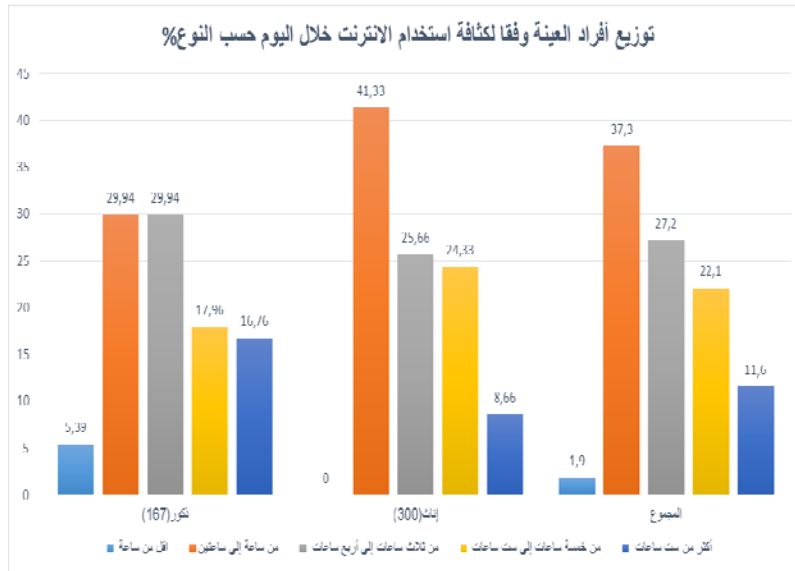
كا2 المحسوبة: 28.686 درجة الحرية: 4 كا2 الجدولة: 9.49 قيمة احتمال المغنوية p\_value: 0.000

يتضح من خلال الجدول رقم (16) أن أغلبية أفراد العينة من الإناث يستخدمون الانترنت لفترة تتراوح بين "ساعة إلى ساعتين يومياً"، وذلك بنسبة 41.33%، وهذا في مقابل 29.94% من الذكور وهذا بفارق قدر بحوالي 11 درجة مئوية، بينما يستخدم الذكور الانترنت لفترة تتراوح من ثلاث ساعات إلى أربع ساعات يومياً بنسبة 29.95%، وهذا في مقابل 25.66% بالنسبة للإناث، أما نسبة من يستخدمها "من خمسة إلى ست ساعات يومياً"، فبلغت 24.33% بالنسبة للإناث و 17.96% بالنسبة للذكور، أما نسبة 16.76% من الذكور تستخدمها لفترة تتجاوز "ست ساعات يومياً"، في مقابل 08.66% من الإناث.

كما نلاحظ أن هناك نسبة من الذكور تقدر 05.39% تستخدم الانترنت لفترة "أقل من ساعة يومياً"، بينما كانت معدومة بالنسبة للإناث.

ويتبين من خلال القراءة الإحصائية أن هناك علاقة بين مدة الاستخدام ومتغير النوع، حيث لدينا من اختبار كا2 أن قيمة احتمال المغنوية p\_value تساوي 0.000 وهي قيمة أقل من مستوى المغنوية 0.05 و أقل كذلك من 0.01 أي أننا نرفض الفرضية الصفرية، وبالتالي توجد فروق ذات دلالة إحصائية عالية بين المتغيرين، كما يتبين أن الإناث أكثر تعلقاً من الذكور بالانترنت ويخصصون لها وقتاً أطول مقارنة بالذكور، وهذا ما تؤكدته نتائج كا2 المحسوبة التي قدرت بـ 28.686 وهي أكبر من كا2 الجدولية المقدر بـ 9.49 عند درجة الحرية 04 ومستوى الثقة 0.05، مما يدل على وجود فرقاً معنوياً

بين متغير السن وعدد ساعات استخدام الانترنت وبالتالي هناك فروق ذات دلالة إحصائية عالية بين المدة التي يقضيها الذكور والمدة التي يقضيها الإناث في استخدام الانترنت. كما يجب أن نشير إلى أهمية التعرف على مدة استخدام الطلبة للانترنت تساعد على معرفة طبيعة الاستخدام ومدى بعده أو قربه من حالة الإدمان، وذلك فإن تحديد مدة معينة يحد من الآثار السلبية على حياة الطالب الشخصية والأسرية والدراسية التي قد تنتج من استخدامه المفرط لمحتويات للانترنت، و عليه، فهذه النتائج تشير إلى أن استخدام أفراد العينة من الفئتين الانترنت هو استخدام معتدل بعيداً عن حالات الإدمان إلى حد بعيد بالرغم من وجود فروق بين الفئتين، وفيما يلي رسم توضيحي لتوزيع النسب المئوية في أعمدة تكرارية.



الشكل رقم (16): توزيع أفراد العينة وفقاً لكثافة استخدام الانترنت خلال اليوم حسب النوع

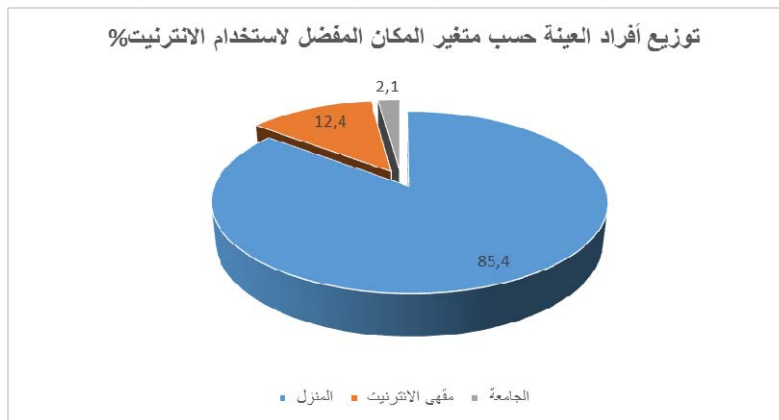
الجدول رقم (17): يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير المكان المفضل لاستخدام الانترنت.

النسبة المئوية	التكرار	التوزيع
85.40	399	المكان المفضل لاستخدام الانترنت؟ المنزل
12.40	58	مقهى الانترنت
02.10	10	الجامعة
100.0	467	المجموع

بداية، يجب أن نشير أن هناك العديد من الأماكن التي يمكن للطلاب أن يتصل منها بالإنترنت مثل المنزل، المقهى الافتراضي، أو الجامعة أو أماكن العمل بالنسبة للطلبة الموظفين، أو دون وجود "مكان محدد" خاصة في ظل توفر الإنترنت في الهواتف الذكية، ويختلف مكان استخدام الطالب للإنترنت وفقاً لاحتياجاته وميوله وظروفه المادية والدراسية والمهنية.

و يتضح من بيانات الجدول رقم (17) أن أغلبية أفراد العينة من الطلبة يستخدمون الإنترنت في "المنزل" بنسبة تقدر 85.4%، تليها نسبة 12.4% ممن يستخدمون الإنترنت في "مقاهي الإنترنت" أما النسبة الضئيلة كانت ممن يستخدمون الإنترنت في "الجامعة" بنسبة 02.1%.

و يمكن تفسير ارتفاع نسبة الاستخدام في المنزل إلى تحسن خدمات الاتصالات و الإنترنت نسبياً، وزيادة خدمة اشتراكات خدمة الإنترنت المنزلي<sup>1</sup>، و التطور والتقدم المحسوس في الربط بالإنترنت وهذا راجع أساساً إلى أن الكثير من الأسر الجزائرية مجهزة بالتكنولوجيا الحديثة الضرورية لاستخدام الإنترنت كالحاسوب والهاتف الثابت (بمعنى توفر الإنترنت في البيت)، و أن أنهم يفضلون المنزل من أجل تصفح الإنترنت في أريحية تامة بعيداً عن رقابة الآخرين (الجامعة، المقاهي الافتراضية)، أو أوقات راحتهم التي تتيح لهم الولوج إلى الإنترنت تزامناً مع تواجدهم في البيت بعد الدراسة أو العمل، كما يرجع سبب تفضيل البيت من قبل الطلبة لاستخدام الإنترنت نظراً لملائمة ذلك لمبدأ الخصوصية، بالإضافة لميزة التواصل المباشر، أما بالنسبة لاستخدام الإنترنت في المقهى الافتراضي يفسر ذلك بكون بعض أفراد العينة يستخدمون مقاهي الإنترنت لأنهم قد يكونون من المقيمين في الأحياء الجامعية أو أنهم لا يمكنون ربط بالإنترنت في بيوتهم أو أنهم يفضلون استخدام الإنترنت بعيداً عن الرقابة والتقييد والحصار الذي يفرضه بعض الآباء خاصة، والمحيط الأسري والاجتماعي عموماً، وهذا يدخل ضمن حب التحرر من هذه الرقابة والقيود والقواعد المفروضة عليهم، و الاستقلالية في التعامل مع الإنترنت قد يكون وراء هذا النمط من الاستخدام. وفيما يلي رسم توضيحي لتوزيع النسب المئوية في دائرة نسبية.



الشكل رقم (17): توزيع أفراد العينة حسب متغير المكان المفضل لاستخدام الإنترنت

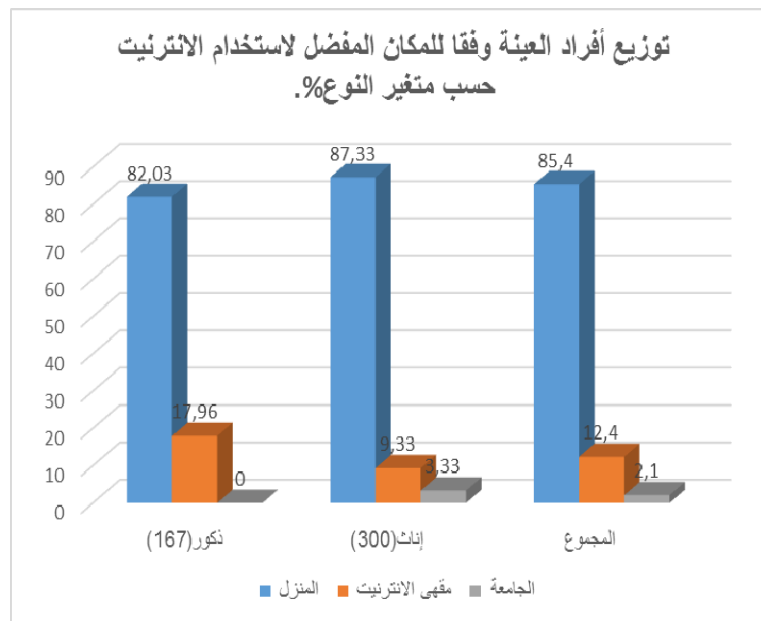
<sup>1</sup> - انظر الملاحق.

الجدول رقم (18): يوضح توزيع أفراد العينة وفقاً للمكان المفضل لاستخدام الانترنت حسب متغير النوع.

النوع						النوع والتكرار والنسبة
المجموع (ن=467)		إناث (ن=300)		ذكور (ن=167)		
%	ك	%	ك	%	ك	المكان المفضل لاستخدام الانترنت؟
85.40	399	87.33	262	82.03	137	
12.40	58	09.33	28	17.96	30	مقهى الانترنت
02.10	10	03.33	10	-	-	الجامعة
100.0	467	100.0	300	100.0	167	المجموع
كا 2 الجدولية: 5.99		قيمة احتمال المعنوية: 0.002		درجة الحرية: 2		كا 2 المحسوبة: 12.353

يتضح من خلال الجدول رقم (18) أن أغلبية أفراد العينة من الإناث يستخدمون الانترنت في "البيت" بنسبة 87.33%، تليها نسبة 09.33% في "مقهى الانترنت"، بينما 03.33% يستخدمون الانترنت في "الجامعة"، كما أن أغلبية الذكور يستخدمون الانترنت في "المنزل" بنسبة 82.03%، يليه "مقهى الانترنت" بنسبة 17.96%، في حين انعدم الاستخدام في "الجامعة"، ويبدو أن الإناث هن أكثر استخداماً للانترنت في "المنزل" من الذكور، ولكنهن أقل استخداماً للانترنت في "المقاهي الافتراضية" وهن فقط من يستخدم الانترنت في "الجامعة".

وهذا يمكن تفسيره بفترة مكوث الإناث في البيت، أما ارتفاع نسبة استخدام الذكور للانترنت في المقاهي الافتراضية مقارنة بالإناث، راجع لكون مقاهي الانترنت بيئة مفتوحة للذكور أكثر من الإناث وفي أوقات مختلفة، وهذا بحكم تواجدهم في الفضاء العام بصفة مستمرة، وهذا ما تؤكدته بيانات الجدول الإحصائية كذلك، حيث نلاحظ أن قيمة احتمال المعنوية تساوي 0.002 وهي أقل من 0.05، وأقل كذلك من 0.01، كما أن كا 2 المحسوبة تساوي 12.353 أكبر من قيمة كا 2 الجدولية التي بلغت 5.99 عند درجة حرية 2 ومستوى الثقة 0.05، وبالتالي توجد فروق ذات دلالة إحصائية عالية بين متغير النوع والمكان المفضل لاستخدام الانترنت عند أفراد العينة، وفيما يلي رسم توضيحي لتوزيع النسب المئوية في أعمدة تكرارية.

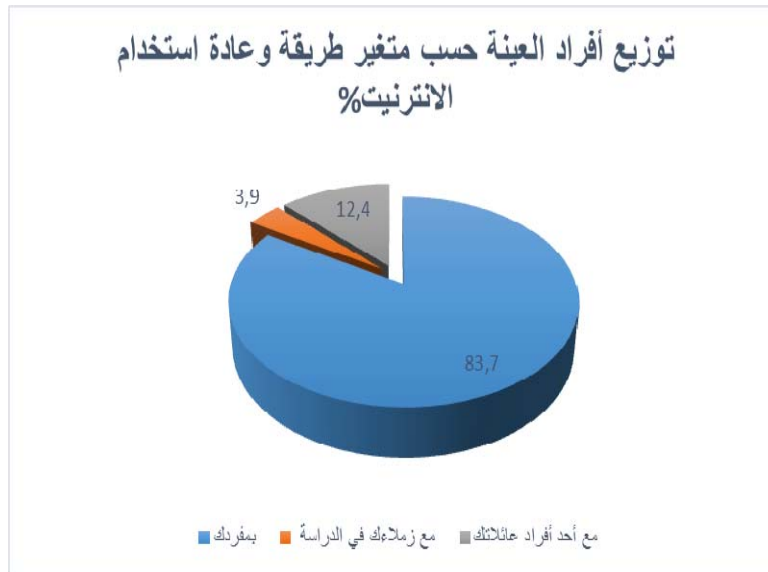


الشكل رقم (18): توزيع أفراد العينة وفقاً للمكان المفضل لاستخدام الإنترنت حسب متغير النوع.

الجدول رقم (19): يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير طريقة وعادة استخدام الإنترنت.

النسبة المئوية	التكرار	التوزيع
83.70	391	طريقة وعادة استخدام الإنترنت؟ بمفردك
03.90	18	مع زملائك في الدراسة
12.40	58	مع أحد أفراد عائلتك
100.0	467	المجموع

يتضح من بيانات الجدول رقم (19) أن أغلبية أفراد العينة يستخدمون الإنترنت في العادة بمفردهم بنسبة 83.7%، ثم مع أصدقائهم بنسبة 12.4%، ثم مع زملائهم في الجامعة بنسبة 3.90% و يرجع ذلك إلى طبيعة الوسيلة (الإنترنت) في حد ذاتها التي تتميز بالطابع الشخصي، كما أن الاتصال بالإنترنت من خلال الحواسيب الخاصة أو الهواتف النقالة الموصولة بالإنترنت، وحتى الألواح الرقمية وبدون مشاركة آخر في الاستخدام قد يعطي قدراً من الحرية للطالب من ناحية الوقت الذي يقضيه في تصفح الإنترنت من جهة، ومن ناحية أخرى ما يقوم به على الإنترنت بحرية تامة بعيداً عن رقابة الآخرين، الأمر الذي قدر ينجر عليه آثاراً سلبية أو ايجابية بناءً عن الاقتراب أو الابتعاد عن المحتويات المنافية لقيم وعادات الطلبة الجامعيين، وفيما يلي رسم توضيحي لتوزيع النسب المئوية في أعمدة تكرارية.



الشكل رقم (19): توزيع أفراد العينة حسب متغير طريقة وعادة استخدام الانترنت

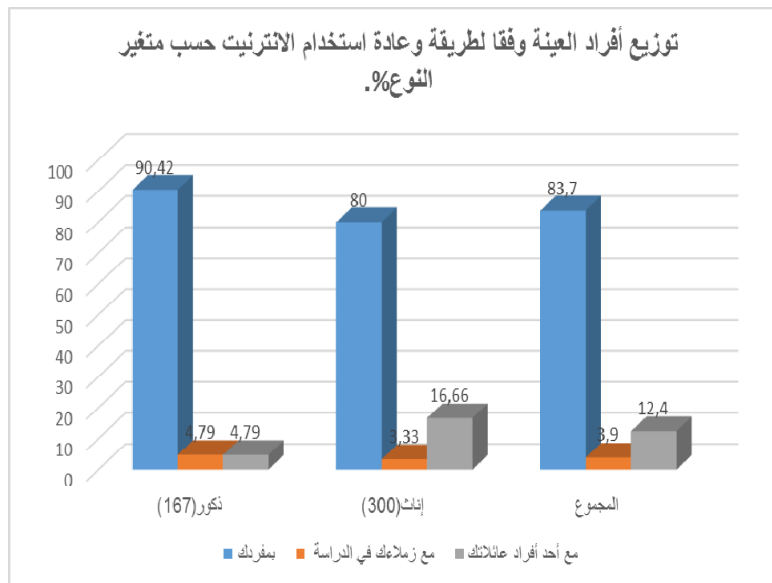
الجدول رقم (20): يوضح توزيع أفراد العينة وفقاً لطريقة وعادة استخدام الانترنت حسب متغير النوع.

النوع						النوع والتكرار والنسبة
المجموع (ن=467)		إناث (ن=300)		ذكور (ن=167)		
%	ك	%	ك	%	ك	طريقة وعادة استخدام الانترنت؟
83.70	391	80.0	240	90.42	151	بمفردك
03.90	18	03.33	10	04.79	08	مع زملائك في الدراسة
12.40	58	16.66	50	04.79	08	مع أحد أفراد عائلتك
100.0	467	100.0	300	100.0	167	المجموع
كا2 الجدولية: 5.99		قيمة احتمال المعنوية: 0.001		درجة الحرية: 2		كا2 المحسوبة: 14.165

يتضح من خلال الجدول رقم (20) أن أغلبية أفراد العينة من الذكور يستخدمون الانترنت بمفردهم، و بنسبة قدرت بـ 90.42%، تليها نسبة 04.79% مع زملائهم أو مع أحد أفراد عائلاتهم، كما أن أغلبية الإناث يستخدمن الانترنت بمفردهن بنسبة 80.0%، يليها الاستخدام مع أحد أفراد العائلة بنسبة 16.66%، في حين مع زملاء الدراسة بلغت النسبة 03.33%، وهذا يمكن تفسيره بالنسبة للذكور بالطابع الاستقلالي الذي يميزهم عن الإناث، وبالرغم من ذلك لاحظنا ارتفاع النسبة عند الإناث، وهذا كذلك يمكن تفسيره بالطابع الشخصي للوسيلة، أما فيما يخص نسبة الإناث اللاتي يستخدمن الانترنت مع

أحد أفراد العائلة يمكن تفسيره بفترة المكوث في البيت، وبالتالي يلجأ إلى تبادل المحتويات الانترنيتة أو الاستخدام المشترك لبعض مستويات الانترنيت (تشارك بعض الفيديوهات أو الصور أو التعليقات التي تثير الفضول أو التسلية وغيرها).

و من خلال قراءة الإحصائية للجدول كذلك نلاحظ أن قيمة احتمال المعنوية تساوي 0.001 وهي أقل من 0.05 و أقل كذلك من 0.01، كما أن قيمة كا2 المحسوبة تساوي 14.165 أكبر من قيمة كا2 الجدولية التي بلغت 5.99 عند درجة حرية 2 ومستوى الثقة 0.05، وبالتالي توجد فروق ذات دلالة إحصائية عالية بين متغير النوع، وطريقة وعادة استخدام الانترنيت، وفيما يلي رسم توضيحي لتوزيع النسب المئوية في أعمدة تكرارية.



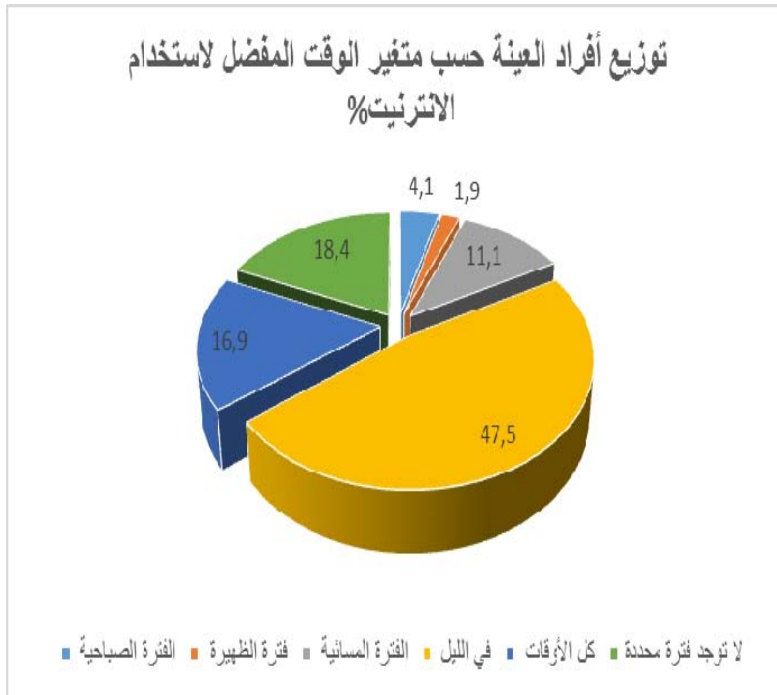
الشكل رقم (20): توزيع أفراد العينة وفقاً لطريقة وعادة استخدام الانترنيت حسب متغير النوع

الجدول رقم (21): يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير الوقت المفضل لاستخدام الانترنيت.

النسبة المئوية	التكرار	التوزيع
		الأوقات المفضلة لاستخدام الانترنيت
04.10	19	الفترة الصباحية
01.90	09	فترة الظهيرة
11.10	52	الفترة المسائية
47.5	222	في الليل
16.90	79	كل الأوقات
18.40	86	لا توجد فترة محددة
100.0	467	المجموع

يتضح من بيانات الجدول رقم (21) أن أفراد العينة يفضلون استخدام الانترنت في " الليل" بنسبة 47.5%، ثم "لا توجد فترة محددة" بنسبة 18.4%، ثم تليها "كل الأوقات" بنسبة 16.6%، وجاءت الفترة المسائية بنسبة 11.10%، أما الفترة الصباحية، وفترة الظهيرة فجاءتا بنسبتيين ضعيفتين 4.10% و 01.90% على التوالي، ويرجع ذلك إلى أن الطلبة يزاولون دراستهم في فترتي الصباح والظهيرة.

وهذا ما تؤكد عليه معظم نتائج الدراسات بأن أفضل وقت لاستخدام الانترنت لدى الجمهور هي الفترة الليلية لأنها تمثل وقت الفراغ بالنسبة للعاملين والطلبة على حد سواء التي تكون عادة بعد العمل في الفترة الصباحية، ومنها الدراسة الجامعية، حيث في هذه الفترة من الوقت يكون الطلبة قد عادوا من الدراسة إلى البيت أو إلى الإقامة الجامعية، كما تمثل هذه الفترة وقت فراغهم، ومن ناحية أخرى تعتبر هذه الفترة وقتاً خاصاً للتفاعل الاجتماعي بين الأقران والأصدقاء والزملاء والجماعات الأولية من جهة ومن جهة أخرى قد يفسر ذلك بغرض ونمط الاستخدام مثل التعارف والعلاقات العاطفية وحب الاستماع إلى الموسيقى أو التسلية بشكل عام، كما أن الفترات الليلية يكون فيها الطالب بعيداً عن الرقابة الأسرية ورقابة الآخرين، وهذا يبدو متوافقاً مع تفضيل نسبة كبيرة من أفراد العينة للمنزل (البيت) من أجل تصفح محتويات الانترنت، كما أن "لا توجد فترة محددة" جاءت في المرتبة الثانية، وهذا راجع لكون توفر الانترنت في الهواتف المحمولة أو الحواسيب، أو اللوحات الاللكترونية، وبالتالي متى توفر وقت الفراغ توفر الاستخدام، ونفس السبب بالنسبة "لكل الأوقات" التي جاءت في المرتبة الثالثة، وهذا ما يميز الانترنت فهي تسمح باختيار الوقت المناسب لاستخدامها عكس بقية الوسائل الإعلامية الأخرى، وفيما يلي رسم توضيحي لتوزيع النسب المئوية في دائرة نسبية.



الشكل رقم (21): توزيع أفراد العينة حسب متغير الوقت المفضل لاستخدام الانترنت



الجدول رقم (22): يوضح توزيع أفراد العينة وفقاً للوقت المفضل لاستخدام الإنترنت حسب متغير النوع.

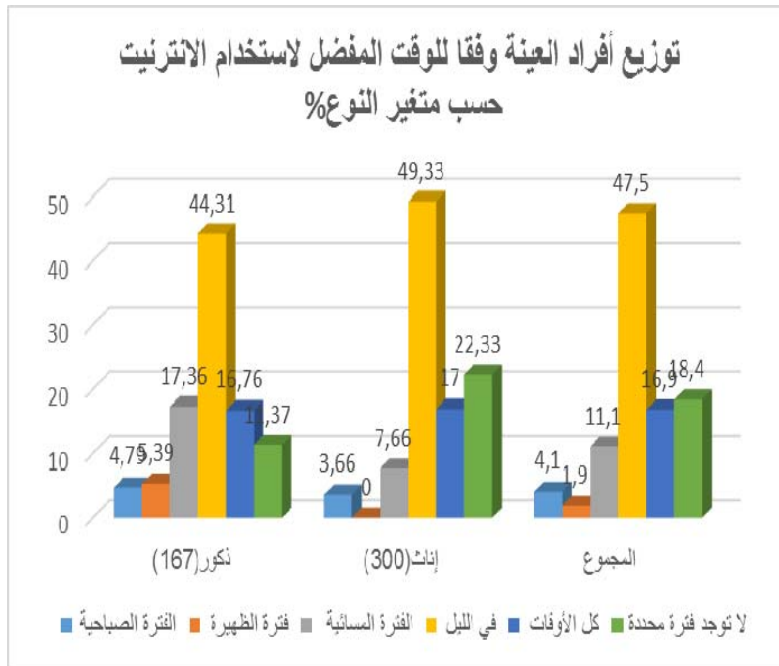
النوع						النوع والتكرار والنسبة	
المجموع (ن=467)		إناث (ن=300)		ذكور (ن=167)			
%	ك	%	ك	%	ك	الأوقات المفضلة لاستخدام الإنترنت	
04.10	19	03.66	11	04.79	08		الفترة الصباحية
01.90	09	-	-	05.39	09		فترة الظهر
11.10	52	07.66	23	17.36	29		الفترة المسائية
47.5	222	49.33	148	44.31	74		في الليل
16.90	79	17.0	51	16.76	28		كل الأوقات
18.40	86	22.33	67	11.37	19		لا توجد فترة محددة
100.0	467	100.0	300	100.0	167		المجموع
كا2 المحسوبة: 33.129 درجة الحرية: 5 كا2 الجدولية: 11.07 قيمة احتمال المعنوية p_value: 0.000							

يتضح من خلال الجدول رقم (22)، أن 49.3% من الإناث يفضلن استخدام الإنترنت في "الليل"، تليها 22.33% بالنسبة "لا توجد فترة محددة"، تليها "كل الأوقات" بنسبة 17.0%، أما "الفترة المسائية" فبلغت نسبتها 07.66%، تليها "الفترة الصباحية" بنسبة 03.66%، في حين "فترة الظهر" جاءت منعدمة، أما الذكور يفضلون كذلك "الفترة الليلية" لاستخدام الإنترنت، وذلك بنسبة أقل بقليل عن نسبة الإناث، وقدرت بـ 44.31%، تليها "الفترة المسائية" بنسبة 17.36%، تليها "كل الأوقات" بنسبة 16.76%، و"لا توجد فترة محددة" بنسبة 11.37%، ثم "فترة الظهر" بنسبة 05.39%، وأخيراً "الفترة الصباحية" بنسبة 04.79%.

وهذه النتائج تشير إلى أن الأوقات المفضلة لاستخدام أفراد العينة من الفئتين يركز على "الفترة الليلية"، وهذا نظراً للالتزام الطلبة بالدراسة خلال اليوم أو حتى العمل لبعضهم، والإناث أجابوا بـ "لا توجد فترة محددة"، وهذا راجع للالتزامات الإناث بالدراسة أثناء النهار، والعمل في البيت في الفترات المسائية وبالتالي يستخدمون الإنترنت لما تتوفر فرص أوقات الفراغ، أما الذكور فيستخدمون الإنترنت في "الفترة المسائية" أي بعد دخولهم إلى البيت بعد ساعات العمل أو الدراسة.

ومن خلال قراءة البيانات الإحصائية للجدول نجد قيمة احتمال المعنوية تساوي  $p\_value = 0.000$  وهي أقل من 0.05، وأقل من 0.01، كما قيمة كا2 المحسوبة تساوي 33.129، وهي أكبر من قيمة

كما الجدولية التي بلغت 11.07 عند درجة حرية 5 ومستوى الثقة 0.05، وبالتالي توجد فروق ذات دلالة إحصائية عالية بين الأوقات المفضلة للاستخدام الانترنيت عند أفراد العينة ومتغير النوع، كما يتضح لنا من خلال الجدول أن هناك تبايناً بين المتغيرين توضحه النسب المئوية، وفيما يلي رسم توضيحي لتوزيع النسب المئوية في أعمدة تكرارية .



الشكل رقم (22): توزيع أفراد العينة وفقاً للوقت المفضل لاستخدام الانترنيت حسب متغير النوع.

الجدول رقم (23): يوضح توزيع أفراد العينة وفقاً لمتغير أسباب تفضيل فترات الاستخدام.

النسبة المئوية	التكرار	التوزيع
58.20	272	أسباب تفضيل فترات الاستخدام الوقت يناسبك
-	-	أسباب متعلقة بالمال
41.80	195	أسباب متعلقة براحتك
100.0	467	المجموع

يتضح من بيانات الجدول رقم (23) أن 58.20% من أفراد العينة ترى في أسباب اختيارها لتلك الفترة أن الوقت يناسبها (أي وقت الفراغ)، تليها نسبة تقترب من الأولى تقدر بـ 41.80% أن أسباب

الاختيار مرتبطة بالراحة في استخدام الانترنت، وانعدمت نسبة خيار أسباب متعلقة بالمال، وفيما يلي رسم توضيحي لتوزيع النسب المئوية في دائرة نسبية.



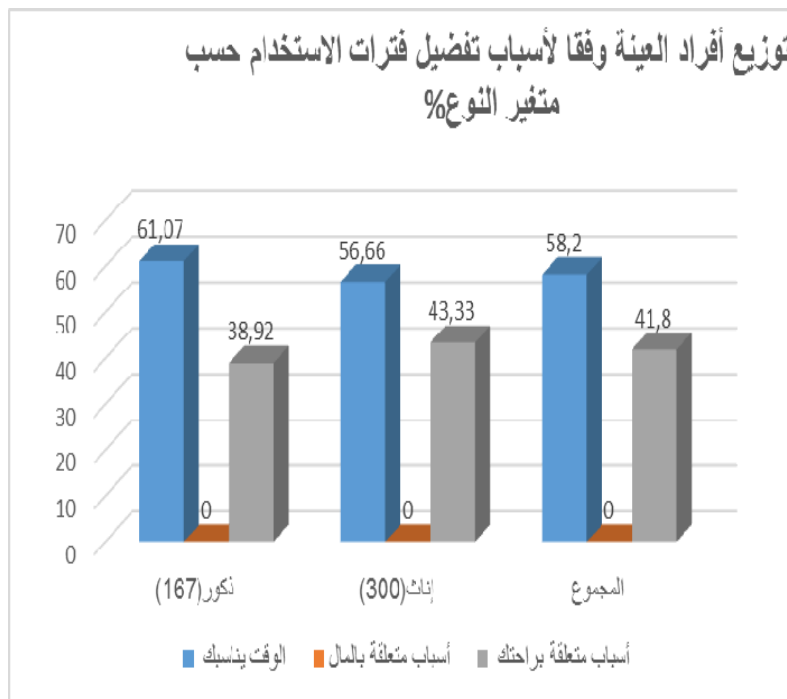
الشكل رقم (23): توزيع أفراد العينة وفقاً لمتغير أسباب تفضيل فترات الاستخدام

الجدول رقم (24): يوضح توزيع أفراد العينة وفقاً لأسباب تفضيل فترات الاستخدام حسب متغير النوع.

النوع						النوع والتكرار والنسبة	
المجموع (ن=467)		إناث (ن=300)		ذكور (ن=167)			
%	ك	%	ك	%	ك	أسباب تفضيل فترات الاستخدام	
58.20	272	56.66	170	61.07	102		الوقت يناسبك
-	-	-	-	-	-		أسباب متعلقة بالمال
41.80	195	43.33	130	38.92	65		أسباب متعلقة براحتك
100.0	467	100.0	300	100.0	167		المجموع
0.354: قيمة الاحتمالية:		3.84: كا2 الجدولية:		1: درجة الحرية:		0.858: كا2 المحسوبة:	

يتضح من خلال الجدول رقم (24)، أن 61.07% من الذكور يستخدمون الانترنت في تلك الفترات والأوقات لأسباب مرتبطة بتوفر الوقت (وقت فراغ)، تليها نسبة 38.92% متعلقة براحة المستخدم بينما لم يذكروا أسباباً أخرى، في حين أن 56.66% من الإناث يستخدمن الانترنت في تلك الأوقات

لأسباب مرتبطة بتوفر الوقت، تليها نسبة 43.33% مرتبطة بأسباب متعلقة براحتهن، في حين لم يذكرن أسباب أخرى، وهي نسب متقاربة، أما الاختلاف البسيط يمكن تفسيره بالنسبة للذكور بانشغالهم بأمور أخرى زيادة عن الدراسة، وما تقتضيه من التزامات، كما أن الإناث يمارسن أعمال منزلية بالإضافة إلى الدراسة، وبالتالي هذا ما يجعلهن يبحثن عن أوقات الفراغ للاستخدام، وبعدها يجب أن تتوافق مع شعورهن بالراحة النفسية أثناء هذا الاستخدام وبالرغم من هذه الاختلافات البسيطة جداً، نلاحظ أن هذه النسب بين الذكور والإناث متقاربة إلى حد بعيد فيما يخص تفضيل فترات الاستخدام، وهذا ما تؤكدته البيانات، حيث أنه من خلال قراءة الجدول كذلك نلاحظ أن قيمة احتمال المعنوية تساوي 0.354 وهي أكبر من 0.05 كما أن قيمة كا2 المحسوبة تساوي 0.858 وهي أقل من قيمة كا2 الجدولية التي بلغت 3.84 عند درجة حرية 1، ومستوى الثقة 0.05، وبالتالي لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير النوع وأسباب تفضيل فترات الاستخدام وفيما يلي رسم توضيحي لتوزيع النسب المئوية في أعمدة تكرارية.



الشكل رقم (24): توزيع أفراد العينة وفقاً لأسباب تفضيل فترات الاستخدام حسب متغير النوع

الجدول رقم (25): يوضح توزيع أفراد العينة وفقاً لمتغير مجالات استخدام الإنترنت .

النسبة المئوية	التكرار	التوزيع
		مجالات استخدام الإنترنت
29.60	138	استخدام البريد الإلكتروني.
02.80	13	المشاركة في المنتديات الحوارية.
19.50	91	تحميل الدروس، والبرامج والمحاضرات.
46.0	215	التواصل مع الآخرين (مواقع التواصل الاجتماعي، الاتصالات الهاتفية، skybe، واتساب، watts apps، الخ).
02.10	10	مطالعة الصحف الإلكترونية ومتابعة الأخبار.
-	-	أخرى، أذكرها.
100.0	467	المجموع

باستعراض مجالات استخدام العينة للإنترنت أشارت النتائج الموضحة بالجدول رقم (25)، أن نسبة عالية من أفراد العينة قدر بـ 46.0% تستخدم الإنترنت للتواصل مع الآخرين، يليها استخدام الإنترنت في خدمة البريد الإلكتروني بنسبة 29.60%، يليها تحميل البرامج والدروس والمحاضرات بنسبة 19.50%، و جاءت المشاركة في المنتديات الحوارية بنسبة ضعيفة قدرت بـ 02.80% التي تعد مكان مناسب لتبادل الآراء والأفكار بين شريحة واسعة من المجتمع، ومطالعة الصحف الإلكترونية وتطبيقات الأخبار بنسبة 02.10%، في حين لم يذكروا خدمات أخرى تدخل ضمن مجالات استخدامهم.

و أنماط الاستخدام هذه شائعة في أوساط الشباب بصفة عامة والطلبة الجامعيين بصفة خاصة وفي جميع المجتمعات، لكن الملاحظ أن خدمات التواصل سواءً بمواقع التواصل الاجتماعي أو البريد الإلكتروني جاءت متقدمة عن تحميل الدروس والمحاضرات المرتبطة أساساً بالبحث العلمي و التحصيل المعرفي، وهذا ربما من أجل التفاعل والتعارف أو التواصل، والاستخدام المفرط لمواقع التواصل الاجتماعي قد يعرض الطلبة لخطر مخالطة بعض الأشخاص السيئين أو القيام بما يخالف الدين والتقاليد من تكوين صداقات مشبوهة مع الجنس الآخر، أو التعدي عن خصوصية الآخرين، هذا بالإضافة إلى أن الاعتماد بشكل كبير على هذه المواقع، وبلا هدف معين يعد مضيعة للوقت خاصة بالنسبة للطلبة الجامعيين، إلا أنه لا يمكن تجاهل الدور الكبير لمثل هذه المواقع في خلق تواصل فعال بين الطلبة فيما بينهم، وبين الطلبة وأساتذتهم، فيما يتعلق بشؤون الجامعة ونشاطاتها ككل.

كما أن هذا لا يعني من هذه الخدمة "التواصل مع الآخرين" أن أفراد العينة يعانون من نقص في العلاقات الاجتماعية في فضاء الجامعة خاصة، و إنما قد تعني فقط أن الإنترنت تتيح لهم القدرة على تجاوز بعض الحواجز والعوائق في الاتصال مع الآخرين، مثل الخجل والحياء، وهذا خاصة عند

الإناث كما أنهم يستطيعون الاتصال فيما بينهم وذلك بإخفاء هوياتهم الحقيقية، وإنتاج هوية ثانية تكون فقط فعالة في الفضاء الافتراضي من أجل التواصل مع الآخر خاصة إذا كان من جنس آخر. أما الخدمة الثانية المتمثلة في " استخدام البريد الإلكتروني "، و هنا نفترض أن الطلبة الجامعيين يتواصلون فيما بينهم كطلبة، وبين أساتذتهم عن طريق البريد الإلكتروني خاصة لما يتعلق الأمر بانجاز المذكرات والبحوث، أما الخدمة الثالثة المتمثلة في "تحميل الدروس والبرامج والمحاضرات"، وهذا يبدو منطقياً، و يفسر باستخدام الانترنت من طرف أفراد العينة من أجل التحصيل الدراسي والعلمي لكن بنسبة أقل من النصف، وهذا بالرغم كون العينة من الطلبة الجامعيين، وفيما يلي رسم توضيحي لتوزيع النسب المئوية في دائرة نسبية.



الشكل رقم(25): توزيع أفراد العينة وفقاً لمتغير مجالات استخدام الانترنت

الجدول رقم (26): يوضح مجالات استخدام الانترنت حسب متغير النوع.

النوع						النوع والتكرار والنسبة	مجالات استخدام الانترنت
المجموع (ن=467)		أنثى (ن=300)		ذكر (ن=167)			
%	ك	%	ك	%	ك		
29.5	138	26.3	79	35.3	59	استخدام البريد الالكتروني	
2.7	13	1.3	4	5.3	9	المشاركة في المنتديات الحوارية	
19.5	91	22.0	66	14.9	25	تحميل الدروس والبرامج والمحاضرات	
46.0	215	47.0	141	44.3	74	التواصل مع الآخرين (مواقع التواصل الاجتماعي المختلفة،..الخ)	
2.1	10	3.3	10	-	-	مطالعة الصحف الالكترونية ومتابعة الأخبار.	
-	-	-	-	-	-	أخرى ، اذكرها	
100	467	100	300	100	167	المجموع	
كا2 المحسوبة: 0.858 درجة الحرية: 1 كا2 الجدولية: 3.84 قيمة احتمال المعنوية p_value: 0.354							

يظهر من خلال بيانات الجدول رقم (26)، أن استخدام الانترنت من أجل "التواصل مع الآخرين" تأتي في المرتبة الأولى سواءً بالنسبة للذكور أو الإناث، وينسب متقاربة جداً حيث بلغت النسبة 47.0% بالنسبة للإناث، و 44.40% بالنسبة للذكور، وجاءت خدمة "استخدام البريد الالكتروني" في المرتبة الثانية بالنسبة لكلا الفئتين بنسبة 35.30% بالنسبة للذكور، ونسبة 26.30% بالنسبة للإناث. كما جاءت خدمة استخدام الانترنت في "تحميل الدروس والبرمجيات والمحاضرات" في المرتبة الثالثة بنسبة 22.0% بالنسبة للإناث، ونسبة 14.90% بالنسبة للذكور. بينما احتلت "المشاركة في المنتديات الحوارية" بالنسبة للذكور في المرتبة الرابعة بنسبة 5.30%، واحتلت في المرتبة الأخيرة بالنسبة للإناث بنسبة 1.30%، بينما المرتبة الرابعة بالنسبة للإناث كانت من نصيب "مطالعة الصحف الالكترونية وتطبيقات الأخبار"، هذه الخدمة التي انعدمت نسبتها عند الذكور بالرغم من أن الطلبة هم من أقسام الإعلام والاتصال، وبالتالي كان من ضروري الاهتمام بالأخبار لأنها تمثل مركز اهتمامهم العلمي والدراسي.

و يظهر من خلال هذه النتائج أن الانترنت تستخدم من طرف الطلبة الجامعيين سواءً كانوا ذكوراً أو إناثاً في "التواصل مع الآخرين" باستخدام حسابات مواقع التواصل الاجتماعي المختلفة من فيسبوك

توتير، وغيرها، وقد تستخدم هذه المواقع من طرف الطلبة للدخول في علاقات الاجتماعية مع الجنس الآخر بعيداً عن العلاقات الاجتماعية الحقيقية، و ربما هذا راجع إلى نمط الرقابة المفروض من طرف الأسرة والمجتمع خاصة على الإناث، وهن في حاجة أكثر من الذكور نظراً للسياق الاجتماعي الذي يعيشن فيه، وما يفرضه من قيود فيما يخص الاحتكاك والتواصل بين الجنسين، كما أن مواقع التواصل الاجتماعي تتيح فرصة التواصل مع أفراد من مجتمعات مختلفة خاصة بالنسبة للذين يتقنون اللغات الأجنبية، وهذا بالنسبة للجنسين.

كما يستعملون خدمة "البريد الإلكتروني" لنقل الملفات والدروس والمحاضرات والتواصل فيما بينهم أو مع أساتذتهم خاصة بالنسبة للطلبة المقبلين على انجاز مذكرات التخرج، كما يمكن أن يوظف البريد الإلكتروني في سبيل الحفاظ على العلاقات الاجتماعية التي انشئوها فيما بينهم سواءً في الداخل أو الخارج.

و أن استخدام الانترنت في "تحميل الدروس و البرامج المحاضرات" تأتي في المقام الثالث بالنسبة لكلا الجنسين بنسبة 22.0% للإناث مقابل 14.9% للذكور، وهذا ربما راجع إلى توفر المكتبات على المراجع المختلفة، وجعل الانترنت للتواصل في المقام الأول.

كما نجد أن الإناث يبحثن عن الأخبار في "الصحف الإلكترونية وتطبيقات الأخبار" إلا أن النسبة كانت معدومة عند فئة الذكور، و ربما هذا راجع إلى كون الطلبة الذكور يستطيعون مطالعة الصحف الورقية بحرية، وفي أماكن مختلفة بينما العكس بالنسبة للطلبات.

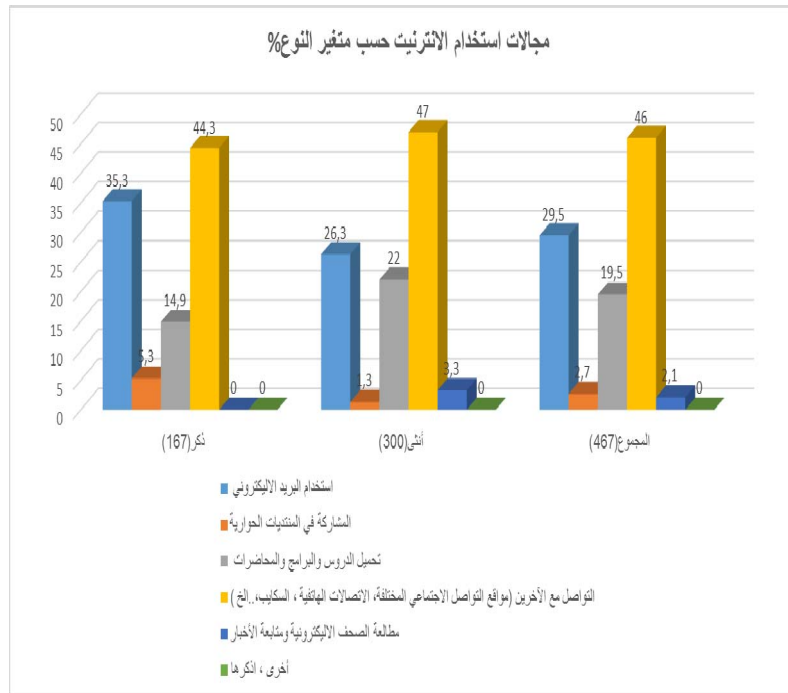
بالإضافة إلى "المنتديات الحوارية" التي احتلت المرتبة الرابعة بالنسبة للذكور، وكانت في المرتبة الخامسة بالنسبة للإناث، وهذا قد يفسر بكون الطلبة الذكور يفضلون الحوار والمشاركة في الندوات التي تثير القضايا المختلفة، كما يمكن أن يكون السبب في مواقع التواصل الاجتماعي التي هي بدورها تتيح فرصة النقاش والحوار وإبداء الرأي باستخدام آليات وطرق مختلفة مثل التعليقات والصور التي تحدد نسبة المشاهدة والتفضيل عكس المنتديات التي تحتاج إلى خطاب معين ومستويات اتصالية محدودة. وعلى العموم نلاحظ أن هناك تشابه بين الذكور والإناث في مجالات استخدام الانترنت رغم بعض الاختلافات البسيطة بينهما.

ومن خلال القراءة الإحصائية للجدول كذلك نجد قيمة احتمال المعنوية  $p\_value$  تساوي 0.858، وهي أكبر من 0.05، كما أن قيمة كا2 المحسوبة تساوي 0.858 وهي أقل من قيمة كا2 الجدولية التي بلغت 3.84 عند درجة حرية 1، وقيمة مستوى الثقة 0.05، وبالتالي لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية، وليس هناك تباين بين متغير النوع، ومجالات استخدام الانترنت.

وعليه، فإن متغير النوع ليس له دلالة إحصائية بخصوص متغير مجالات استخدام الانترنت من طرف الطلبة الجامعيين، من أجل التواصل مع الآخرين، و استخدام البريد الإلكتروني، و تحميل



المحاضرات، إذ تمثل الانترنت بالسبة للطلبة وسيلة للتواصل في المقام الأول والثاني، والبحث عن الدروس والمحاضرات في المقام الثالث، لكن متغير النوع يصبح ذي دلالة بالنسبة لغرض مطالعة الصحف الالكترونية، وتحميل تطبيقات الأخبار، حيث تستخدم من طرف الإناث أكثر من الذكور وكذلك بالنسبة للمنتديات النقاش تكون للذكور أكثر من الإناث، وفيما يلي رسم توضيحي لتوزيع النسب المئوية في أعمدة تكرارية.



الشكل رقم (26): مجالات استخدام الانترنت حسب متغير النوع

الجدول رقم (27): يوضح مجالات استخدام الانترنت حسب متغير السن.

السن								السن والتكرار والنسبة	مجالات استخدام الانترنت
المجموع (ن=467)		أكثر من 29 عاماً (ن=35)		29-24 عاماً (ن=124)		17-23 عاماً (ن=308)			
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
27.7	138	11.7	4	<u>34.7</u>	43	29.5	91	استخدام البريد الالكتروني	
2.7	13	-	-	-	-	4.2	13	المشاركة في المنتديات الحوارية	
19.5	91	<u>28.5</u>	10	<u>34.7</u>	43	12.3	38	تحميل الدروس والبرامج والمحاضرات	
46.0	215	<u>60.0</u>	21	22.6	28	<u>53.9</u>	166	التواصل مع الآخرين (مواقع التواصل الاجتماعي المختلفة، الاتصالات الهاتفية، )	
2.14	10	-	-	8.06	10	-	-	مطالعة الصحف الالكترونية و متابعة الأخبار.	
100	467	100	35	100	124	100	308	المجموع	
0.000:p_value(sig)		قيمة الاحتمالية		15.51: كا2 الجدولية		8: درجة الحرية		84.043: كا2 المحسوبة	

يظهر من خلال الجدول رقم (27) أن الأغلبية من الفئة العمرية "17-23 عاماً" يستخدمون الانترنت في مجال التواصل الاجتماعي باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي المختلفة، وبنسبة 53.90%، تليها نسبة 29.50% تستخدم الانترنت من أجل البريد الالكتروني، تليها نسبة ضعيفة تقدر بـ 12.30% تستخدم الانترنت من أجل تحميل الدروس والمحاضرات، ونسبة أضعف تقدر بـ 4.20% تستخدم الانترنت للمشاركة في المنتديات الحوارية، و لكنهم لا يقصدون الانترنت من أجل المطالعة الصحف الالكترونية وتحميل تطبيقات الأخبار.

والتفسير الذي يمكن تقديمه من أجل هذه الفئة العمرية الأولى، واستخدامها لانترنت بدرجة عالية من أجل التواصل الاجتماعي في المقام الأول قد يكون بسبب عدم نضج هذه الفئة فكرياً وعاطفياً فيستخدمون الانترنت من أجل نسج علاقات مع الجنس الآخر أساساً، أو التفاعل فيما بينهم ذكوراً وإناثاً في داخل الوطن وخارجه فيما يخص القضايا التي تشغل بالهم، أو البحث عن الأشياء الجديدة والغريبة والمشاركة في نقد أفكار بين الفئات الشبابية المختلفة .

أما اعتماد هذه الفئة في المقام الثاني على استخدام البريد الإلكتروني فقد يكون بسبب استخدامه في نقل الملفات والوثائق المرتبطة بالدراسة والبحث العلمي، أو من أجل تأكيد العلاقات التي تتم على مستوى مواقع التواصل الاجتماعي، أما تحميل الدروس فجاءت في المرتبة الثالثة بالنسبة لهذه الفئة يمكن أن يكون راجع لكون هذه الفئة اهتمامها بالتواصل الاجتماعي أكثر من البحث العلمي أو نتيجة للتوفر المراجع والكتب على مستوى المكتبات الجامعية، والضعف على مستوى نسبة الحوار والمنتديات قد يكون مرده إلى توفر مواقع التواصل الاجتماعي على خاصية المجموعات والتواصل في مستويات مختلفة من حيث إبداء الآراء والتعليق على الإحداث، ونفس الملاحظة تنطبق على مطالعة الصحف الإلكترونية وتطبيقات الأخبار.

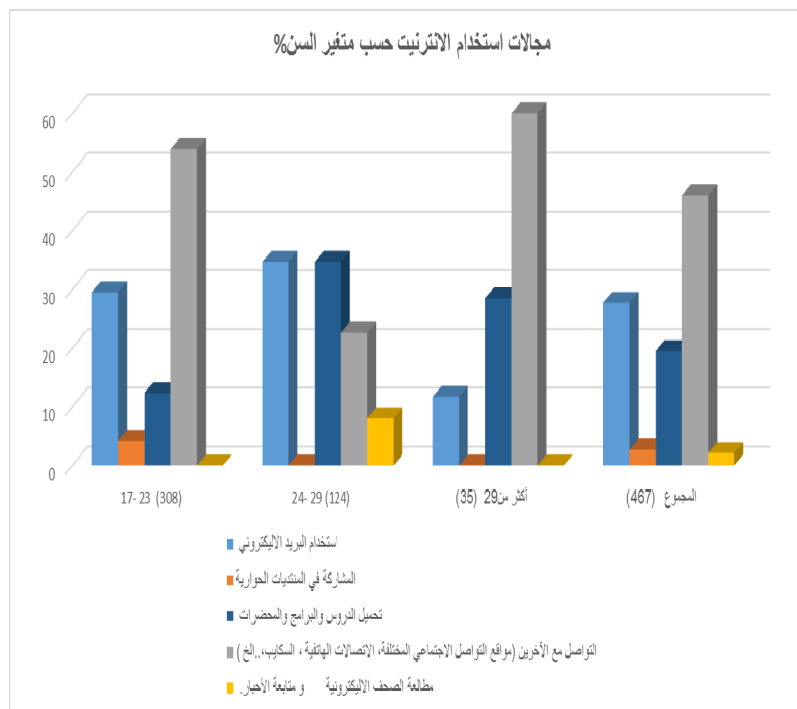
أما الفئة العمرية الثانية "24-29 عاماً" فيستخدم أفرادها الانترنت من أجل تحميل الدروس والمحاضرات والبرامج ونسبة 34.70%، وكما تستخدم البريد الإلكتروني بنفس النسبة السابقة أي 34.70%، وفي المرتبة الثالثة مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة 22.60%، مطالعة الصحف الإلكترونية بنسبة 08.06%، كما أن أفراد هذه العينة لا يستخدمون الانترنت من أجل المشاركة في المنتديات الحوارية، وفيما يتعلق بتأويل خدمات الفئة الثانية فنستطيع القول بأن أفرادها يستخدمون الانترنت بالدرجة الأولى في تحميل الدروس والمحاضرات والبريد الإلكتروني، وقد يكون السبب نضج هذه الفئة فكرياً وعاطفياً، وبالتالي تستخدم الانترنت في مجال البحث العلمي والتواصل الإلكتروني فيما بينهم وبين أساتذتهم، وتأتي مواقع التواصل الاجتماعي في المقام الثالث، وهذا تأكيداً لما قلناه سابقاً.

أما الفئة العمرية الثالثة "أكثر من 29 عاماً" فيستخدم أفرادها الانترنت بالدرجة الأولى من أجل التواصل مع الآخرين عن طريق مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة 60.0%، وفي المرتبة الثانية تحميل الدروس والمحاضرات بنسبة 28.50%، ثم البريد الإلكتروني بنسبة 11.70%، ولا يستخدم أفراد هذه الفئة الانترنت من أجل النقاش في المنتديات الحوارية ومطالعة الصحف الإلكترونية.

وفيما يتعلق بتفسير الفئة الثالثة فنستطيع القول أن أفرادها يستخدمون الانترنت من أجل التواصل الاجتماعي، فهم أكثر نضجاً فكرياً وعاطفياً من الفئات العمرية الأقل سناً، وبالتالي هم مؤهلين للدخول في علاقات اجتماعية ونقاشات وتعليقات مع أقرانهم وأصدقائهم سواءً في الداخل أو الخارج خاصة إذا كانوا يتقنون اللغات الأجنبية، أما فيما يتعلق باستخدام الانترنت من أجل تحميل الدروس والبرامج والمحاضرات، فهذا قد يعني أن أفراد هذه الفئة ممن يعملون، وبالتالي يحاولون مواصلة تكوينهم خاصة على مستوى أقسام الماجستير بعد تجربتهم السابقة في الدراسة أو ممن تحصلوا على شهادة البكالوريا في سن متأخرة نوعاً ما، كما يمكن تفسير استخدامهم للبريد الإلكتروني من أجل التواصل سواءً لأغراض العمل أو الدراسة، كما يمكن تفسير عدم استخدام هذه الفئة للانترنت من أجل مطالعة الصحف

الإلكترونية قد يكون بسبب محبتهم لمطالعة الأخبار على الصحف الورقية، أما المنتديات النقاش فراجع إلى توفر مواقع التواصل الاجتماعي على خاصية إبداء الرأي أو التعليق على مختلف القضايا. ومن خلال قراءة البيانات الإحصائية من الجدول نجد قيمة احتمال المعنوية  $p\_value$  تساوي: 0.000 وهي أقل من 0.05، وأقل من 0.01، كما أن قيمة كا2 المحسوبة تساوي 84.043 وهي أكبر من قيمة كا2 الجدولية التي بلغت 15.51 عند درجة حرية 8 ومستوى الثقة 0.05، وبالتالي توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عالية بين المتغيرين، كما أن قيمة كا2 المحسوبة 84.043 إذ جاءت قيمتها أكبر من قيمتها الجدولية عند درجة حرية 8، مما يدل على وجود فرقاً معنوياً بين متغير السن ومتغير مجالات استخدام الانترنت.

وعليه، يمكن أن نستنتج أن متغير السن له دلالة إحصائية عالية، بحيث أن مواقع التواصل الاجتماعي هي أكثر استخداماً سواءً عند الفئة العمرية الأولى أو الثالثة، أما الفئة الثانية فتأتي مواقع التواصل الاجتماعي في المرتبة الثانية بعد تحميل الدروس والبرامج والمحاضرات. كما أن الفئة الأولى الأقل سناً والفئة الثالثة الأكثر سناً لا يستخدمون الانترنت من أجل مطالعة الصحف الإلكترونية، و عدم استخدام الصحف الإلكترونية كمصدر للأخبار قد يكون بسبب عدم اهتمامهم بالسياسة أو الأحداث والقضايا بصفة عامة أو أنهم يعتمدون على مصادر أخرى منها مواقع التواصل الاجتماعي، أو وسائل تقليدية تشبع رغبتهم في هذا الجانب، وفيما يلي رسم توضيحي لتوزيع النسب المئوية في أعمدة تكرارية.



الشكل رقم(27): مجالات استخدام الانترنت حسب متغير السن

الجدول رقم (28): يوضح مجالات استخدام الانترنت حسب متغير المستوى الجامعي.

المستوى الجامعي										المستوى الجامعي والتكرار والنسبة	مجالات استخدام الانترنت
المجموع (ن=467)		ماستر 2 (ن=69)		ماستر 1 (ن=134)		السنة الثالثة ليسانس (ن=149)		السنة الثانية ليسانس (ن=115)			
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
29.55	138	21.73	15	69.4	93	9.4	14	13.9	16	استخدام البريد الالكتروني	
2.78	13	-	-	-	-	-	-	11.3	13	المشاركة في المنتديات الحوارية	
19.48	91	26.08	18	16.41	22	20.13	30	18.2	21	تحميل الدروس والبرامج والمحاضرات	
46.03	215	52.17	36	14.17	19	70.46	105	47.8	55	التواصل مع الآخرين (مواقع التواصل الاجتماعي المختلفة، ...)	
2.14	10	-	-	-	-	-	-	8.7	10	مطالعة الصحف الالكترونية و متابعة الأخبار.	
100	497	100	69	100	134	100	149	100	115	المجموع	
0.000		قيمة احتمال المعنوية:		21.03		كا الجدولية:		12		درجة الحرية:	

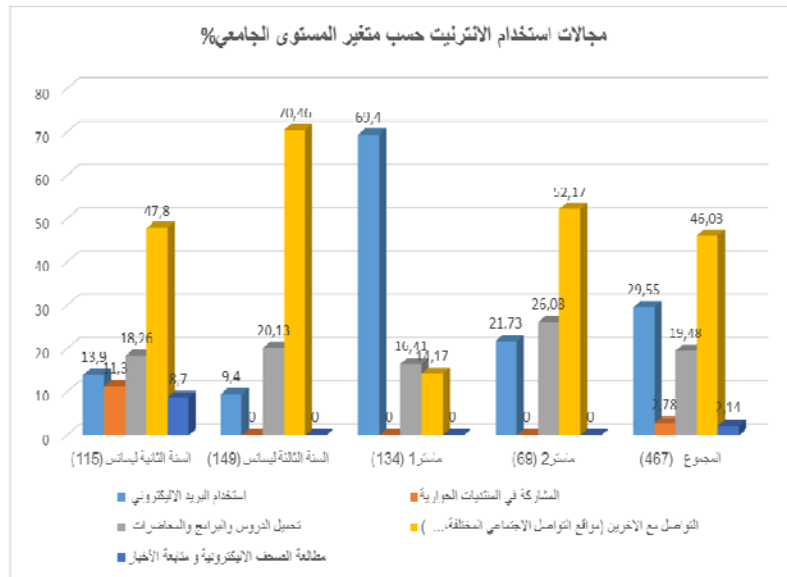
يظهر من خلال الجدول رقم(28)، أن أفراد فئة "السنة أولى ماستر" يستخدمون البريد الالكتروني بنسبة كبيرة تقدر بـ 69.40%، وهي أكبر من نسبة أفراد فئة "السنة الثانية ماستر" التي بلغت 21.73% وأكبر بكثير، وعلى التوالي من أفراد فئتي السنة الثانية والثالثة ليسانس بنسبة تقدر بـ 13.90% و 9.40%، كما يظهر من خلال هذا الجدول أن استخدام أفراد العينة للانترنت من أجل تحميل الدروس والمحاضرات جاءت متقاربة نوعا ما، وعليه فإن أكبر نسبة في هذا الغرض كانت لفئة "السنة الثانية ماستر"، وقدرت بـ 26.08%، وهي أكبر من نسبة فئة "السنة الثالثة ليسانس" و"السنة ليسانس" و"الأولى ماستر"، وعلى التوالي بنسب 20.13%، 18.26%، 16.41%.

كما أننا نجد أن استخدام الانترنت من أجل التواصل والتعارف باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي جاءت مرتفعة عند فئة "السنة الثالثة ليسانس" بنسبة 70.46 %، وهي أكبر على التوالي من فئة "السنة الثانية ماستر" و فئة "السنة الثانية ليسانس" بنسب 52.17% و 47.8 %، وأكبر بكثير من "السنة الأولى ماستر" بنسبة 14.17%.

و يظهر كذلك من خلال هذا الجدول أن فئة "السنة الثانية ليسانس" يستخدمون الانترنت من أجل المشاركة في المنتديات الإخبارية، ومطالعة الصحف الالكترونية وتحميل الأخبار، و على التوالي بنسب 11.3% و 08.7%، وباقي المستويات لا تستخدم الانترنت في هذين الغرضين أو الخدمتين.

و أول ما نستنتجه هو أن متغير المستوى التعليمي مهم في استخدام الانترنت حيث أننا نجد أن أقسام "الثالثة ليسانس" و"السنة الثانية ماستر" و"السنة الثانية ليسانس" يستخدمون الانترنت في المقام من أجل التواصل والتعارف باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي، وهذا ربما لإشباع حاجاتهم عن طريق إقامة علاقات اجتماعية بديلة، وكسب صداقات جديدة مع أناس آخرين، ثم يأتي البريد الالكتروني في المقام الأول بالنسبة لفئة "السنة أولى ماستر"، وهذا قد يكون من أجل التواصل بين الطلبة فيما بينهم أو مع أساتذتهم من أجل الدراسة والبحث العلمي، والنسب في ما يخص تحميل الدروس والمحاضرات جاءت متقاربة بين الأقسام الأربعة، وهذا راجع لأهمية الانترنت في توفير المعرفة والتحصيل العلمي للطلبة بمختلف مستوياتهم وفئاتهم.

كما نجد أن طلبة قسم "السنة الثانية ليسانس" هم فقط من يستخدم الانترنت في مطالعة الصحف الالكترونية والمشاركة في المنتديات الحوارية، أما باقي الأقسام لا تستخدم الانترنت في هذين الغرضين والخدمتين، وربما راجع لكون طلبة الأقسام المتقدمة يصبح لها نفور من الأخبار والنقاش الغير المجدي فتلجأ إلى مواقع التواصل الاجتماعي لتعبر بطرق مختلفة، وكأن مواقع التواصل الاجتماعي توفر الأخبار والنقاشات والتعارف والتواصل والتسلية، وكل شيء يسعى إليه الطالب أو يحتاجه. ومن خلال الجدول كذلك يتبين لنا أن قيمة احتمال المعنوية تساوي 0.000 وهي أقل من 0.05، وأقل من 0.01 كما أننا نلاحظ أن قيمة كا2 المحسوبة تساوي 225.659 وهي أكبر من قيمة كا2 الجدولية التي بلغت 21.03 عند درجة حرية 12 ومستوى الثقة 0.05، وبالتالي توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عالية بين متغير المستوى الجامعي ومجالات استخدام الانترنت عند الطلبة الجامعيين، وفيما يلي رسم توضيحي لتوزيع النسب المئوية في أعمدة تكرارية.



الشكل رقم (28): مجالات استخدام الانترنت حسب متغير المستوى الجامعي

الجدول رقم (29): يوضح مجالات استخدام الانترنت حسب متغير مكان الإقامة.

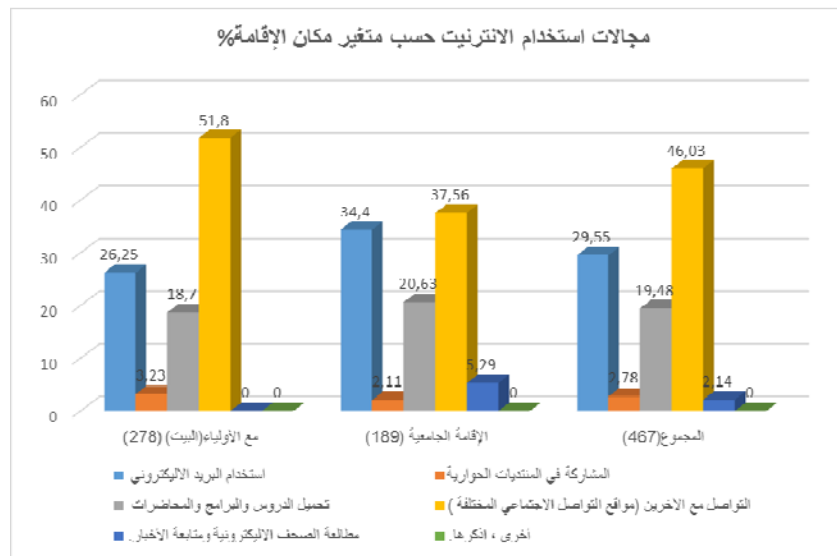
مكان الإقامة						مكان الإقامة والتكرار والنسبة
المجموع (ن=467)		الإقامة الجامعية (ن=189)		مع الأولياء (البيت) (ن=278)		
%	ك	%	ك	%	ك	
29.55	138	34.4	65	26.25	73	مجالات استخدام الانترنت
2.78	13	2.11	4	3.23	9	استخدام البريد الإلكتروني
19.48	91	20.63	39	18.70	52	المشاركة في المنتديات الحوارية
46.03	215	37.56	71	51.8	144	تحميل الدروس والبرامج والمحاضرات
2.14	10	5.29	10	-	-	التواصل مع الآخرين (مواقع التواصل الاجتماعي المختلفة)
-	-	-	-	-	-	مطالعة الصحف الإلكترونية ومتابعة الأخبار.
-	-	-	-	-	-	أخرى ، انكرها.
100	467	100	189	100	278	المجموع
0.000		قيمة احتمال المعنوية:		22.900		كاس المحسوبة:
9.94		كاس الجدولية:		4		درجة الحرية:

يظهر من خلال بيانات الجدول رقم (29)، أن استخدام الانترنت من أجل التواصل مع الآخرين تأتي في المرتبة الأولى سواءً بالنسبة لفئة المقيمين مع الأولياء (البيت) أو قي الاقامات الجامعية، وبنسب متقاربة، حيث كانت النسبة 51.80% بالنسبة للمقيمين مع الأولياء، و37.56% بالنسبة للمقيمين في الأحياء الجامعية، وجاء استخدام البريد الإلكتروني في المرتبة الثانية بالنسبة لكلا الفئتين بنسبة 34.40% بالنسبة للمقيمين في الإقامة الجامعية، و نسبة 26.25% بالنسبة للمقيمين مع الأولياء.

كما جاءت نسبة استخدام الانترنت في تحميل الدروس والبرمجيات والمحاضرات في المرتبة الثالثة بنسبة 20.63% بالنسبة للمقيمين في الأحياء الجامعية، ونسبة 18.70% بالنسبة للمقيمين مع الأولياء بينما احتلت المشاركة في المنتديات الحوارية في المرتبة الرابعة بنسبة 03.23% بالنسبة للمقيمين مع الأولياء، و02.11% بالنسبة للمقيمين في الأحياء الجامعية بنسبة 01.30%، بينما المرتبة الخامسة بالنسبة للمقيمين في الأحياء الجامعية كانت من نصيب مطالعة الصحف الإلكترونية وتطبيقات الأخبار هذه الخدمة التي أجاب عنها المقيمين مع الأولياء بنسبة معدومة رغم أن الطلبة هم من أقسام الإعلام والاتصال، وبالتالي كان من ضروري الاهتمام بالأخبار لأنها تمثل مركز اهتمامهم العلمي، كما تبين من خلال الجدول كذلك أن قيمة احتمال المعنوية تساوي 0.000 وهي أقل من 0.05 و أقل من 0.01، كما أن قيمة كا2 المحسوبة تساوي 22.900 وهي أكبر من قيمة كا2 الجدولية التي بلغت 9.94 عند درجة حرية 4 وقيمة مستوى الثقة 0.05، وبالتالي توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عالية بين متغير مكان الإقامة ومجالات استخدام الانترنت من طرف الطلبة الجامعيين أفراد العينة.

و نلاحظ من خلال النتائج أنه توجد اختلافات في استخدام خدمات الانترنت بين طلبة المقيمين في الأحياء الجامعية والمقيمين في بيوتهم مع أوليائهم، والاختلاف كان ظاهراً بدرجة كبيرة فيما يخص مطالعة الصحف إلكترونياً وتطبيقات الأخبار، وهذا ربما راجع إلى وقت الفراغ المتاح بالنسبة للمقيمين في الأحياء الجامعية ببحثهم عن الأخبار والأحداث والقضايا اليومية سواءً داخلية أو خارجية، وهذا لتمضية الوقت خاصة مع عدم توفر المرافق الرياضية أو الترفيهية على مستوى أغلب الاقامات الجامعية عكس المقيمين مع الأولياء الذين يملكون وسائل بديلة للبحث عن الأخبار ومنها التلفزيون والإذاعة وفي أريحية كبيرة، وفيما يلي رسم توضيحي لتوزيع النسب المئوية في أعمدة تكرارية.





الشكل رقم(29): مجالات استخدام الانترنت حسب متغير مكان الإقامة

الجدول رقم (30): يوضح مجالات استخدام الانترنت حسب متغير منطقة السكن.

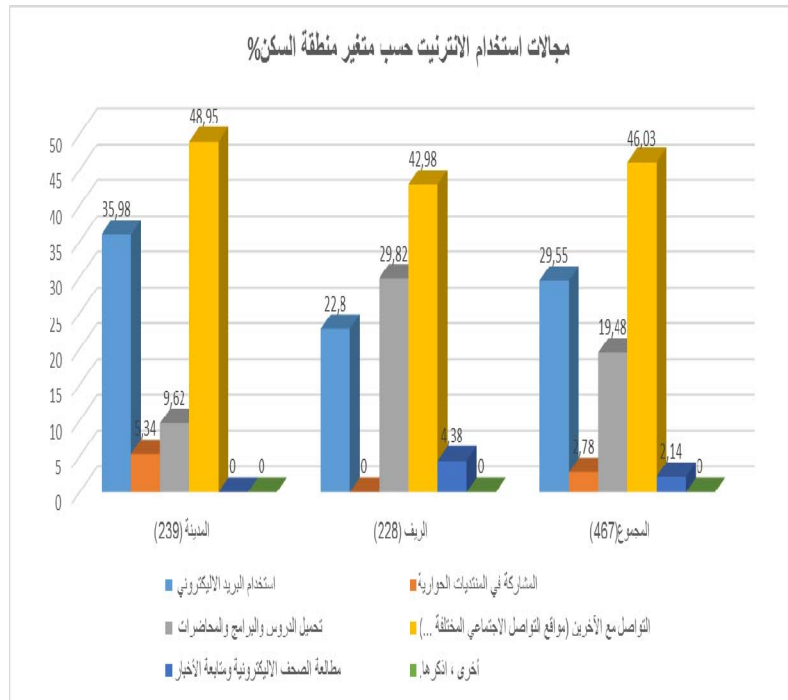
منطقة السكن						منطقة السكن والتكرار والنسبة
المجموع(ن=467)		الريف (ن=228)		المدينة (ن=239)		
%	ك	%	ك	%	ك	مجالات استخدام الانترنت
29.55	138	22.8	52	35.98	86	استخدام البريد الإلكتروني
2.78	13	-	-	5.34	13	المشاركة في المنتديات الحوارية
19.48	91	29.82	68	9.62	23	تحميل الدروس والبرامج والمحاضرات
46.03	215	42.98	98	48.95	117	التواصل مع الآخرين (مواقع التواصل الاجتماعي المختلفة ...)
2.14	10	4.38	10	-	-	مطالعة الصحف الإلكترونية ومتابعة الأخبار
-	-	-	-	-	-	أخرى ، انكرها.
100	467	100	228	100	239	المجموع
كا2 المحسوبة: 55.080 درجة الحرية: 4 كا2 الجدولية: 9.94 قيمة احتمال المعنوية: 0.000						

يظهر من خلال بيانات الجدول رقم (30)، أن استخدام الانترنت من أجل التواصل مع الآخرين تأتي في المرتبة الأولى سواءً بالنسبة لفئة القاطنين في "المدينة" أو في "الريف"، وينسب متقاربة، حيث كانت النسبة 48.95% بالنسبة للقاطنين في المدن، و42.98% بالنسبة للقاطنين في الأرياف، وجاء استخدام البريد الإلكتروني في المرتبة الثانية بالنسبة للفئة الأولى بنسبة 35.98%، بينما المرتبة الثانية بنسبة لفئة القاطنين في الأرياف كانت من نصيب تحميل الدروس والبرامج والمحاضرات و نسبة 29.82%.

كما جاءت نسبة استخدام الانترنت في تحميل الدروس والبرمجيات والمحاضرات في المرتبة الثالثة بنسبة ضعيفة 09.62% بالنسبة للقاطنين في المدينة، بينما المرتبة الثالثة بالنسبة للفئة الثانية كانت من نصيب خدمة البريد الإلكتروني بنسبة قدرت ب22.80%.

بينما احتلت المشاركة في المنتديات الحوارية في المرتبة الرابعة بنسبة 05.34 % بالنسبة للقاطنين في المدن، بينما النسبة كانت معدومة بالنسبة لفئة القاطنين في الأرياف، أما المرتبة الرابعة بالنسبة للفئة الثانية كانت من نصيب مطالعة الصحف الإلكترونية وتحميل الأخبار بنسبة 04.38%، بينما النسبة كانت معدومة بالنسبة للفئة الأولى، كما يتبين لنا من خلال اختبار كا2 أن قيمة احتمال المعنوية تساوي 0.000 وهي أقل من 0.05، و أقل من 0.01، كما أن قيمة كا2 المحسوبة تساوي 55.080 وهي أكبر من قيمة كا2 الجدولية التي بلغت 9.94 عند درجة حرية 4 ومستوى الثقة 0.05. وبالتالي توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عالية بين مغير منطقة السكن ومجالات استخدام الانترنت عند أفراد العينة من الطلبة الجامعيين.

و من خلال ما سبق نستنتج أنه توجد اختلافات في استخدام خدمات الانترنت بين الطلبة القاطنين في المدن والقاطنين في الأرياف، والاختلاف كان على وجه الخصوص فيما يخص تحميل الدروس والبرامج والمحاضرات، وهذا ربما راجع إلى كون الطلبة القاطنين في الأرياف هم أكثر طموحاً وحباً للبحث العلمي، لهذا نجد أن استخدامهم للانترنت من أجل تحميل الدروس والبرامج والمحاضرات جاءت في المرتبة الثانية و مرتفعة نوعاً ما مقارنة بنسبتها عند الفئة الأولى من سكان المدن، وفيما يلي رسم توضيحي لتوزيع النسب المئوية في أعمدة تكرارية.



الشكل رقم (30): مجالات استخدام الانترنت حسب متغير منطقة السكن

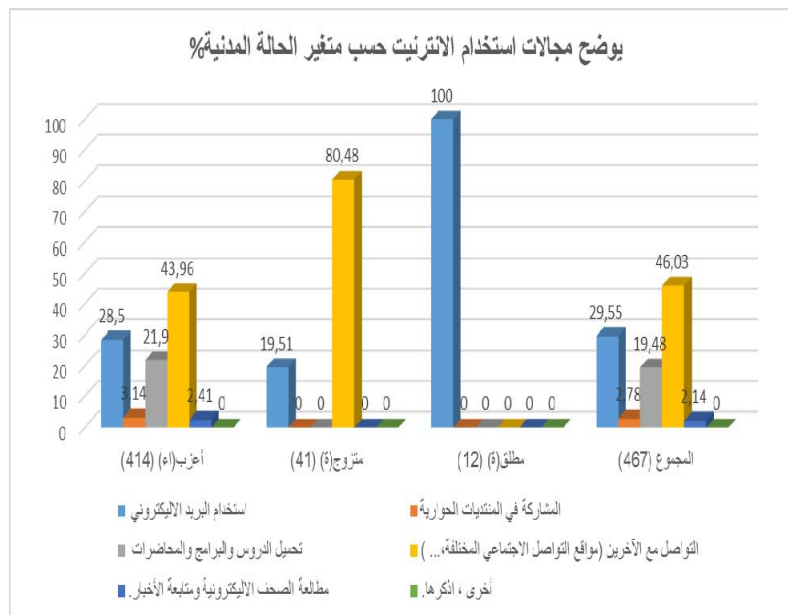
الجدول رقم (31): يوضح مجالات استخدام الانترنت حسب متغير الحالة المدنية.

الحالة المدنية								الحالة المدنية التكرار والنسبة مجالات استخدام الانترنت
المجموع (ن=467)		مطلق (ة) (ن=12)		متزوج (ة) (ن=41)		أعزب (ة) (ن=414)		
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
29.55	138	100.0	12	19.51	8	28.5	118	استخدام البريد الإلكتروني
2.78	13	-	-	-	-	3.14	13	المشاركة في المنتديات الحوارية
19.48	91	-	-	-	-	21.9	91	تحميل الدروس والبرامج والمحاضرات
46.03	215	-	-	80.48	33	43.96	182	التواصل مع الآخرين (مواقع التواصل الاجتماعي المختلفة، ...)
2.14	10	-	-	-	-	2.41	10	مطالعة الصحف الإلكترونية ومتابعة الأخبار.
-	-	-	-	-	-	-	-	أخرى ، انكرها.
100	467	100	12	100	41	100	414	المجموع
0.000		قيمة احتمال المعنوية:		كا الجدولية: 15.51		درجة الحرية: 8		كا المحسوبة : 52.782

تجدر الإشارة في مستهل تحليل هذا الجدول إلى أن نسبة أفراد العينة من فئة المطلقين منخفضة جداً تقدر بـ 12 مفردة من مجموع العينة الكلية، كما يمكن أن نشير إلى كل أفراد هذه الفئة اختاروا في إجاباتهم خدمة واحدة من خدمات الانترنت التي يستخدمونها باستمرار، وهي استخدام البريد الإلكتروني بنسبة 100.0%، ولهذا فإننا ارتأينا أن نركز أثناء التحليل على الفئتين الأولى والثانية.

و يتضح من خلال بيانات الجدول رقم (31)، أن استخدام الانترنت من أجل التواصل مع الآخرين تأتي في المرتبة الأولى سواءً بالنسبة لفئة المتزوجين أو العزاب، وينسب متباعدة، حيث بلغت النسبة 43.96% بالنسبة لفئة العزاب، و 80.48% بالنسبة لفئة المتزوجين (بفارق 36 درجة مئوية) وجاء استخدام البريد الإلكتروني في المرتبة الثانية بالنسبة للفئتين حيث بلغت 28.50% بالنسبة للفئة الأولى و 19.51% بالنسبة للفئة الثانية (بفارق 09 درجات مئوية)، بينما المرتبة الثالثة بالنسبة لفئة العزاب كانت من نصيب تحميل الدروس والبرامج المحاضرات بنسبة 21.90%، تليها المشاركة في المنتديات بنسبة 03.14%، تليها في الأخير مطالعة الصحف بنسبة 02.41%، بينما فئة المتزوجين كانت فيها نسبة هذه الخدمات معدومة، ويتبين لنا من خلال القراءة الإحصائية و اختبار كا2 أن قيمة احتمال المعنوية تساوي 0.000، وهي أقل من 0.05، وأقل من 0.01، كما أن قيمة كا2 المحسوبة تساوي 52.782 وهي أكبر من قيمة كا2 الجدولية التي بلغت 15.51 عند درجة حرية 8 ومستوى الثقة 0.05 وبالتالي توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عالية بين مغير الحالة المدنية ومجالات استخدام الانترنت عند أفراد العينة من الطلبة الجامعيين.

ونستنتج من خلال هذه النتائج أنه توجد اختلافات في استخدام خدمات الانترنت بين فئة العزاب والمتزوجين، بحيث أن المرتبتين الأولى والثانية كانت نفسها بالنسبة للفئتين، والاختلاف كان على وجه الخصوص في نسبة استخدام الانترنت "للتواصل مع الآخرين" حيث بلغ الفرق بين فئة العزاب والمتزوجين 36 درجة مئوية، بينما كان هناك تقارب كبير بين الفئتين فيما يخص نسبة استخدام البريد الإلكتروني حيث أن الفرق بينهما كان بدرجة مئوية واحدة، كما أننا نلمس فرق آخر يتمثل في اقتصار خدمات الانترنت بالنسبة للمتزوجين على التواصل مع الآخرين واستخدام البريد الإلكتروني بينما باقي الخدمات جاءت معدومة بالنسبة لهم، وفيما يلي رسم توضيحي لتوزيع النسب المئوية في أعمدة تكرارية.



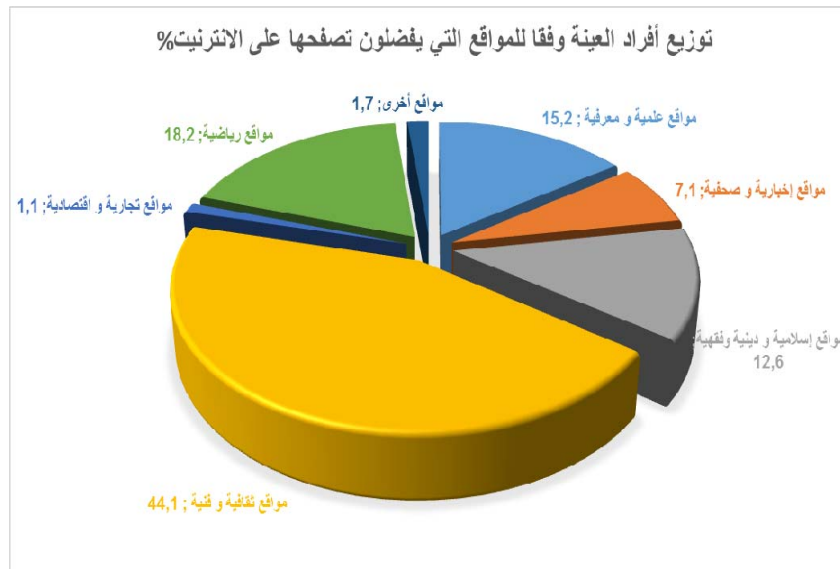
الشكل رقم(31): مجالات استخدام الانترنت حسب متغير الحالة المدنية

الجدول رقم (32): يوضح توزيع أفراد العينة وفقا للمواقع التي يفضلون تصفحها على الانترنت.

النسبة المئوية	التكرار	التوزيع
		المواقع المفضلة لدى أفراد العينة
15.2	71	مواقع علمية و معرفية.
07.10	33	مواقع إخبارية و صحفية.
12.6	59	مواقع إسلامية و دينية وفقهية.
44.1	206	مواقع ثقافية و فنية.
01.10	05	مواقع تجارية و اقتصادية.
18.2	85	مواقع رياضية.
01.70	08	مواقع أخرى.
100	467	المجموع

يتضح من بيانات الجدول رقم (32) ارتفاع نسبة أفراد العينة الذين يفضلون المواقع الثقافية الفنية 44.1%، تليها المواقع الرياضية بنسبة 18.2%، ثم المواقع العلمية المعرفية بنسبة 15.2%، ثم جاءت المواقع الدينية الإسلامية والفقهية والدينية بنسبة 12.6%، تليها مواقع إخبارية و صحفية بنسبة 07.10 %، أما المواقع التجارية والاقتصادية فجاءت بنسبة ضئيلة جداً بنسبة 01.10%، و 01.70% من أفراد

العينة فضلت مواقع أخرى كانت تتمحور حول مواقع اجتماعية عن المرأة والطفل والأسرة والطبخ، وكذا مواقع بيئية حقوقية، بالإضافة إلى مواقع للموسيقى والأفلام والأغاني، وفيما يلي رسم توضيحي لتوزيع النسب المئوية في دائرة نسبية.



الشكل رقم(32): توزيع أفراد العينة وفقا للمواقع التي يفضلون تصفحها على الانترنت

الجدول رقم (33): يوضح توزيع أفراد العينة وفقا للمواقع التي يتصفحونها على الانترنت حسب متغير النوع.

النوع						النوع والتكرار والنسبة المواقع المفضلة لدى أفراد العينة.
المجموع (ن=467)		أنثى (ن=300)		ذكر (ن=167)		
ك	%	ك	%	ك	%	
71	15.20	45	15.0	26	15.56	مواقع علمية و معرفية.
33	07.06	15	05.0	18	10.77	مواقع إعلامية و صحفية.
59	12.63	52	17.33	07	04.19	مواقع إسلامية و دينية و فقهية
206	44.11	171	57.0	35	20.95	مواقع ثقافية و فنية.
05	01.07	-	-	05	02.99	مواقع تجارية و اقتصادية.
85	18.20	17	05.66	68	40.71	مواقع رياضية.
08	01.71	-	-	08	04.79	مواقع أخرى.
467	100	300	100	167	100	المجموع
قيمة احتمال المعنوية: 0.000						كأ 147.121 درجة الحرية: 6
كأ 12.59 الجدولية: 12.59						كأ 6

يظهر من خلال بيانات الجدول رقم (33)، أن فئة الذكور يستخدمون ويفضلون المواقع الرياضية التي احتلت المرتبة الأولى بنسبة مرتفعة نوعاً ما قدرت بـ 40.71%، وجاءت المواقع الثقافية والفنية في المرتبة الأولى بالنسبة للإناث من حيث التفضيل، وذلك بنسبة تفوق الخمسين بالمائة قدرت بـ 57.0%، بينما جاءت المواقع الثقافية والفنية في المرتبة الثانية بالنسبة للذكور بنسبة 20.95%، و المرتبة الثانية بالنسبة للإناث كانت من نصيب المواقع الإسلامية والدينية بنسبة 17.33%.

بينما احتلت المواقع العلمية والمعرفية المرتبة الثالثة سواءً بالنسبة للذكور أو الإناث، وينسب مقارنة جداً، حيث كانت النسبة 15.56% بالنسبة للذكور، و 15.0% بالنسبة للإناث، بينما المرتبة الرابعة بالنسبة للذكور كانت من نصيب المواقع الإعلامية والصحفية بنسبة 10.77%، بينما احتلت المواقع الرياضية المرتبة الرابعة بالنسبة للإناث بنسبة 05.66%، بينما المرتبة الخامسة بالنسبة للذكور كانت من نصيب مواقع أخرى بنسبة 04.76%، بينما نفس المرتبة بالنسبة للإناث كانت من نصيب مواقع إعلامية وصحفية بنسبة 05.0%، بينما المواقع التجارية والاقتصادية لم تكن من المواقع المفضلة و المختارة بالنسبة لفئة الإناث، ولم يصرح بمواقع أخرى خارج قائمة المواقع المطروحة في الجدول أعلاه، بينما المرتبة السادسة بالنسبة للذكور كانت من نصيب المواقع الإسلامية والدينية بنسبة 04.19%، و تليها في الأخير المواقع التجارية والاقتصادية بنسبة ضعيفة جدا قدرت 02.99%.

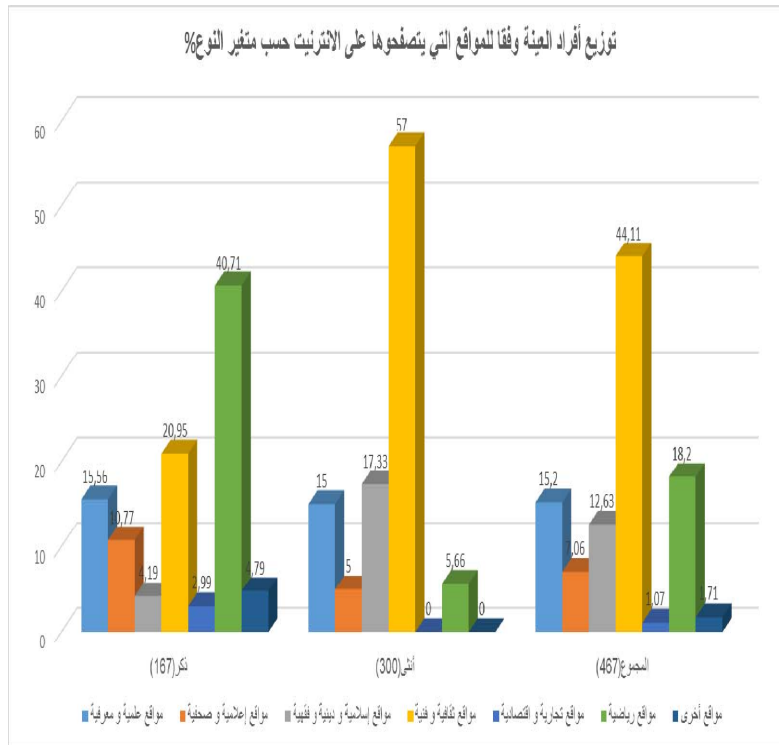
و يظهر من خلال هذه النتائج أن أفراد العينة من الذكور يستخدمون ويفضلون المواقع الرياضية وهذا منطقي بحكم أن الرياضة بصفة عامة، و كرة القدم بصفة خاصة أصبحت تستهوى كل الفئات العمرية ومن كل الأصناف والشباب الذكور من أكثر هذه الفئات ولعاً بالرياضة ومنهم الطلبة الجامعيين أما الإناث فيفضلن المواقع الفنية والثقافية المرتبطة بأخبار نجوم الفن والسينما والغناء، وكل ما يتعلق بالموضة وغيرها من المواقع التي تستهوى العنصر النسوي على العموم.

كما أن المرتبة الثانية بالنسبة للذكور كانت مرتبطة بالمواقع الفنية والثقافية، وهذا كذلك لارتباطهم بمواقع فنية لفنانين عالميين ونجوم سينمائيين كما أنهم يستخدمون المواقع الإلكترونية من أجل مشاهدة أحدث الأفلام السينمائية وآخر الألبومات، والكليبات الغنائية سواءً للفنانين محليين أو عالميين، أما الإناث فتستهوين المواقع الدينية الفقهية، وهذا راجع إلى كثرة المسائل الدينية والفقهية التي تبحث فيهن الإناث في المواقع الفقهية للمشايخ والدعاة خاصة في ظل غياب أماكن مشجعة للفتوى أو أن طبيعتها المرتبطة بالخل والحياء يجعلها تلجأ إلى المواقع بعيداً عن الاتصال المباشر مع أهل الدين والفقه، وهذا ما ينطوي عليه كثير من الأخطار المرتبطة بالفتوى البعيدة عن المرجعية الأصلية للبيئة الفتوى، كما أن بعضهن يستخدم المواقع للاستماع إلى القرآن بقراءات مختلفة، وهذا من أجل التدبر والتعلم والحفظ في آن واحد بالإضافة إلى حضور حلقات وندوات دينية افتراضية أو دعاوي لحضور لقاءات في الواقع الحقيقي.

أما عند فئة الذكور نجد المواقع الدينية والإسلامية في مرتبة متأخرة، وهذا ربما مرده إلى وجود إمكانيات أخرى للبحث في مسائل الدين من خلال الاحتكاك المباشر مع أهل العلم والذكر في المساجد أو المدارس أو حتى من خلال الاحتكاك مع الفئات والجماعات الدينية المختلفة التي تنتظم في حلقات ذكر أو ملتقيات أو أيام دراسية يحضرها الذكور بكثرة.

و المواقع العلمية والفكرية جاءت في المرتبة الثالثة بالنسبة للفئتين، وهذا يمكن تفسيره بتوفر المصادر الرئيسية العلمية المختلفة في المكتبات وهذا بالرغم أهمية المواقع الالكترونية بتزويد الطالب ببيانات وإحصاءات ومعارف ودراسات جديدة أنجزت في بلدان مختلفة، ومن خلال القراءة الإحصائية و اختبار كا2 تبين لنا أن قيمة احتمال المعنوية تساوي 0.000 وهي أقل من 0.05 وأقل كذلك من 0.01، كما أن قيمة كا2 المحسوبة تساوي 147.121 وهي أكبر من قيمة كا2 الجدولية التي بلغت 12.59 عند درجة حرية 6 ومستوى الثقة 0.05، وبالتالي توجد فروق ذات دلالة إحصائية عالية بين متغير النوع وتفضيل المواقع الالكترونية.

وعليه، فإن متغير النوع له دلالة إحصائية عالية بخصوص استخدام الانترنت وتفضيل المواقع الالكترونية من طرف الذكور والإناث، إذ تمثل المواقع الرياضية بالنسبة للذكور التفضيل الأول، والمواقع الثقافية والفنية تمثل التفضيل الأول بالنسبة للإناث والتفضيل الثاني بالنسبة للذكور، أما التفضيل الثاني بالنسبة للإناث فيتمثل في المواقع الدينية والفقهية، لكنهم يتفوقون في التفضيل الثالث المرتبط بالمواقع العلمية والمعرفية و بنسب متقاربة جداً، وفيما يلي رسم توضيحي لتوزيع النسب المئوية في أعمدة تكرارية.



الشكل رقم (33): توزيع أفراد العينة وفقاً للمواقع التي يتصفحونها على الانترنت حسب متغير النوع.



الجدول رقم (34): يوضح توزيع أفراد العينة وفقاً للمواقع التي يتصفحونها على الإنترنت حسب متغير السن.

السن								السن والتكرار والنسبة المواقع المفضلة لدى أفراد العينة	
المجموع (ن=467)		أكثر من 29 عاماً (ن=35)		24 - 29 عاماً (ن=124)		17 - 23 عاماً (ن=308)			
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
15.20	71	11.42	04	17.74	22	14.61	45	مواقع علمية ومعرفية.	
07.06	33	14.28	05	-	-	09.09	28	مواقع إخبارية و صحفية.	
12.63	59	28.57	10	29.83	37	03.89	12	مواقع إسلامية، دينية.فقهية.	
44.11	206	22.85	08	34.67	43	50.32	155	مواقع ثقافية و فنية.	
01.07	05	-	-	04.03	05	-	-	مواقع تجارية و اقتصادية.	
18.20	85	22.85	08	13.70	17	19.48	60	مواقع رياضية.	
01.71	08	-	-	-	-	02.59	08	مواقع أخرى.(انكرها..)	
100	467	100	35	100	124	100	308	المجموع	
0.000		قيمة احتمال المعنوية:		21.03		كا 2 الجدولية:		12	درجة الحرية:
97.568		كا 2 المحسوبة:							

يظهر من خلال الجدول أعلاه أن الأغلبية من الفئة العمرية "17-23 عاماً" يستخدمون الإنترنت ويفضلون في المقام الأول المواقع الإلكترونية الثقافية والفنية وبنسبة تفوق الخمسين بالمائة قدرت ب 50.32%، تليها نسبة 19.48% تستخدم الإنترنت وتفضل المواقع الرياضية، تليها نسبة ضعيفة تقدر ب 14.61% تستخدم الإنترنت وتتصفح المواقع العملية والمعرفية، ونسبة أضعف تقدر ب 09.09% تفضل المواقع الإخبارية والصحفية، تليها المواقع الإسلامية والدينية وفقهية بنسبة 03.89%، كما أن نسبة ضعيفة قدرت ب 02.59% صرحت بمواقع أخرى تمثلت أساساً في (مواقع اجتماعية تعنى بالطفل والأمومة والمرأة والأسرة ومواقع بيئية، مواقع ترويجية تسويقية خاصة بمتعلق بالموضة والجمال، ومواقع للموسيقى والأغاني والأفلام والألعاب الإلكترونية)، أما المواقع الاقتصادية و التجارية فنسبتها كانت منعدمة لدى أفراد هذه الفئة العمرية.

والتفسير الذي يمكن تقديمه من أجل الفئة العمرية الأولى وتفضيلها للمواقع الثقافية والفنية في المقام الأول قد يكون بسبب عدم نضج هذه الفئة فكرياً وعاطفياً فيستخدمون هذه المواقع من أجل الإطلاع على أخبار النجوم والمشاهير، كما أنهم يدخلون إلى مواقع الموسيقى والأفلام والأغاني للفنانين المحبوبين

لديهم، أما تفضيل هذه الفئة في المقام الثاني المواقع الرياضية فقد يكون سبب استخدام هذه المواقع معرفة الأخبار الجديدة عن نجوم الرياضة، كذا مشاهدة المباريات الرياضية في ظل عدم توفر الإمكانات المادية لمشاهدتها على القنوات الفضائية المتخصصة، خاصة و أن فئة الطلبة هم من الشباب الذي تتوفر فيهم الحيوية والقوة و أكثرهم من الطلبة الذكور، أما المواقع العلمية والمعرفية فجاءت في المرتبة الثالثة بالنسبة لهذه الفئة، حيث يمكن تفسير هذا بكون أن هذه الفئة مازلت لم تخرج كلية من فترة المراهقة وبالتالي ترى أن اهتمامها بالمواقع الفنية والرياضية والثقافية يلبي حاجاتها أكثر من المواقع التي تعنى بالدراسة و البحث العلمي، أو نتيجة للتوفر المراجع والكتب على مستوى المكتبات الجامعية، وبالتالي لا تحتاج للمواقع العلمية في التحصيل العلمي والمعرفي.

أما الفئة العمرية الثانية "24-29 عاماً" فيستخدم أفرادها المواقع الاليكترونية الثقافية والفنية وبنسبة دون الخمسين بالمائة قدرت ب34.67%، تليها في المرتبة الثانية نسبة 29.83% تستخدم المواقع الإسلامية والدينية والفقهية، أما المواقع العلمية والمعرفية جاءت في المرتبة الثالثة 17.74% تليها المواقع الرياضية 13.70%، و بعدها في المرتبة الرابعة جاءت المواقع التجارية والاقتصادية بنسبة قدرت ب04.03%، كما أن أفراد هذه الفئة العمرية لا يتصفحون المواقع الإخبارية الصحفية.

وفيما يتعلق بتأويل خدمات الفئة العمرية الثانية فنستطيع القول بأن أفرادها يستخدمون الانترنت ويفضلون بالدرجة الأولى المواقع الفنية والثقافية، وقد يكون السبب مرتبطاً أساساً بخصائص الشباب بصفة عامة والطلبة بصفة خاصة، وما يستهويهم من مواقع فنية مرتبطة بمشاهير الفن ونجوم السينما، أما فيما يتعلق بالمواقع الدينية والفقهية، وقد يكون السبب نضج هذه الفئة فكرياً وعاطفياً ودينياً وبالتالي يتصفحون هذه المواقع سواء للبحث عن الفتوى من مشايخ ودعاة أو من أجل متابعة الأنشطة الدينية المختلفة المتوفرة على الشبكة، أما استخدامهم وتفضيلهم في المقام الثالث للمواقع العلمية والمعرفية يرتبط بصفاتهم كطلبة جامعيين يحتاجون للمحتويات هذه المواقع وما تتوفر عليه من مادة علمية من أجل انجاز البحوث أو إعداد تقارير التريص ومذكرات التخرج.

أما الفئة العمرية الثالثة "أكثر من 29 عاماً" فيستخدم أفرادها الانترنت بالدرجة الأولى المواقع الإسلامية الدينية والفقهية بنسبة 28.57%، وفي المرتبة الثانية جاءت المواقع الثقافية والفنية، والمواقع الرياضية بنسبة 22.85% لكل واحدة منها، تليها في المرتبة الرابعة المواقع الإخبارية والصحفية بنسبة 14.28%، وتليها في الأخير المواقع العلمية والمعرفية بنسبة 11.42%، كما أن أفراد هذه الفئة العمرية لا يتصفحون المواقع الاقتصادية والتجارية.

وفيما يتعلق بتفسير المواقع المفضلة للفئة العمرية الثالثة فنستطيع القول أن أفرادها يستخدمون المواقع الدينية فهم أكثر نضجاً فكرياً وعاطفياً واجتماعياً من الفئات العمرية الأقل سناً، وبالتالي هم

مرتبطين بالمسائل الاجتماعية والدينية التي تستوقفهم في حياتهم اليومية كأباء وكأزواج وكأفراد فاعلين في المجتمع الذي يعيشون فيه.

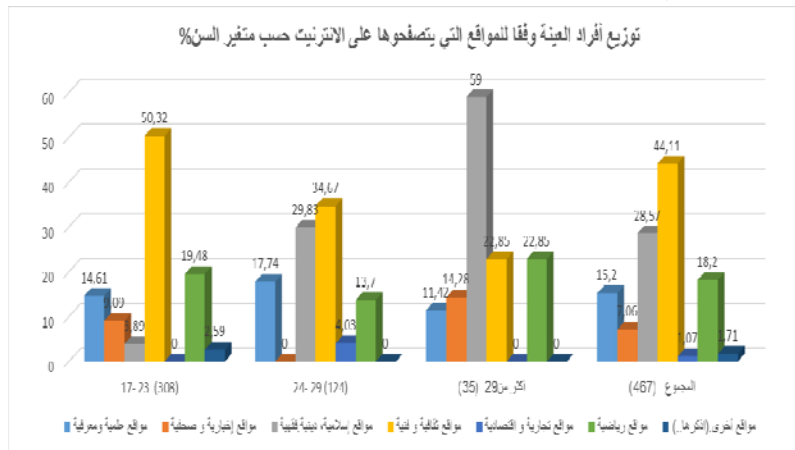
كما يمكن تفسير استخدام هذه الفئة العمرية للمواقع الفنية والرياضية وهذا راجع لشغفهم للمواد الرياضية وباختلاف أنواعها سواء كانت مباريات كرة قدم أم أخبار أو أخبار مرتبطة بالفن والسينما، أما المواقع الإعلامية والصحفية فيمكن تفسيرها أنه كلما كان أفراد العينة أكبر سناً كلما كان هناك اهتمام للمواقع الإخبارية والصحفية لمعرفة آخر المستجدات سواءً المحلية أو الإقليمية أو الدولية.

ومن خلال القراءة البيانات الإحصائية و اختبار كا2 تبين لنا أن قيمة مستوى المعنوية تساوي 0.000 وهي أقل من 0.05 وأقل من 0.01، كما أن قيمة كا2 المحسوبة تساوي 97.568 وهي أكبر من قيمة كا2 الجدولية التي بلغت 21.03 عند درجة حرية 12 ومستوى الثقة 0.05، وبالتالي توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عالية بين متغير السن والمواقع المفضلة لدى أفراد العينة.

وعليه، يمكن أن نستنتج أن متغير السن له دلالة إحصائية عالية بين متغير السن وتفضيل المواقع الالكترونية عند أفراد العينة من الطلبة، بحيث أن المواقع الثقافية والفنية هي أكثر استخداماً وتصفحاً وتفضيلاً سواءً عند الفئة العمرية الأولى أو الثانية، لكن بنسبة أكبر تفوق الخمسين بالمائة بالنسبة للفئة العمرية الأولى، أما الفئة العمرية الثالثة فتأتي المواقع الدينية الفقهية في المرتبة الأولى وهذا خلافاً للفئتين الأولى والثانية.

كما أن الفئة الأولى الأقل سناً، والفئة الثالثة الأكثر سناً، لا يستخدمون المواقع التجارية والاقتصادية، كما أن المواقع العلمية والفكرية احتلت المرتبة الثالثة بالنسبة للفئتين العمريتين الأولى والثانية، بينما احتلت المرتبة الخامسة بالنسبة للفئة العمرية الثالثة.

كما نلاحظ أن الفئة العمرية الثانية لا يستخدم أفرادها المواقع الإعلامية والصحفية عكس الفئة العمرية الأولى والثالثة التي احتلت فيها هذه المواقع المرتبة الرابعة من حيث التفضيل بالنسبة للفئتين وفيما يلي رسم توضيحي لتوزيع النسب المئوية في أعمدة تكرارية.



الشكل رقم (34): توزيع أفراد العينة وفقاً للمواقع التي يتصفحونها على الإنترنت حسب متغير السن.

الجدول رقم (35): يوضح توزيع أفراد العينة وفقا للمواقع التي يتصفحونها على الانترنت حسب متغير المستوى الجامعي.

المستوى الجامعي										المستوى الجامعي والتكرار والنسبة	
المجموع (ن=467)		ماستر 2 (ن=69)		ماستر 1 (ن=134)		السنة الثالثة ليسانس (ن=149)		السنة الثانية ليسانس (ن=115)			
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	المواقع المفضلة لدى أفراد العينة	
15.20	71	-	-	<u>31.34</u>	42	10.06	15	<u>12.17</u>	14	مواقع علمية ومعرفية.	
07.06	33	20.29	14	08.21	11	05.37	08	-	-	مواقع إخبارية وصحفية.	
12.63	59	<u>34.78</u>	24	-	-	<u>16.10</u>	24	09.56	11	مواقع إسلامية و دينية وفقهية	
44.11	206	<u>28.98</u>	20	<u>52.98</u>	71	<u>46.30</u>	69	<u>40.0</u>	46	مواقع ثقافية و فنية.	
01.07	05	-	-	0.74	01	-	-	03.47	04	مواقع تجارية واقتصادية.	
18.20	85	15.94	11	06.71	09	<u>16.77</u>	25	<u>34.78</u>	40	مواقع رياضية.	
01.71	08	-	-	-	-	05.37	08	-	-	مواقع أخرى	
100	497	100	69	100	134	100	149	100	115	المجموع	
0.000		قيمة احتمال المعنوية:				28.87		كا الجدولية:		168.569 : درجة الحرية: 18	

يظهر من خلال الجدول أعلاه أن فئة "السنة الثانية ليسانس" يستخدمون ويفضلون في المقام الأول المواقع الالكترونية الثقافية والفنية، وبنسبة 40.0 %، تليها المواقع الرياضية بنسبة 34.78%، أما المواقع العلمية والمعرفية جاءت بعدها بنسبة 12.17 %، تليها المواقع الإسلامية الفقهية بنسبة 09.56 %، وبعدها المواقع التجارية الاقتصادية بنسبة 03.47%، في حين انعدمت النسبة في المواقع الإخبارية الصحفية ، كما أن أفراد هذه الفئة لم يقدموا مواقع أخرى يفضلونها.

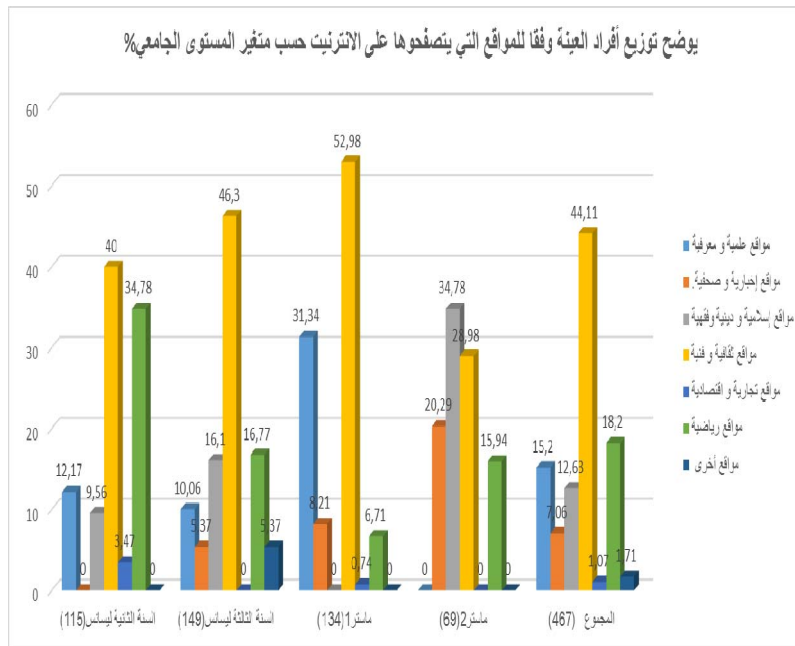
أما فئة "السنة الثالثة ليسانس" فإنهم يتابعون المواقع الثقافية والفنية بنسبة 46.30 %، تليها المواقع الرياضية بنسبة 16.77%، و 16.10% بالنسبة للمواقع الإسلامية والدينية، تليها المواقع العلمية والمعرفية بنسبة 10.06%، في حين المواقع الإخبارية والصحفية، وكذا مواقع أخرى تساوت نسبتها وقدرت ب 05.37% لكل واحدة منها، كما انعدمت النسبة في المواقع الاقتصادية والتجارية.

أما فئة "السنة أولى ماستر" فإنهم يفضلون المواقع الفنية بنسبة تفوق الخمسين بالمائة، حيث قدرت بـ 52.98%، تليها المواقع العلمية المعرفية بنسبة 31.34%، تليها المواقع الإخبارية و الصحفية بنسبة 08.21%، في حين سجلت المواقع الرياضية نسبة ضعيفة قدرت بـ 06.71%، أما المواقع التجارية والاقتصادية جاءت نسبتها ضعيفة جدا قدرت بـ 0.71%، في حين انعدمت النسبة في المواقع الإسلامية والدينية، والمواقع الأخرى.

أما فئة "السنة الثانية ماستر" فإنهم يستخدمون المواقع الإسلامية والدينية بنسبة قدرت بـ 34.78%، تليها المواقع الفنية بنسبة 28.98%، تليها المواقع الإخبارية و الصحفية بنسبة 20.29% في حين سجلت المواقع الرياضة نسبة ضعيفة قدرت بـ 15.94%، وانعدمت النسبة في باقي الخيارات ( المواقع العلمية المعرفية، المواقع الاقتصادية التجارية، ومواقع أخرى.)، ومن خلال القراءة الإحصائية و اختبار كا<sup>2</sup> يتبين لنا أن قيمة احتمال المعنوية تساوي 0.000، وهي أقل من 0.05، وأقل من 0.01 كما أن قيمة كا<sup>2</sup> المحسوبة تساوي 168.569 وهي أكبر من قيمة كا<sup>2</sup> الجدولية التي بلغت 28.87 عند درجة حرية 18 ومستوى الثقة 0.05، وبالتالي توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عالية بين متغير المستوى الجامعي والمواقع المفضلة عند أفراد العينة.

وعليه، يمكن أن نستنتج أن متغير المستوى الجامعي له دلالة إحصائية عالية، بحيث أن المواقع الدينية والإسلامية والفقهية، هي أكثر استخداماً وتصفحاً وتفضيلاً لفئة "السنة الثانية ماستر"، بينما انعدمت النسبة لدى فئة "السنة أولى ماستر"، و ضعيفة في المستويات الجامعية الأخرى، وهذا يمكن تفسيره ببداية تفرغ المتخرجين بالمسائل الدينية المرتبطة بمعترك الحياة ككل، على خلاف المستويات الجامعية الأخرى التي لا تزال تجتهد من أجل الحصول على مبتغاها.

كما أنه يوجد اختلاف فيما يخص المواقع العلمية والمعرفية التي احتلت المرتبة الثانية بالنسبة لفئة "السنة أولى ماستر"، بينما احتلت المرتبة الرابعة بالنسبة لفئة "السنة الثالثة ليسانس"، والمرتبة الثالثة بالنسبة لفئة "السنة الثانية ليسانس"، و انعدمت النسبة عند فئة "السنة الثانية ماستر"، وهذا يمكن تفسيره بالاقتراب من التخرج، حيث أنه كلما اقتربت الفئة الجامعية من التخرج كلما ابتعدت عن المواقع العلمية والمعرفية، وفيما يلي رسم توضيحي لتوزيع النسب المئوية في أعمدة تكرارية.



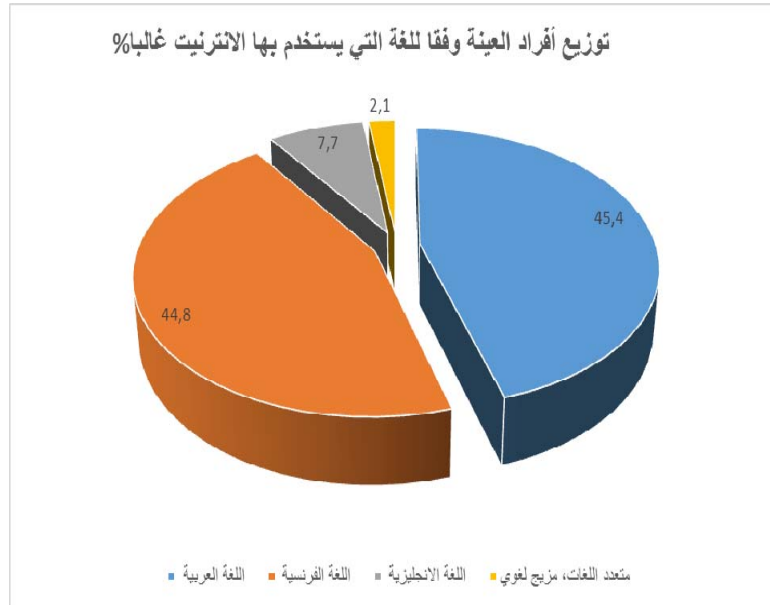
الشكل رقم (35): توزيع أفراد العينة وفقاً للمواقع التي يتصفحونها على الانترنت حسب متغير المستوى الجامعي.

الجدول رقم (36): يوضح توزيع أفراد العينة وفقاً للغة التي يستخدم بها الانترنت غالباً.

النسبة المئوية	التكرار	التوزيع
45.4	212	اللغة المفضلة لاستخدام الانترنت اللغة العربية
44.8	209	اللغة الفرنسية
07.70	36	اللغة الانجليزية
02.10	10	متعدد اللغات، مزيج لغوي
100	467	المجموع

يتضح من بيانات الجدول رقم (36)، أن 45.4% من أفراد العينة يتصفحون الانترنت باستخدام اللغة العربية، تليها نسبة 44.8% يتصفحون الانترنت باستخدام اللغة الفرنسية، أما الذين يستخدمون الانترنت باستخدام اللغة الانجليزية لا تتعدى 07.70%، أما نسبة 02.10% كانت لمتعددي اللغات أو ممن يستخدمون مزيجاً لغوياً، وهي نسبة ضئيلة جداً، وهذا يرجع إلى طبيعة المجتمع الجزائري الذي

يتحدث بلغتين هما اللغة العربية والفرنسية<sup>1</sup> لكن بطريقة جزائرية، وفيما يلي رسم توضيحي لتوزيع النسب المئوية في دائرة نسبية.



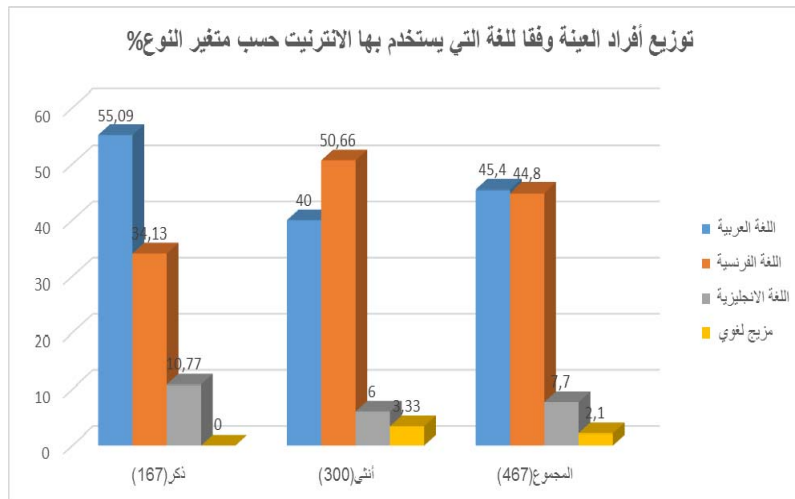
الشكل رقم(36): توزيع أفراد العينة وفقاً للغة التي يستخدم بها الانترنت غالباً

الجدول رقم (37): يوضح توزيع أفراد العينة وفقاً للغة التي يستخدم بها الانترنت حسب متغير النوع.

النوع						النوع والتكرار والنسبة	
المجموع(ن=467)		أنثى(ن=300)		ذكر(ن=167)			
%	ك	%	ك	%	ك	اللغة المفضلة لاستخدام الانترنت	
45.40	212	40.0	120	55.09	92		اللغة العربية
44.8	209	50.66	152	34.13	57		اللغة الفرنسية
07.70	36	06.0	18	10.77	18		اللغة الانجليزية
02.10	10	03.33	10	-	-		مزيج لغوي
100	467	100	300	100	167		المجموع
كا 2 المحسوبة : 20.679 درجة الحرية:3 كا 2 الجدولية: 7.81 قيمة احتمال المغنوية: 0.000							

<sup>1</sup> - انظر الملاحق.

يظهر من خلال الجدول أعلاه أن نسبة 55.09% من فئة الذكور يستخدمون اللغة العربية في المقام الأول لتصفح محتويات ومواقع الانترنت، تليها نسبة 34.13% يستخدمون اللغة الفرنسية، ثم اللغة الانجليزية بنسبة ضعيفة قدرت بـ 10.77%، وانعدمت نسبة من يستخدمون مزيجاً لغوياً. أما فئة الإناث فإنهن يستخدمن في المقام الأول اللغة الفرنسية بنسبة 50.66%، تليها 40.66% يستخدمن اللغة العربية، ثم 06.0% يستخدمن اللغة الانجليزية، في حين 03.33% صرحن بأنهن يستخدمن مزيجاً لغوياً فيصفح مواقع الانترنت، كما أن النتائج الإحصائية واختبار كا2 بيرسون يبين أن قيمة احتمال المعنوية تساوي 0.000، وهي أقل من 0.05 وأقل كذلك من 0.01، كما أن قيمة كا2 المحسوبة تساوي 20.679، وهي أكبر من قيمة كا2 الجدولية التي بلغت 7.81 عند درجة حرية 3 ومستوى الثقة 0.05 وبالتالي توجد فروق ذات دلالة إحصائية عالية بين متغير النوع واللغة المفضلة في تصفح الانترنت من طرف الطلبة الجامعيين من أفراد العينة محل الدراسة، وفيما يلي رسم توضيحي لتوزيع النسب المئوية في أعمدة تكرارية.



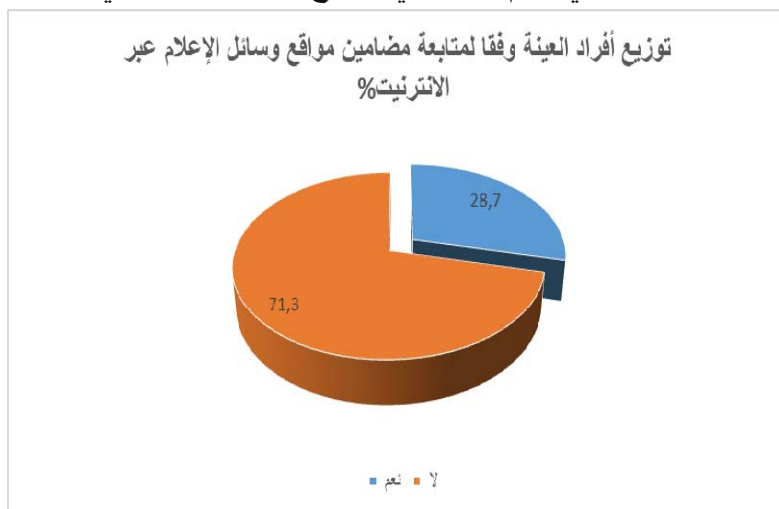
الشكل رقم (37): توزيع أفراد العينة وفقاً للغة التي يستخدم بها الانترنت حسب متغير النوع.

الجدول رقم (38): يوضح توزيع أفراد العينة وفقاً لمتابعة مضامين مواقع وسائل الإعلام عبر الانترنت.

النسبة المئوية	التكرار	التوزيع
28.7	134	متابعة مضامين مواقع وسائل الإعلام عبر الانترنت
71.3	333	لا
100	467	المجموع



تشير بيانات الجدول رقم (38) إلى أن نسبة 28.7% من الطلبة أجابوا بمتابعتهم للمواقع الإعلامية الأخرى عبر الانترنت، و71.3% أجابوا بالنفي، ولعل ذلك يرجع لاستخدام الانترنت في خدمات لا توفرها وسائل الإعلام التقليدية من إذاعة وتلفزيون وفضائيات وصحف ومجلات، أما بعض أفراد العينة الذين يتابعون مواقع الفضائيات والإذاعات والصحف عبر الانترنت، فقد يرجع السبب في ذلك إلى لجوء البعض من الشباب والطلبة لهذه المواقع لمتابعة الأفلام والمسلسلات والمباريات الرياضية والاستماع إلى الأغاني، وهذا سواءً لمجانيتها، فضلاً عن تعثر الحصول عليها أو تفويتها في أحيان أخرى بسبب الانشغال بالدراسة أو العمل، وفيما يلي رسم توضيحي لتوزيع النسب المئوية في دائرة نسبية.



الشكل رقم (38): توزيع أفراد العينة وفقاً لمتابعة مضامين مواقع وسائل الإعلام عبر الانترنت.

الجدول رقم (39): يوضح توزيع أفراد العينة وفقاً لمتابعة مضامين مواقع وسائل الإعلام عبر الانترنت حسب متغير النوع.

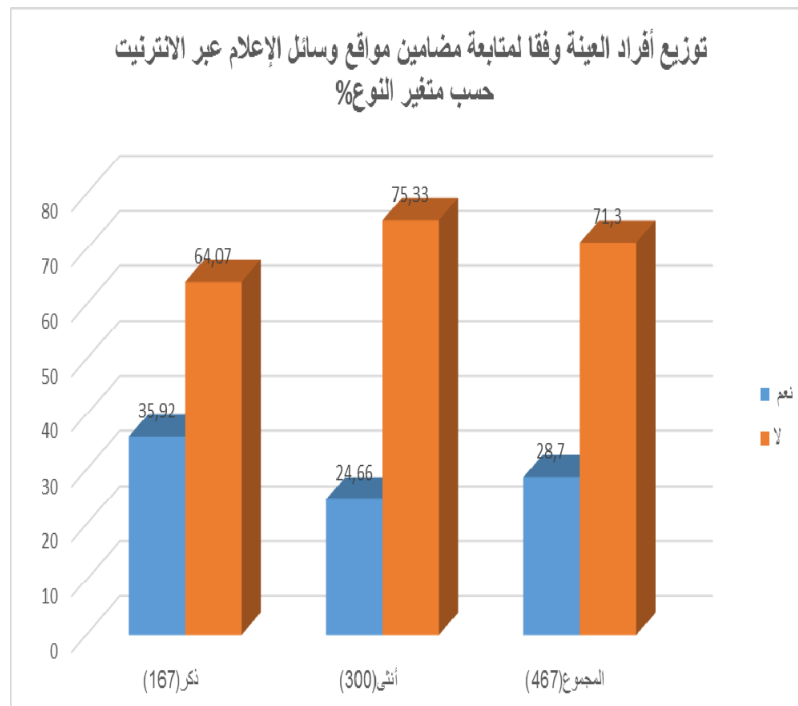
النوع						النوع والتكرار والنسبة
المجموع (ن=467)		أنثى (ن=300)		ذكر (ن=167)		
%	ك	%	ك	%	ك	متابعة مضامين مواقع وسائل الإعلام عبر الانترنت
28.70	134	24.66	74	35.92	60	نعم
71.30	333	75.33	226	64.07	107	لا
100	467	100	300	100	167	المجموع
قيمة احتمال المعنوية: 0.010		كا الجدولية: 3.84		درجة الحرية: 1		كا المحسوبة: 6.650

يتضح لنا من خلال الجدول رقم(39)، أن 64.07 % من الذكور لا يتابعون مضامين مواقع وسائل الإعلام عبر الانترنت في مقابل 75.33% من الإناث لا يشاهدن برامج وسائل الإعلام عبر الانترنت، في حين 35.92% من الذكور يتابعون محتويات وسائل الإعلام عبر مواقع الانترنت في مقابل 24.66% من الإناث أجبين بالنفي.

وعليه، يمكن تفسير ذلك فيما يخص أغلبية أفراد العينة من الذكور والإناث لا يتابعون مضامين وسائل الإعلام التقليدية عبر مواقع الانترنت، وهذا يمكن تفسيره بخصوصية كل وسيلة إعلامية<sup>1</sup> وما تقدمه من محتوى يكون مرتبط بالوسيلة في حد ذاتها وبسياق معين، فمثلاً الأفلام التلفزيونية تركز على المشهدية في أجواء معينة، فلا تعطي نفس الشعور والإحساس عند مشاهدة فيلم سينمائي في مواقع اليكترونية، كذلك الصحف فمطالعتها في نسختها الورقية يختلف عن مطالعتها في نسختها الاليكترونية.

أما فيما يخص تفسير متابعة بعض أفراد العينة لمضامين وسائل إعلامية عبر الانترنت، فقد يكون الأمر بالنسبة للذكور مرتبط بالمجانبة التي توفرها الانترنت فتستغل بعض المواقع لتحميل الأفلام الحديثة ومشاهدتها، ومشاهده مباريات كرة قدم التي تشترط اشتراك معين في بعض الفضائيات، كما يمكن أن يكون السبب مرتبط بمتابعة بعض البرامج تم تفويتها بسبب انشغالهم الدراسة والعمل، كما أن النتائج الإحصائية و اختبار كا2 يبين أن قيمة احتمال المعنوية تساوي 0.01 وهي أقل من 0.05 وتساوي 0.01 كما أن قيمة كا2 المحسوبة تساوي 6.650، وهي أكبر من قيمة كا2 الجدولية التي بلغت 3.84 عند درجة حرية 1 ومستوى الثقة 0.05، وبالتالي توجد فروق ذات دلالة إحصائية عالية بين متغير النوع ومتابعة المضامين الإعلامية عبر الانترنت، وفيما يلي رسم توضيحي لتوزيع النسب المئوية في أعمدة تكرارية.

<sup>1</sup> - انظر الملاحق.



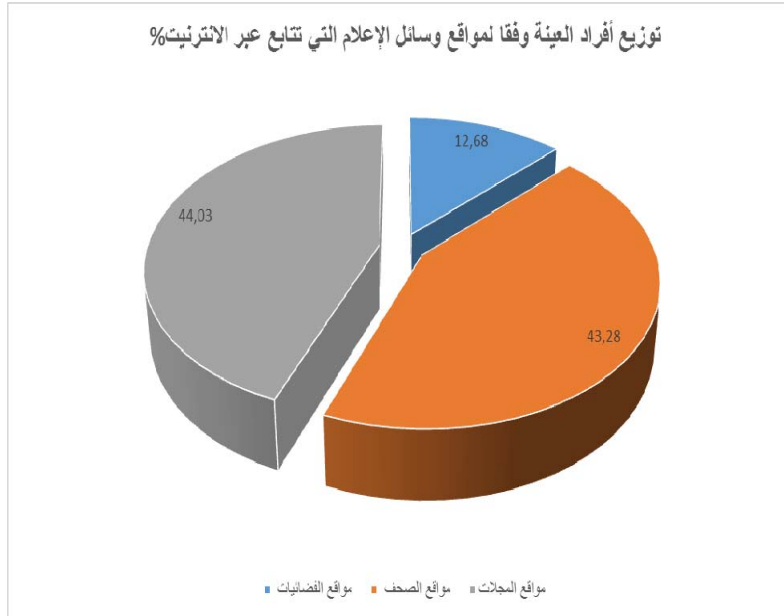
الشكل رقم (39): توزيع أفراد العينة وفقاً لمتابعة مضامين مواقع وسائل الإعلام عبر الإنترنت حسب متغير النوع.

الجدول رقم (40): يوضح توزيع أفراد العينة وفقاً لمواقع وسائل الإعلام التي تتابع عبر الإنترنت.

النسبة المئوية	التكرار	التوزيع
		مواقع وسائل الإعلام التقليدية التي تتابع عبر الإنترنت
12.68	17	مواقع الفضائيات
43.28	58	مواقع الصحف
44.03	59	مواقع المجلات
100	134	المجموع

تبرز بيانات الجدول رقم (40) حصول مواقع المجلات والصحف على ترتيب أولويات اهتمامات أفراد العينة التي أقرت بمتابعتها لوسائل الإعلام التقليدية عبر الإنترنت، وجاءت المجلات بنسبة 44.03%، تليها 43.28% بالنسبة للصحف، أما مواقع الفضائيات فجاءت في المرتبة الأخيرة بنسبة 12.68%، وهذا يمكن تفسيره بغلاء أثمان المجلات سواء الرياضية أو النسوية، والفنية، وبالتالي يلجأ أفراد العينة إلى مطالعتها عبر الإنترنت، وهذا لمجانيتها، كما اختلت مواقع الصحف المرتبة الثانية بنسبة

تقترب من نسبة المجلات، وقد يُعد ذلك أمراً منطقياً بسبب لجوء معظم الطلبة إليها للإطلاع على النسخ الاليكترونية من الصحف الورقية، وذلك لمجانيتها، فضلا عن تعثر الحصول على الصحف الورقية في بعض الأحيان، وفيما يلي رسم توضيحي لتوزيع النسب المئوية في دائرة نسبية.



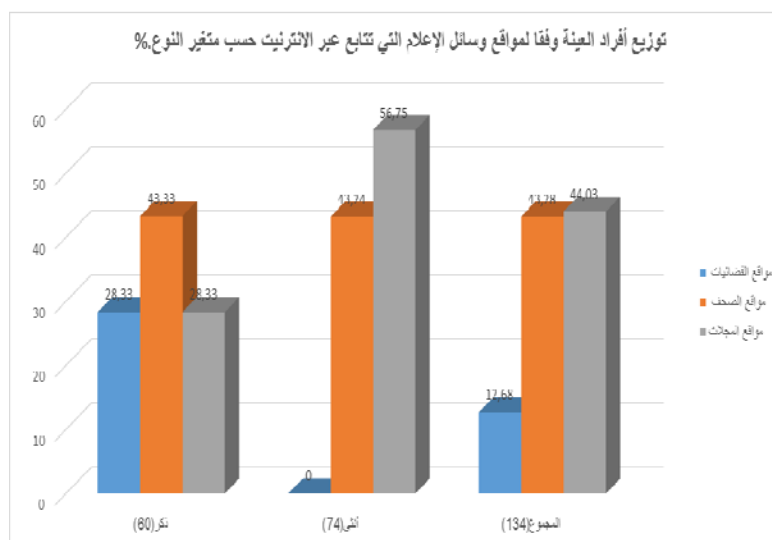
الشكل رقم (40): توزيع أفراد العينة وفقاً لمواقع وسائل الإعلام التي تتابع عبر الانترنت

الجدول رقم (41): توزيع أفراد العينة وفقاً لمواقع وسائل الإعلام التي تتابع عبر الانترنت حسب متغير النوع.

النوع						النوع والتكرار والنسبة
المجموع (م=134)		أنثى (م=74)		ذكر (م=60)		
%	ك	%	ك	%	ك	مواقع وسائل الإعلام التقليدية التي تتابع عبر الانترنت
12.68	17	-	-	28.33	17	مواقع الفضائيات
43.28	58	43.24	32	43.33	26	مواقع الصحف
44.03	59	56.75	42	28.33	17	مواقع المجلات
100	134	100	74	100	60	المجموع
كا2 المحسوبة : 35.762 درجة الحرية : 3 كا2 الجدولية : 7.81 قيمة احتمال المغوية : 0.000						

يظهر من خلال الجدول أعلاه أن فئة الذكور يتابعون النسخ الاليكترونية من الصحف الورقية في المقام الأول، وبنسبة 43.33%، تليها مواقع المجالات والفضائيات بنفس النسبة، وقدرت 28.33% لكل واحدة منهما.

أما فئة الإناث فإنهن يتابعن مواقع المجالات بنسبة عالية تفوق الخمسين بالمائة قدرت ب 56.75%، تليها متابعة النسخ الاليكترونية للصحف بنسبة 43.24%، في حين انعدمت النسبة في مواقع الفضائيات، كما النتائج الإحصائية و اختبار كا2 يبين أن قيمة احتمال المعنوية تساوي 0.000 وهي أقل من 0.05، وأقل كذلك من 0.01، كما أن قيمة كا2 المحسوبة تساوي 35.762 وهي أكبر من قيمة كا2 الجدولية التي بلغت 7.81 عند درجة حرية 3 ومستوى الثقة 0.05، وبالتالي توجد فروق ذات دلالة إحصائية عالية بين متغير النوع ومواقع وسائل الإعلام التقليدية التي تتابع من قبل أفراد العينة من الطلبة الجامعيين، وفيما يلي رسم توضيحي لتوزيع النسب المئوية في أعمدة تكرارية.



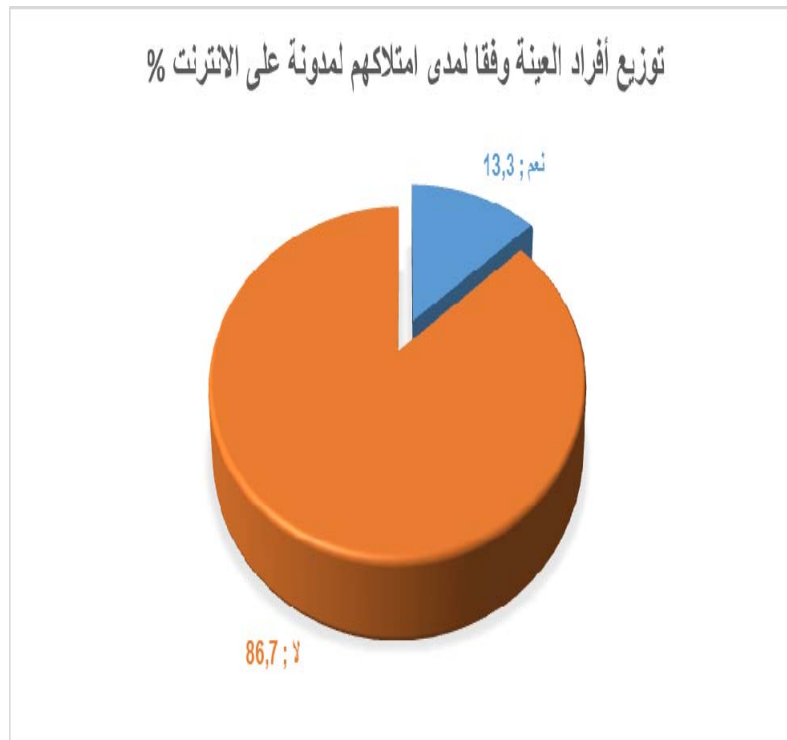
الشكل رقم (41): توزيع أفراد العينة وفقاً لمواقع وسائل الإعلام التي تتابع عبر الإنترنت حسب متغير النوع.

الجدول رقم (42): يوضح توزيع أفراد العينة وفقاً لمدى امتلاكهم لمدونة على الإنترنت.

النسبة المئوية	التكرار	التوزيع
13.3	62	امتلاك مدونة نعم
86.7	405	لا
100	467	المجموع

تشير بيانات الجدول رقم (42) أن نسبة كبيرة من أفراد العينة تقدر بـ 86.7% لا تملك مدونات، في حين 13.3% صرحوا بامتلاكهم لها، وهي نسبة ضعيفة مقارنة بحجم العينة، ويمكن تفسير ذلك بكون أن المدونات فرضت نفسها بشكل مكثف في السنوات الأخيرة الأمر الذي مكنها من تجاوز احتكار الدول بمختلف قنواتها الإعلامية للمعلومات والأخبار، وبالتالي كانت من ضمن الوسائل التي اعتمد عليها النشطاء السياسيين والبيئيين والإعلاميين لتجاوز كل أنماط الرقابة والمعلومات، ولعل بروز مواقع التواصل الاجتماعي كان بمثابة البديل الذي يعتمد عليه الطلبة من أجل التعبير عن الأفكار والوصول للمعلومات، كما أنها تحتاج إلى إمكانيات تقنية وفنية وحتى مادية من أجل تحديثها ومتابعة القضايا المختلفة.

وبدأ التراجع للمدونات بسبب اتهام المدونين بالاهتمام بالقضايا التي تثير الفتن والنزاعات والصراعات، كما أنها لم تعد متحررة من قيود الرقابة بل أصبحت في الآونة الأخيرة في أعين الرقابة بصفة مستمرة، وهذا ما جعل البعض لا يريدون الخوض فيها وامتلاكها، وفيما يلي رسم توضيحي لتوزيع النسب المئوية في دائرة نسبية.

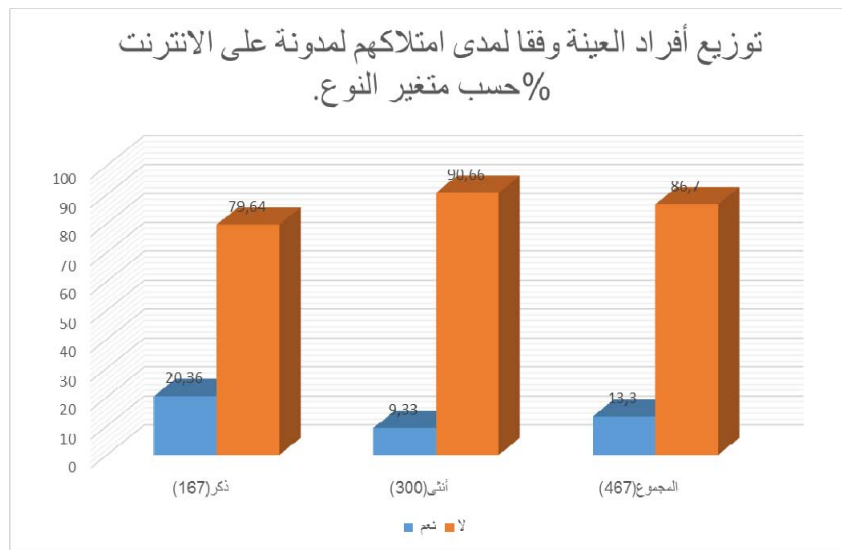


الشكل رقم (42): توزيع أفراد العينة وفقاً لمدى امتلاكهم لمدونة على الانترنت

الجدول رقم (43): يوضح توزيع أفراد العينة وفقاً لمدى امتلاكهم لمدونة على الانترنت حسب متغير النوع.

النوع						النوع والتكرار امتلاك مدونة
المجموع (ن=467)		أنثى (ن=300)		ذكر (ن=167)		
%	ك	%	ك	%	ك	
13.30	62	09.33	28	20.36	34	نعم
86.70	405	90.66	272	79.64	133	لا
100	467	100	300	100	167	المجموع
كا2 المحسوبة: 11.328 درجة الحرية: 1 كا2 الجدولية: 3.84 قيمة احتمال المعنوية: 0.001						

يتضح من خلال الجدول رقم (43) ، أن 90.66% من الإناث لا يملكون مدونات، في حين من أجابوا ب"نعم" فقد قدرت نسبتهم 09.33%، أما 79.64% من الذكور أجابوا بعدم امتلاكهم لمدونات بينما 20.36% منهم أجابوا ب"نعم"، وبالتالي نلاحظ أنه بالرغم من أن نسبة الذين يمتلكون مدونات ضعيفة جداً، إلا أن نسبة الذكور تبقى هي الأكثر امتلاكاً للمدونات من الإناث، وهذا يمكن تفسيره بالطابع الشخصي الذي تتميز به المدونات، فنجد الذكور هم أكثر الفئات التي تحب التمرد وتجاوز أنماط الرقابة التي تفرضها بعض الجهات على المعلومات والأفكار والآراء خاصة لما يتعلق الأمر بالجانب السياسي، بينما نجد الإناث لا يحبذن هذه الأنشطة خاصة إذا كانت سياسية، كما أن اختبار كا2 بيرسون يبين أن قيمة احتمال المعنوية تساوي 0.001 وهي أقل من 0.05، وأقل كذلك من 0.01، كما أن قيمة كا2 المحسوبة تساوي 11.328 وهي أكبر من قيمة كا2 الجدولية التي بلغت 3.84 عند درجة حرية 1 ومستوى الثقة 0.05، وبالتالي توجد فروق ذات دلالة إحصائية عالية بين متغير النوع ومتغير امتلاك مدونات من طرف أفراد العينة، وفيما يلي رسم توضيحي لتوزيع النسب المئوية في أعمدة تكرارية.



الشكل رقم (43): توزيع أفراد العينة وفقاً لمدى امتلاكهم لمدونة على الانترنت حسب متغير النوع.

الجدول رقم (44): يوضح توزيع أفراد العينة وفقاً لنوعية المدونات التي قاموا بفتحها.

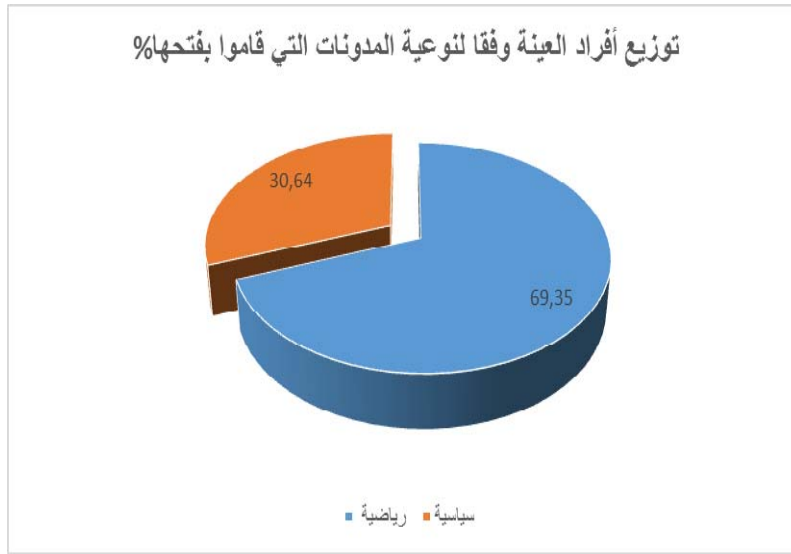
النسبة المئوية	التكرار	التوزيع
69.35	43	رياضية
30.64	19	سياسية
100	62	المجموع

أما عن نوعية المدونات التي يمتلكها أفراد العينة فمن صرحوا بامتلاكها، فتشير بيانات الجدول رقم (44)، أن 69.35% من أفراد العينة يملكون مدونات رياضية، في حين 30.64% فتحوا مدونات سياسية، وحصول المدونات الرياضية على الترتيب الأول بالنسبة لاهتمامات الطلبة الذين يملكون مدونات، وتليها مباشرة المدونات السياسية، وربما يعكس ارتفاع نسبة الاهتمام بالمدونات الرياضية والسياسية حرص طلبة الجامعة على الاهتمام بالرياضة والسياسية باعتبارهما قضيتين رئيسيتين تشغلان بال معظم الشباب في هذه الفترة العمرية، مع تراجع طفيف للمدونات السياسية بسبب ظهور ظاهرة العزوف عند الشباب عن الموضوعات السياسية في كثير من دول العالم خاصة في الوطن العربي و الملاحظات التي تعرض لها بعض المدونين و نشطاء في بعض الدول بسبب مدوناتهم التي اعتبرت مثيرة للجدل.

و ربما تتوافق هذه النسب مع توجهات الشباب بصفة عامة والطلبة بصفة خاصة، فنجد أغلبية أفراد العينة لم يفتحوا مدونات، وهذا راجع للمهارات التي يتطلبها هذا النوع من المواقع الشخصية وارتباطها باهتمامات متنوعة تجعل المدون يواظب ويستمر في تحين محتواها.



أما النسبة الضئيلة جداً التي تملك مدونات فنوعها ينحصر في المدونات الرياضية، وهذا يتوافق مع اهتمامات الشباب بصفة عامة ومنهم الطلبة، أما المدونات السياسية فتدخل في دائرة اهتمام طلبة الإعلام والاتصال ومتابعيهم للقضايا المحلية والدولية التي تستأثر اهتمامهم، خاصة وأن هذا النوع من المدونات تتيح للطالب أن يكون صحفياً أو ناشطاً في مجال معين يستأثر اهتمامه، وتمكنه من إيصال رأيه وصوته إلى الآخرين دون عوائق، كما تتيح المدونات لفئة الطلبة منفذاً فريداً من نوعه للتعبير عن أنفسهم وتطلعاتهم وأهدافهم، وفيما يلي رسم توضيحي لتوزيع النسب المئوية في دائرة نسبية.



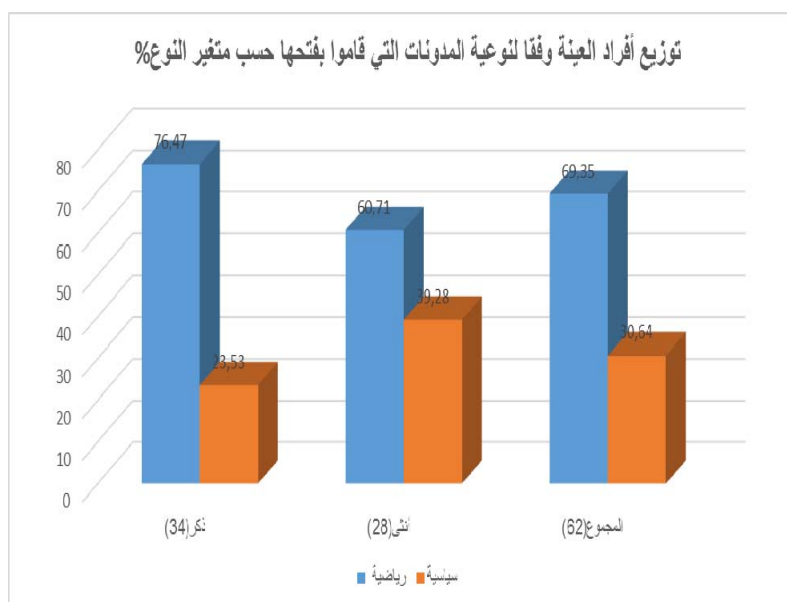
الشكل رقم (44): توزيع أفراد العينة وفقاً لنوعية المدونات التي قاموا بفتحها

الجدول رقم (45): يوضح توزيع أفراد العينة وفقاً لنوعية المدونات التي قاموا بفتحها حسب متغير النوع.

النوع						النوع والتكرار والنسبة
المجموع (م=62)		أنثى (م=28)		ذكر (م=34)		
%	ك	%	ك	%	ك	
69.35	43	60.71	17	76.47	26	رياضية
30.64	19	39.28	11	23.53	08	سياسية
100	62	100	28	100	34	المجموع
0.001: قيمة احتمال المغنوية:		5.99		2 كا الجدولية:		13.261 درجة الحرية: 2

يظهر من خلال الجدول رقم (45)، أن 76.47% من فئة الذكور فتحوا مدونات رياضية، تليها 23.53% فتحوا مدونات سياسية.

أما فئة الإناث فإنهن فتحن مدونات رياضية قدرت ب 60.71 %، تليها المدونات السياسية بنسبة 39.28%، كما أن اختبار كا<sup>2</sup> بيرسون يوضح أن قيمة احتمال المعنوية تساوي 0.001 وهي أقل من 0.05 وأقل كذلك من 0.01، كما أن قيمة كا<sup>2</sup> المحسوبة تساوي 13.261 وهي أكبر من قيمة كا<sup>2</sup> الجدولية التي بلغت 5.99 عند درجة حرية 2 ومستوى الثقة 0.05، وبالتالي توجد فروق ذات دلالة إحصائية عالية بين مغير النوع ومتغير نوع المدونات التي تم فتحها من قبل أفراد العينة من الطلبة الجامعيين، وفيما يلي رسم توضيحي لتوزيع النسب المئوية في أعمدة تكرارية.



الشكل رقم (45): توزيع أفراد العينة وفقاً لنوعية المدونات التي قاموا بفتحها حسب متغير النوع.

الجدول رقم (46): يوضح توزيع أفراد العينة وفقاً لمدى متابعتهم للمدونات على الانترنت.

النسبة المئوية	التكرار	التوزيع
04.28	20	متابعة المدونات دائماً
31.26	146	أحياناً
64.45	301	لا
100	467	المجموع

تشير بيانات الجدول رقم(46) إلى أن نسبة 64.45% من مجموع أفراد العينة "لا" يتابعون المدونات الالكترونية، تليها "أحيانا" بنسبة تقدر ب31.26%، بينما كان هناك 04.28% يتبعونها بصفة دائمة، وفيما يلي رسم توضيحي لتوزيع النسب المئوية في دائرة نسبية.



الشكل رقم (46): توزيع أفراد العينة وفقاً لمدى متابعتهم للمدونات على الانترنت

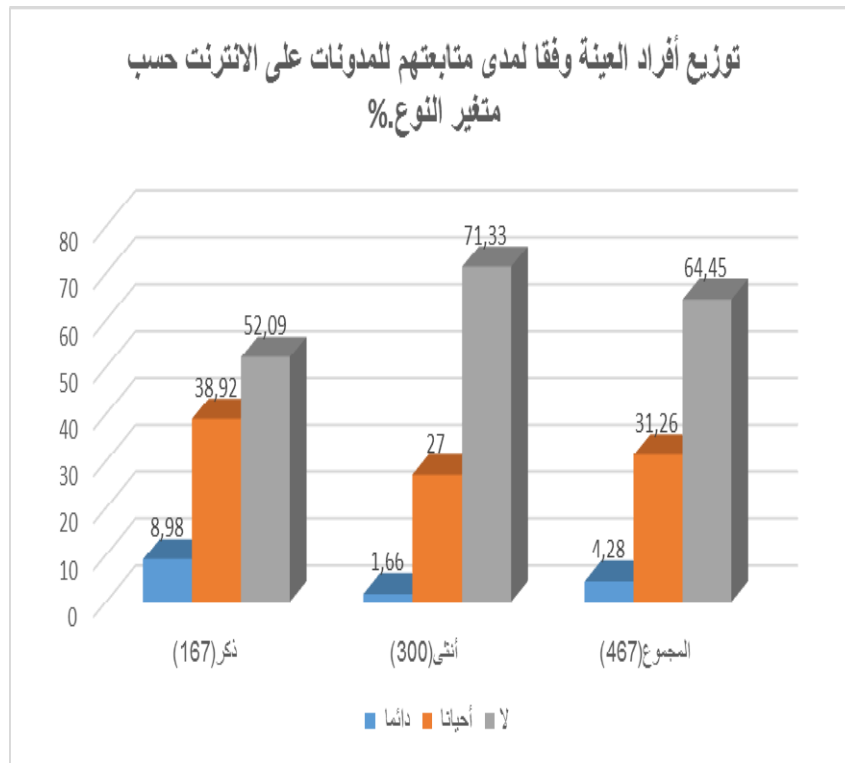
الجدول رقم (47): يوضح توزيع أفراد العينة وفقاً لمدى متابعتهم للمدونات على الانترنت حسب متغير النوع.

النوع						النوع والتكرار
المجموع (ن=467)		أنثى (ن=300)		ذكر (ن=167)		
%	ك	%	ك	%	ك	
04.28	20	01.66	05	08.98	15	دائماً
31.26	146	27.0	81	38.92	65	أحياناً
64.45	301	71.33	214	52.09	87	لا
100	467	100	300	100	167	المجموع
كا2 المحسوبة : 10.470 درجة الحرية: 2 كا2 الجدولية: 5.99 قيمة احتمال المغنوية: 0.005						

يتضح لنا من خلال الجدول رقم (47) أن الإناث أجبن بعدم متابعتهم للمدونات بنسبة قدرت ب71.33%، تليها "أحياناً" بنسبة 27.0%، أما "دائماً" فقدرت ب01.66%، في حين 52.09% من الذكور "لا" يتابعوا المدونات، تليها "أحياناً" بنسبة قدرت ب38.92%، أما "دائماً" فبلغت 08.98%.

ومنه نستنتج أن نسبة الإناث اللاتي لا يتابعن المدونات تفوق نسبة الذكور، وذلك راجع إلى وجود مواقع التواصل الاجتماعي كبديل، أو أن المدونات بطبيعتها محتواها تحتاج إلى جهد معين يرتبط بأشخاص من خاص.

وقد كانت إجابة "أحيانا" مرتفعة نوعا ما لدى كل من الإناث والذكور، وربما يرجع ذلك إلى انشغالهم بالدراسة أو العمل، أو أن مواقع التواصل الاجتماعي أصبحت تتوفر على كل القضايا التي يمكن أن تناقش أو تقدم على مستوى المدونات، كما يمكن أن يرجع السبب إلى طبيعة المحتوى في حد ذاته الذي يحتاج إلى متابعين من نوع خاص يؤمنون بالقضايا التي يطرحونها على هذه المدونات سواء كانت سياسية أو اقتصادية أو اجتماعية أو بيئية، كما أن اختبار كا2 بيرسون يوضح أن قيمة احتمال المعنوية تساوي 0.005 وهي أقل 0.05، وأقل كذلك من 0.01 كما أن كا2 المحسوبة تساوي 10.470 وهي أكبر من قيمة كا2 الجدولية التي بلغت 5.99 عند درجة حرية 2 ومستوى الثقة 0.05، وبالتالي توجد فروق ذات دلالة إحصائية عالية بين مغير النوع ومتغير متابعة المدونات من قبل أفراد العينة وفيما يلي رسم توضيحي لتوزيع النسب المئوية في أعمدة تكرارية.



الشكل رقم (47): توزيع أفراد العينة وفقاً لمدى متابعتهم للمدونات على الانترنت حسب متغير النوع.

الجدول رقم (48): يوضح توزيع أفراد العينة وفقاً لنوعية المدونات التي يتابعونها.

النسبة المئوية	التكرار	التوزيع نوع المدونات التي يتابعها أفراد العينة
39.75	66	رياضية
47.59	79	سياسية
12.65	21	ثقافية وفنية
100	166	المجموع

قبل أن نقوم بتحليل هذا الجدول يجب أن نشير أن هذا السؤال مرتبط بسؤال مفتوح، لم تتم الإجابة عليه من كل أفراد العينة (سواء بصفة دائمة أو أحيانا)، و انحصر عددهم ب166 مفردة، وتم تبويب إجاباتهم في ثلاث فئات رئيسية وهي: المدونات الرياضية، المدونات السياسية، والمدونات فنية (سينمائية وغنائية خاصة..).

أما عن نوعية المدونات التي يتابعها أفراد العينة فتبرز بيانات الجدول رقم(48)، حصول المدونات السياسية على النسبة الأعلى ضمن اهتمامات أفراد العينة عموماً بنسبة 47.59% (وجاءت على شكل مدونات لشخصيات سياسية وإعلامية عربية و أجنبية ومحلية، مدونات لنشطاء سياسيين وحقوقيين وأساتذة جامعيين.. )، و يتناسب ارتفاع هذه النسبة مع رغبة أفراد العينة من الطلبة في معرفة كل ما يتعلق بالقضايا السياسية سواءً كانت محلية أو إقليمية أو عالمية، تليها الرياضية بنسبة 39.75% ( مرتبطة أساساً بنجوم الرياضة، نوادي رياضية، رياضات مختلفة..)، و ربما تتوافق هذه النسبة مع توجهات الشباب وخاصة الذكور نحو الاهتمام بالرياضة بشكل عام، وكرة القدم بشكل خاص، وفي الأخير نسبة 12.65 % للمدونات الفنية (مدونات خاصة بمشاهير السينما، هوليود وبوليوود، مغنين ومطربين محليين وأجانب ومدونات فن الطبخ والسياحة...)، التي تكون مرتبطة بمجالات الفن والمشاهير، وكذا السينما... الخ.

ويلجأ الطلبة إلى هذه المدونات لأنها تتيح للمدون أو المتابع أن يكون صحفياً بعيداً عن الرقابة التي تمارسها السلطات، وبالتالي تكون أكثر مصداقية من القنوات الإخبارية الأخرى، وتتيح المدونات فضاءات متنوعة لإيصال الأصوات والأفكار والمعلومات والحقائق دون قيود، كما تمنح الفئات المختلفة ومنهم الطلبة والشباب حين لا يجدون قنوات لإسماع صوتهم للتعبير عن أنفسهم بجرأة وبدون خوف يصل في بعض المرات إلى حالة التمرد على كل شيء، وفيما يلي رسم توضيحي لتوزيع النسب المئوية في دائرة نسبية.



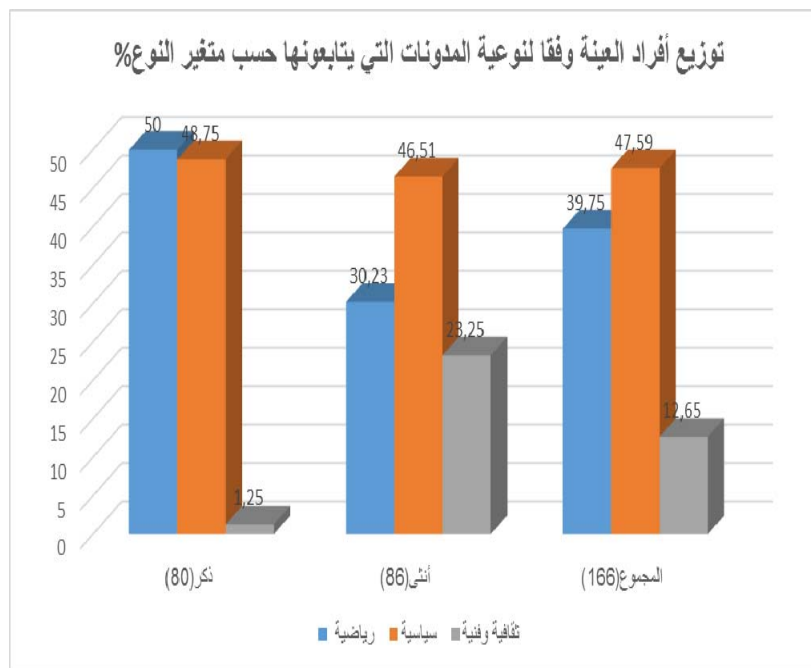
الشكل رقم (48): توزيع أفراد العينة وفقاً لنوعية المدونات التي يتابعونها

الجدول رقم (49): يوضح توزيع أفراد العينة وفقاً لنوعية المدونات التي يتابعونها حسب متغير النوع.

النوع						النوع والتكرار والنسبة	نوع المدونات التي يتابعها أفراد العينة	
المجموع (م=166)		أنثى (م=86)		ذكر (م=80)				
%	ك	%	ك	%	ك			
39.75	66	30.23	26	50.0	40		رياضية	
47.59	79	46.51	40	48.75	39		سياسية	
12.65	21	23.25	20	01.25	01		ثقافية وفنية	
100	166	100	86	100	80		المجموع	
0.000						39.049	درجة الحرية: 3	كا 2 المحسوبة: 39.049
7.81						كا 2 الجدولية: 7.81	قيمة احتمال المعنوية: 0.000	

يظهر من خلال الجدول رقم (49)، أن 46.51% من فئة الإناث يتابعن المدونات السياسية تليها المدونات الرياضية بنسبة 30.23%، في حين جاءت المدونات الفنية بنسبة 23.25%. أما فئة الذكور فإنهم يتابعون المدونات السياسية بنسبة 48.75%، تليها المدونات الرياضية بنسبة قدرت ب 50.0%، في جاءت المدونات الثقافية و الفنية في المرتبة الأخيرة بنسبة ضعيفة جداً قدرت ب 01.25%، كما يبين اختبار كا 2 بيرسون أن قيمة احتمال المعنوية تساوي 0.000 وهي أقل من

قيمة 0.05 وأقل كذلك من 0.01، كما أن قيمة كا2 المحسوبة تساوي 39.049 وهي أكبر من قيمة كا2 الجدولية التي بلغت 7.81 عند درجة حرية 3 ومستوى الثقة 0.05، وبالتالي توجد فروق ذات دلالة إحصائية عالية بين متغير النوع ونوع المدونات التي يتابعها أفراد العينة، وفيما يلي رسم توضيحي لتوزيع النسب المئوية في أعمدة تكرارية.



الشكل رقم (49): توزيع أفراد العينة وفقاً لنوعية المدونات التي يتابعونها حسب متغير النوع

الجدول رقم (50): يوضح توزيع أفراد العينة وفقاً لفتحهم لحسابات خاصة على الانترنت في مختلف المواقع.

النسبة المئوية	التكرار	التوزيع
		فتح حسابات خاصة في مختلف المواقع
81.58	381	نعم
18.41	86	لا
100	467	المجموع

أما عن فتح أفراد العينة لحسابات خاصة على الانترنت في مختلف المواقع التي تسمح بذلك فتبرز بيانات الجدول رقم (50)، أن 81.58% من أفراد العينة يملكون حسابات خاصة، بينما 18.41% لا يملكون هذا النوع من الحسابات، هذا ربما يرجع إلى فائدة هذه الحسابات بالنسبة للشباب بصفة عامة

والطلبة بصفة خاصة، وما تتيحه من فائدة في التواصل أو إقامة العلاقات والصدقات، و حتى فيما يتعلق بالبحث العلمي والدراسة، وفيما يلي رسم توضيحي لتوزيع النسب المئوية في دائرة نسبية.



الشكل رقم (50): توزيع أفراد العينة وفقاً لفتحهم لحسابات خاصة على الانترنت في مختلف المواقع.

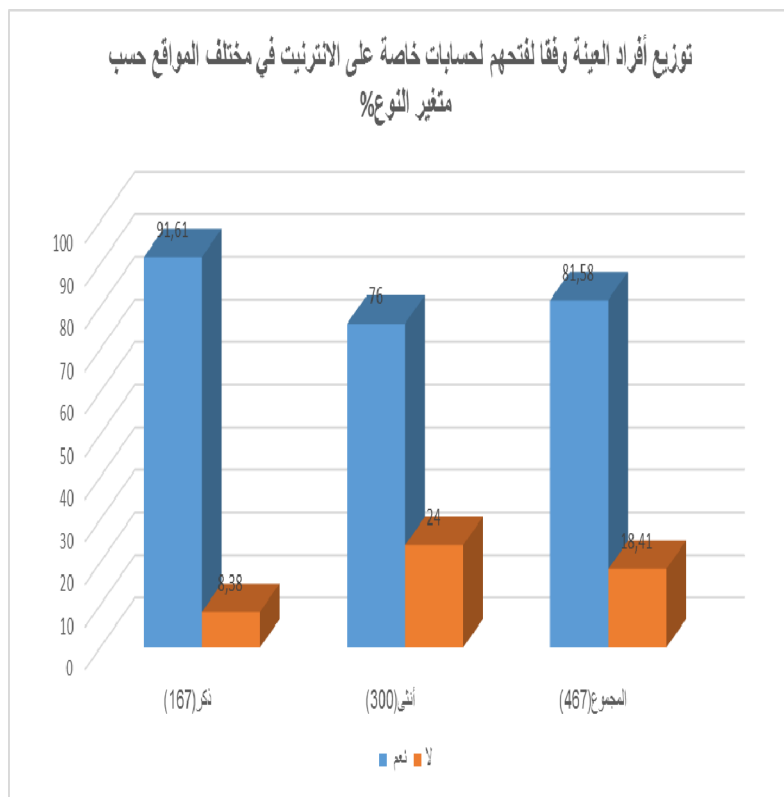
الجدول رقم (51): يوضح توزيع أفراد العينة وفقاً لفتحهم لحسابات خاصة على الانترنت في مختلف المواقع حسب متغير النوع.

النوع						النوع والتكرار والنسبة	
المجموع (ن=467)		أنثى (ن=300)		ذكر (ن=167)			
%	ك	%	ك	%	ك	فتح حسابات خاصة في مختلف المواقع	
81.58	381	76.0	228	91.61	153		نعم
18.41	86	24.0	72	08.38	14		لا
100	467	100	300	100	167		المجموع
كا2 المحسوبة: 17.415 درجة الحرية: 1 كا2 الجدولية: 3.84 قيمة احتمال المعنوية: 0.000							

يظهر من خلال الجدول رقم (51)، أن 91.61% من فئة الذكور يملكون حسابات خاصة في مختلف المواقع التي تسمح بذلك، بينما 08.38 % صرحوا بأنهم لا يملكون اشتراكات في هذه الحسابات.



في حين 76.0% من فئة الإناث صرحن بأنهن يملكن و فتحن حسابات في مواقع التواصل الاجتماعي والمواقع التي تسمح بذلك، بينما 24.0% صرحن بخلاف ذلك، ويتضح من خلال اختبار كا2 بيرسون أن قيمة احتمال المعنوية تساوي 0.000، وهي أقل من 0.05 وأقل كذلك من 0.01، كما أن قيمة كا2 المحسوبة تساوي 17.415 وهي أكبر من قيمة كا2 الجدولية التي بلغت 3.84 عند درجة الحرية 1 ومستوى الثقة 0.05، وبالتالي توجد فروق ذات دلالة إحصائية عالية بين مغير النوع وفتح حسابات اشترك في مختلف المواقع التي تسمح بذلك في الانترنت من طرف أفراد العينة، وفيما يلي رسم توضيحي لتوزيع النسب المئوية في أعمدة تكرارية.



الشكل رقم (51): توزيع أفراد العينة وفقاً لفتحهم لحسابات خاصة على الانترنت في مختلف المواقع حسب متغير النوع.

الجدول رقم(52): يوضح توزيع أفراد العينة وفقاً للحسابات التي يملكونها على الانترنت.

النسبة المئوية	التكرار	التوزيع
		الحسابات التي يملكها أفراد العينة
62.73	239	الفيسبوك face book
17.58	67	تويتر twitter
12.33	47	اليوتيوب YouTube
05.25	20	ماسنجر Messenger
02.09	8	انستغرام Instagram
-	-	أخرى، اذكرها
100	381	المجموع

بالرغم من أن شبكات التواصل الاجتماعي والمواقع الانترنتية التي تسمح بالاشتراك على مواقعها متعددة ومتنوعة، وقائمتها طويلة قد تضمن القائمة التالية: لينكين، ماي سبايس، غوغل + ديفاينت آرت لايف جورنال، تايكيد، اوركت، كافي موم، نينك، ميت آب، ماي لايف، ماي يربوك، بادو إلا أنها في أغلبها غير معروفة لدى أفراد العينة، لذا اقتصرنا في القائمة المقدمة في الجدول أعلاه على المواقع الأكثر شيوعاً واستخداماً في بيئتنا الاجتماعية ( في المجتمع الجزائري) بصفة عامة، والطلبة الجامعيين بصفة خاصة.

وتشير بيانات الجدول رقم(52)، إلى أن شبكة "الفيسبوك" احتلت المرتبة الأولى بنسبة 62.73%، تليها "تويتر" بنسبة 17.58%، يليها "يوتيوب" بنسبة 12.33%، ثم "ماسنجر" بنسبة 05.25% واحتل موقع "انستغرام" في المرتبة الأخيرة بنسبة تقدر 02.09%، بينما لم يذكر أفراد العينة مواقع أخرى.

وفي البداية يجب أن نشير أنه بالرغم من الطلبة الجامعيين فئة متعلمة ومتقفة، وتملك المهارات التقنية، إلا أننا نلاحظ أن هناك نسبة معتبرة لا تملك حسابات في الانترنت، وهذا يمكن تفسيره بوجود طلبة غير مهتمين بالانترنت كفضاء للتواصل أو فضاء للمعرفة والمعلومات، وبالتالي يركزون على الوسائل الإعلامية والتعليمية التقليدية سواء في التواصل أو المعرفة، أو أنهم يفتقدون إلى المهارات للتعامل مع المستويات المختلفة للانترنت، أما بالنسبة للذين يملكون حسابات فنجد موقع "فيسبوك" في الصدارة، وذلك ربما يرجع إلى كون الطلبة يعتمدون على مواقع اتصالية أكثر شعبية وانتشاراً لا يثق فيها في بعض الأحيان-، ولكنها تقدم له مساحة أكبر من الخصوصية، والحرية في التعبير بعيداً عن الرقابة المفروضة في الواقع المعاش، كما أن الفيسبوك عكس المواقع الأخرى يتيح مساحات أكبر

للتواصل سواءً كانت شفوية أو مكتوبة، و يمكن أن نشير أن هذا الاستخدام بانتظام عبر الانترنت لمواقع التواصل الاجتماعي قد يؤدي إلى خلق مجال عام قد يحدث تأثيراً على النسق أقيمي للطلبة الجامعيين، خاصة و أن مواقع التواصل الاجتماعي تمتلك بعض الخصائص المهمة التي تجعل من مستخدميها يتفاعلون فيما بينهم ويتبادلون الأفكار والمعلومات بعيداً عن الأطر الرسمية التي تكون فيها المعلومات محددة ومصنعة ومنتجة حسب المقاس والطلب.

و لمواقع التواصل الاجتماعي ايجابيات متعددة منها: التسلية والترفيه والمرح، والتواصل مع الأصدقاء والزملاء والأقارب وتبادل الأفكار والمعلومات والآراء معهم، و تتيح هذه المواقع لمستخدميها الفرصة لمتابعة الإحداث الجارية وتلقي المعلومات فور حدوثها، كما تعد هذه المواقع فضاءً رحباً للمشاهدة فتتيح فرص متابعة فيديوهات وأفلام وصور، كما نجد فيها مساحة رحبة للثقافة والمعرفة والعلوم ومساحة كبيرة للتعبير بحرية بعيداً أطر الرقابة الرسمية أو اطر الضبط الاجتماعي، لهذا نجد أن هذه المواقع تعد كذلك فضاءات للتنفيس الروحي والعاطفي، ومكان مثالي لكسب صداقات مع أناس جدد من مختلف الأجناس والثقافات والديانات.

و يمكن أن تكون لهذه المواقع سلبيات تتمحور حول هدر الوقت وتشويه الحقائق والمعلومات وترويج الشائعات والتعدي على خصوصية الآخرين، القذف والشتم والتشهير، إثارة الفتن بين المرجعيات الدينية والطوائف والأقليات، الإغراق في التسلية والترفيه ما يؤدي بدوره إلى إضعاف الإبداع والابتكار الترويج للمواد والمحتويات الجنسية المنافية للمعتقد والدين وإفساد الثقافة المحلية والتعدي الصارخ على الذوق العام، كما يمكن أن توظف هذه المواقع للإساءة للقيم والمعتقدات والأعراف والطقوس والعادات كما يمكن أن توظف من أجل التحريض على العنف والكراهية، و نشر الأكاذيب والإشاعات، كما تفتح أبواب عن الجريمة الاليكترونية بكل أنواعها، وهذا كله سيكون له الأثر البالغ على المتلقي بطريقة سلبية، وفيما يلي رسم توضيحي لتوزيع النسب المئوية في دائرة نسبية.



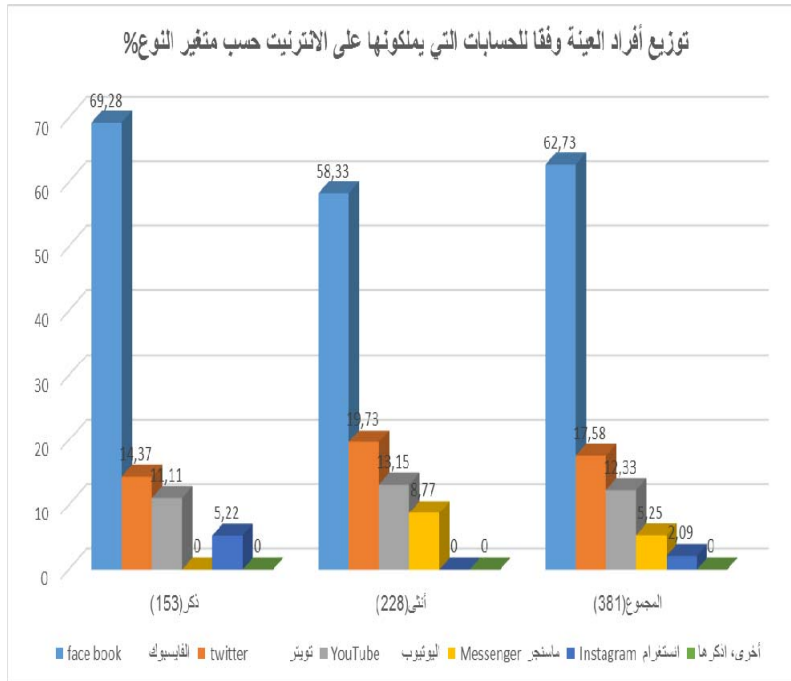
الشكل رقم (52): توزيع أفراد العينة وفقاً للحسابات التي يملكونها على الانترنت

الجدول رقم(53): يوضح توزيع أفراد العينة وفقاً للحسابات التي يملكونها على الانترنت حسب متغير النوع.

النوع						النوع والتكرار و النسبة
المجموع(م=381)		أنثى(م=228)		ذكر(م=153)		
%	ك	%	ك	%	ك	
62.73	239	58.33	133	69.28	106	الفيسبوك face book
17.58	67	19.73	45	14.37	22	تويتر twitter
12.33	47	13.15	30	11.11	17	اليوتيوب YouTube
05.25	20	08.77	20	-	-	ماسنجر Messenger
02.09	08	-	-	05.22	08	انستغرام Instagram
-	-	-	-	-	-	أخرى، اذكرها
100	381	100	228	100	153	المجموع
كا2 المحسوبة: 44.665 درجة الحرية: 5 كا2 الجدولية: 11.07 قيمة احتمال المعنوية: 0.000						

يظهر من خلال بيانات الجدول رقم (53)، أن فئة الذكور يستخدمون "الفيسبوك" في المرتبة الأولى بنسبة مرتفعة نوعاً ما قدرت ب 69.28%، وجاء موقع "تويتر" في المرتبة الثانية بنسبة ضعيفة قدرت ب 14.37%، ويليهما ثالثاً "اليوتيوب" بنسبة 11.11%، بينما موقع "انستغرام" احتل المرتبة الرابعة بنسبة 05.22%، بينما انعدمت النسبة في "ماسنجر"، و لم يقدم الذكور مواقع أخرى كخيارات. أما فئة الإناث فإنهن كذلك يستخدمن "الفيسبوك" في المرتبة الأولى، وذلك بنسبة قدرت ب 58.33%، وجاء موقع "تويتر" في المرتبة الثانية بنسبة 19.73%، ويليهما في المرتبة الثالثة "اليوتيوب" بنسبة قدرت ب 13.15%، بينما "الماسنجر" احتل المرتبة الرابعة بنسبة 08.77%، في حين انعدمت النسبة في موقع "انستغرام"، ولم يقدم الإناث مواقع أخرى في خيارتهن. وعليه فإن الاختلاف يظهر من خلال "ماسنجر" بحيث نجد فئة الإناث يستخدمنه في حين انعدمت النسبة عند الذكور، وهذا يمكن تفسيره بكثرة الاتصال والتواصل مع الأهل والأقارب خاصة بالنسبة للإناث المقيمات بعيداً عن أهلهم، ومن خلال اختبار كا2 بيرسون يتبين أن قيمة احتمال المعنوية تساوي 0.000 وهي أقل من 0.05 وأقل كذلك من 0.01، كما أن قيمة كا2 المحسوبة تساوي 44.665 وهي أكبر من قيمة كا2 الجدولية التي بلغت 11.07 عند درجة حرية 5 ومستوي الثقة 0.05، وبالتالي توجد

فروق ذات دلالة إحصائية عالية بين متغير النوع و الحسابات التي يملكها أفراد العينة في الانترنت وفيما يلي رسم توضيحي لتوزيع النسب المئوية في أعمدة تكرارية.



الشكل رقم (53): توزيع أفراد العينة وفقاً للحسابات التي يملكونها على الانترنت حسب متغير النوع.

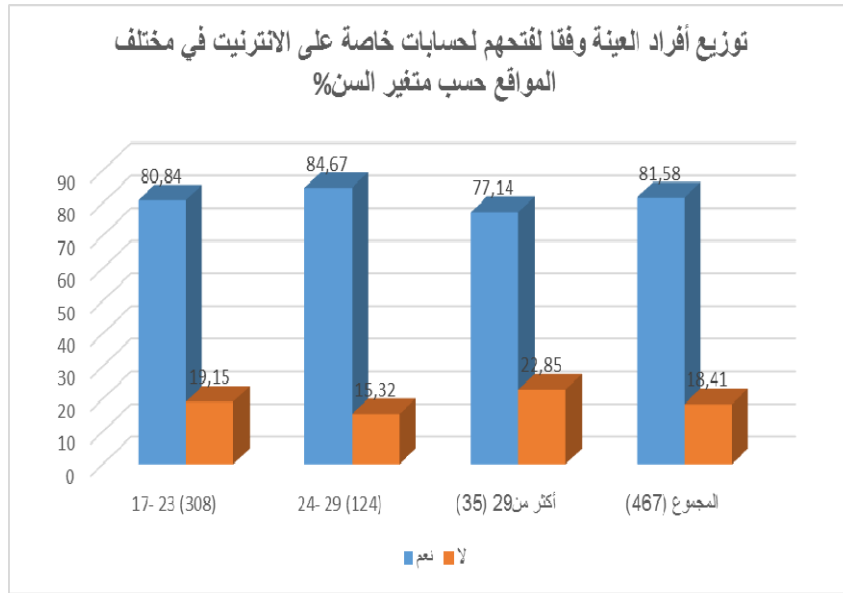
الجدول رقم (54): يوضح توزيع أفراد العينة وفقاً لفتحهم لحسابات خاصة على الانترنت في مختلف المواقع حسب متغير السن.

السن								السن والتكرار والنسبة	
المجموع (ن=467)		أكثر من 29 عاماً (ن=35)		24 - 29 عاماً (ن=124)		17 - 23 عاماً (ن=308)			
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	فتح حسابات خاصة في مختلف المواقع	
81.58	381	77.14	27	84.67	105	80.84	249		نعم
18.41	86	22.85	08	15.32	19	19.15	59		لا
100	467	100	35	100	124	100	308	المجموع	
0.506		قيمة احتمال المعنوية:		5.99		2		كا	الجدولية:
						2		درجة الحرية:	
								1.361	كا

يظهر من خلال الجدول رقم (54)، أن 84.64% من الفئة العمرية "24-29 عاماً" يملكون حسابات خاصة في مختلف المواقع التي تسمح بذلك، بينما 15.32% صرحوا بأنهم لا يملكون اشتراكات في هذه الحسابات.

في حين 80.84% من الفئة العمرية "17-23 عاماً" صرحوا بأنهم يملكون حسابات في مواقع التواصل الاجتماعي والمواقع التي تسمح بذلك، بينما 19.15% صرحوا بخلاف ذلك، أما فيما يخص الفئة العمرية "أكثر من 29 عاماً" صرح 77.14% من أفرادها أنهم يملكون حسابات بينما 22.85% أجابوا بالنفي.

وعليه يمكن أن نستنتج أن أكثر الفئات امتلاكاً لمواقع التواصل الاجتماعي بشكل طفيف هي الفئة العمرية "24-29 عاماً"، وهذا ربما يرجع إلى أقدمية الاستخدام ونضج هذه الفئة، وبالتالي تستخدم المواقع الاجتماعية في كل ما تحتاجه سواء للبحث العلمي والتحصيل الجامعي أو التواصل، بينما نلاحظ أن الفئة العمرية الثالثة، أي "أكثر من 29 عاماً" هي الأقل امتلاكاً لمواقع التواصل الاجتماعي مقارنة بالفئتين السابقتين لكن بدرجات قليلة، وهذا يمكن إرجاعه إلى طبيعة الاهتمامات والميول، بحيث أن الفرد كلما تقدم في السن كلما عدل اهتماماته بما يتفق مع حاجاته العمرية و مع عائلته وأسرته، وهنا بالذات نفترض أن أغلبية أفراد هذه الفئة من المتزوجين، وعلى العموم فلا توجد اختلافات كبيرة بين الفئات الثلاث فيما يتعلق بامتلاك حسابات في مواقع التواصل الاجتماعي المختلفة، وهذا ما تؤكدته النتائج الإحصائية و اختبار كا2 بيرسون حيث يوضح لنا أن قيمة احتمال المعنوية تساوي 0.506 وهي أكبر من 0.05، كما أن قيمة كا2 المحسوبة تساوي 1.361 وهي أقل من قيمة كا2 الجدولية التي بلغت 5.99 عند درجة حرية 2 ومستوى الثقة 0.05، وبالتالي لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير السن وفتح حسابات واشتراكات في المواقع الانترنيتية التي تسمح بذلك، وفيما يلي رسم توضيحي لتوزيع النسب المئوية في أعمدة تكرارية.



الشكل رقم (54): توزيع أفراد العينة وفقاً لفتحهم لحسابات خاصة على الانترنت في مختلف المواقع حسب متغير السن.

الجدول رقم (55): يوضح توزيع أفراد العينة وفقاً للحسابات التي يملكونها على الانترنت حسب متغير السن.

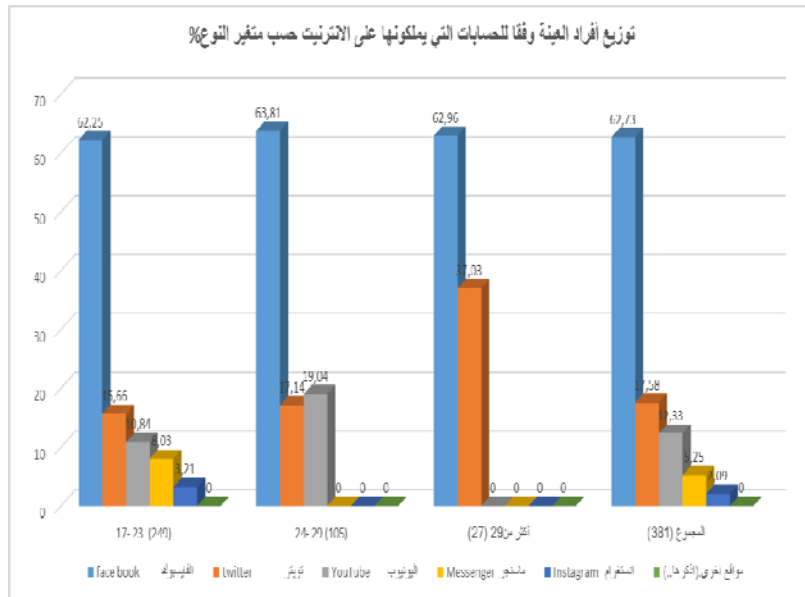
السن								السن والتكرار والنسبة	
المجموع (م=381)		أكثر من 29 (م=27)		29 - 24 (م=105)		17 - 23 (م=249)			
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	الحسابات التي يملكها أفراد العينة	
62.73	239	62.96	17	63.81	67	62.25	155		الفايسبوك face book
17.58	67	37.03	10	17.14	18	15.66	39		تويتر twitter
12.33	47	-	-	19.04	20	10.84	27		اليوتيوب YouTube
05.25	20	-	-	-	-	08.03	20		ماسنجر Messenger
02.09	08	-	-	-	-	03.21	08		انستغرام Instagram
-	-	-	-	-	-	-	-		مواقع أخرى. (انكرها..)
100	381	100	27	100	105	100	249		المجموع
قيمة احتمال المعنوية: 0.000		18.31		كا 2 الجدولية:		10			درجة الحرية:
						42.565			كا 2 المحسوبة:

يظهر من خلال بيانات الجدول رقم (55)، أن الفئات العمرية الثلاث يستخدمون "الفايسبوك" في المرتبة الأولى وبنسب متقاربة جداً قدرت ب 62.25%، 63.81%، 62.96%، على التوالي، وجاء موقع "تويتر" في المرتبة الثانية بنسبة قدرت ب 15.66% بالنسبة للفئة العمرية "17-23 عاماً" و 17.14% بالنسبة للفئة العمرية الثانية "24-29 عاماً"، بينما قدرت ب 37.03% بالنسبة للفئة العمرية "أكثر من 29 عاماً"، وهذا بفارق قدر ب 20 درجة مئوية عن الفئة الثانية، وبفارق قدر ب 21 درجة مئوية عن الفئة الأولى، ويلبها ثالثاً "اليوتيوب" بنسبة 10.84% بالنسبة للفئة العمرية الأولى، و 19.04% بالنسبة للفئة العمرية الثانية، وهذا بفارق قدر ب 08 درجات بين الفئتين السابقتين، في حين انعدمت النسبة عند الفئة العمرية الثالثة، بينما موقع "ماسنجر" احتل المرتبة الرابعة بنسبة 08.03% بالنسبة للفئة الأولى، ويلبها موقع "استغرام" في المرتبة الخامسة، بنسبة 03.21%، في حين انعدمت هذه الخيارات عند الفئتين الثانية والثالثة، كما أن أفراد الفئات العمرية الثلاث لم يذكروا مواقع أخرى تدخل ضمن اشتراكاتهم. وعليه فإن الاختلاف يظهر من خلال موقع "اليوتيوب" بحيث نجد الفئتين العمريتين الأولى والثانية يستخدمونه، في حين انعدم الاستخدام بالنسبة للفئة العمرية الثالثة، وهذا يمكن تفسيره بشغف مشاهده فيديوهات أو "قنوات يوتيوب" متميزة تستهوي الفئات العمرية الأقل و الأصغر سناً.

كما يظهر الاختلاف كذلك في اقتصار استخدام موقع "استغرام" و "ماسنجر" من قبل الفئة العمرية الأولى دون الفئات الأخرى، وهذا يمكن تفسيره، بأن الفئة العمرية الأولى هي فئة تستخدم كل الوسائل للتواصل وبمستويات اتصالية مختلفة، عكس الفئات العمرية الأخرى التي يقتصر تصفحها واشتراكها على المواقع الأكثر شيوعاً بين الناس.

ويظهر اختبار كا2 أن قيمة احتمال المعنوية تساوي 0.000 وهي أقل من 0.05 وأقل كذلك من 0.01، كما أن قيمة كا2 المحسوبة تساوي 42.565 وهي أكبر من قيمة كا2 الجدولية التي بلغت 18.31 عند درجة حرية 10 ومستوى الثقة 0.05، وبالتالي توجد فروق ذات دلالة إحصائية عالية بين متغير السن و نوع الحسابات التي يملكها أفراد العينة في الانترنت، وفيما يلي رسم توضيحي لتوزيع النسب المئوية في أعمدة تكرارية.





الشكل رقم (55): توزيع أفراد العينة وفقاً للحسابات التي يملكونها على الإنترنت حسب متغير السن.

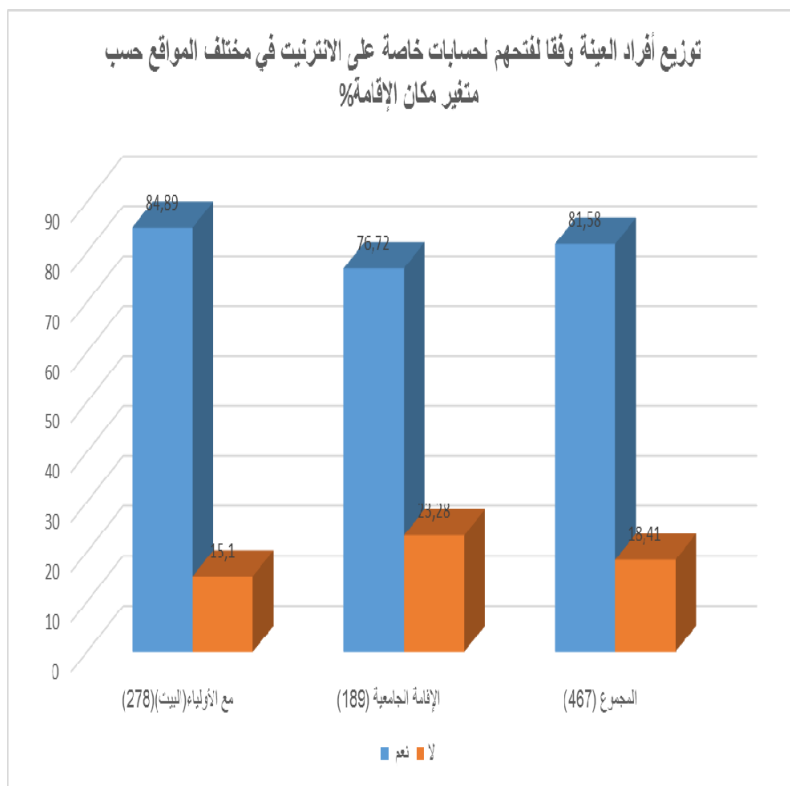
الجدول رقم (56): يوضح توزيع أفراد العينة وفقاً لفتحهم لحسابات خاصة على الإنترنت في مختلف المواقع حسب متغير مكان الإقامة.

مكان الإقامة				مكان الإقامة والتكرار والنسبة		فتح حسابات خاصة في مختلف المواقع
المجموع (ن=467)		الإقامة الجامعية (ن=189)		مع الأولياء (ن=278)		
%	ك	%	ك	%	ك	
81.58	381	76.72	145	84.89	236	نعم
18.41	86	23.28	44	15.10	42	لا
100	467	100	189	100	278	المجموع
0.025: قيمة احتمال المعنوية		3.84: كا الجدولية		1: درجة الحرية		5.002: كا المحسوبة

يظهر من خلال الجدول رقم (56)، أن 84.89% من المقيمين "مع الأولياء" يملكون حسابات خاصة في مختلف المواقع التي تسمح بذلك، بينما 15.10% صرحوا بأنهم لا يملكون اشتراكات في هذه الحسابات.

في حين 76.72% من المقيمين في "الأحياء الجامعية" صرحوا بأنهم يملكون حسابات في مواقع التواصل الاجتماعي والمواقع التي تسمح بذلك، بينما 23.28% صرحوا بخلاف ذلك.

وعليه يمكن أن نستنتج أن أكثر الفئات امتلاكاً لمواقع التواصل الاجتماعي هي فئة المقيمين مع في "البيت" مع الأولياء، وهذا ربما يرجع إلى الأريحية والاستقرار الذي يتمتع به أفراد الفئة ممن يقيمون مع أهلهم ويظهر اختبار كا2 بيرسون أن قيمة احتمال المعنوية تساوي 0.025 وهي أقل من 0.05 كما أن قيمة كا2 المحسوبة تساوي 5.002 وهي أكبر من قيمة كا2 الجدولية التي بلغت 3.84 عند درجة حرية 1، ومستوى الثقة 0.05، وبالتالي توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين مغير مكان الإقامة وفتح حسابات واشتراكات في المواقع الانترنيت التي تسمح بذلك من طرف أفراد العينة، وفيما يلي رسم توضيحي لتوزيع النسب المئوية في أعمدة تكرارية.



الشكل رقم (56): توزيع أفراد العينة وفقاً لفتحهم لحسابات خاصة على الانترنيت في مختلف المواقع حسب متغير مكان الإقامة.

الجدول رقم (57): يوضح توزيع أفراد العينة وفقاً للحسابات التي يملكونها على الانترنت حسب متغير مكان الإقامة.

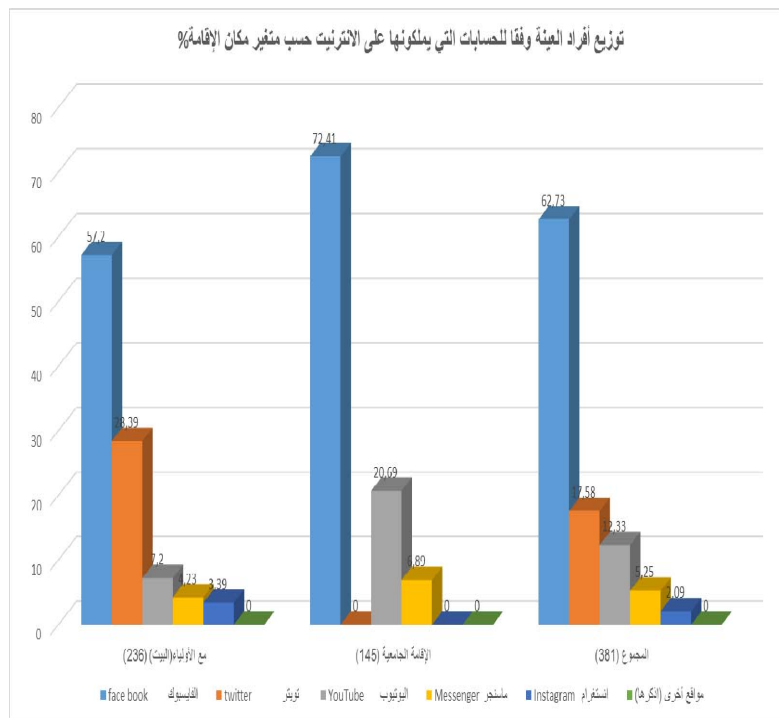
مكان الإقامة						مكان الإقامة والنسبة والتكرار
المجموع (ن=381)		الإقامة الجامعية (ن=145)		مع الأولياء(البيت) (ن=236)		
%	ك	%	ك	%	ك	الحسابات التي يملكها أفراد العينة
62.73	239	72.41	105	57.20	135	
17.58	67	-	-	28.39	67	تويتر twitter
12.33	47	20.69	30	07.20	17	اليوتيوب YouTube
05.25	20	06.89	10	04.23	10	ماسنجر Messenger
02.09	08	-	-	03.39	08	انستغرام Instagram
-	-	-	-	-	-	مواقع أخرى (أذكرها)
100	381	100	145	100	236	المجموع
كا2 المحسوبة : 49.747 درجة الحرية : 5 كا2 الجدولية: 11.07 قيمة احتمال المغنوية: 0.000						

يظهر من خلال بيانات الجدول رقم (57)، أن فئة المقيمين في "البيت" يستخدمون "الفيسبوك" في المرتبة الأولى بنسبة تفوق الخمسين بالمائة قدرت ب 57.20%، بينما جاء موقع "تويتر" في المرتبة الثانية بنسبة قدرت ب 28.39%، ويليهما ثالثاً "اليوتوب" بنسبة ضعيفة قدرت ب 07.20% بينما "ماسنجر" احتل المرتبة الرابعة بنسبة 04.23%، بينما احتل موقع "انستغرام" المرتبة الخامسة بنسبة ضعيفة جداً قدرت ب 03.39%، كما أن هذه الفئة لم تقدم مواقع أخرى كخيارات.

أما فئة المقيمين في "الإقامة الجامعية" فإن 72.41% يشتركون في موقع "الفيسبوك"، ويليهما "اليوتوب" في المرتبة الثانية بنسبة قدرت ب 20.69%، بينما احتل "الماسنجر" المرتبة الثالثة بنسبة ضعيفة قدرت ب بنسبة 06.89%، في حين انعدمت باقي الخيارات.

وعليه فإن الاختلاف يظهر من خلال موقع "تويتر" بحيث نجد بعض أفراد فئة المقيمين "مع الأولياء" مشتركين فيه، في حين انعدمت النسبة عند فئة المقيمين في "الإقامة الجامعية"، وهذا يمكن تفسيره بشعبية موقع "فيسبوك" من جهة، والخصائص التي يوفرها لمستخدميه من جهة أخرى، هذه الخصائص تتوافق غالباً مع خصائص الشباب بصفة عامة.

كما أننا نلاحظ فروق في نسبة الاشتراك في موقع "فايسبوك" فإن النسبة كانت مرتفعة عند فئة المقيمين في "الإقامات الجامعية" مقارنة بالمقيمين "مع الأولياء"، بفارق قدر بـ 15 درجة مئوية، وهذا يمكن تفسيره بسهولة الاشتراك في موقع "فايسبوك" وخصائصه التي يوفرها لمستخدميه من خلال قدرته على استيعاب معطيات ومعلومات كثيرة مقارنة بالمواقع الأخرى، ومن خلال النتائج الإحصائية و اختبار كا2 بيرسون يظهر أن قيمة احتمال المعنوية تساوي 0.000 وهي أقل من قيمة 0.05 وأقل كذلك من 0.01 كما أن قيمة كا2 المحسوبة تساوي 49.747 وهي أكبر من قيمة كا2 الجدولية التي بلغت 11.07 عند درجة حرية 5 ومستوى الثقة 0.05، وبالتالي توجد فروق ذات دلالة إحصائية عالية بين متغير مكان الإقامة والحسابات التي يشترك فيها أفراد العينة في الانترنت، وفيما يلي رسم توضيحي لتوزيع النسب المئوية في أعمدة تكرارية.



الشكل رقم (57): توزيع أفراد العينة وفقاً للحسابات التي يملكونها على الانترنت حسب متغير مكان الإقامة.

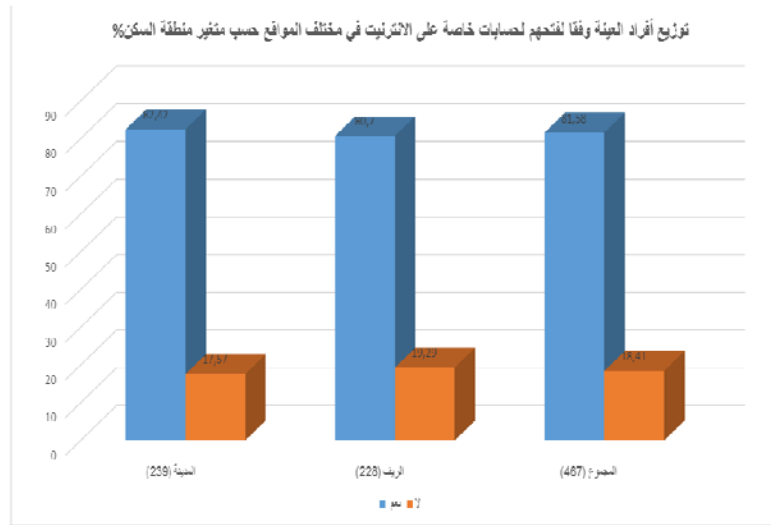
الجدول رقم (58): يوضح توزيع أفراد العينة وفقاً لفتحهم لحسابات خاصة على الانترنت في مختلف المواقع حسب متغير منطقة السكن.

منطقة السكن						منطقة السكن والتكرار والنسبة
المجموع (ن=467)		الريف (ن=228)		المدينة (ن=239)		
%	ك	%	ك	%	ك	
						فتح حسابات خاصة في مختلف المواقع
81.58	381	80.70	184	82.42	197	نعم
18.41	86	19.29	44	17.57	42	لا
100	467	100	228	100	239	المجموع
0.631		قيمة احتمال المعنوية:		كا2 الجدولية: 3.84		درجة الحرية: 1
0.231		قيمة احتمال المعنوية:		كا2 المحسوبة :		0.231

يظهر من خلال الجدول رقم (58) أن 82.42% من القاطنين في "المدينة" يملكون حسابات خاصة في مختلف المواقع التي تسمح بذلك، بينما 17.57% صرحوا بأنهم لا يملكون اشتراكات في هذه الحسابات.

في حين 80.70% من القاطنين في "الريف" صرحوا بأنهم يملكون حسابات في مواقع التواصل الاجتماعي والمواقع التي تسمح بذلك، بينما 19.29% صرحوا بخلاف ذلك.

وعليه يمكن أن نستنتج أن أكثر الفئات امتلاكاً لمواقع التواصل الاجتماعي هي فئة القاطنين "المدينة"، و لكن بفارق ضئيل جداً، وهذا ربما يرجع إلى توفر الفضاءات المختلفة التي تشجع على استخدام الانترنت والانخراط في مختلف المواقع والتطبيقات التي تسمح بذلك، لكن نلاحظ كذلك ارتفاع النسبة عند فئة القاطنين في "الأرياف"، وهذا كذلك يمكن تفسيره بتوفر الانترنت في منصات مختلفة وخاصة في الهواتف النقالة التي تتيح إمكانية الارتباط بالشبكة حتى وإن كان بعيداً عن المدن التي تتوفر على امتيازات كبيرة فيما يخص تكنولوجيا الإعلام والاتصال، ويظهر اختبار كا2 أن قيمة احتمال المعنوية تساوي 0.631 وهي أكبر من 0.05، كما أن قيمة كا2 المحسوبة تساوي 0.231 وهي أقل من قيمة كا2 الجدولية التي بلغت 3.84 عند درجة حرية 1 ومستوى الثقة 0.05، وبالتالي على العموم لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير منطقة السكن وفتح حسابات واشتراكات خاصة في الانترنت من طرف أفراد العينة من الطلبة الجامعيين، وفيما يلي رسم توضيحي لتوزيع النسب المئوية في أعمدة تكرارية.



الشكل رقم (58): توزيع أفراد العينة وفقاً لفتحهم لحسابات خاصة على الانترنت في مختلف المواقع حسب متغير منطقة السكن.

الجدول رقم (59): يوضح توزيع أفراد العينة وفقاً للحسابات التي يملكونها على الانترنت حسب متغير منطقة السكن.

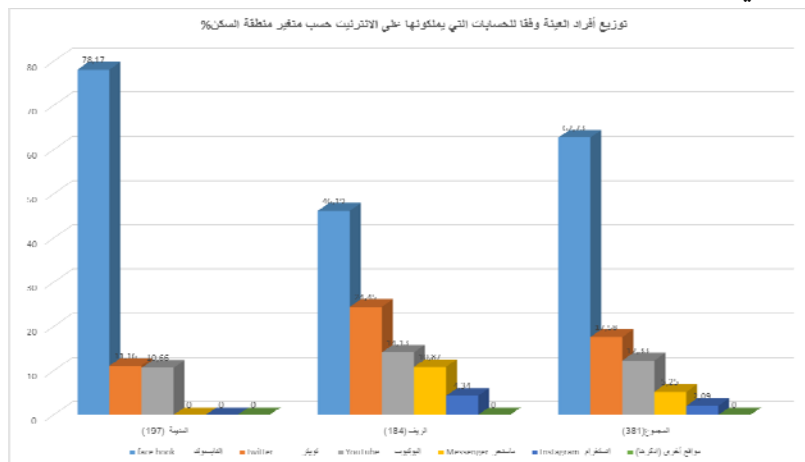
منطقة السكن						منطقة السكن والتكرار والنسبة
المجموع (م=381)		الريف (م=184)		المدينة (م=197)		
%	ك	%	ك	%	ك	
62.73	239	46.19	85	78.17	154	الحسابات التي يملكها أفراد العينة
17.58	67	24.45	45	11.16	22	الفيسبوك face book
12.33	47	14.13	26	10.66	21	تويتر twitter
05.25	20	10.87	20	-	-	اليوتيوب YouTube
02.09	08	04.34	08	-	-	ماسنجر Messenger
-	-	-	-	-	-	انستغرام Instagram
-	-	-	-	-	-	مواقع أخرى (انكرها)
100	381	100	184	100	197	المجموع

كا2 المحسوبة: 64.129 درجة الحرية: 5 كا2 الجدولية: 11.07 قيمة احتمال المعنوية: 0.000

يظهر من خلال بيانات الجدول رقم (59)، أن فئة القاطنين في "المدينة" يستخدمون "الفايسبوك" في المرتبة الأولى بنسبة تفوق الخمسين بالمائة قدرت ب 78.17%، بينما جاء موقع "تويتر" في المرتبة الثانية وذلك بنسبة ضعيفة قدرت ب 11.16%، ويليهما ثالثاً موقع "اليوتوب" بنسبة ضعيفة قدرت ب 10.66%، بينما النسبة جاءت معدومة في باقي الخيارات.

أما فئة القاطنين في "الريف" فإن 46.19% يشتركون في موقع "الفايسبوك"، ويليهما موقع "تويتر" في المرتبة الثانية بنسبة قدرت ب 24.45%، بينما احتل موقع "اليوتوب" المرتبة الثالثة بنسبة قدرت ب 14.13%، في حين احتل موقع "ماسنجر" المرتبة الرابعة بنسبة ضعيفة قدرت ب 10.87%، بينما 04.34% يستخدمون موقع "استغرام"، في حين لم يقدم أفراد هذه الفئة مواقع أخرى كخيارات.

وعليه، فإن الاختلاف الأول يظهر من خلال موقع "فايسبوك" الذي سجل فارقاً قدر 32 درجة مئوية بين الفئتين، وهذا يمكن تفسيره بسهولة الاشتراك في موقع "فايسبوك" وخصائصه التي يوفرها لمستخدميه من خلال قدرته على استيعاب معطيات ومعلومات كثيرة مقارنة بالمواقع الأخرى، كما أن دوافع وأسباب احتار المواقع تختلف من فرد لآخر، لهذا نجد أن البعض من أفراد الريف يستخدمون "ماسنجر"، وهذا لدواعي اتصالية، عكس سكان المدن الذين يجدون أريحية في التواصل فيما بينهم أو مع أقرانهم، كما أن أغلبية سكان الريف هم من المقيمين في الإقامة الجامعية، وبالتالي بعيدين عن أهليهم وبالتالي يستخدمون هذه المواقع من أجل الاطمئنان والتواصل مع الأقارب والأهل، ويظهر اختبار كا2 بيرسون أن قيمة احتمال المعنوية تساوي 0.000 وهي أقل من 0.05 وأقل كذلك من 0.01، كما أن قيمة كا2 المحسوبة تساوي 64.129، وهي أكبر من قيمة كا2 الجدولية التي بلغت 11.07 عند درجة حرية 5 ومستوى الثقة 0.05، وبالتالي توجد فروق ذات دلالة إحصائية عالية بين متغير منطقة السكن ونوع الحسابات والاشتراكات التي يملكها أفراد العينة من الطلبة الجامعيين، وفيما يلي رسم توضيحي لتوزيع النسب المئوية في أعمدة تكرارية.



الشكل رقم (59): توزيع أفراد العينة وفقاً للحسابات التي يملكونها على الانترنت حسب متغير منطقة السكن.

1. 3- التحليل الكمي والكيفي لدوافع استخدام أفراد العينة للانترنت  
الجدول رقم (60): يوضح توزيع أفراد العينة وفقاً لدوافع الاستخدام.

م	النسبة والتكرار والدرجة الدافع	درجة كبيرة		إلى حد ما		لا		المتوسط الحسابي (ح/م)	الوزن النسبي % (و/ن)	الترتيب (ت)	النتيجة (الاتجاه)
		%	ك	%	ك	%	ك				
1	الشعور بالوحدة	7.9	37	67.7	316	24.4	114	01.83	60.10	11	إلى حد ما
2	البحث عن الرفقة	45.6	213	34.7	162	19.7	92	02.26	75.32	06	إلى حد ما
3	نسيان الهموم والهروب من المشاكل	33.2	155	48.8	228	18	84	02.15	71.66	07	إلى حد ما
4	تمضية وقت الفراغ	35.5	166	64.5	301	-	-	02.35	78.32	04	درجة كبيرة
5	التعبير عن مشاعر وأراء وسلوكيات افتقدتها في الواقع المعاش	12.8	60	37.3	174	49.9	233	01.63	54.32	12	لا
6	المرح، التسلية والترفيه	46.3	216	51.2	239	2.6	12	02.43	80.10	03	درجة كبيرة
7	اكتساب معارف جديدة في مجالات مختلفة	59.7	279	40.3	188	-	-	02.60	86.65	01	درجة كبيرة
8	التواصل مع الآخرين	46.3	216	52.2	244	1.5	07	02.44	81.32	02	درجة كبيرة
9	فهم الكثير من الأمور الحياتية	39.2	183	25.7	120	35.1	164	02.04	67.10	09	إلى حد ما
10	اكتساب صداقات جديدة من خلال الانترنت	27.0	126	58.9	275	14.1	66	02.13	70.10	08	إلى حد ما
11	مناقشة بعض الأمور مع الآخرين	38.5	180	56.1	262	5.4	25	02.33	77.65	05	إلى حد ما
12	تعلم وإجادة التعامل مع الآخرين	25.9	121	34.7	162	39.4	184	01.86	61.10	10	إلى حد ما
	النتيجة النهائية	33.0	1852	47.69	2673	17.5	981	02.17	72.32		إلى حد ما



تتنوع دوافع استخدام الانترنت فهي إما أن تكون دوافع علمية أو ثقافية أو مهنية أو اجتماعية أو ثقافية، وقد يستخدم الطالب الجامعي الانترنت لأكثر من سبب باختلاف احتياجاته ورغباته واهتماماته، فهو في بعض الأوقات يستخدمها من أجل المعرفة، وفي أوقات أخرى من أجل التواصل والعلاقات الاجتماعية، أو دوافع أخرى.

كما أن الدوافع يمكن تقسيمها إلى دوافع طقوسية ودوافع نفعية، فالدوافع الطقوسية في دراستنا مرتبة من (1-6)، والدوافع النفعية من (7-12).

ففيما يخص الدوافع الطقوسية تشير بيانات هذا الجدول إلى مؤشرات أولية تتمثل في ارتفاع معدل الذين يستخدمون الانترنت بدافع "الشعور بالوحدة" بنسبة 67.7% إلى حد ما، يليه دافع "تمضية الوقت" بنسبة 64.5% إلى حد ما، وبدرجة كبيرة بنسبة 35.5%، يليه "المرح، التسلية والترفيه" بنسبة 51.2% إلى حد ما، وبدرجة كبيرة بنسبة 46.3%، يليه دافع "نسيان الهموم والمشكلات" بنسبة 48.8% إلى حد ما، وبدرجة كبيرة بنسبة 33.2%، يليه "البحث عن الرفقة" بدرجة كبيرة بنسبة 45.6% و بنسبة 34.7% إلى حد ما.

أما فيما يخص الدوافع النفعية ارتفعت نسبة الذين يستخدمون الانترنت بدرجة كبيرة بدافع "اكتساب المعرفة في مجالات مختلفة" إلى 59.7% من إجمالي العينة، يليها إلى حد ما 58.9% "اكتساب صدقات جديدة من خلال الانترنت"، ثم دافع "مناقشة بعض الأمور مع الآخرين" بنسبة 56.1% إلى حد ما، يليه دافع "التواصل مع الآخرين" بنسبة 52.2% إلى حد ما، و 46.3% بدرجة كبيرة.

كما ارتفع معدل رفض دافع "التعبير عن مشاعر وأراء وسلوكيات افتقدها في الواقع المعاش" بنسبة 49.9%، وارتفاع هذه النسبة يرجع ربما إلى تحفظ الكثير من أفراد العينة خاصة في مجتمع له طبيعته المتحفظة كالمجتمع الجزائري أو أن السبب يرجع إلى أن التعبير عن المشاعر يكون في الفضاءات الحقيقية لا الافتراضية.

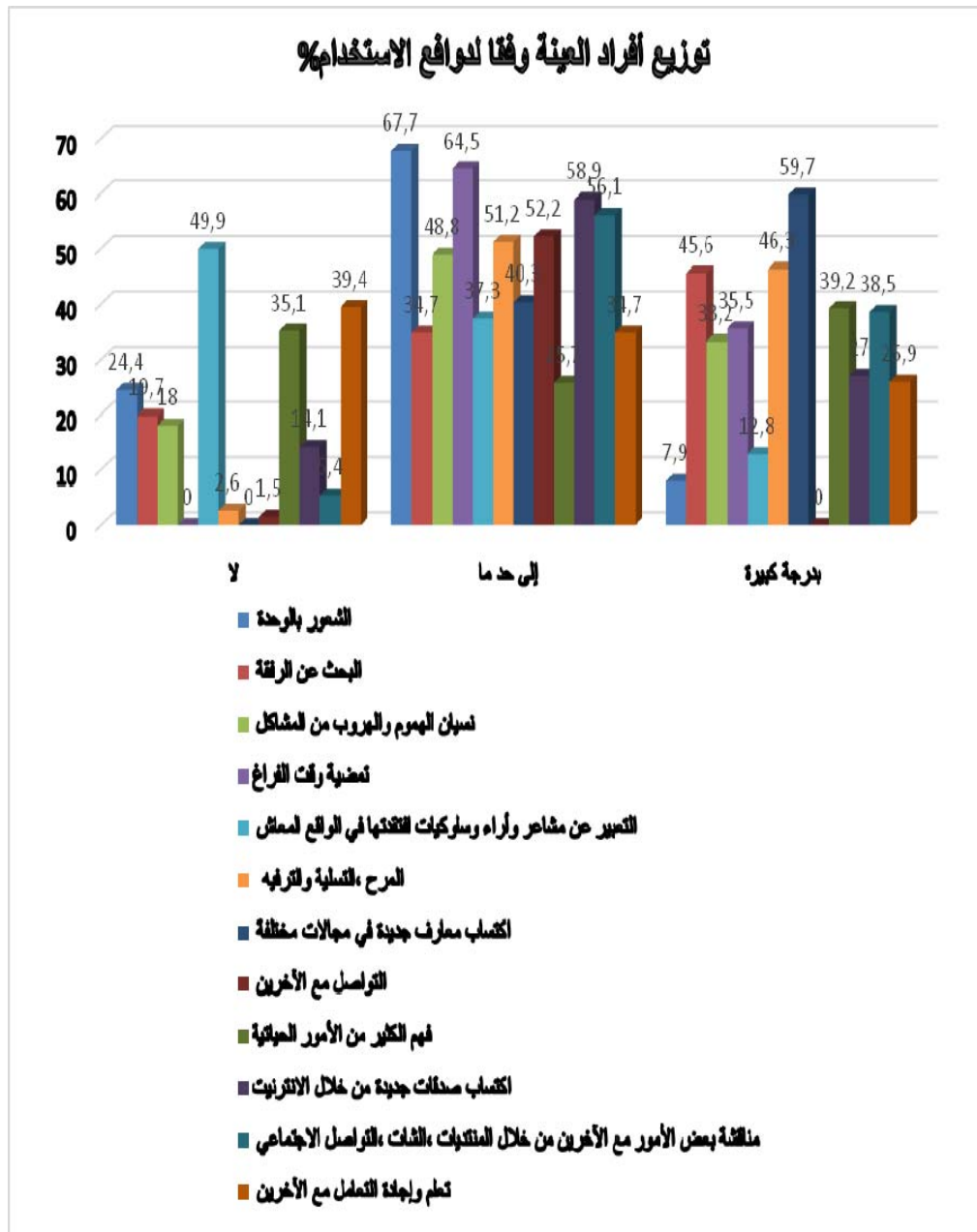
و ارتفع معدل رفض دافع "تعلم وإجادة التعامل مع الآخرين" بنسبة 39.4%، وارتفاع هذه النسبة ترجع إلى طبيعة الانترنت التي لا تتيح الاتصال المباشر الشخصي الذي يعلم الآداب والأخلاق عكس الانترنت التي تتيح فرصة الاختباء وراء الواقع الافتراضي.

ومن خلال قراءة مؤشرات البيانات الإحصائية المرتبطة بالمتوسط الحسابي، والوزن النسبي تظهر لنا أن المتوسطات الحسابية للدوافع تتراوح بين (1.63-2.60)، وتراوحت الأوزان النسبية كذلك بين (45.32-86.65)، كما أن دوافع استخدام الانترنت عند أفراد العينة من الطلبة الجامعيين تتنوع بين دوافع طقوسية ودوافع نفعية، وكلها تجاوزت أوزانها النسبية الخمسين بالمائة (50%)، لكنها تختلف في درجة الدافعية والتقدير لهذه الدوافع بالنسبة لأفراد العينة، حيث كانت أكثر الأوزان النسبية ارتفاعاً من

نصيب دافع " اكتساب معارف جديدة في مجالات مختلفة" بوزن نسبي قدر ب 86.65%، يليه دافع " التواصل مع الآخرين" بوزن نسبي قدر ب 81.32 %، يليه دافع "المرح، التسلية والترفيه" بنسبة وزن نسبي قدر ب 80.10%، ودافع "تمضية وقت الفراغ" بوزن نسبي قدر ب 78.32%، وكانت أكثر الأوزان النسبية انخفاضاً من نصيب "دافع التعبير عن مشاعر وأراء وسلوكيات افتقدتها في الواقع المعاش" بنسبة 54.32%، ودافع "الشعور بالوحدة" بنسبة 60.10%، ودافع "تعلم وإجادة التعامل مع الآخرين" بنسبة 61.10%.

وتظهر النتائج النهائية أن دوافع: "الشعور بالوحدة"، و" البحث عن الرفقة"، و"تسيان الهموم وهروب من المشاكل"، و" فهم الكثير من الأمور الحياتية" و"اكتساب صداقات جديدة من خلال الانترنت" و"مناقشة بعض الأمور مع الآخرين"، و"تعلم وإجادة التعامل مع الآخرين"، و" مناقشة بعض الأمور مع الآخرين من خلال المنتديات، الشات، التواصل الاجتماعي" حصلت على درجة تقدير نهائية "إلى حد ما"، أما الدوافع المتمثلة في: "اكتساب معارف جديدة في مجالات مختلفة"، و"التواصل مع الآخرين" و"تمضية وقت الفراغ" و"المرح، والتسلية والترفيه"، حصلت على تقدير "درجة كبيرة"، وتم رفض دافع وحيد يتمثل في "التعبير عن مشاعر وأراء وسلوكيات افتقدتها في الواقع المعاش".

ويمكن تفسير هذه النتائج أن أفراد العينة من الطلبة الجامعيين تتنوع دوافعهم لاستخدام الانترنت لكن أهم دوافعهم مرتبطة بالتواصل مع الآخرين، واكتساب معارف في مجالات مختلفة توفرها الانترنت بمستوياتها الاتصالية والمعرفية المختلفة، وكذا المرح والتسلية والترفيه وتمضية الوقت، وهي الدوافع التي احتلت المراتب الأولى، وهي دوافع تتوافق مع نتائج مجالات استخدام الانترنت عند الطلبة التي صرحوا بها في المحور الأول من الدراسة، أما الدوافع التي جاءت في مراتب متأخرة متعلقة ب:"التعبير عن مشاعر افتقدتها في الواقع المعاش"، ودافع "التعلم وإجادة التعامل مع الآخرين"، و"الشعور بالوحدة"، كما إن مجموع إجابات أفراد العينة الكلية حصلت على وزن نسبي قدر ب 72.32%، ومتوسط حسابي نهائي كلي بلغ 2.17، وهو يقع في مجال " إلى حد ما"، وفيما يلي رسم توضيحي لتوزيع النسب المئوية لأفراد العينة بالأعمدة التكرارية.



الشكل رقم (60): توزيع أفراد العينة وفقاً لدوافع الاستخدام

الجدول رقم (61): يوضح دوافع استخدام الانترنت وفقاً لمتغير النوع.

م	النوع والاتجاه والنسبة	النوع									
		إناث(ن=300)			ذكور (ن=167)						
		1	2	3	1	2	3				
	الدافع	المجموع (ن=467)	ك	ك	ك	ك	ك	ك	ك	ك	ك
		%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
1	الشعور بالوحدة	467 100.0	58 19.33	216 72.0	26 8.66	56 33.53	100 59.88	11 6.58			
2	البحث عن الرفقة	467 100.0	73 24.33	80 26.66	147 49.0	19 11.37	82 49.10	66 39.52			
3	نسيان الهموم والهروب من المشاكل	467 100.0	68 22.66	142 47.33	90 30.0	16 9.58	86 51.49	65 38.92			
4	تمضية وقت الفراغ	467 100.0	-	216 72.0	84 28.0	-	85 50.89	82 49.10			
5	التعبير عن مشاعر وآراء وسلوكيات افتقدها في الواقع المعاش	467 100.0	168 56.0	97 32.33	35 11.66	65 38.92	77 46.10	25 14.97			
6	المرح، التسلية والترفيه	467 100.0	-	184 61.33	116 38.66	12 7.18	55 32.93	100 59.88			
7	اكتساب معارف جديدة في مجالات مختلفة	467 100.0	-	152 50.66	148 49.33	-	36 21.55	131 78.44			
8	التواصل مع الآخرين	467 100.0	07 02.33	187 62.33	106 35.33	-	57 34.13	110 65.86			
9	فهم الكثير من الأمور الحياتية	467 100.0	135 45.0	58 19.33	107 35.66	29 17.36	62 37.12	76 45.50			
10	اكتساب صداقات جديدة من خلال الانترنت	467 100.0	46 15.33	197 65.66	57 19.0	20 11.97	78 46.70	69 41.31			
11	مناقشة بعض الأمور مع الآخرين من خلال المنتديات الشات ، و التواصل الاجتماعي	467 100.0	15 05.0	188 62.66	97 32.33	10 05.98	74 44.31	83 49.70			
12	تعلم وإجادة التعامل مع الآخرين	467 100.0	153 51.0	87 29.0	60 20.0	31 18.56	75 44.91	61 36.52			

من خلال هذا الجدول نلاحظ من المؤشرات الأولية أن أغلبية أفراد العينة من فئة "الذكور" يستخدمون الانترنت بدافع "اكتساب معارف جديدة في مجالات مختلفة" بدرجة كبيرة، وبنسبة 78.44% و إلى حد ما بنسبة 21.55%، يليه دافع "التواصل مع الآخرين" بدرجة كبيرة وبنسبة 65.86%، و إلى حد ما بنسبة 34.13%، وهذان الدافعان يندرجان ضمن الدوافع النفعية، ويليها دافع "المرح، التسلية والترفيه" بدرجة كبيرة وبنسبة 59.88% و إلى حد ما بنسبة 32.93%، يليه إلى حد ما دافع "الشعور بالوحدة" بنسبة 59.88%، يليه إلى حد ما دافع "تمضية وقت الفراغ" و بدرجة كبيرة، و بنسبة 49.10%، وهذه الدوافع الثلاثة هي دوافع طقوسية.

ويليه دافع "مناقشة بعض الأمور مع الآخرين من خلال المنتديات، الشات، التواصل الاجتماعي" بدرجة كبيرة وبنسبة 49.70%، و إلى حد ما بنسبة 44.31%، يليه دافع "البحث عن الرفقة" بنسبة 49.10% إلى حد ما، و بدرجة كبيرة بنسبة 39.52%، يليه دافع "اكتساب صدقات جديدة من خلال الانترنت" إلى حد ما بنسبة 46.70% و بدرجة كبيرة بنسبة 41.31%، يليه دافع "التعبير عن مشاعر وأراء وسلوكيات افتقدها في الواقع المعاش" إلى حد ما بنسبة 46.10%، يليه دافع " فهم الكثير من الأمور الحياتية" 45.50% بدرجة كبيرة، و إلى حد ما بنسبة 37.12%، وأخيراً "دافع تعلم وإجادة التعامل مع الآخرين" بنسبة 44.91% إلى حد ما، و بدرجة كبيرة بنسبة 44.91%، وبالتالي نلاحظ أن الدوافع النفعية جاءت في مقدمة الدوافع عند الذكور.

كما نلاحظ أن نسبة معتبرة من فئة "الذكور" رفضت دافع "التعبير عن مشاعر وأراء وسلوكيات افتقدها في الواقع المعاش"، وذلك بنسبة رفض بلغت 38.32%، كما أنها رفضت دافع "الشعور بالوحدة"، وذلك بنسبة 33.53%، وهما من الدوافع الطقوسية.

ويمكن تفسير هذه النتائج بالنسبة للتعبير عن المشاعر هو أن الفضاء الحقيقي الذي يعيش فيه الطلبة يتيح مساحة مهمة للتعبير عن المشاعر دون الحاجة إلى الفضاءات الافتراضية، كما أنهم أي الذكور رفضوا بنسبة معتبرة دافع "الشعور بالوحدة" وهذا ربما راجع إلى اهتمامات الذكور المختلفة وبالتالي يجدون بدائل مهمة للتقليل من الشعور بالوحدة، وخاصة في الخروج مع جماعة الرفاق أو الزملاء أو الارتباط بالنشاطات المختلفة سواء كانت رياضية أو ثقافية أو علمية.

أما الإناث فإنهن يستخدمن الانترنت بدافع "الشعور بالوحدة"، ودافع "تمضية الوقت"، وذلك إلى حد ما وبنسبة 72.0% لكل منهما، وهما من الدوافع الطقوسية، يليه دافع "اكتساب صدقات جديدة من خلال الانترنت" وذلك إلى حد وبنسبة 65.66%، و يليه دافع "مناقشة بعض الأمور مع الآخرين من خلال المنتديات، الشات، التواصل الاجتماعي" إلى حد ما، وبنسبة 62.66%، و بدرجة كبيرة بنسبة 32.33% يليه دافع "التواصل مع الآخرين" إلى حد ما بنسبة 62.33%، و بدرجة كبيرة بنسبة 35.33%، و هي من الدوافع النفعية، و يليه دافع "المرح، التسلية والترفيه" إلى حد ما بنسبة 61.33%، و بدرجة

كبيرة 38.66%، يليه دافع " اكتساب معارف جديدة في مجالات مختلفة" إلى حد ما بنسبة 50.66% ودرجة كبيرة بنسبة 49.33%، أما باقي الدوافع فكانت نسبتها أقل من الخمسين بالمائة (50%).

وارتفع معدل رفض دافع " التعبير عن مشاعر وآراء وسلوكيات افتقدها في الواقع المعاش" من جانب أكثر من نصف أفراد العينة من الإناث وبنسبة 56.0%، وربما يرجع ذلك إلى تحفظ الكثير من الإناث في مجتمع له طبيعته المتحفظة كالمجتمع الجزائري.

كما أن دافع " تعلم وإجادة التعامل مع الآخرين" تحصل على نسبة رفض قدرت 51.0%، و ربما يرجع ذلك خصوصية المرأة التي تفضل الاتصال المباشر في التعامل مع الآخرين، وبالتالي اكتساب مهارات التواصل مع الآخر كما يمكن تفسير ذلك باعتقاد المرأة أن مثل تلك الدوافع يمكن تلبيتها في البيئة الحقيقية دون اللجوء إلى وسيلة الانترنت، أي من خلال الخبرات التي تكتسبها المرأة في البيت أو الجامعة أو من خلال احتكاكها بزملائها في الفضاءات المختلفة، كما أن دافع " فهم الكثير من الأمور الحياتية" تم رفضه من الإناث بنسبة 45.0%، وهذا كذلك راجع إلى أسباب مرتبطة بالدافع وعلاقته بالبيئة التي تعيش فيها الإناث.

وللتوضيح أكثر قمنا بإعداد جدول مكمل لترتيب الدوافع بمتوسطاتها الحسابية، وأوزانها النسبية لتقدم لنا الاتجاه العام النهائي لعلاقة دوافع الاستخدام بمتغير النوع في مستويات الدرجات الثلاث، وهو كالتالي:

الجدول رقم (62): يوضح ترتيب دوافع استخدام الانترنت وفقاً لمتغير النوع.

الفرق بين الترتيبين	النوع									النوع والترتيب والاتجاه الدافع
	إناث (ن=300)					ذكور (ن=167)				
	النتيجة (الاتجاه)	ت	الوزن النسبي %	المتوسط الحسابي	الدافع	النتيجة	ت	الوزن النسبي %	المتوسط الحسابي	
02	إلى حد ما	10	63.10	01.89	01	إلى حد ما	12	57.66	01.73	01
02	إلى حد ما	06	74.88	02.24	02	إلى حد ما	08	75.99	02.28	02
01	إلى حد ما	07	69.10	02.07	03	إلى حد ما	06	76.32	02.29	03
0	إلى حد ما	04	75.99	02.28	04	بدرجة كبيرة	04	82.99	02.49	04
01	لا	12	51.88	01.55	05	إلى حد ما	11	58.66	01.76	05
01	بدرجة كبيرة	02	79.54	02.38	06	بدرجة كبيرة	03	83.99	02.52	06
0	بدرجة كبيرة	01	83.10	02.49	07	بدرجة كبيرة	01	92.65	02.78	07
01	إلى حد ما	03	77.66	02.33	08	بدرجة كبيرة	02	88.65	02.66	08
01	إلى حد ما	09	63.55	01.90	09	إلى حد ما	08	75.99	02.28	09
02	إلى حد ما	08	67.88	02.03	10	إلى حد ما	06	76.32	02.29	10
0	إلى حد ما	05	75.77	02.27	11	بدرجة كبيرة	05	80.99	02.43	11
01	إلى حد ما	11	56.32	01.69	12	إلى حد ما	10	72.65	02.18	12
	إلى حد ما		69.77	02.09		إلى حد ما		76.90	02.30	النتيجة النهائية

يظهر من خلال هذا الجدول أن المتوسطات الحسابية للدوافع بالنسبة لفئة الإناث تراوحت بين (1.55-2.49)، وأوزانها النسبية تراوحت بين (51.88-83.10)، فقد احتل دافع "اكتساب معارف جديدة في مجالات مختلفة" المرتبة الأولى بوزن نسبي قدر ب 83.10% أما دافع "المرح، التسلية والترفيه" فقد احتل المرتبة الثانية، حيث بلغ الوزن النسبي له 79.54%، وهذان الدافعان يتراوح متوسط حسابهما بين 2.34 و 3، وبالتالي هما بتقدير درجة كبيرة، بينما احتل دافع "التواصل مع الآخرين" المرتبة الثالثة بوزن نسبي قدر ب 77.66%، وبمتوسط حسابي مرجح قدر ب 02.33 يقع في مجال تقدير إلى حد ما ، بينما تم رفض دافع "التعبير عن مشاعر وأراء وسلوكيات افتقدها في الواقع المعاش" بوزن نسبي قدر ب 51.88%، و متوسط حسابي قدر ب 01.55، بينما دوافع: "تعلم وإجادة التعامل مع الآخرين" و"الشعور بالوحدة"، و "فهم الكثير من الأمور الحياتية" احتلت المراتب الأخيرة بأوزان نسبية قدرت ب 56.32 % و 63.10 % و 63.55 % على التوالي، وكانت متوسطاتها الحسابية المرجحة تتراوح بين 1.66 و 2.32 ، وبالتالي فهي بتقدير إلى حد ما.

وعند فئة "الذكور" تراوحت المتوسطات الحسابية بين (1.73-2.87)، وأوزان نسبية تراوحت بين (57.66-92.65)، حيث احتل كذلك دافع " اكتساب معارف جديدة في مجالات مختلفة" المرتبة الأولى بوزن نسبي قدر 92.65 %، يليه دافع "التواصل مع الآخرين" بوزن نسبي قدر ب 88.65 %، يليه دافع "المرح التسلية والترفيه" بوزن نسبي قدر ب 83.99 %، وبتقدير درجة كبيرة، ونلاحظ أن هناك اتفاق بين الذكور والإناث فيما يخص الدوافع الأولى الثلاث، لكنها تختلف نسبياً في مستوى ودرجة تقديراتها، أما أدنى الأوزان النسبية عند فئة "الذكور" فقد كانت من نصيب دافع "الشعور بالوحدة"، ودافع "التعبير عن مشاعر وأراء وسلوكيات افتقدها في الواقع المعاش"، ودافع "تعلم وإجادة التعامل مع الآخرين" بأوزان نسبية قدرت ب 57.66 % و 58.66 % و 72.65 % على التوالي، وبتقدير إلى حد ما، كما نلاحظ غياب الدوافع المرفوضة لدى فئة "الذكور"، وعلى العموم فإن الإجابات الكلية النهائية لدوافع استخدام الانترنت عند الفئتين (ذكور وإناث) جاءت في اتجاهها العام بتقدير إلى حد ما لكل منها بوزنين نسبیین عامیین هما: 76.90% عند فئة الذكور، و 69.77% عند فئة "الإناث"، ومتوسطين حسابيين عاميين هما 02.30 و 02.09 على التوالي.

كما يتضح من خلال الجدول أنه لم يحدث تغيير كبير في ترتيب الدوافع لدى أفراد العينة من الجنسين، مما يشير إلى عدم وجود اختلاف كبير في ترتيب الدوافع في علاقاتها باستخدام الانترنت حسب النوع، وفيما يلي المخطط الراداري الذي يوضح اتجاه الدوافع عند أفراد العينة، وانتقالها حسب الدرجات الثلاث تبعاً لمتغير النوع.





الجدول رقم (63): يوضح دوافع استخدام الانترنت وفقاً لمتغير السن.

السن										السن والاتجاه والنسبة
المجموع ن=467	أكثر من 29 عاماً (ن=35)			29-24 عاماً (ن=124)			23-17 عاماً (ن=308)			
	1	2	3	1	2	3	1	2	3	
ك %	ك %	ك %	ك %	ك %	ك %	ك %	ك %	ك %	ك %	
467 100.0	-	22 62.85	13 37.14	52 41.93	72 58.06	-	62 20.12	222 72.07	24 07.79	1
467 100.0	-	35 100.0	-	39 31.45	45 36.29	40 32.25	53 17.20	82 26.62	173 56.16	2
467 100.0	-	27 77.14	08 22.85	44 35.48	40 32.25	40 32.25	40 12.98	161 52.27	107 34.74	3
467 100.0	-	14 40.0	21 60.0	-	94 75.80	30 24.19	-	193 62.66	115 37.33	4
467 100.0	08 22.85	19 54.28	08 22.85	54 43.54	52 41.93	18 14.51	171 55.52	103 33.44	34 11.03	5
467 100.0	-	22 62.85	13 37.14	12 09.67	83 66.93	29 23.38	-	134 43.50	174 56.49	6
467 100.0	-	08 22.85	27 77.14	-	14 11.29	110 88.70	-	166 53.89	142 46.10	7
467 100.0	-	17 48.57	18 51.42	-	71 57.25	53 42.74	07 02.27	156 50.64	145 47.07	8
467 100.0	08 22.85	13 37.14	14 40.0	37 29.83	21 16.93	66 53.22	119 38.63	86 27.92	103 33.44	9
467 100.0	-	26 74.28	09 25.71	39 31.45	54 43.54	31 25.0	27 08.76	195 63.31	86 27.92	10
467 100.0	-	31 88.57	04 11.42	16 12.90	46 37.09	62 50.0	09 02.92	185 60.06	114 37.01	11
467 100.0	08 22.85	27 77.14	-	60 48.38	46 37.09	18 14.51	116 37.66	89 28.89	103 33.44	12

من خلال هذا الجدول نلاحظ من المؤشرات الأولية أن أغلبية أفراد العينة من الفئة العمرية "17-23 عاماً" يستخدمون الانترنت بدافع "الشعور بالوحدة" إلى حد ما، وبنسبة 72.07 %، و بدرجة كبيرة بنسبة 07.79 %، يليه دافع " اكتساب صدقات جديدة من خلال الانترنت " إلى حد ما وبنسبة 63.31 % و بدرجة كبيرة بنسبة 27.92 %، و يليه دافع " تمضية وقت الفراغ " إلى حد ما وبنسبة 62.66 % و بدرجة كبيرة بنسبة 37.33 %، يليه إلى حد ما دافع " مناقشة بعض الأمور مع الآخرين من خلال المنتديات، الشات، التواصل الاجتماعي " بنسبة 60.06 %، وبدرجة كبيرة بنسبة 37.01 %، يليه بدرجة كبيرة دافع " المرح، التسلية الترفيه " بنسبة 56.49 %، و إلى حد ما بنسبة 43.50 %، يليه دافع " البحث عن الرفقة " بدرجة كبيرة، وبنسبة 56.16 %، و إلى حد ما بنسبة 26.62 %، و يليه دافع " اكتساب معارف جديدة في مجالات مختلفة " إلى حد ما وبنسبة 53.89 % وبدرجة كبيرة بنسبة 46.10 %، يليه دافع " نسيان الهموم والهروب من المشاكل " بنسبة 52.27 % إلى حد ما، وبدرجة كبيرة بنسبة 34.74 %، يليه دافع " التواصل مع الآخرين " بنسبة 50.64 % إلى حد ما وبنسبة 47.07 % بدرجة كبيرة، أما باقي الدوافع جاءت في مراتب متأخرة دون الخمسين بالمائة بالنسبة لهذه الفئة العمرية.

كما نلاحظ أن نسبة معتبرة من الفئة العمرية "17-23 عاماً" رفضت دافع "التعبير عن مشاعر وأراء وسلوكيات افتقدها في الواقع المعاش"، وذلك بنسبة رفض بلغت 55.52 %، كما أنها رفضت دافع " فهم الكثير من أمور الحياتية."، وذلك بنسبة 38.63 %، ورفضت كذلك دافع "تعلم وإجادة التعامل مع الآخرين " بنسبة 37.66 %.

ويمكن تفسير هذه النتائج بالنسبة للتعبير عن المشاعر هو أن الفضاء الحقيقي الذي يعيش فيه الطلبة يتيح مساحة مهمة للتعبير عن المشاعر دون الحاجة إلى الفضاءات الافتراضية، كما أنهم أي الفئة المعرية الأولى رفضوا بنسبة معتبرة دافع "فهم الكثير من الأمور الحياتية"، وهذا ربما راجع إلى اهتمامات هذه الفئة الخارجة من فترة المراهقة، وبالتالي فإنهم يجدون بدائل مهمة في الجامعة والأسرة وغيرها من الفضاءات لفهم الأمور الحياتية، وخاصة في الخروج مع جماعة الرفاق أو الزملاء أو الارتباط بالنشاطات المختلفة سواء كانت رياضية أو ثقافية أو علمية.

أما فئة العمرية الثانية "24-29 عاماً" فإنهم يستخدمون الانترنت بدافع " اكتساب معارف جديدة في مجالات مختلفة "، وذلك بدرجة كبيرة وبنسبة 88.70 %، يليه دافع "تمضية الوقت " وذلك إلى حد ما وبنسبة 75.80 %، يليه دافع " المرح، التسلية و الترفيه " وذلك إلى حد ما وبنسبة 66.93 %، يليه دافع "الشعور بالوحدة" وذلك إلى حد ما وبنسبة 58.06 %، يليه دافع " فهم الكثير من أمور الحياتية" بدرجة كبيرة وبنسبة 53.22 %، و يليه دافع " مناقشة بعض الأمور مع الآخرين من خلال المنتديات، الشات التواصل الاجتماعي " بدرجة كبيرة وبنسبة 50.0 %، أما باقي الدوافع فكانت نسبتها دون الخمسين بالمائة

وارتفع معدل رفض دافع "تعلم وإجادة التعامل مع الآخرين" من جانب تقريباً نصف أفراد العينة من هذه الفئة العمرية وبنسبة 48.38%، وربما يرجع ذلك إلى اعتقاد أفراد هذه الفئة العمرية أن التعلم واكتساب مهارات التعامل مع الآخرين يكون في البيئات الحقيقية التي يعيش فيها الطلبة، كما أن دافع "التعبير عن مشاعر وأراء وسلوكيات افتقدها في الواقع المعاش" تحصل على نسبة رفض قدرت 43.54%، و ربما يرجع ذلك إلى كون هذا النوع من الدوافع يمكن تلبيته في البيئة الحقيقية دون اللجوء إلى وسيلة الانترنت أي من خلال الخبرات التي تكتسبها هذه الفئة في البيت أو الجامعة أو من خلال احتكاكها بزملائها في الفضاءات المختلفة، كما أن دافع "الشعور بالوحدة" تم رفضه من قبل هذه الفئة بنسبة 41.93%، وهذا كذلك راجع إلى أسباب مرتبطة بالدافع وعلاقته بالبيئة التي يعيش فيها الطلبة وأنماط استخدام الانترنت لأن دافع الشعور بالوحدة لا يظهر عند الأفراد الذين يتفاعلون وجهاً لوجه، وهذا الاتصال وجهاً لوجه توفره الجامعة بمستويات مختلفة، كما أن دافع الشعور بالوحدة يكون للذين يستخدمونه كبديل وتعويض للاتصال ألمواجهي للأفراد الذين يعاونون من الوحدة والقلق والتوتر.

كما نلاحظ أن دافعا "البحث عن الرفقة" و"نسيان الهموم والهروب من المشاكل" كانت النسب في المستويات الثلاث متقاربة بين "درجة كبيرة" و"إلى حد ما" و"لا"، وهذا يعني أن أفراد العينة من هذه الفئة منقسمين حول هذه الخيارات الثلاث بالتساوي.

أما الفئة العمرية الثانية "أكثر 29 عاماً" فإنهم يستخدمون الانترنت بدافع "البحث عن الرفقة" إلى حد ما، وبنسبة 100.0%، يليه دافع "مناقشة بعض الأمور مع الآخرين من خلال المنتديات، الشات و التواصل الاجتماعي" إلى حد ما وبنسبة 88.57%، يليه دافع "نسيان الهموم والهروب من المشاكل" إلى حد ما بنسبة 77.14%، ودافع "تعلم وإجادة التعامل مع الآخرين" إلى حد ما وبنفس النسبة السابقة يليه "دافع اكتساب صدقات جديدة من خلال الانترنت" إلى حد ما وبنسبة 74.28%، يليه دافعي "الشعور بالوحدة" و "المرح، التسلية و الترفيه" إلى حد ما وبنسبة 62.85%، يليه دافع "تمضية وقت الفراغ" بدرجة كبيرة وبنسبة 60.0%، يليه دافع "التعبير عن مشاعر وأراء وسلوكيات افتقدها في الواقع المعاش" إلى حد ما وبنسبة 54.28%، يليه دافع "التواصل مع الآخرين" بدرجة كبيرة وبنسبة 51.42%.

أما باقي الدوافع فكانت نسبها أقل من الخمسين بالمائة فيما يتعلق باتجاه ب"درجة كبيرة" و"إلى حد ما"، كما نلاحظ أن هذه الفئة العمرية لا توجد فيها نسب معتبرة لرفض هذه الدوافع عكس الفئات العمرية الأخرى التي تضمنت نسب معتبرة لرفض بعض الدوافع.

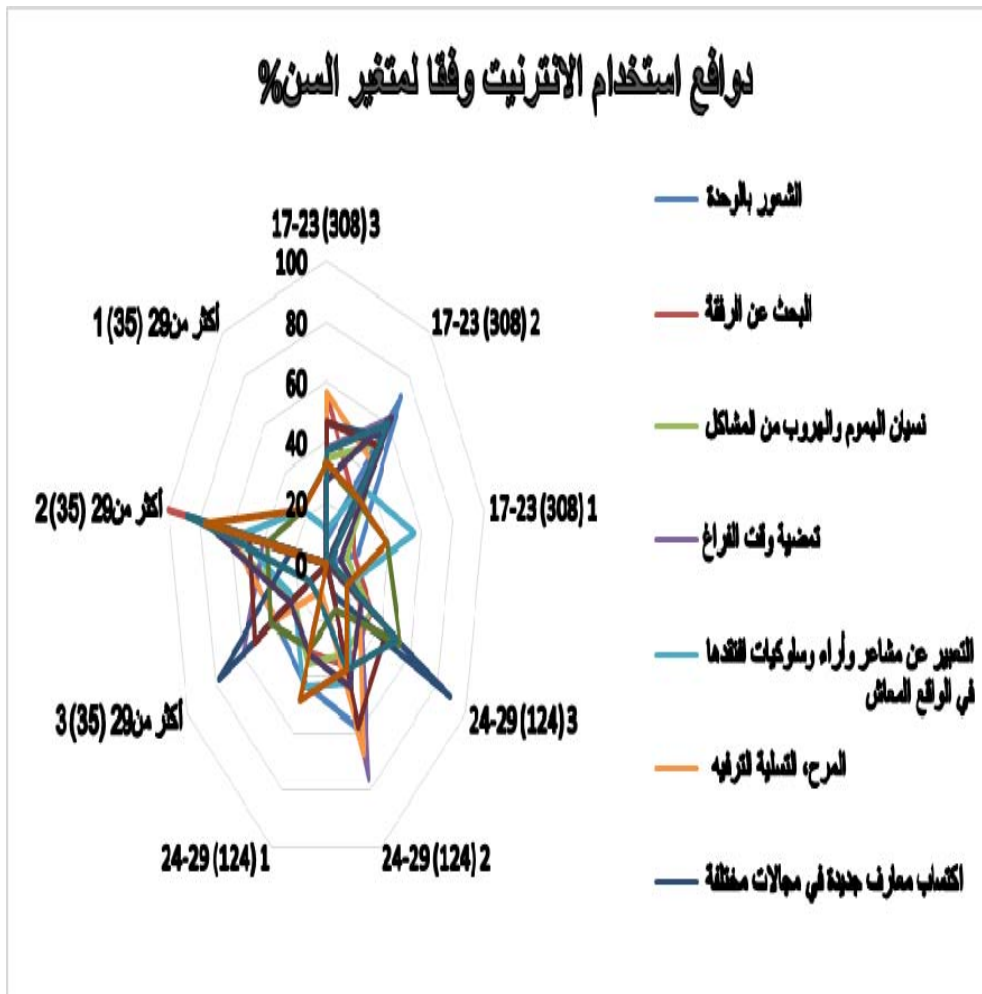
الجدول رقم (64): يوضح ترتيب دوافع استخدام الانترنت وفقاً لمتغير السن.

السن												السن والمتوسط الحسابي والوزن النسبي
أكثر من 29 عاماً (ن=35)			29-24 عاماً (ن=124)				23-17 عاماً (ن=308)				الدافع	
النتيجة	ت	الوزن النسبي %	المتوسط الحسابي	النتيجة	ت	الوزن النسبي %	المتوسط الحسابي	النتيجة	ت	الوزن النسبي %		المتوسط الحسابي
درجة كبيرة	05	79.03	02.37	لا	12	52.68	01.58	إلى حد ما	11	62.54	01.87	01
إلى حد ما	09	66.66	02.00	إلى حد ما	07	66.92	02.00	درجة كبيرة	04	79.64	02.39	02
إلى حد ما	07	74.27	02.22	إلى حد ما	08	65.58	01.96	إلى حد ما	07	73.91	02.21	03
درجة كبيرة	02	86.65	02.60	إلى حد ما	04	74.72	02.24	درجة كبيرة	05	79.10	02.37	04
إلى حد ما	09	66.66	02.00	إلى حد ما	10	56.98	01.70	لا	12	51.83	01.55	05
درجة كبيرة	04	79.04	02.37	إلى حد ما	06	71.22	02.13	درجة كبيرة	01	85.49	02.56	06
درجة كبيرة	01	92.37	02.77	درجة كبيرة	01	96.22	02.88	درجة كبيرة	02	82.02	02.46	07
درجة كبيرة	03	83.80	02.51	درجة كبيرة	02	80.90	02.42	درجة كبيرة	03	81.59	02.44	08
إلى حد ما	08	72.37	02.17	إلى حد ما	05	74.45	02.23	إلى حد ما	10	64.82	01.94	09
إلى حد ما	06	75.23	02.25	إلى حد ما	09	64.51	01.93	إلى حد ما	08	73.04	02.19	10
إلى حد ما	11	70.47	02.11	درجة كبيرة	03	79.02	02.37	درجة كبيرة	06	78.02	02.34	11
إلى حد ما	12	58.99	01.77	لا	11	55.37	01.66	إلى حد ما	09	65.25	01.95	12
إلى حد ما		75.38	02.26	إلى حد ما		69.71	02.09	إلى حد ما		72.96	02.18	النتيجة النهائية

من خلال هذا الجدول نلاحظ أن المتوسطات الحسابية لأفراد العينة من الفئة العمرية "23-17 عاماً" تراوحت المتوسطات الحسابية بين (1.55-2.56)، وأوزان نسبية تراوحت بين (51.83-85.49) أغلبية أفراد العينة من الفئة العمرية "23-17 عاماً"، حيث يستخدمون الانترنت بدافع "المرح، التسلية والترفيه" في المرتبة الأولى بوزن نسبي قدر بـ 85.49%، يليه دافع "اكتساب معارف جديدة في مجالات مختلفة" بوزن نسبي قدر بـ 82.02%، يليه دافع "التواصل مع الآخرين" بوزن نسبي قدر بـ 81.59%، أما أدنى الأوزان النسبية عند هذه الفئة العمرية كانت من نصيب دافع "الشعور بالوحدة" بوزن نسبي قدر

ب62.54%، ودافع "فهم الكثير من الأمور الحياتية." بوزن نسبي قدر ب64.82%، و تم رفض دافع واحد ممثل في "التعبير عن مشاعر وأراء وسلوكيات افتقدها في الواقع المعاش" بوزن نسبي قدر ب51.83%، ومتوسط حسابي مرجح يساوي 01.55، بينما المتوسطات الحسابية لأفراد الفئة العمرية 24-29 عاماً تراوحت بين (1.58-2.88)، وأوزان نسبية تراوحت بين (52.68-96.22)، حيث يستخدمون الانترنت بدافع " اكتساب معارف جديدة في مجالات مختلفة" في المرتبة الأولى بوزن نسبي قدر ب96.22%، ويليه دافع " التواصل مع الآخرين" في المرتبة الثانية بوزن نسبي قدر ب80.90%، يليه دافع " مناقشة بعض الأمور مع الآخرين من خلال المنتديات، الشات، التواصل الاجتماعي" بوزن نسبي قدر ب79.02%، ومن بين أدنى الأوزان النسبية انخفاضاً عند هذه الفئة العمرية كانت من نصيب دافع "التعبير عن مشاعر وأراء وسلوكيات افتقدها في الواقع المعاش" بوزن نسبي قدر ب56.98%، كما تم رفض دافعين اثنين عند هذه الفئة العمرية هما: دافع "الشعور بالوحدة" بوزن نسبي قدر ب52.68%، ومتوسط حسابي 01.58، و دافع "تعلم وإجادة التعامل مع الآخرين" بوزن نسبي قدر ب55.37% ومتوسط حسابي 01.66.

بينما المتوسطات الحسابية لأفراد العينة من الفئة العمرية "أكثر من 29 عاماً" تراوحت بين (1.77-2.00)، وأوزان نسبية تراوحت بين (66.66-95.04)، حيث يستخدمون الانترنت بدافع "تعلم وإجادة التعامل مع الآخرين" في المرتبة الأولى بوزن نسبي قدر ب95.04%، يليه دافع اكتساب معارف جديدة في مجالات مختلفة" في المرتبة الثانية بوزن نسبي قدر ب92.37%، ودافع "تمضية وقت الفراغ" في المرتبة الثالثة بنسبة 86.65%، أما أكثر الأوزان النسبية انخفاضاً عند هذه الفئة العمرية كانت من نصيب دافع " البحث عن الرفقة" بوزن نسبي قدر ب66.66%، يليه بنفس قيمة الوزن النسبي دافع " التعبير عن مشاعر وأراء وسلوكيات افتقدها في الواقع المعاش"، ودافع "مناقشة بعض الأمور مع الآخرين من خلال المنتديات، الشات، التواصل الاجتماعي" بوزن نسبي قدر ب70.47%، بينما لم يتم رفض أي دافع عند هذه الفئة العمرية، والنتيجة النهائية لإجابات أفراد العينة حول الدوافع للفئات العمرية الثلاث جاءت بتقدير إلى حد ما عند الفئات الثلاث بوزن نسبي قدر ب72.96% ومتوسط حسابي مرجح 02.18 لدى الفئة العمرية الأولى، بينما الفئتين العمريتين الثانية والثالثة تحصلتا على وزنين نسبين 69.71% و 75.38% على التوالي ومتوسطين حسابيين 02.09 و 02.16، والمخطط الراداري يوضح اتجاه درجات الدوافع عند كل الفئات العمرية.



الشكل رقم (62): مخطط راداري لدوافع استخدام الانترنت وفقاً لمتغير السن.

الجدول رقم (65): يوضح دوافع استخدام الانترنت وفقا لمتغير المستوى الجامعي (ليسانس).

م	الدافع	المستوى الجامعي								
		السنة الثانية ليسانس (ن=115)			السنة الثالثة ليسانس (ن=149)					
		1	2	3	1	2	3			
		ك	ك	ك	ك	ك	ك			
		%	%	%	%	%	%			
1	الشعور بالوحدة	06	64	45	08	97	44	05.21	55.65	39.13
2	البحث عن الرفقة	22	67	26	73	45	31	19.13	58.26	22.60
3	نسيان الهموم والهروب من المشاكل	23	67	25	51	70	28	20.0	58.26	21.73
4	تمضية وقت الفراغ	19	96	-	62	87	-	16.52	83.47	-
5	التعبير عن مشاعر وآراء وسلوكيات افتقدها في الواقع المعاش	13	67	35	19	37	93	11.30	58.26	30.43
6	المرح، التسلية والترفيه	41	74	-	88	61	-	35.65	64.34	-
7	اكتساب معارف جديدة في مجالات مختلفة	95	20	-	75	74	-	82.60	17.39	-
8	التواصل مع الآخرين	64	51	-	61	88	-	55.65	44.34	-
9	فهم الكثير من الأمور الحياتية	52	37	26	58	31	60	45.21	32.17	22.60
10	اكتساب صداقات جديدة من الانترنت	32	62	21	34	90	25	27.82	53.91	18.26
11	مناقشة بعض الأمور مع الآخرين من خلال المنتديات، الشات، التواصل الاجتماعي .	42	73	-	62	71	16	36.52	63.47	-
12	تعلم وإجادة التعامل مع الآخرين	37	41	37	42	46	61	32.17	35.65	32.17



من خلال هذا الجدول نلاحظ من المؤشرات الأولية أن أغلبية أفراد العينة من فئة "السنة الثانية ليسانس" يستخدمون الانترنت بدافع "تمضية وقت الفراغ" إلى حد ما وبنسبة 83.47% و بدرجة كبيرة بنسبة 16.52% يليه دافع "اكتساب معارف جديدة في مجالات مختلفة" بدرجة كبيرة وبنسبة 82.60% و إلى حد ما بنسبة 17.39%، و يليه دافع "المرح، التسلية والترفيه" إلى حد ما وبنسبة 64.34% و بدرجة كبيرة بنسبة 35.65%، يليه إلى حد ما دافع "مناقشة بعض الأمور مع الآخرين من خلال المنتديات، الشات التواصل الاجتماعي" بنسبة 63.47% وبدرجة كبيرة بنسبة 36.52%، تليه الدوافع الطوقسية التالية: "البحث عن الرفقة" و "نسيان الهموم والهروب من المشاكل" و "التعبير عن مشاعر وأراء وسلوكيات افتقدها في الواقع المعاش" إلى حد ما وبنسبة 58.26% لكل واحد من هذه الدوافع، يليه دافع "التواصل مع الآخرين" بدرجة كبيرة بنسبة 55.65% وإلى حد ما و بنسبة 44.34%، يليه دافع "الشعور بالوحدة" إلى حد ما وبنسبة 55.65%، و يليه دافع "اكتساب صدقات جديدة من خلال الانترنت" إلى حد ما وبنسبة 53.91% وبدرجة كبيرة بنسبة 27.82%، أما دافع "فهم الكثير من الأمور الحياتية"، ودافع "تعلم وإجادة التعامل مع الآخرين" فنسبتهما كانت دون الخمسين بالمائة واحتلتا المرتبتين الآخرين على التوالي، وهذا ما جعل نسبة رفض دافع "تعلم وإجادة التعامل مع الآخرين" مرتفعة نوعا ما و قدرت ب 32.17%.

كما نلاحظ أن نسبة معتبرة من فئة "السنة الثانية ليسانس" رفضت دافع "الشعور بالوحدة" وذلك بنسبة رفض بلغت 39.13%، ورفضت كذلك دافع "التعبير عن مشاعر وأراء وسلوكيات افتقدها في الواقع المعاش وذلك بنسبة 30.43%.

ويمكن تفسير هذه النتائج بالنسبة للشعور بالوحدة هو أن الفضاء الحقيقي الذي يعيش فيه الطلبة يتيح مساحة مهمة للتفاعل وجها لوجه، بالإضافة إلى التفاعلات في الفضاءات الافتراضية، كما أنهم أي فئة "السنة الثانية ليسانس" رفضت بنسبة معتبرة دافع "التعبير عن مشاعر وأراء وسلوكيات افتقدها في الواقع المعاش"، وهذا ربما راجع إلى اهتمامات هذه الفئة بالدراسة، وبالتالي فإنهم يجدون بدائل مهمة في الجامعة والأسرة، وغيرها من الفضاءات للتعبير عن المشاعر وخاصة عند الخروج مع جماعة الرفاق أو الزملاء، أما فئة "السنة الثالثة ليسانس الثانية" فإنهم يستخدمون الانترنت بدافع "الشعور بالوحدة" وذلك إلى حد ما وبنسبة 65.10% وهذا عكس الفئة الأولى التي رفضت هذا الدافع بنسبة معتبرة، يليه دافع "اكتساب صدقات جديدة من الانترنت"، وذلك إلى حد ما وبنسبة 60.40% وبدرجة كبيرة بنسبة 22.81%، يليه دافع "المرح، التسلية والترفيه" وذلك بدرجة كبيرة وبنسبة 59.06%، و إلى حد ما بنسبة 40.93%، يليه دافع "التواصل مع الآخرين" وذلك إلى حد ما وبنسبة 59.06% وبدرجة كبيرة بنسبة 40.93%، يليه دافع "تمضية وقت الفراغ" إلى حد ما وبنسبة 58.39% وبدرجة كبيرة بنسبة

41.61%، يليه دافع " اكتساب معارف جديدة في مجالات مختلفة " بدرجة كبيرة ونسبة 50.33% و إلى حد ما بنسبة 49.66%، أما باقي الدوافع فكانت دون الخمسين بالمائة. وارتفع معدل رفض دافع " التعبير عن مشاعر وآراء وسلوكيات افتقدها في الواقع المعاش " من جانب أكثر نصف أفراد العينة من هذه الفئة بنسبة 62.41%، وهذا يمكن تفسيره بتوفر فضاءات تستطيع أن تستوعب مشاعر وآراء وسلوكيات الأفراد خاصة بالنسبة للطلبة الجامعيين .

كما أن دافع " تعلم وإجادة التعامل مع الآخرين " تحصل على نسبة رفض قدرت 40.94% وربما يرجع ذلك إلى اعتقاد أفراد هذه الفئة أن التعلم واكتساب مهارات التعامل مع الآخرين يكون في البيئات الحقيقية التي يعيش فيها الطلبة، كما أن هذه الفئة بصدد القيام بتريصات ميدانية و إعداد مذكرات تخرج ما يستدعي احتكاكها بفئات مختلفة من المجتمع، وهذا ما يكسبها مهارات حياتية، أو ربما يرجع ذلك إلى كون هذا النوع من الدوافع يمكن تلبيته في البيئة الحقيقية دون اللجوء إلى وسيلة الانترنت، أي من خلال الخبرات التي تكتسبها هذه الفئة في البيت أو الجامعة أو من خلال احتكاكها بزملائها في الفضاءات المختلفة، كما أن دافع " فهم الكثير من الأمور الحياتية " تم رفضه من قبل هذه الفئة بنسبة 40.26%.

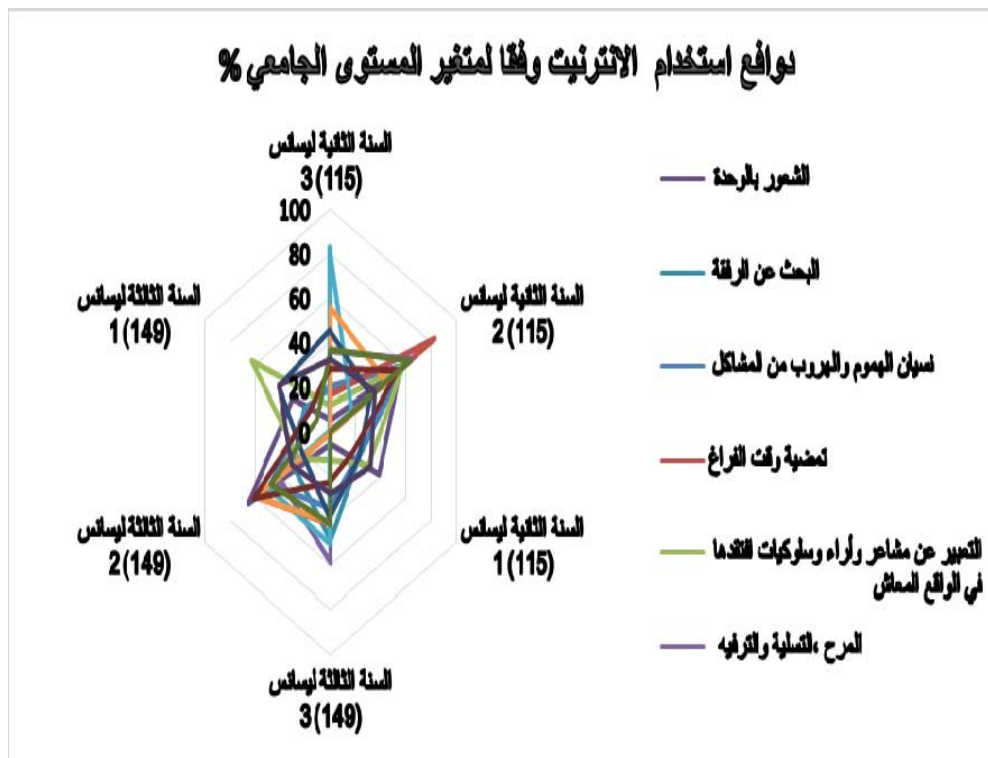
الجدول رقم (66): يوضح ترتيب دوافع استخدام الانترنت وفقاً لمتغير المستوى الجامعي(ليسانس).

الفرق بين الترتيبين	المستوى الجامعي								المستوى الجامعي والترتيب والاتجاه الدافع
	السنة الثالثة ليسانس (ن=149)				السنة الثانية ليسانس (ن=115)				
	النتيجة	الترتيب	الوزن النسبي %	المتوسط الحسابي	النتيجة	الترتيب	الوزن النسبي %	المتوسط الحسابي	
01	إلى حد ما	11	58.60	01.75	لا	12	55.35	01.66	01
04	إلى حد ما	06	76.05	02.28	إلى حد ما	10	65.50	01.96	02
02	إلى حد ما	07	71.80	02.15	إلى حد ما	09	66.08	01.98	03
03	بدرجة كبيرة	03	80.52	02.41	إلى حد ما	06	72.16	02.16	04
01	لا	12	50.10	01.50	إلى حد ما	11	60.28	01.80	05
03	بدرجة كبيرة	01	86.34	02.59	بدرجة كبيرة	04	78.54	02.35	06
01	بدرجة كبيرة	02	83.43	02.50	بدرجة كبيرة	01	94.19	02.82	07
02	بدرجة كبيرة	04	80.30	02.41	بدرجة كبيرة	02	85.20	02.55	08
04	إلى حد ما	09	66.21	01.98	إلى حد ما	05	74.19	02.22	09
01	إلى حد ما	08	68.67	02.06	إلى حد ما	07	69.84	02.10	10
02	إلى حد ما	05	76.94	02.30	إلى حد ما	03	78.83	02.36	11
02	إلى حد ما	10	62.41	01.87	إلى حد ما	08	66.66	02.00	12
	إلى حد ما		71.65	02.15	إلى حد ما		72.10	02.16	النتيجة النهائية

من خلال هذا الجدول نلاحظ أن المتوسطات الحسابية عند أفراد العينة من فئة "السنة الثانية ليسانس" تراوحت بين (1.66-2.82)، وأوزان نسبية تراوحت بين (55.35-94.19)، حيث يستخدمون الانترنت بدافع "اكتساب معارف جديدة في مجالات مختلفة" في المرتبة الأولى بوزن نسبي قدر بـ 94.19 %، يليه دافع "التواصل مع الآخرين" بوزن نسبي قدر بـ 85.20 %، يليه دافع "مناقشة بعض الأمور مع الآخرين من خلال المنتديات، الشات، التواصل الاجتماعي" بوزن نسبي قدر بـ 73.83 %، وهي الدوافع التي تحصلت على تقدير درجة كبيرة، بمتوسطات حسابية مرجحة تقع بين 2.34 و 4، وهي 02.82 و 02.55 و 02.36 على التوالي، أما أدنى الأوزان النسبية عند هذه الفئة كانت من نصيب دافع "التعبير عن مشاعر وأراء وسلوكيات افتقدها في الواقع المعاش" بوزن نسبي قدر بـ 60.28 %، ودافع "البحث عن الرفقة." بوزن نسبي قدر بـ 65.50 %، و تم رفض دافع واحد ممثل في "الشعور بالوحدة" بوزن نسبي قدر بـ 55.35 %، ومتوسط حسابي مرجح يساوي 01.66.

بينما المتوسطات الحسابية عند أغلبية أفراد العينة من فئة "السنة الثالثة ليسانس" تراوحت بين (1.50-2.59)، وأوزان نسبية تراوحت بين (50.10-86.34)، حيث يستخدمون الانترنت في المرتبة الأولى بدافع "المرح، التسلية والترفيه" بوزن نسبي قدر بـ 86.34 %، ويليه دافع "اكتساب معارف جديدة في مجالات مختلفة" في المرتبة الثانية بوزن نسبي قدر بـ 80.90 %، يليه دافع "تمضية وقت الفراغ" في المرتبة الثالثة بوزن نسبي قدر بـ 80.52 %، ومن بين أدنى الأوزان النسبية عند هذه الفئة كانت من نصيب دافع "الشعور بالوحدة" بوزن نسبي قدر بـ 58.60 %، ومتوسط حسابي 01.75، و دافع "تعلم وإجادة التعامل مع الآخرين" بوزن نسبي قدر بـ 62.41 % ومتوسط حسابي 01.87. وتم رفض دافع "التعبير عن مشاعر وأراء وسلوكيات افتقدها في الواقع المعاش" بوزن نسبي قدر بـ 50.10 ومتوسط حسابي مرجح قدر بـ 01.50، أما النتيجة النهائية الكلية لإجابات أفراد العينة من الفئتين حول دوافع استخدام الانترنت جاءت بتقدير إلى حد ما بالنسبة لفئتي مستوى ليسانس، حيث بلغ الوزن النسبي النهائي لفئة "السنة الثانية ليسانس" 72.10 % ومتوسط حسابي مرجح قدر بـ 02.16، وبلغ الوزن النسبي لفئة "السنة الثالثة ليسانس" 71.65 % ومتوسط حسابي قدر بـ 02.15.

كما نلاحظ من خلال الجدول أن أكبر اختلاف في ترتيب الدوافع بالنسبة للمستويين الدراسيين الجامعيين تمثل في دافع "البحث عن الرفقة"، ودافع "فهم الكثير من الأمور الحياتية"، وذلك بأربع مراتب كفرق، أما باقي الدوافع فكانت الفروق في الترتيب بين المستويين أقل من 3، وهذا ما يعني أو يشير إلى بعض التغيير الذي طرأ على بنية الدوافع مع تطور المستوى، وهذا ما تحققه الانترنت من تلبية لدوافع نتيجة عوامل معرفية واجتماعية وشخصية للطلبة باختلاف مستوياتهم العلمية، وفيما يلي المخطط الراداري الذي يوضح اتجاه درجات الدوافع عند أفراد العينة من الفئتين.



الشكل رقم (63): مخطط راداري لدوافع استخدام الانترنت وفقا لمتغير المستوى الجامعي (ليسانس)

الجدول رقم (67): يوضح دوافع استخدام الانترنت وفقا لمتغير المستوى الجامعي (ماستر).

المستوى الجامعي						الدافع	م
السنة الثانية ماستر (ن=69)			السنة أولى ماستر (ن=134)				
1	2	3	1	2	3		
ك	ك	ك	ك	ك	ك		
%	%	%	%	%	%		
06	47	16	19	108	07	الشعور بالوحدة	1
08.69	68.11	23.18	14.18	80.59	05.22		
16	24	29	19	26	89	البحث عن الرفقة	2
23.18	34.78	42.02	14.18	19.40	66.41		
19	23	27	12	68	54	نسيان الهموم والهروب من المشاكل	3
27.53	33.33	39.13	08.95	50.74	40.29		
-	28	41	-	90	44	تضيبة وقت الفراغ	4
-	40.57	59.42	-	67.16	32.83		

27	32	10	78	38	18	التعبير عن مشاعر وآراء وسلوكيات افتقدها في الواقع المعاش	5
39.13	46.37	14.49	58.20	28.35	13.43		
-	18	51	12	86	36	المرح، التسلية والترفيه	6
-	26.08	73.91	08.95	64.18	26.86		
07	21	41	-	66	68	اكتساب معارف جديدة في مجالات مختلفة	7
10.14	30.43	59.42	-	49.25	50.74		
-	23	46	07	82	45	التواصل مع الآخرين.	8
-	33.33	66.66	05.22	61.19	33.58		
08	16	45	70	36	28	فهم الكثير من الأمور الحياتية	9
11.59	23.18	65.21	52.23	26.86	20.89		
09	38	22	11	85	38	اكتساب صداقات جديدة من خلال الانترنت	10
13.04	55.07	31.88	08.20	63.43	28.35		
09	33	27	-	85	49	مناقشة بعض الأمور مع الآخرين من خلال المنتديات، الشات والتواصل الاجتماعي.	11
13.04	47.82	39.13		63.43	36.56		
08	44	17	78	31	25	تعلم وإجادة التعامل مع الآخرين	12
11.59	63.76	24.63	58.20	23.13	18.65		

من خلال هذا الجدول نلاحظ أن أغلبية أفراد العينة من فئة "السنة أولى ماستر" يستخدمون الانترنت بدافع "الشعور بالوحدة" إلى حد ما ونسبة 80.59%، و بدرجة كبيرة بنسبة 05.22%، يليه دافع "تمضية وقت الفراغ" إلى حد ما ونسبة 67.16%، و بدرجة كبيرة بنسبة 32.83%، و يليه دافع البحث عن الرفقة " بدرجة كبيرة ونسبة 66.41% و إلى حد ما بنسبة 19.40%، و يليه دافع "المرح التسلية والترفيه" إلى حد ما ونسبة 64.18%، و بدرجة كبيرة بنسبة 26.86%، يليه إلى حد ما دافع " مناقشة بعض الأمور مع الآخرين من خلال المنتديات، الشات والتواصل الاجتماعي" بنسبة 63.43% وبدرجة كبيرة بنسبة 36.56%، و يليه إلى حد ما دافع اكتساب صداقات جديدة من الانترنت بنسبة 63.43%، وبدرجة كبيرة بنسبة 28.35%، تليه دافع " التواصل مع الآخرين" إلى حد ما بنسبة 61.19%، وبدرجة كبيرة بنسبة 33.58%، و يليه دافع "اكتساب معارف جديدة في مجالات مختلفة" بدرجة كبيرة ونسبة 50.74%، و إلى حد ما بنسبة 49.25%، و يليه إلى حد ما " نسيان الهموم والهروب من المشاكل" بنسبة 50.74%، وبدرجة كبيرة بنسبة 40.29%.

كما نلاحظ أن نسبة معتبرة من فئة "السنة أولى ماستر" تجاوزت الخمسين بالمائة رفضت دافع "تعلم وإجادة التعامل مع الآخرين" و دافع "التعبير عن مشاعر وآراء وسلوكيات افتقدها في الواقع

المعاش" وذلك بنسبة 58.20% لكل منهما، ودافع " فهم الكثير من الأمور الحياتية" بنسبة رفض بلغت 52.23%.

ويمكن تفسير هذه النتائج بالنسبة لفهم الكثير من الأمور الحياتية هو أن الفضاء الحقيقي الذي يعيش فيه الطلبة يتيح مساحة مهمة للتفاعل وجها لوجه والاحتكاك مع الآخرين، وبالتالي اكتساب مهارات وتجارب حياتية، بالإضافة إلى التفاعلات في الفضاءات الافتراضية، كما أنهم أي فئة "السنة أولى ماستر" رفضت بنسبة معتبرة دافع " التعبير عن مشاعر وآراء وسلوكيات انتقدها في الواقع المعاش " وهذا ربما راجع إلى اهتمامات هذه الفئة بالدراسة، وبالتالي فإنهم يجدون بدائل مهمة في الجامعة والأسرة وغيرها من الفضاءات للتعبير عن المشاعر وخاصة عند الخروج مع جماعة الرفاق أو الزملاء.

أما فئة "السنة الثانية ماستر" فإنهم يستخدمون الانترنت بدافع " المرح ، التسلية والترفيه" بدرجة كبيرة وبنسبة 73.91%، و إلى حد ما بنسبة 26.08%، يليه دافع " الشعور بالوحدة"، وذلك إلى حد ما وبنسبة 68.11%، وبدرجة كبيرة بنسبة 23.18%، و يليه دافع " التواصل مع الآخرين" بدرجة كبيرة وبنسبة 66.66% و إلى حد ما بنسبة 33.33%، يليه دافع " فهم الكثير من الأمور الحياتية " بدرجة كبيرة وبنسبة 65.21%، و إلى حد ما بنسبة 23.18%، يليه " تعلم وإجادة التعامل مع الآخرين" وذلك إلى حد ما وبنسبة 63.76% وبدرجة كبيرة بنسبة 24.63%، يليه دافع "تمضية الوقت" بدرجة كبيرة وبنسبة 59.42%، و إلى حد ما بنسبة 40.57%، يليه دافع " اكتساب معارف جديدة في مجالات مختلفة" بدرجة كبيرة وبنسبة 59.42%، و إلى حد ما بنسبة 30.43%، يليه دافع " اكتساب صداقات جديدة من الانترنت" إلى حد ما وبنسبة 55.07%، وبدرجة كبيرة بنسبة 31.88%، أما باقي الدوافع كانت نسبتها دون الخمسين.

وارتفع معدل رفض دافع " التعبير عن مشاعر وآراء وسلوكيات انتقدها في الواقع المعاش" من أفراد العينة من هذه الفئة وبنسبة بلغت 39.13%، وهذا يمكن تفسيره بتوفر فضاءات تستطيع أن تستوعب مشاعر وآراء وسلوكيات الأفراد خاصة بالنسبة للطلبة الجامعيين، أما باقي الدوافع إما كانت فيها نسبة الرفض فيها معدومة أو منخفضة.

الجدول رقم (68): يوضح ترتيب دوافع استخدام الانترنت وفقاً لمتغير المستوى الجامعي (ماستر).

الفرق بين الترتيبين	المستوى الجامعي								المستوى الجامعي والترتيب والاتجاه الدافع
	السنة الثانية ماستر (ن=69)				السنة أولى ماستر (ن=134)				
	النتيجة	الترتيب	الوزن النسبي %	المتوسط الحسابي	النتيجة	الترتيب	الوزن النسبي %	المتوسط الحسابي	
00	إلى حد ما	09	71.49	02.14	إلى حد ما	09	63.67	01.91	01
06	إلى حد ما	07	72.94	02.18	بدرجة كبيرة	01	84.07	02.52	02
06	إلى حد ما	11	70.52	02.11	إلى حد ما	05	77.10	02.31	03
01	بدرجة كبيرة	03	86.46	02.59	إلى حد ما	04	77.60	02.32	04
00	إلى حد ما	12	58.44	01.75	لا	12	51.73	01.55	05
07	بدرجة كبيرة	01	91.29	02.73	إلى حد ما	08	72.63	02.18	06
01	بدرجة كبيرة	03	86.46	02.59	بدرجة كبيرة	02	83.57	02.50	07
04	بدرجة كبيرة	02	88.88	02.66	إلى حد ما	06	76.11	02.28	08
05	بدرجة كبيرة	05	84.53	02.53	إلى حد ما	10	56.21	01.68	09
01	إلى حد ما	08	72.93	02.18	إلى حد ما	07	73.37	02.20	10
03	إلى حد ما	06	75.35	02.26	بدرجة كبيرة	03	78.84	02.36	11
01	إلى حد ما	10	71.00	02.13	لا	11	53.47	01.60	12
	إلى حد ما		77.35	02.32	إلى حد ما		70.57	02.11	النتيجة النهائية

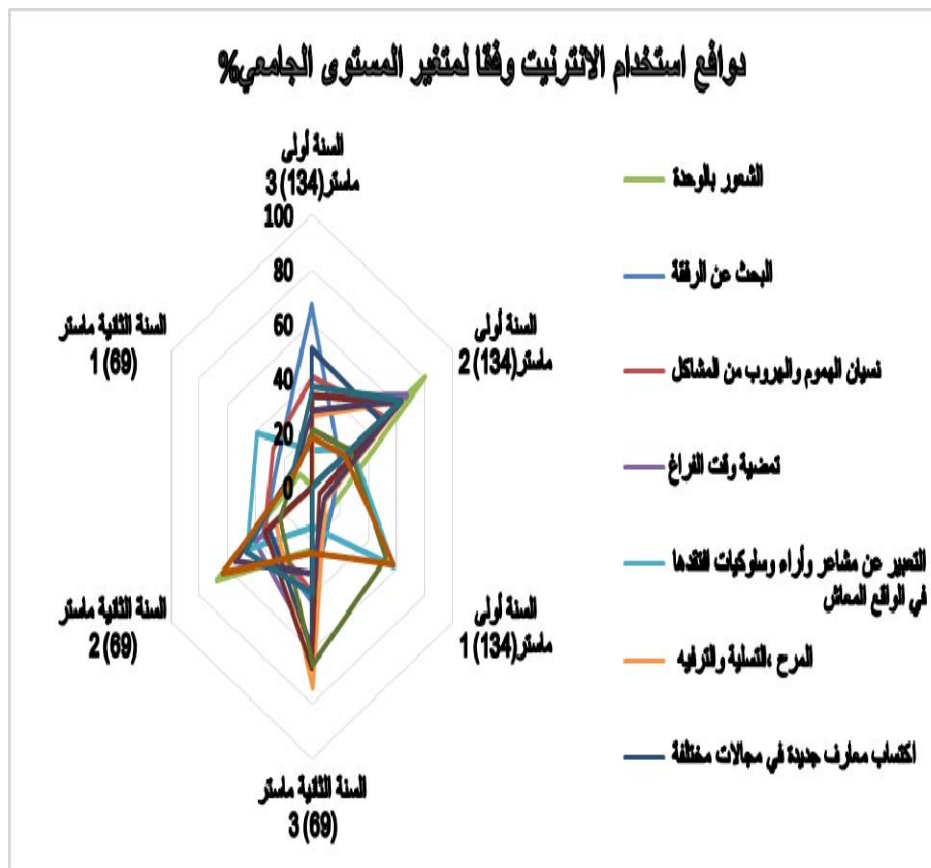
من خلال هذا الجدول نلاحظ أن المتوسطات الحسابية عند أغلبية أفراد العينة من فئة "السنة أولى ماستر" تراوحت بين (1.55-2.52)، وأوزان نسبية تراوحت بين (51.73-84.07)، حيث يستخدمون الانترنت بدافع "البحث عن الرفقة" في المرتبة الأولى بوزن نسبي قدر ب84.07%، يليه دافع "اكتساب معارف جديدة في مجالات مختلفة" في المرتبة الثانية بوزن نسبي قدر ب83.57%، يليه دافع "مناقشة بعض الأمور مع الآخرين من خلال المنتديات، الشات، التواصل الاجتماعي" في المرتبة الثالثة بوزن نسبي قدر ب78.84%، وهي الدوافع التي تحصلت على تقدير درجة كبيرة، بمتوسطات حسابية مرجحة تقع بين 2.34 و4، وهي 02.52 و 02.50 و 02.36 على التوالي، أما أدنى الأوزان النسبية عند هذه الفئة كانت من نصيب دافع " فهم الكثير من الأمور الحياتية " بوزن نسبي قدر ب56.21%، ودافع "الشعور بالوحدة" بوزن نسبي قدر ب63.67%، و تم رفض دافعين اثنين هما: "التعبير عن مشاعر وأراء وسلوكيات افتقدها في الواقع المعاش" بوزن نسبي قدر ب51.73%، و"متوسط حسابي مرجح يساوي 01.55 ودافع" تعلم وإجادة التعامل مع الآخرين" بوزن نسبي قدر ب 53.47 و"متوسط حسابي 01.60.

بينما المتوسطات الحسابية عند أغلبية أفراد العينة من فئة "السنة الثالثة ليسانس" تراوحت بين (1.75-2.73)، وأوزان نسبية تراوحت بين (58.44-91.29)، حيث يستخدمون الانترنت في المرتبة الأولى بدافع "المرح، التسلية والترفيه" بوزن نسبي قدر ب 91.29%، ويليه دافع "التواصل مع الآخرين" في المرتبة الثانية بوزن نسبي قدر ب 88.88%، يليه دافع "نسيان الهموم والهروب من المشاكل" ودافع "اكتساب معارف جديدة في مجالات مختلفة" في المرتبة الثالثة بنفس الوزن النسبي قدر ب 86.46%، وهي دوافع جاءت بتقدير درجة كبيرة.

ومن بين أدنى الأوزان النسبية عند هذه الفئة كانت من نصيب دافع "التعبير عن مشاعر وأراء وسلوكيات افتقدها في الواقع المعاش" بوزن نسبي قدر 58.44%، ومتوسط حسابي 01.75، و دافع "نسيان الهموم والهروب من المشاكل" بوزن نسبي قدر ب 70.52% ومتوسط حسابي 02.11، ودافع "تعلم وإجادة التعامل مع الآخرين" بوزن نسبي قدر ب 71.0%، ومتوسط حسابي قدر ب 02.13، وهي دوافع جاءت بتقدير إلى حد ما، كما نلاحظ انه لم يتم رفض أي دافع من قبل هذه الفئة الجامعية. أما النتيجة النهائية الكلية لإجابات أفراد العينة من الفئتين حول دوافع استخدام الانترنت جاءت بتقدير إلى حد ما بالنسبة لفئتي مستوى الماجستير، حيث بلغ الوزن النسبي النهائي لفئة "السنة أولى ماجستير" 70.57% ومتوسط حسابي مرجح قدر 02.11، وبلغ الوزن النسبي لفئة "السنة الثانية ماجستير" 77.35% ومتوسط حسابي قدر ب 02.32.

كما يتضح من خلال الجدول أنه حدث تغيير في ترتيب بعض الدوافع لدى طلبة الماجستير وصل إلى 7 مراتب في دافع "المرح، التسلية والترفيه"، و 6 مراتب لدافعين اثنين هما: "البحث عن الرفقة و"نسيان الهموم والهروب من المشاكل"، ودافع "فهم الكثير من الأمور الحياتية" ب 5 مراتب و"دافع التواصل مع الآخرين"، ب 4 مراتب، أما باقي الدوافع فكانت الاختلافات والفروقات في ترتيب الدوافع بين المستويين أقل من 3 مراتب. وفيما يلي المخطط الراداري الذي يوضح اتجاه درجات الدوافع عند أفراد العينة من الفئتين.





الشكل رقم (64): مخطط راداري لدوافع استخدام الانترنت وفقا لمتغير المستوى الجامعي(ماستر)

الجدول رقم (69): يوضح دوافع استخدام الانترنت وفقا لمتغير مكان الإقامة.

م	مكان الإقامة والاتجاه والنسبة	مكان الإقامة						
		مع الأولياء (278=ن)			الإقامة الجامعية (189=ن)			
		1	2	3	1	2	3	
ك	ك	ك	ك	ك	ك	ك	ك	
%	%	%	%	%	%	%	%	
1	الشعور بالوحدة	20	196	62	17	120	52	467
		07.19	70.50	22.30	08.99	63.49	27.51	100.0
2	البحث عن الرفقة	132	82	64	81	80	28	467
		47.48	29.49	23.02	42.85	42.32	14.81	100.0
3	نسيان الهموم والهروب من المشاكل	98	132	48	57	96	36	467
		35.25	47.48	17.26	30.15	50.79	19.04	100.0
4	تمضية وقت الفراغ	107	171	-	59	130	-	467
		38.48	61.51	-	31.21	68.78	-	100.0

467	87	87	15	155	87	36	5	التعبير عن مشاعر وآراء وسلوكيات افتقدها في الواقع المعاش
100.0	46.03	46.03	07.93	55.75	31.29	12.94		
467	-	84	105	12	155	111	6	المرح، التسلية والترفيه
100.0	-	44.44	55.55	04.31	55.75	39.92		
467	-	64	125	-	124	154	7	اكتساب معارف جديدة في مجالات مختلفة
100.0	-	33.86	66.13	-	44.60	55.39		
467	-	96	93	07	148	123	8	التواصل مع الآخرين
100.0	-	50.79	49.20	02.51	53.23	44.24		
467	46	75	68	118	45	115	9	فهم الكثير من الأمور الحياتية
100.0	24.33	39.68	35.97	42.44	16.18	41.36		
467	44	104	41	22	171	85	10	اكتساب صداقات جديدة من الانترنت
100.0	23.28	55.02	21.69	07.91	61.51	30.57		
467	04	102	83	21	160	97	11	مناقشة بعض الأمور مع الآخرين من خلال المنتديات، الشات، التواصل الاجتماعي
100.0	02.11	53.96	43.91	07.55	57.55	34.89		
467	58	76	55	126	86	66	12	تعلم وإجادة التعامل مع الآخرين
100.0	30.68	40.21	29.10	45.32	30.93	23.74		

من خلال هذا الجدول نلاحظ أن أغلبية أفراد العينة من فئة المقيمين "مع الأولياء" يستخدمون الانترنت بدافع "الشعور بالوحدة" إلى حد ما ونسبة 70.50%، و بدرجة كبيرة بنسبة 07.19%، يليه دافع "تمضية وقت الفراغ" إلى حد ما ونسبة 61.51%، و بدرجة كبيرة بنسبة 38.48%، و يليه دافع اكتساب صداقات جديدة من الانترنت " إلى حد ما ونسبة 61.51%، و بدرجة كبيرة بنسبة 30.57% و يليه دافع " مناقشة بعض الأمور مع الآخرين من خلال المنتديات، الشات، التواصل الاجتماعي " إلى حد ما ونسبة 57.55%، و بدرجة كبيرة بنسبة 34.89%، يليه إلى حد ما دافع " المرح، التسلية والترفيه" بنسبة 55.75%، و بدرجة كبيرة بنسبة 39.92%، و يليه بدرجة كبيرة دافع "اكتساب معارف جديدة في مجالات مختلفة" بنسبة 55.39%، و إلى حد ما بنسبة 44.60%، تليه دافع " التواصل مع الآخرين" إلى حد ما بنسبة 53.23%، و بدرجة كبيرة بنسبة 44.24%، أما باقي الدوافع كانت نسبتها دون الخمسين بالمائة.

كما نلاحظ أن نسبة معتبرة من فئة المقيمين مع الأولياء تجاوزت الخمسين بالمائة رفضت دافع "التعبير عن مشاعر وآراء وسلوكيات افتقدها في الواقع المعاش"، وذلك بنسبة 55.75%، ودافع "تعلم وإجادة التعامل مع الآخرين" بنسبة رفض بلغت 45.32%، وكذلك دافع " فهم الكثير من الأمور الحياتية" بنسبة رفض بلغت 42.44%، أما فئة المقيمين في "الأحياء الجامعية" فإنهم يستخدمون الانترنت بدافع

تمضية وقت الفراغ " إلى حد ما وبنسبة 68.78 % و بدرجة كبيرة بنسبة 31.21 %، يليه بدرجة كبيرة دافع " اكتساب معارف جديدة في مجالات مختلفة" بنسبة 66.13 % والى حد ما بنسبة 33.86 %، يليه دافع " الشعور بالوحدة" وذلك إلى حد ما وبنسبة 63.49 % وبدرجة كبيرة بنسبة 08.99 %، و يليه بدرجة كبيرة دافع " المرح ،التسلية والترفيه " بنسبة 55.55 % والى حد ما بنسبة 44.44 %، و يليه دافع " اكتساب صدقات جديدة من الانترنت " إلى حد ما وبنسبة 55.02 % وبدرجة كبيرة بنسبة 21.69 %، يليه دافع" مناقشة بعض الأمور مع الآخرين من خلال المنتديات، الشات، التواصل الاجتماعي" إلى حد ما وبنسبة 53.96 %، وبدرجة كبيرة بنسبة 43.91 %، يليه " التواصل مع الآخرين " وذلك إلى حد ما وبنسبة 50.79 %، وبدرجة كبيرة بنسبة 49.20 %، يليه دافع " نسيان الهموم والهروب من المشاكل " وذلك إلى حد ما وبنسبة 50.79 %، وبدرجة كبيرة بنسبة 30.15 %، أما باقي الدوافع فنسبتها كانت دون الخمسين بالمائة، وارتفع معدل رفض دافع " التعبير عن مشاعر وآراء وسلوكيات افتقدها في الواقع المعاش" من أفراد العينة من هذه الفئة وبنسبة بلغت 46.03 %، وهذا يمكن تفسيره بتوفر فضاءات تستطيع أن تستوعب مشاعر وآراء وسلوكيات الأفراد خاصة بالنسبة للطلبة الجامعيين المقيمين في الأحياء الجامعية.

الجدول رقم (70): يوضح ترتيب دوافع استخدام الانترنت وفقاً لمتغير مكان الإقامة .

الفرق بين الترتيبين	مكان الإقامة								مكان الإقامة والترتيب والاتجاه
	الإقامة الجامعية (ن=189)				مع الأولياء (ن=278)				
	النتيجة	الترتيب	الوزن النسبي %	المتوسط الحسابي	النتيجة	الترتيب	الوزن النسبي %	المتوسط الحسابي	
01	إلى حد ما	11	60.48	01.81	إلى حد ما	10	61.62	01.84	01
00	إلى حد ما	06	76.00	02.28	إلى حد ما	06	74.81	02.24	02
00	إلى حد ما	08	70.36	02.11	إلى حد ما	08	72.65	02.18	03
02	إلى حد ما	05	77.06	02.31	بدرجة كبيرة	03	79.48	02.38	04
00	لا	12	53.96	01.61	لا	12	52.39	01.57	05
02	بدرجة كبيرة	02	85.17	02.55	بدرجة كبيرة	04	78.52	02.35	06
00	بدرجة كبيرة	01	88.70	02.66	بدرجة كبيرة	01	85.12	02.55	07
01	بدرجة كبيرة	03	83.06	02.49	بدرجة كبيرة	02	80.56	02.41	08
02	إلى حد ما	07	70.53	02.11	إلى حد ما	09	66.30	01.99	09
02	إلى حد ما	09	66.13	01.98	إلى حد ما	07	74.21	02.22	10
01	بدرجة كبيرة	04	80.59	02.41	إلى حد ما	05	75.77	02.27	11
01	إلى حد ما	10	64.19	01.92	إلى حد ما	11	59.46	01.78	12
	إلى حد ما		72.88	02.18	إلى حد ما		71.60	02.14	النتيجة النهائية

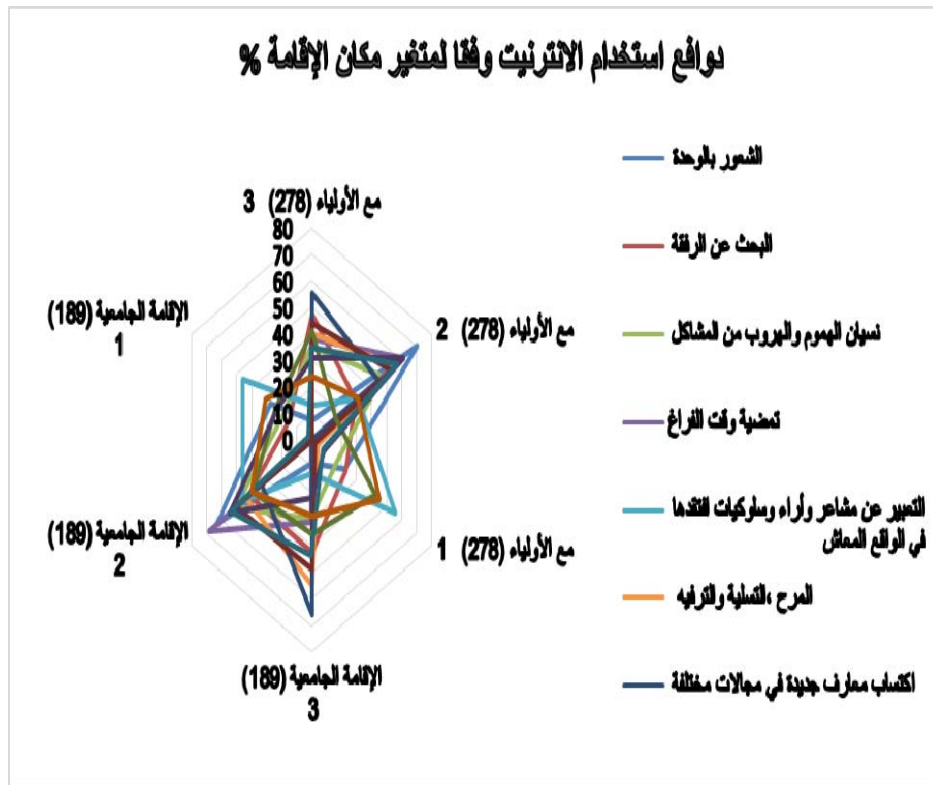
من خلال هذا الجدول نلاحظ أن أغلبية أفراد العينة من فئة المقيمين "مع الأولياء" يستخدمون الانترنت بدافع "اكتساب معارف جديدة في مجالات مختلفة" في المرتبة الأولى بوزن نسبي قدر 85.12%، يليه دافع "التواصل مع الآخرين" بوزن نسبي قدر 80.56%، يليه دافع "تمضية وقت الفراغ" بوزن نسبي قدر 79.48%، وهي الدوافع التي تحصلت على تقدير درجة كبيرة، بمتوسطات حسابية مرجحة تقع بين 2.34 و 4، وهي 02.55 و 02.41 و 02.38 على التوالي، أما أدنى الأوزان النسبية عند هذه الفئة كانت من نصيب دافع "تعلم وإجادة التعامل مع الآخرين" بوزن نسبي قدر ب59.46%، ودافع "الشعور بالوحدة" بوزن نسبي قدر 61.62%، ودافع "فهم الكثير من الأمور الحياتية" بوزن نسبي قدر 66.30%، وهي دوافع جاءت بتقدير إلى حد ما، و تم رفض دافع واحد ممثل في "التعبير عن مشاعر وأراء وسلوكيات انتقدها في الواقع المعاش" بوزن نسبي قدر 52.39% ومتوسط حسابي مرجح يساوي 01.57.

و أغلبية أفراد العينة من فئة المقيمين في "الأحياء الجامعية" يستخدمون الانترنت كذلك في المرتبة الأولى بدافع "اكتساب معارف جديدة في مجالات مختلفة" بوزن نسبي قدر ب 88.70% ويليه دافع "المرح، التسلية والترفيه" بوزن نسبي قدر 85.17%، يليه دافع "التواصل مع الآخرين" بوزن نسبي قدر ب 83.06%، وهي دوافع جاءت بتقدير درجة كبيرة.

ومن بين أدنى الأوزان النسبية عند هذه الفئة كانت من نصيب دافع "الشعور بالوحدة" بوزن نسبي قدر 60.48%، ومتوسط حسابي 01.81، و دافع "تعلم وإجادة التعامل مع الآخرين" بوزن نسبي قدر ب 64.19% ومتوسط حسابي 01.92، ودافع "اكتساب صدقات جديدة من الانترنت" بوزن نسبي قدر 66.13%، ومتوسط حسابي قدر 01.98، وهي دوافع جاءت بتقدير إلى حد ما، كما نلاحظ أنه تم رفض دافع واحد من قبل هذه الفئة ممثلاً في: "التعبير عن مشاعر وأراء وسلوكيات انتقدها في الواقع المعاش" بوزن نسبي قدر ب 53.96%، ومتوسط حسابي 01.61.

أما النتيجة النهائية الكلية لإجابات أفراد العينة من الفئتين حول دوافع استخدام الانترنت جاءت بتقدير إلى حد ما بالنسبة لفئتي مكان الإقامة، حيث بلغ الوزن النسبي النهائي لفئة المقيمين "مع الأولياء" 71.60% ومتوسط حسابي مرجح قدر 02.14، وبلغ الوزن النسبي لفئة المقيمين "الأحياء الجامعية" 72.88% ومتوسط حسابي قدر ب 02.18، وفيما يلي المخطط الراداري الذي يوضح اتجاه درجات الدوافع عند أفراد العينة من الفئتين.

كما يتضح لنا من خلال الجدول أنه لم يحدث تغير في ترتيب الدوافع لدى أفراد العينة حسب مكان الإقامة، حيث أقصى الفروقات في المراتب كانت بترتيبين، مما يشير إلى عدم وجود تغير طراً على الدوافع عند الحديث عن متغير مكان الإقامة. وفيما يلي المخطط الراداري الذي يوضح اتجاه درجات الدوافع عند أفراد العينة من الفئتين.



الشكل رقم (65): مخطط راداري لدوافع استخدام الانترنت وفقا لمتغير مكان الإقامة

الجدول رقم (71): يوضح دوافع استخدام الانترنت وفقا لمتغير منطقة السكن.

منطقة السكن							منطقة السكن والاتجاه والنسبة	م
المجموع (467=ن)	الريف (228=ن)			المدينة (239=ن)				
	1	2	3	1	2	3	الدافع	
ك %	ك %	ك %	ك %	ك %	ك %	ك %		
467 100.0	63 27.63	140 61.40	25 10.96	51 21.33	176 73.64	12 05.02	1 الشعور بالوحدة	
467 100.0	39 17.10	82 35.96	107 46.92	53 22.17	80 33.47	106 44.35	2 البحث عن الرفقة	
467 100.0	59 25.87	100 43.85	69 30.26	25 10.46	128 53.55	86 35.98	3 نسيان الهموم والهروب من المشاكل	

467	-	169	59	-	132	107	تمضية وقت الفراغ	4
100.0	-	74.12	25.87	-	55.23	44.76		
467	109	99	20	124	75	40	التعبير عن مشاعر وآراء وسلوكيات افتقدها في الواقع المعاش	5
100.0	47.80	43.42	08.77	51.88	31.38	16.73		
467	-	129	99	12	110	117	المرح، التسلية والترفيه	6
100.0	-	56.57	43.42	05.02	46.02	48.95		
467	-	80	148	-	108	131	اكتساب معارف جديدة في مجالات مختلفة	7
100.0	-	35.08	64.91	-	45.18	54.81		
467	-	147	81	07	97	135	التواصل مع الآخرين	8
100.0	-	64.47	35.52	02.92	40.58	56.48		
467	97	65	66	67	55	117	فهم الكثير من الأمور الحياتية	9
100.0	42.54	28.50	28.94	26.35	23.01	48.95		
467	48	118	62	18	157	64	اكتساب صداقات جديدة من الانترنت	10
100.0	21.05	51.75	27.19	07.53	65.69	26.77		
467	16	136	76	09	126	104	مناقشة بعض الأمور مع الآخرين من خلال المنتديات، الشات، التواصل الاجتماعي	11
100.0	07.01	59.64	33.33	3.76	52.71	43.51		
467	109	50	69	75	112	52	تعلم وإجادة التعامل مع الآخرين	12
100	47.80	21.92	30.26	31.38	46.86	21.75		

من خلال هذا الجدول نلاحظ أن أغلبية أفراد العينة من فئة الساكنين في "المدينة" يستخدمون الانترنت بدافع "الشعور بالوحدة" إلى حد ما وبنسبة 73.64%، و بدرجة كبيرة بنسبة 05.02%، يليه دافع "اكتساب صداقات جديدة من الانترنت" إلى حد ما وبنسبة 65.69%، و بدرجة كبيرة بنسبة 26.77%، و يليه دافع "التواصل مع الآخرين" بدرجة كبيرة وبنسبة 56.48%، و إلى حد ما بنسبة 40.58%.

و يليه دافع "تمضية وقت الفراغ" إلى حد ما وبنسبة 55.23%، و بدرجة كبيرة بنسبة 44.76% يليه دافع "اكتساب معارف جديدة في مجالات مختلفة" بدرجة كبيرة و بنسبة 54.81%، و بدرجة كبيرة بنسبة 45.18%، و يليه إلى حد ما دافع "نسيان الهموم والهروب من المشاكل" بنسبة 53.55% و بدرجة كبيرة بنسبة 35.98%، تليه دافع "مناقشة بعض الأمور مع الآخرين من خلال المنتديات الشات، التواصل الاجتماعي" إلى حد ما بنسبة 52.71%، و بدرجة كبيرة بنسبة 43.51%. أما باقي الدوافع كانت نسبتها دون الخمسين بالمائة.

كما نلاحظ أن نسبة معتبرة من فئة الساكنين في " المدينة" تجاوزت الخمسين بالمائة رفضت دافع " التعبير عن مشاعر وآراء وسلوكيات افتقدها في الواقع المعاش" وذلك بنسبة 51.88%، ودافع " تعلم وإجادة التعامل مع الآخرين" بنسبة رفض بلغت 31.38%.

أما فئة الساكنين في "الريف" فإنهم يستخدمون الانترنت بدافع " تمضية وقت الفراغ " إلى حد ما وبنسبة 74.12%، و بدرجة كبيرة بنسبة 25.87%، يليه بدرجة كبيرة دافع " اكتساب معارف جديدة في مجالات مختلفة" بنسبة 64.91%، و إلى حد ما بنسبة 35.08%، يليه دافع " التواصل مع الآخرين" وذلك إلى حد ما وبنسبة 64.47%، وبدرجة كبيرة بنسبة 35.52%، ويليه إلى حد ما دافع " الشعور بالوحدة " بنسبة 61.40%، و بدرجة كبيرة بنسبة 10.96%، و يليه دافع " مناقشة بعض الأمور مع الآخرين من خلال المنتديات، الشات، التواصل الاجتماعي " إلى حد ما وبنسبة 59.64%، وبدرجة كبيرة بنسبة 33.33%، يليه دافع "المرح، التسلية والترفيه " إلى حد ما وبنسبة 56.57%، وبدرجة كبيرة بنسبة 43.42%، يليه " اكتساب صدقات جديدة من الانترنت" وذلك إلى حد ما وبنسبة 51.75% وبدرجة كبيرة بنسبة 27.19%، أما باقي الدوافع فنسبتها كانت دون الخمسين بالمائة.

وارتفع معدل رفض دافعين هما: " التعبير عن مشاعر وآراء وسلوكيات افتقدها في الواقع المعاش" و " تعلم وإجادة التعامل مع الآخرين " بنسبة بلغت 47.80% لكل منها، وهذا يمكن تفسيره بتوفر فضاءات تستطيع أن تستوعب مشاعر وآراء وسلوكيات الأفراد خاصة بالنسبة للطلبة الجامعيين من الساكنين في الأرياف، وقد تم كذلك رفض دافع " فهم الكثير من الأمور الحياتية" بنسبة 42.54%.

الجدول رقم (72): يوضح ترتيب دوافع استخدام الانترنت وفقاً لمتغير منطقة السكن .

الفرق بين الترتيبين	منطقة السكن								منطقة السكن والترتيب والاتجاه الدافع
	الريف (ن=228)				المدينة (ن=239)				
	النتيجة	الترتيب	الوزن النسبي %	المتوسط الحسابي	النتيجة	الترتيب	الوزن النسبي %	المتوسط الحسابي	
01	إلى حد ما	10	61.10	01.83	إلى حد ما	11	61.22	01.83	01
03	إلى حد ما	04	76.60	02.29	إلى حد ما	07	74.05	02.22	02
02	إلى حد ما	08	68.12	02.04	إلى حد ما	06	75.16	02.25	03
03	إلى حد ما	06	75.28	02.25	بدرجة كبيرة	03	81.58	02.44	04
00	لا	12	53.64	01.61	لا	12	54.94	01.64	05
02	بدرجة كبيرة	02	81.13	02.43	بدرجة كبيرة	04	81.30	02.44	06
00	بدرجة كبيرة	01	88.29	02.65	بدرجة كبيرة	01	84.92	02.54	07
01	بدرجة كبيرة	03	78.50	02.35	بدرجة كبيرة	02	84.51	02.53	08
01	إلى حد ما	09	62.12	01.86	إلى حد ما	08	73.63	02.21	09
02	إلى حد ما	07	68.70	02.06	إلى حد ما	09	73.07	02.19	10
00	إلى حد ما	05	75.43	02.26	بدرجة كبيرة	05	79.90	02.39	11
01	إلى حد ما	11	60.81	01.82	إلى حد ما	10	63.45	01.90	12
	إلى حد ما		70.68	02.12	إلى حد ما		73.82	02.21	النتيجة النهائية

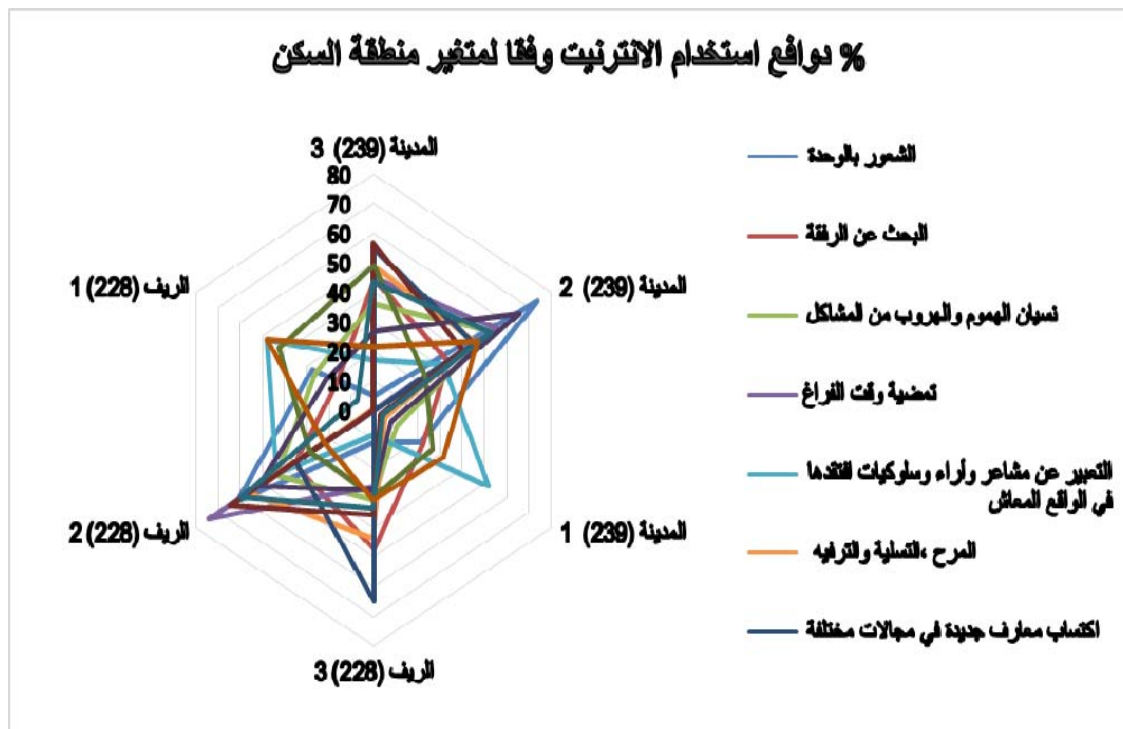
من خلال هذا الجدول نلاحظ أن المتوسطات الحسابية عند أغلبية أفراد العينة من فئة القاطنين في "المدينة" تراوحت بين (1.64-2.45)، وأوزان نسبية تراوحت بين (54.94-84.92)، حيث يستخدمون الانترنت بدافع "اكتساب معارف جديدة في مجالات مختلفة" في المرتبة الأولى بوزن نسبي قدر ب 84.92 %، يليه دافع "التواصل مع الآخرين" في المرتبة الثانية بوزن نسبي قدر ب 84.51 %، يليه دافع "تمضية وقت الفراغ" في المرتبة الثالثة بوزن نسبي قدر ب 81.58 %، وهي الدوافع التي تحصلت على تقدير درجة كبيرة، بمتوسطات حسابية مرجحة تقع بين 2.34 و4، وهي 02.54 و02.53 و02.44 على التوالي، أما أدنى الأوزان النسبية عند هذه الفئة كانت من نصيب دافع "الشعور بالوحدة" بوزن نسبي قدر ب 61.22 %، ودافع "تعلم وإجادة التعامل مع الآخرين" بوزن نسبي قدر ب 63.45 %، ودافع "اكتساب صداقات جديدة من الانترنت" بوزن نسبي قدر ب 73.07 %، وهي دوافع جاءت بتقدير إلى حد ما، و تم رفض دافع واحد ممثل في "التعبير عن مشاعر وآراء وسلوكيات افتقدها في الواقع المعاش" بوزن نسبي قدر ب 54.94 % ومتوسط حسابي مرجح يساوي 01.64.



بينما عند أغلبية أفراد العينة من فئة القاطنين في "الريف" تراوحت المتوسطات الحسابية بين (1.61-2.65)، وأوزان نسبية تراوحت بين (53.64-88.29)، حيث يستخدمون الانترنت كذلك في المرتبة الأولى بدافع "اكتساب معارف جديدة في مجالات مختلفة" بوزن نسبي قدر ب 88.29%، ويليه دافع "المرح، التسلية والترفيه" في المرتبة الثانية بوزن نسبي قدر ب 81.13%، يليه دافع "التواصل مع الآخرين" في المرتبة الثالثة بوزن نسبي قدر ب 78.50%، وهي دوافع جاءت بتقدير درجة كبيرة. ومن بين أدنى الأوزان النسبية عند هذه الفئة كانت من نصيب دافع "تعلم وإجادة التعامل مع الآخرين" بوزن نسبي قدر ب 60.81%، ومتوسط حسابي 01.82، و دافع "الشعور بالوحدة" بوزن نسبي قدر ب 61.10% ومتوسط حسابي 01.83، ودافع "فهم الكثير من الأمور الحياتية" بوزن نسبي قدر ب 62.12%، ومتوسط حسابي قدر ب 01.86، وهي دوافع جاءت بتقدير إلى حد ما، كما نلاحظ أنه تم رفض دافع واحد من قبل هذه الفئة ممثلاً في: "التعبير عن مشاعر وآراء وسلوكيات انتقدها في الواقع المعاش" بوزن نسبي قدر ب 53.64%، ومتوسط حسابي 01.61.

أما النتيجة النهائية الكلية لإجابات أفراد العينة من الفئتين حول دوافع استخدام الانترنت جاءت بتقدير إلى حد ما بالنسبة لفئتي منطقة السكن، حيث بلغ الوزن النسبي النهائي لفئة القاطنين "المدينة" 73.82% ومتوسط حسابي مرجح قدر ب 02.21، وبلغ الوزن النسبي لفئة القاطنين "الريف" 70.68% ومتوسط حسابي قدر ب 02.12.

كما يتضح من خلال الجدول أنه يوجد اختلاف بسيط جداً في ترتيب بعض الدوافع لدى فئة منطقة السكن وصل إلى 3 مراتب في دافعين اثنين هما: "البحث عن الرفقة"، "تمضية وقت الفراغ"، أما باقي الدوافع فكانت الاختلافات والفروقات في ترتيب الدوافع بين أفراد الفئتين أقل من 3 مراتب. وفيما يلي المخطط الراداري الذي يوضح اتجاه درجات الدوافع عند أفراد العينة من الفئتين.



الجدول رقم (73): يوضح دوافع استخدام الانترنت وفقاً لمتغير الحالة المدنية .

المجموع (ن=467)	الحالة المدنية									الحالة المدنية والاتجاه والنسبة الدافع
	مطلق/مطلقة (ن=12)			متزوج(ة) (ن=41)			أعزب /عزباء (ن=414)			
	1	2	3	1	2	3	1	2	3	
ك %	ك %	ك %	ك %	ك %	ك %	ك %	ك %	ك %	ك %	ك %
467 100.0	- -	12 100.0	- -	01 02.43	27 65.85	13 31.70	113 27.29	277 66.90	24 05.79	1
467 100.0	- -	- -	12 100.0	12 29.26	21 51.21	08 19.51	80 19.32	141 34.05	193 46.61	2
467 100.0	- -	- -	12 100.0	01 02.43	24 58.53	16 39.02	83 20.04	204 49.27	127 30.67	3
467 100.0	- -	- -	12 100.0	- -	12 29.26	29 70.73	- -	289 69.80	125 30.19	4
467 100.0	- -	12 100.0	- -	09 21.95	16 39.02	16 39.02	224 54.10	146 35.26	44 10.62	5
467 100.0	12 100.0	- -	- -	- -	20 48.78	21 51.21	- -	219 52.89	195 47.10	6

467	-	-	12	-	08	33	-	180	234	7
100.0	-	-	100.0	-	19.51	80.48	-	43.47	56.52	
467	-	-	12	-	14	27	07	230	177	8
100.0	-	-	100.0	-	34.14	65.85	01.69	55.55	42.75	
467	-	-	12	08	13	20	156	107	151	9
100.0	-	-	100.0	19.51	31.70	48.78	37.68	25.84	36.47	
467	-	-	12	01	27	13	65	248	101	10
100.0	-	-	100.0	02.43	65.85	31.70	15.70	59.90	24.39	
467	-	-	12	-	32	09	25	230	159	11
100.0	-	-	100.0	-	78.04	21.95	06.03	55.55	38.40	
467	-	12	-	09	24	08	175	126	113	12
100.0	-	100.0	-	21.95	58.53	19.51	42.27	30.43	27.29	

تجدر الإشارة في مستهل تحليل هذا الجدول إلى أن عدد مفردات فئة "المطلقين" محدودة جداً ممثلة في 12 مفردة فقط، وبالتالي لا تتطوي نتائجها على دلالات معبرة، إلا أنها يمكن أن يكون لأفرادها دوافع مختلفة، وهذا بسبب تجربتهم الحياتية مع الزواج، ومن بعدها الطلاق، ومن بعدها العودة للمقاعد الدراسة سواءً للذكور أو الإناث، وهذا بدوره قد يبصرنا في كيفية تتعامل هذه الفئة مع الانترنت كوسيلة للتواصل والترفيه والتسلية، وكوسيلة لتحقيق اشباع طقوسية وبنوعية تلقي بضلالتها على قيمهم وسلوكياتهم وتصرفاتهم.

من خلال هذا الجدول نلاحظ أن جل أفراد العينة من فئة "المطلقين" يستخدمون الانترنت للدوافع المذكورة أعلاه سواءً ب"درجة كبيرة" و "إلى حد ما" بنسبة 100.0% ما عدا دافع واحد الذي تم رفضه من طرف أفراد هذه الفئة و هو دافع "المرح، التسلية والترفيه" بنسبة قياسية بلغت 100.0%. كما تظهر نتائج الجدول أن أغلبية أفراد فئة "العزاب" يستخدمون الانترنت بدافع "تمضية وقت الفراغ" إلى حد ما وبنسبة 69.80% و بدرجة كبيرة بنسبة 30.19%، يليه دافع "الشعور بالوحدة" إلى حد ما وبنسبة 66.90%، و بدرجة كبيرة بنسبة 05.79%، ويليه دافع "اكتساب صداقات جديدة من خلال الانترنت" إلى حد ما بنسبة 59.90%، وبدرجة كبيرة بنسبة 24.39%، ويليه دافع "اكتساب معارف جديدة في مجالات مختلفة" بدرجة كبيرة وبنسبة 56.52% و إلى حد ما بنسبة 43.47%، يليه إلى حد ما دافع "التواصل مع الآخرين" بنسبة 55.55%، وبدرجة كبيرة بنسبة 42.75%، ويليه إلى حد ما دافع "مناقشة بعض الأمور مع الآخرين من خلال المنتديات، الشات، التواصل الاجتماعي" بنسبة 55.55%، وبدرجة كبيرة بنسبة 38.40%، تليه دافع "المرح، التسلية والترفيه" إلى حد ما بنسبة 52.89%، وبدرجة كبيرة بنسبة 47.10%.

ويليه إلى حد ما " نسيان الهموم والهروب من المشاكل " بنسبة 49.27%، وبدرجة كبيرة وبنسبة 30.67%، كما نلاحظ أن نسبة معتبرة من فئة المطلقين تجاوزت الخمسين بالمائة في رفض دافع " التعبير عن مشاعر وأراء وسلوكيات افتقدها في الواقع المعاش " وذلك بنسبة 54.10%، وارتفعت نسبة رفض دافع " تعلم وإجادة التعامل مع الآخرين " بنسبة 42.27%، وارتفعت كذلك نسبة رفض دافع " فهم الكثير من الأمور الحياتية " بنسبة 37.68%.

ويمكن تفسير هذه النتائج بالنسبة لدافع " فهم الكثير من الأمور الحياتية " ودافع " تعلم وإجادة التعامل والآخرين"، ودافع " التعبير عن مشاعر وأراء وسلوكيات افتقدها في الواقع المعاش " هو أن الفضاء الحقيقي الذي يعيش فيه الطلبة يتيح مساحة مهمة للتفاعل وجها لوجه والاحتكاك مع الآخرين وبالتالي اكتساب مهارات وتجارب حياتية، بالإضافة إلى التفاعلات في الفضاءات الافتراضية، كما أنهم أي فئة العزاب رفضت بنسبة معتبرة دافع " التعبير عن مشاعر وأراء وسلوكيات افتقدها في الواقع المعاش " وهذا ربما راجع إلى اهتمامات هذه الفئة بالعلاقات الاجتماعية الحقيقية حتى ولو كان منشأها الفضاء الافتراضي، وبالتالي فإنهم يجدون بدائل مهمة في الجامعة والأسرة وغيرها من الفضاءات للتعبير عن المشاعر وخاصة عند الخروج مع جماعة الرفاق أو الزملاء.

أما فئة "المتزوجين" فإنهم يستخدمون الانترنت بدافع " اكتساب معارف جديدة في مجالات مختلفة " بدرجة كبيرة وبنسبة 80.48%، و إلى حد ما بنسبة 19.51%، يليه دافع " مناقشة بعض الأمور مع الآخرين من خلال المنتديات، الشات، التواصل الاجتماعي " وذلك إلى حد ما وبنسبة 78.04%، وبدرجة كبيرة بنسبة 21.95%، ويليه دافع " تمضية وقت الفراغ " بدرجة كبيرة وبنسبة 70.73%، و إلى حد ما بنسبة 29.26%، يليه دافع " التواصل مع الآخرين " بدرجة كبيرة وبنسبة 65.85%، و إلى حد ما بنسبة 34.14%، يليه الدافع " الشعور بالوحدة " و " اكتساب صدقات جديدة من الانترنت "، وذلك إلى حد ما وبنسبة 65.85%، وبدرجة كبيرة بنسبة 31.70% لكليهما.

يليه دافع " نسيان الهموم والهروب من المشاكل " إلى حد ما وبنسبة 58.53% و بدرجة كبيرة بنسبة 39.02%، يليه دافع " تعلم وإجادة التعامل مع الآخرين " إلى حد ما وبنسبة 58.53%، وبدرجة كبيرة بنسبة 19.51%، يليه دافع " المرح، التسلية والترفيه " بدرجة كبيرة وبنسبة 51.21%، و إلى حد ما بنسبة 48.78%، يليه دافع " البحث عن الرفقة " إلى حد ما بنسبة 51.21%، و بدرجة كبيرة بنسبة 19.51%، أما باقي الدوافع الأخرى كانت نسبتها دون الخمسين بالمائة، كما نلاحظ أن جل الدوافع إما كانت فيها نسبة الرفض فيها معدومة أو منخفضة.

الجدول رقم (74): يوضح ترتيب دوافع استخدام الانترنت وفقاً لمتغير الحالة المدنية.

الحالة المدنية												الحالة المدنية والترتيب والاتجاه الدافع
مطلق/مطلقة (ن=12)				متزوج/متزوجة (ن=41)				أعزب/عزباء (ن=414)				
النتيجة	ت	الوزن النسبي %	المتوسط الحسابي	النتيجة	ت	الوزن النسبي %	المتوسط الحسابي	النتيجة	ت	الوزن النسبي %	المتوسط الحسابي	
إلى حد ما	9	66.66	02.0	إلى حد ما	06	76.41	02.29	إلى حد ما	11	59.49	01.78	01
بدرجة كبيرة	1	100.0	03.0	إلى حد ما	12	63.40	01.90	إلى حد ما	06	75.75	02.27	02
بدرجة كبيرة	1	100.0	03.0	بدرجة كبيرة	05	78.85	02.36	إلى حد ما	07	70.20	02.10	03
بدرجة كبيرة	1	100.0	03.0	بدرجة كبيرة	02	90.23	02.70	إلى حد ما	05	76.72	02.30	04
إلى حد ما	9	66.66	02.0	إلى حد ما	10	72.35	02.17	لا	12	52.16	01.56	05
لا	12	33.33	01.0	بدرجة كبيرة	04	83.73	02.51	درجة كبيرة	02	82.35	02.47	06
بدرجة كبيرة	1	100.0	03.0	بدرجة كبيرة	01	93.48	02.80	درجة كبيرة	01	85.49	02.56	07
بدرجة كبيرة	1	100.0	03.0	بدرجة كبيرة	03	88.60	02.65	درجة كبيرة	03	80.34	02.41	08
بدرجة كبيرة	1	100.0	03.0	إلى حد ما	06	76.41	02.29	إلى حد ما	09	66.25	01.98	09
بدرجة كبيرة	1	100.0	03.0	إلى حد ما	06	76.41	02.29	إلى حد ما	08	69.55	02.08	10
بدرجة كبيرة	1	100.0	03.0	إلى حد ما	09	73.97	02.22	إلى حد ما	04	77.44	02.32	11
إلى حد ما	9	66.66	02.0	إلى حد ما	11	65.84	01.97	إلى حد ما	10	61.66	01.85	12
بدرجة كبيرة		86.10	02.58	بدرجة كبيرة		78.18	02.34	إلى حد ما		71.32	02.14	النتيجة النهائية

من خلال هذا الجدول نلاحظ أن المتوسطات الحسابية تتراوح لأغلبية أفراد العينة من فئة "العزباء" تتراوح بين (1.56-2.56)، وأوزان نسبية تراوحت بين (52.16-85.49)، حيث يستخدمون الانترنت بدافع "اكتساب معارف جديدة في مجالات مختلفة" في المرتبة الأولى بوزن نسبي قدر ب 85.49% يليه دافع "المرح، التسلية والترفيه" في المرتبة الثانية بوزن نسبي قدر ب 82.35%، يليه دافع "التواصل مع الآخرين" في المرتبة الثالثة بوزن نسبي قدر ب 80.34%، وهي الدوافع التي تحصلت على تقدير درجة كبيرة، بمتوسطات حسابية مرجحة تقع بين 2.34 و 4، وهي 02.56 و 02.47 و 02.41 على التوالي، أما أدنى الأوزان النسبية عند هذه الفئة كانت من نصيب دافع "الشعور بالوحدة" بوزن نسبي قدر ب 59.49%، ودافع "تعلم وإجادة التعامل مع الآخرين" بوزن نسبي قدر ب 61.66%، ودافع "فهم الكثير من الأمور الحياتية" بوزن نسبي قدر ب 66.25%، وهي دوافع جاءت بتقدير إلى حد ما، و تم رفض دافع واحد ممثل في "التعبير عن مشاعر وأراء وسلوكيات افتقدها في الواقع المعاش" بوزن نسبي قدر ب 52.16% ومتوسط حسابي مرجح يساوي 01.56.

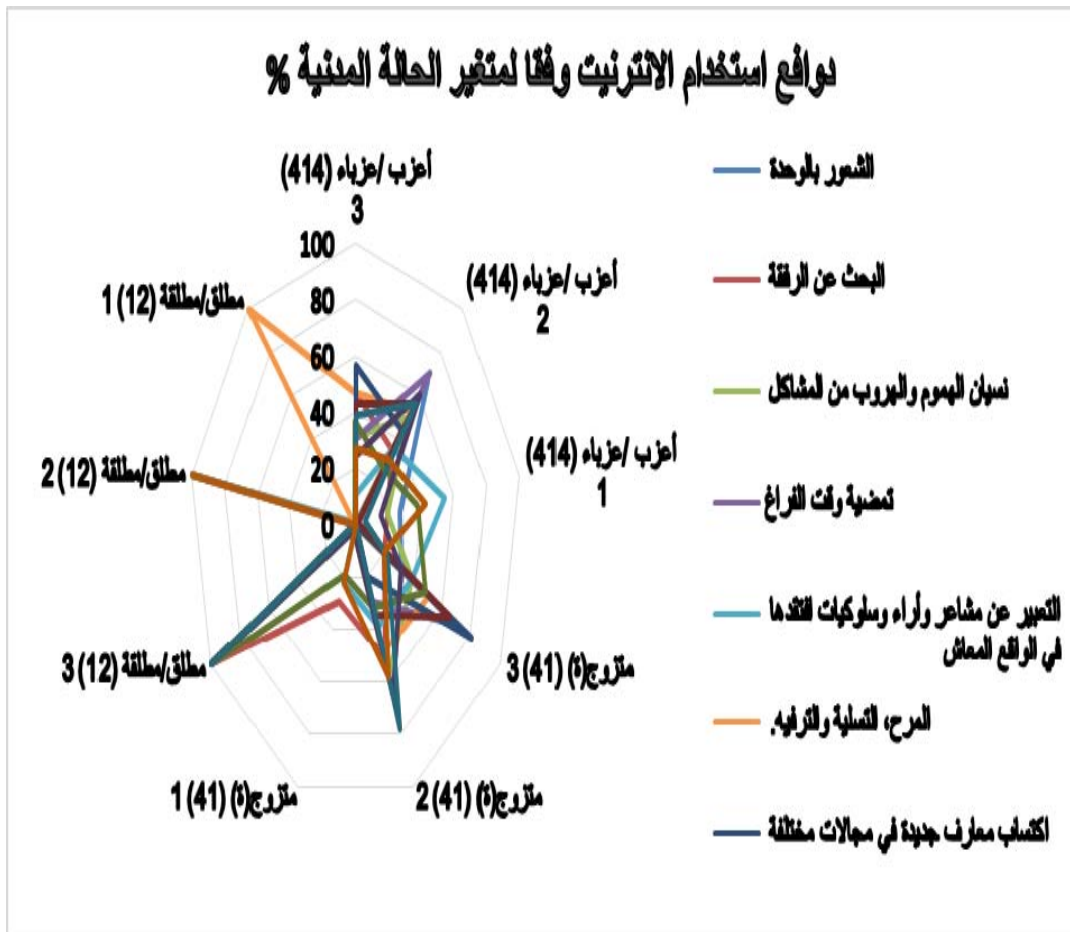
بينما المتوسطات الحسابية عند أغلبية أفراد العينة من فئة "المتزوجين" تراوحت بين (1.90-2.80)، وأوزان نسبية تراوحت بين (63.40-93.48)، حيث يستخدمون الانترنت كذلك في المرتبة

الأولى بدافع " اكتساب معارف جديدة في مجالات مختلفة " بوزن نسبي قدر ب 93.48%، يليه دافع " تمضية وقت الفراغ " في المرتبة الثانية بوزن نسبي قدر ب 90.23%، يليه دافع " التواصل مع الآخرين " في المرتبة الثالثة بوزن نسبي قدر ب 88.60%، وهي دوافع جاءت بتقدير درجة كبيرة.

ومن بين أدنى الأوزان النسبية عند هذه الفئة كانت من نصيب دافع " البحث عن الرفقة " بوزن نسبي قدر 63.40%، ومتوسط حسابي 01.90، و دافع " تعلم وإجادة التعامل مع الآخرين " بوزن نسبي قدر 65.84% ومتوسط حسابي 01.97، ودافع " التعبير عن مشاعر وأراء وسلوكيات افتقدها في الواقع المعاش " بوزن نسبي قدر 72.35%، ومتوسط حسابي قدر 02.17، وهي دوافع جاءت بتقدير إلى حد ما، ولم يتم رفض أي من هذه الدوافع من طرف أفراد هذه الفئة.

أما عند فئة المطلقين فتراوحت المتوسطات الحسابية بين (1.0-3.0)، وأوزان نسبية بين (33.33-100.0)، حيث وافقوا على أغلب الدوافع بدرجة كبيرة وبنسبة 100%، إلا في ثلاث حالات بدرجة إلى حد ما، وهي : دافع "الشعور بالوحدة" ، و دافع " التعلم وإجادة التعامل مع الآخرين"، و دافع " التعبير عن مشاعر وأراء وسلوكيات افتقدها في الواقع المعاش" بنفس الوزن نسبي الذي قدر ب 66.66%، وتم رفض دافع واحد ممثل في " المرح، التسلية والترفيه." بوزن نسبي قدر ب 33.33% .

أما النتيجة النهائية الكلية لإجابات أفراد العينة من الفئات الثلاث حول دوافع استخدام الانترنت جاءت بتقدير إلى حد ما بالنسبة لفئة "العزاب"، حيث بلغ الوزن النسبي النهائي لهذه الفئة 71.32% ومتوسط حسابي مرجح قدر 02.14، وجاءت بتقدير درجة كبيرة بالنسبة لفئتي "المتزوجين" و"المطلقين"، حيث بلغ الوزن النسبي لفئة "المتزوجين" 78.18% ومتوسط حسابي قدر ب 02.34. وبلغ الوزن النسبي لفئة "المطلقين" 86.10% ومتوسط حسابي قدر ب 02.58، وفيما يلي المخطط الراداري الذي يوضح اتجاه درجات الدوافع عند أفراد العينة من الفئتين.



الشكل رقم (67): مخطط راداري لدوافع استخدام الانترنت وفقا لمتغير الحالة المدنية

**المبحث الثاني: قياس القيم والتأثيرات السلبية.**

نحاول فيما يلي تحليل النتائج الخاصة بالقيم والتأثيرات، وذلك وفق بعض المتغيرات التي نراها ذات دلالة ويمكن أن تكون سبباً في الفروق الإحصائية، وهي النوع والسن والمستوى الجامعي، وقد نضيف بعض المتغيرات حسب الحاجة والدلالة.

لكن قبل القيام بهذه العملية لابد أن نوضح أن قائمة القيم موضوع الدراسة هي واحدة تنتمي إلى أبعاد مختلفة إلا أنها تنحدر من مصدر واحد، وهو الدين الإسلامي حسب المفهوم الإجرائي للدراسة. كما يجدر الإشارة إلى أن في تحليلنا للقيم نقوم بتقديم جدول عام حول إجابات أفراد العينة لنعطي صورة كاملة عن توجه الإجابات، ثم نقوم بتحليل النتائج وفق بعض المتغيرات التي نرى أنها ذات دلالة معبرة.

كما نقوم تحليل القيم المتضمنة في عبارات سلوكية لمقارنتها مع إجابات أفراد العينة حول القيم، وهذا لإضفاء نوع من المصداقية في الدراسة، وصولاً إلى التأثيرات المترتبة عن استخدام أفراد العينة للانترنيت و يجب التذكير بأننا نفترض أن أفراد العينة يحملون القيم موضوع الدراسة، ونحاول معرفة إذا كان استخدامهم لانترنيت ساعدهم على الارتباط بذات القيم.



2.1 - التحليل الكمي والكيفي لمحور القيم والتأثيرات السلبية.

الجدول رقم (75): يوضح توزيع إجابات أفراد العينة على سؤال هل استخدام الانترنت ساعدك على الارتباط أكثر بالقيم التالية؟.

الاتجاهات													السؤال: هل استخدمت الانترنت ساعدك على الارتباط أكثر بالقيم التالية؟	
الترتيب ب (ت/ق)	الوزن النسبي % (و/ن)	المتوسط الحسابي المرجح (م/ح)	أوافق بشدة		أوافق		محايد		لا أوافق		لا أوافق بشدة		الاتجاه والتكرار والنسبة	القيم
			5		4		3		2		1			
			%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
17	65.6	03.28	29.3	137	30.0	140	11.3	53	27.4	128	1.9	09	التفوق	1
16	66.2	03.31	20.8	97	32.3	151	7.9	37	34.9	163	4.1	19	احترام الوقت	2
10	80.2	04.01	48.2	225	23.8	111	09.0	42	19.1	89	-	-	الاحتشام	3
14	76.0	03.80	35.3	165	30.6	143	13.3	62	20.8	97	-	-	الالتزام الديني	4
11	78.0	03.90	29.6	138	48.6	227	9.9	46	6.6	31	5.4	25	الاستقلالية	5
13	76.4	03.82	22.3	104	54.2	253	7.1	33	16.5	77	-	-	تحمل المسؤولية	6
7	83.2	04.16	26.3	123	65.7	307	5.8	27	2.1	10	-	-	التسامح	7
8	81.8	04.09	25.5	119	64.5	301	3.8	18	6.2	29	-	-	احترام خصوصية الآخرين	8
5	84.0	04.20	47.5	222	34.5	161	8.4	39	9.6	45	-	-	الحرية	9
2	87.0	04.35	51.4	240	36.8	172	7.3	34	4.1	21	-	-	التعاون	10
4	85.0	04.25	54.2	253	27.4	128	8.4	39	10	47	-	-	طلب العلم	11
1	88.8	04.44	49.9	233	45.0	210	5.1	24	-	-	-	-	حسن التواصل مع الآخر	12
9	81.8	04.09	30	140	51.2	239	16.9	79	1.9	09	-	-	الانتماء وحب الوطن	13
6	83.4	04.17	25.9	121	65.7	307	8.4	39	-	-	-	-	الصدقة	14
12	76.4	03.82	22.1	103	52.0	243	16.5	77	5.6	26	3.9	18	الصدق	15
15	70.6	03.53	23.6	110	32.5	152	17.8	83	26.1	122	-	-	الابتكار	16
3	85.4	04.27	49.9	233	34.0	159	12.6	59	-	-	3.4	16	احترام الأسرة	17
	79.4	04.20	33.54	2663	42.87	3404	09.96	791	11.26	894	01.09	87	النتيجة النهائية	

يتضح لنا من خلال بيانات الجدول السابق أنه وعند جمع نسبيتي "أوافق بشدة و أوافق" <sup>1</sup>، أن أغلبية أفراد العينة يعتقدون أن استخدامهم للانترنت ساعدهم على الارتباط أكثر بالقيم محل الدراسة وتتراوح معظم نسب الإجابة الموجبة بين 50% و 95%، فسجلت أعلى نسبة فيما يتعلق بقيمة "حسن التواصل مع الآخر" بنسبة 45.0% (أوافق) و 49.9% (أوافق بشدة)، تليها قيمة "التسامح" بنسبة 65.7% (أوافق) و 26.3% (أوافق بشدة)، تليها قيمة "الصدقة" بنسبة 65.7% (أوافق) و 25.9% (أوافق بشدة)، وتليها قيمة "احترام خصوصية الآخرين" بنسبة 64.5% (أوافق) و 25.5% (أوافق بشدة).

ومن جهة أخرى سجلت أدى نسبة فيما يتعلق بقيمة "احترام وتقدير الوقت" بنسبة 32.3% (أوافق) و 20.8% (أوافق بشدة)، وكذلك فيما يخص قيمة "الابتكار" بنسبة 32.5% (أوافق) و 32.6% (أوافق بشدة)، وكذلك قيمة "التفوق" بنسبة 30.0% (أوافق) و 29.3% (أوافق بشدة).

أما بقية القيم فكانت الإجابات عنها من طرف أفراد العينة بعبارتي أوافق و أوافق بشدة متقاربة إلى حد بعيد.

ومن جهة أخرى، نلاحظ أن البعض من أفراد العينة كانوا غير موافقين فيما يخص بعض القيم و بنسب معتبرة، وهي قيمة "احترام وتقدير الوقت" بنسبة 34.9% (لا أوافق)، وقيمة "التفوق" 27.4% (لا أوافق)، وقيمة "الابتكار" بنسبة 26.1% (لا أوافق)، و ( يضاف لها 17.8% محايدين) وقيمة "الالتزام الديني" 20.8% (لا أوافق) و قيمة "الاحتشام" بنسبة 19.1% (لا أوافق).

كما تجدر الإشارة إلى أن بعض القيم أجاب أفراد العينة من الطلبة بشأنها بعبارة " أوافق" بنسبة تفوق 50% وهي قيمة "التسامح" و قيمة "الصدقة" بنسبة 65.7%، وقيمة "احترام خصوصية الآخرين" بنسبة 64.5%، وقيمة "تحمل المسؤولية" 54.2% و قيمة "الصدق" 52.0%، و قيمة "الانتماء وحب الوطن" 51.2%.

أما القيم التي أجاب بشأنها أفراد العينة بعبارة "أوافق بشدة" بنسبة تفوق 50% هي قيمة "طلب العلم" بنسبة 54.2%، و قيمة "التعاون" بنسبة 51.4%.

كما نلاحظ، أن بعض أفراد العينة كانوا غير متأكدين من بعض القيم، والتي يجب النظر إليها وهي قيمة " الابتكار" بنسبة 17.8%، و قيمة "الانتماء وحب الوطن" بنسبة 16.9%، و قيمة "الصدق" بنسبة 16.5%.

وعند قراءة بيانات المتوسط الحسابي والوزن النسبي للقيم محل الدراسة نلاحظ أن المرتبة الأولى عادت إلى قيمة "حسن التواصل مع الآخر" بوزن نسبي بلغ 88.8%، والمرتبة الثانية لقيمة "التعاون" بوزن نسبي بلغ 87.0%، و المرتبة الثالثة عادت لقيمة "احترام الأسرة" بوزن نسبي بلغ 85.4% والمرتبة الرابعة من نصيب قيمة "طلب العلم" بوزن نسبي قدر ب 85.0%، أما المرتبة الأخيرة فقد عادت لقيمة

<sup>1</sup> - جمع النسبتين يعطينا نظرة أولية عن اتجاه الموافقة أو الرفض بعيداً عن النسب الحيادية.

"التفوق" بوزن نسبي بلغ 65.6% والمرتببة ما قبل الأخيرة كانت من نصيب قيمة "احترام الوقت وتقديره" بوزن نسبي قدر بـ 66.2% ، كما أن قيمة "الابتكار" احتلت مرتبة متأخرة قبل قيمة "احترام الوقت وتقديره" بوزن نسبي بلغ 70.6%.

كما بين لنا المتوسط الحسابي أن هناك 15 اتجاهًا إيجابيًا عند أفراد العينة من الطلبة الجامعيين نحو القيم محل الدراسة وهي قيم: الاحتمام، الالتزام الديني، الاستقلالية، تحمل المسؤولية، التسامح، احترام خصوصية الآخرين، الانتماء وحب الوطن، الصداقة، الصدق، الابتكار، حيث كانت متوسطاتها الحسابية تتراوح بين 3.40 و 4.19، وهو المجال المُعبر عن درجة "أوافق"، وقيم: الحرية، التعاون، طلب العلم حسن التواصل مع الآخر، متوسطاتها الحسابية تراوحت بين 4.20 و 5، وهو المجال المُعبر عن درجة "أوافق بشدة" وهي كلها مجتمعةً تمثل الاتجاه الإيجابي عند أفراد العينة الطلبة فيما يحص اعتقادهم في أن الانترنت ساعدهم على الارتباط أكثر بهذه القيم.

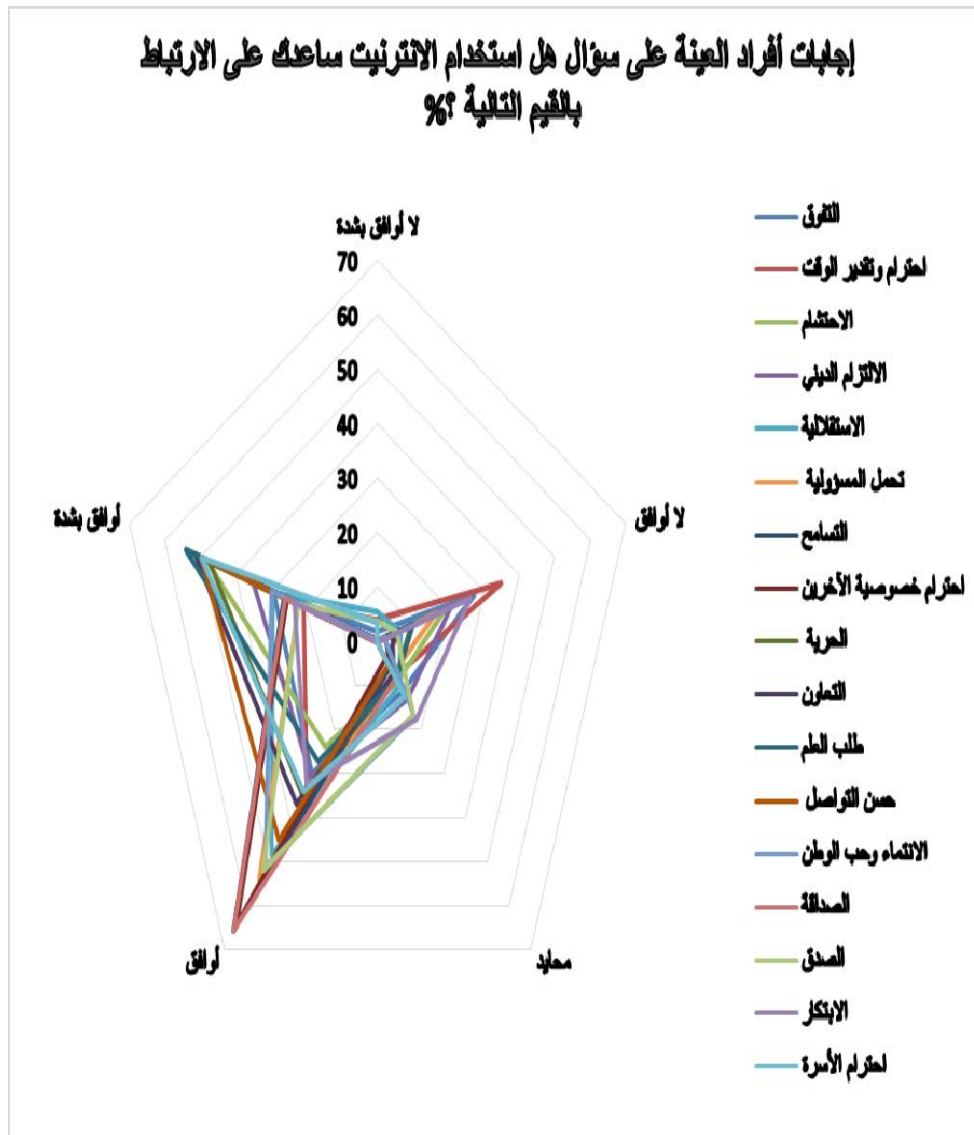
و يبين لنا المتوسط الحسابي أن الاتجاه المحايد كان لقمي "التفوق"، و"احترام الوقت وتقديره" بينما غابت الاتجاهات السلبية، وبهذا فتكون النتيجة النهائية الكلية لمجموع الإجابات تمثل الاتجاه الموجب وهو الغالب، ويمكن تأكيد ذلك بحساب المتغير الحسابي المرجح الكلي للجدول الذي بلغ 04.20، وهو يقع في مجال درجة "أوافق".

ويمكن تفسير هذه النتائج مبدئيًا أن استخدام الانترنت لا يؤثر سلباً على قيم أفراد العينة الطلبة الجامعيين وإنما يعززها، حيث أن أغلبية أفراد العينة يقرون بمساعدة الانترنت على الارتباط أكثر بالقيم محل الدراسة لكن بدرجات متفاوتة، إلا في بعض القيم التي لا تلقى التشجيع والاهتمام من طرف فئات واسعة من أفراد المجتمع في وقتنا الحالي وهي: (التفوق، احترام وتقدير الوقت، الابتكار). وهذا ما يظهر في نسب أوزانها المنخفضة مقارنة بالقيم الأخرى. كما نلاحظ أن هناك تفاوت في مستوى الاعتقاد لدى أفراد العينة على الارتباط بالقيم، وهذا راجع إلى طبيعة كل قيمة وعلاقتها بالنسق القيمي لأفراد العينة من الطلبة الجامعيين.

وهذا يمكن أن يعود إلى عدة أسباب منها أن الطلبة الجامعيين مزودين بمبادئ ومكانيزمات اجتماعية وثقافية، وعلمية ودينية تجعلهم يستخدمون الانترنت بصفة انتقائية تتوافق مع معتقداتهم الدينية الراسخة ومبادئهم الاجتماعية المكتسبة المتوافقة مع قيمهم تحول دون تأثرهم بما هو محتوي سلبي في حالة التعرض له، ولا يتعرضون إلى المحتويات التي تتنافى مع معتقداتهم وقيمهم، كما أن معظم أفراد العينة من الطلبة يستخدمون الانترنت في سياق عائلي واجتماعي يفرض عليهم نوع من الضبط والرقابة الاجتماعية على الانترنت بمستوياتها الاتصالية والمعرفية المختلفة التي يمكن أن يستخدمها الطلبة وتؤثر عليهم.

و فيما يخص قيم (التفوق، الابتكار، تقدير الوقت.) والنسب الضعيفة التي أجاب بها أفراد العينة مقارنة مع النسب الأخرى التي صرحوا بها، فإن ذلك قد يرجع إلى واقع مؤسسات التنشئة الاجتماعية بصفة عامة من أسرة، و مدرسة، و جامعة.. الخ، والمجتمع ككل الذي لم يغرس هذه القيم في أذهان الشباب بصفة عامة و الطلبة بصفة خاصة، حيث الفرد ينشئ على عدم احترام الوقت وتقديره فيما ينفعه كما أن التفوق والابتكار تراجعهما راجع إلى أن الواقع المعاش بصفة عامة وما افرزه من روح انهزامية لا تشجع على التفوق والإبداع، على الرغم من أن هذه الفئة المفروض أن تكون حاملة لشعار النجاح والتفوق في مؤسسة النجاح والابتكار، ألا و هي الجامعة، وفي وجود وسيلة اتصالية و إعلامية ومعرفية ابتكارية كان من المفروض أن تشجع على هذه القيم (خصوصاً التفوق والابتكار)، وهذه النتيجة تتوافق مع نتائج سؤال مجالات الاستخدام التي تضع استخدام الانترنت في العلم والمعرفة في مراتب متأخرة نوعاً ما مقارنة بالمجالات الأخرى، وخاصة مواقع التواصل الاجتماعي، وهذا ما يعطينا نظرة على أن استخدام الطلبة للانترنت والارتباط بقيمة العلم التي جاءت في المرتبة الرابعة يكون مقتصر فقط على إعداد البحوث والمذكرات بعيداً عن النظرة الإبداعية و الابتكارية للأمور المختلفة لحياة الطالب ككل.

كما يمكن أن نفترض أن الوضع الاجتماعي والثقافي للمجتمع الذي نعيش فيه لا يولي أهمية للوقت والتفوق والابتكار كما هو الحال في المجتمعات المتقدمة، وفيما يلي المخطط الراداري الذي يوضح اتجاه درجات القيم عند أفراد العينة.



الشكل رقم (68): مخطط راداري لإجابات أفراد العينة على سؤال هل استخدام الانترنت ساعدك على الارتباط أكثر بالتقييم التالية؟.

الجدول رقم (76): يوضح إجابات أفراد العينة ومدى ارتباطهم بالقيم حسب النوع.

النوع										السؤال : هل استخدامك للاترنيت ساعدك على الارتباط أكثر بالقيم التالية ؟
إناث (ن=300)					ذكور(ن=167)					النوع والالاتجاه والنسبة القيم
5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	
ك %	ك %	ك %	ك %	ك %	ك %	ك %	ك %	ك %	ك %	
107 <u>35.66</u>	52 17.33	25 8.33	116 38.66	- -	30 17.96	88 <u>52.7</u>	28 16.76	12 7.18	9 5.38	1
66 22.00	71 23.66	6 2.00	147 <u>49.00</u>	10 3.33	31 18.56	80 <u>47.9</u>	31 18.56	16 9.58	9 5.38	2
160 <u>53.33</u>	56 18.66	6 2.00	78 26.00	- -	65 <u>38.92</u>	55 <u>32.93</u>	36 21.55	11 6.58	- -	3
115 <u>38.33</u>	89 <u>29.66</u>	16 5.33	80 26.66	- -	50 <u>29.94</u>	54 <u>32.33</u>	46 27.54	17 10.17	- -	4
91 30.33	151 <u>50.33</u>	6 2.00	31 10.33	21 7.00	47 28.14	76 <u>45.50</u>	40 23.95	- -	4 2.39	5
56 18.66	175 <u>58.33</u>	6 2.00	63 21.00	- -	48 28.74	78 <u>46.70</u>	27 16.16	14 8.38	- -	6
76 25.33	200 <u>66.66</u>	14 4.66	10 3.33	- -	47 28.14	107 <u>64.07</u>	13 7.78	- -	- -	7
97 32.33	182 <u>60.66</u>	- -	21 7.00	- -	22 13.17	119 <u>71.25</u>	18 10.77	8 4.79	- -	8
155 51.66	96 32.00	17 5.66	32 10.66	- -	67 <u>40.11</u>	65 38.92	22 13.17	13 7.78	- -	9
160 <u>53.33</u>	98 32.66	21 7.00	21 7.00	- -	80 <u>47.90</u>	74 44.31	13 7.78	- -	- -	10

181	70	6	43	-	72	58	33	4	-	11
<u>60.33</u>	<u>23.33</u>	<u>2.00</u>	<u>14.33</u>	-	<u>43.11</u>	<u>34.73</u>	<u>19.76</u>	<u>2.39</u>	-	
170	119	11	-	-	63	91	13	-	-	12
<u>56.66</u>	<u>39.66</u>	<u>3.66</u>	-	-	<u>37.72</u>	<u>54.49</u>	<u>7.78</u>	-	-	
97	165	38	-	-	43	74	41	9	-	13
<u>32.33</u>	<u>55.00</u>	<u>12.66</u>	-	-	<u>25.74</u>	<u>44.31</u>	<u>24.55</u>	<u>5.38</u>	-	
87	192	21	-	-	34	115	18	-	-	14
<u>29.00</u>	<u>64.00</u>	<u>7.00</u>	-	-	<u>20.35</u>	<u>68.86</u>	<u>10.77</u>	-	-	
56	159	49	22	14	47	84	28	4	4	15
<u>18.66</u>	<u>53.00</u>	<u>16.33</u>	<u>7.33</u>	<u>4.66</u>	<u>28.14</u>	<u>50.29</u>	<u>16.76</u>	<u>2.39</u>	<u>2.39</u>	
63	89	69	79	-	47	63	14	43	-	16
<u>21.00</u>	<u>29.33</u>	<u>23.00</u>	<u>26.33</u>	-	<u>28.14</u>	<u>37.72</u>	<u>8.38</u>	<u>25.74</u>	-	
161	87	41	-	11	72	72	18	-	5	17
<u>53.66</u>	<u>29.00</u>	<u>13.66</u>	-	<u>3.66</u>	<u>43.11</u>	<u>43.11</u>	<u>10.77</u>	-	<u>2.99</u>	

تجدر الإشارة في البداية أن كل خانة من هذا الجدول تتضمن التكرار والنسبة في النوع، كما تشير بيانات الجدول أعلاه أن إجابات أغلبية الذكور والإناث من أفراد العينة، عند جمع نسبي "أوافق وأوافق بشدة" المشار إليهما بالرقمين 4 و5 متقاربة إلى حد بعيد، و لا توجد فروق ذات دلالة كبيرة إلا في بعض القيم.

و بعض الفروق المسجلة في إجابات أفراد العينة لها علاقة بقيمة "احترام الوقت وتقديره" التي نجد نسبة أوافق وأوافق بشدة عند الذكور 66.46% أكبر من تلك عند الإناث 45.66%، وهذا ربما يرجع إلى أن الذكور يجدون وقت الفراغ لاستخدام الانترنت أكثر من الإناث في فضاءات مختلفة واستخدامات متنوعة، أما الإناث فبارتباطاتهن الاجتماعية والعائلية، فغالبيتهم يعتقدن أن الانترنت لا تساعد على احترام الوقت وتقديره، خاصة و أن الطالبات عكس الذكور يقمن بوظائف متنوعة سواء في البيت أو الجامعة.

كما نلاحظ أن نسبة قيمة "الانتماء وحب الوطن" عند الإناث مرتفعة بالمقارنة مع نسبتها عند الذكور، وهما على التوالي 87.33% و 70.05%، وهذا قد يعود إلى عوامل التنشئة الاجتماعية، والبيئة المحيطة التي يعيش فيها الإناث التي تشجعهن على العيش في الوطن عكس الذكور التي أصبحت البيئة تشجعهم على الهجرة، وحالة اليأس جعلتهم يغامرون بحياتهم من أجل حياة أفضل، وهذا ربما بعدما بدءوا يفقدون الثقة في الوطن من خلال ما يلاحظونه في الواقع من ممارسات سياسية واجتماعية مختلفة أكثر مما تلاحظه وتعيشه الإناث.

كما نلاحظ أن نسبة قيمة "التفوق" عند الذكور مرتفعة بالمقارنة مع نسبتها مع الإناث، وهما على التوالي 70.66% و 52.99%، وهذا قد يعود إلى مهارات استخدام الانترنت في مستويات مختلفة فنجد أن الذكور يستخدمون هذه المهارات في أمور ابتكاريه، رغم أن أغلب الدراسات ترى أن في الجزائر الإناث هن الأكثر ارتباطاً بالنجاح والتفوق من الذكور، وهذا من أجل تعزيز موقعهن الاجتماعي وانعتاقهن من القيود التي فرضها المجتمع، والتي في الغالب تكون بعيدة عن الدين و مرتبطة بتقاليد وأعراف وطقوس فرضها النظام الاجتماعي الذي نعيش فيه.

ومن جهة أخرى، تُظهر النتائج أن نسبة قيمة "طلب العلم" مرتفعة عند الإناث مقارنة بنسبتها عند الذكور، وهما على التوالي 83.66% و 77.84%، وهنا يمكن أن نفسر هذا الفرق بالبيئة التي يعيش فيها الإناث التي تدفع بهن إلى التدرج الاجتماعي والعلمي بهدف التحرر من قيود المجتمع وتحقيق الاستقلالية المادية والمعنوية عند النجاح في الدراسة، وعيش حياة جامعية بعيدة عن الرقابة الأسرية والعائلية.

لهذا نجد كذلك أن قيمة "الاستقلالية" مرتفعة عند الإناث مقارنة بنسبتها عند الذكور، وهما على التوالي 80.66% و 73.64%.

كما أن قيمة "الحرية" التي تتخذ أشكالاً متعددة من حرية التعبير وغيرها، كانت نسبتها أعلى عند الإناث 83.66% مقارنة بنسبتها عند الذكور 79.03%، وهذا قد يفسر بوضع المرأة في المجتمع مما يجعلها تصبو لتحقيق هذه القيمة سواءً في البيت أو الجامعة أو مكان العمل أو في المجتمع ككل وبالتالي فإن الإناث يسعين أكثر من الذكور لتحقيق هذه القيمة.

كذلك قيمة "احترام خصوصية الآخرين" كانت نسبتها أعلى عند الإناث 92.99% مقارنة بنسبتها عند الذكور 84.42%، وهذا قد يفسر بوضع المرأة في المجتمع الذي ينظر لها على أنها عورة، وبالتالي التعدي على خصوصيتها قد يضر بها، ويفقدها عفتها وكرامتها لهذا نجدها أكثر ارتباطاً بهذه القيمة أكثر من الذكور.

أما كل من قيم: الاحتشام، تحمل المسؤولية، التسامح، احترام الأسرة، فقد كانت إجابات أفراد العينة عنها بالموافقة، وينسب جد متقاربة.

كما يلاحظ أن كل من قيمة "التسامح"، وقيمة "حسن التواصل مع الآخر"، وقيمة "الصدقة" كانت نسبتها تتجاوز التسعين عند الذكور والإناث معاً، بالإضافة إلى قيمة "التعاون" عند الذكور فقط في مقابل قيمة "احترام الخصوصية" عند الإناث فقط.

مع العلم أن إجابات الذكور تجاوزت الخمسين بالمائة فيما يخص مجمل القيم، أما الإناث فإن القيمة الوحيدة التي لم تتجاوز الخمسين بالمائة هي قيمة "احترام الوقت وتقديره".



ويمكن ملاحظة من خلال الجدول أن نسبة الذكور الذين كانوا "محايدين" من بعض القيم كانت أعلى منها لدى الإناث على النحو التالي: قيمة "الالتزام الديني" 27.54%، قيمة "الانتماء وحب الوطن" 24.55%، قيمة "الاستقلالية" 23.95%، قيمة "الاحتشام" 21.55%، و قيمة "طلب العلم" 19.76% وقيمة "احترام الوقت وتقديره" 18.56% بالمقارنة مع الإناث اللاتي كن غير متأكدات ومحايدات في قيمة "الابتكار" 23.00%، وقد يرجع هذا الاختلاف إلى السن و تنوع اهتمامات كل من الذكور والإناث أو يرجع إلى دلالة مفهوم القيم بالنسبة لأفراد العينة ككل أو قد يعكس كذلك مؤشر على انتشار ثقافة التحفظ وعدم إبداء رأي صريح اتجاه القيم المختلفة المرتبطة بالجوانب الأخلاقية أو الدينية أو الاجتماعية أو السياسية.

وإذا انتقلنا إلى استقراء الجدول من منطلق الاتجاه يتضح ما يلي:

-قيمة "الصدقة" جاءت في المرتبة الأولى فيما يتعلق بالموافقة بالنسبة للذكور مما يؤكد أهمية تلك القيمة في حياتهم، ويرجع ذلك إلى كون الانترنت توفر خدمات وأنماط اتصالية تساعد على تكوين علاقات وصدقات، وهذا ما يتوافق مع خصائص الشباب بصفة عامة والطلبة بصفة خاصة.

- بينما جاءت قيمة "حسن التواصل مع الآخر" في المرتبة الأولى بالنسبة لإناث، وهذا ربما يرجع إلى طبيعة المرأة التي تسعى لأن تكون متأدبة ومتخلقة، وهذا ما يتوافق مع خصائصها كأنثى.

ونفس القيمة (أي حسن التواصل مع الآخر) السابقة جاءت في المرتبة الثانية بالنسبة للذكور، مما يؤكد أهمية تلك القيم في حياة الإنسان ككل، بينما جاءت قيمة "الصدقة" في المرتبة الثانية بالنسبة للإناث، وهذا مرده إلى أهمية تكوين الصداقات في الحياة الجامعية، وهذا بالطبع بمساعدة الانترنت التي توفر أرضية للتواصل، و فرص كثيرة تساعد تكوين صداقات وعلاقات اجتماعية مختلفة.

ومنه فإن قيمتي "الصدقة"، وقيمة "حسن التواصل مع الآخر" حضيت بأهمية كبيرة بالنسبة لأفراد سواء كانوا ذكورا أو إناثاً.

- بينما قيمة "التعاون" جاءت في المرتبة الثالثة بالنسبة للذكور، وهذا راجع لأهمية هذه القيمة بالنسبة للذكور وارتباطهم بالمساعدة وتقديم يد العون للآخرين، وبالتالي يرون أن الانترنت ساعدهم على الارتباط بهذه القيمة، بينما قيمة "احترام خصوصية الآخرين" جاءت في المرتبة الثالثة، وهذا يدخل في محاولة وحرص الأنثى على حماية خصوصيتها أولاً، وخصوصية الآخرين ثانياً.

كما نلاحظ أنه يوجد اتفاق بين الذكور والإناث فيما يتعلق بقيمة "التسامح"، و ربما يرجع ذلك إلى طبيعة فئة الطلبة التي تعد من فئات المجتمع المثقفة المنفحة عن الآخر من جهة، والانترنت بمحتوياتها المتنوعة وبمميزاتها العالمية التي تشجعهم على التسامح ونبذ التعصب من جهة أخرى.

- أما قيمة "احترام الأسرة" فقد جاءت في المرتبة الخامسة بالنسبة للذكور مما يؤكد ارتباط تلك القيم في حياتهم، ويرجع ذلك إلى كون الأسرة المؤسسة الأولى التي ينشأ فيها الإنسان، والتي توجه سلوكه

وتصرفاته ومواقفه، والذكور هم عماد الأسر بقوامتهم عليها، بينما جاءت قيمة "الانتماء وحب الوطن" في المرتبة الخامسة بالنسبة للإناث، أما قيمة "احترام خصوصية الآخرين" جاءت في المرتبة السادسة بالنسبة للذكور، بينما جاءت قيمة "التعاون" في نفس المرتبة بالنسبة للإناث.

كما أنه يوجد اتفاق بين الذكور والإناث فيما يتعلق بقيمة "الابتكار"، وهذا ربما يرجع ذلك إلى البيئة التي يعيش فيها الطلبة، والتي لا تشجع على الإبداع والابتكار على عكس ما نجده في الدول الغربية أين يكون للابتكار والإبداع أهمية كبيرة بالنسبة لطلبة تلك الدول، أما قيمة "الالتزام الديني" فقد جاءت في المرتبة الأخيرة بالنسبة للذكور، وقيمة "احترام الوقت في المرتبة" الأخيرة بالنسبة للإناث .

وعليه، نستج أن الطلبة سواء كانوا ذكوراً أو إناثاً يوافقون على أن الانترنت ساعدهم على الارتباط بالقيم، لكن الذكور بسبب دورهم في المجتمع أكثر اعتقاداً في قدرة الانترنت على جعلهم يرتبطون أكثر بقيمة "الصدقة"، وقيمة "حسن التواصل مع الآخر"، وقيمة "التسامح"، والسبب يكمن في توظيف الانترنت وبرامجها ومحتوياتها في ربط صلات مع أناس آخرين متجاوزين حواجز المكان والجنس والثقافة والدين، بينما الإناث بالإضافة إلى قيم: "الصدقة"، و"التسامح"، و"حسن التواصل مع الآخر" نجدهم مرتبطين أكثر بقيمة "احترام خصوصية الآخرين"، وهذا يرتبط بطبيعة الأنثى التي تعمل على حماية خصوصياتها لأن التعدي عليها يجعلها منبوذة في المجتمع الذي تعيش فيه.

كما نستج أن الإناث يوافقن على أن الانترنت ساعدتهم على الارتباط بقيمة "التفوق"، و"احترام الوقت" لكن ليس بدرجة كبيرة، وربما هذا راجع لكون الإناث يربطن التفوق بالمثابرة وباستخدام المصادر المختلفة للبحث، ولكن ليس بالانترنت كوسيلة، كما أنهن يرين أن الانترنت تحيدهم عن قيمة "احترام الوقت وتقديره"، وهذا ربما يعود لمزايا ترتبط بالوسيلة في حد ذاتها التي تعمل على إبعاد الطالبات عن الاستخدام الجيد لها.

ويمكن تفسير هذه النتائج مبدئياً بأن الانترنت لا تؤثر على قيم الطلبة، وإنما تعززها، وهذا يمكن أن يعود إلى عدة أسباب وظروف، منها أن الطلبة فئة اجتماعية مزودة بميكانزمات نفسية واجتماعية وثقافية وحضارية وعلمية تجعلهم يستخدمون الانترنت بصفة انتقائية، ولا يستخدمونها في المحتويات والمواقع التي تتنافى مع معتقداتهم الراسخة التي عملت على صقلها مؤسسات التنشئة الاجتماعية المختلفة بدءاً من الأسرة إلى المدرسة، المسجد، الجامعة وغيرها، وبالتالي فهم متوافقين مع معتقدات وتقاليدهم وقيم المجتمع الذي يعيشون فيه رغم استخدامهم للانترنت في محتويات متنوعة، ومن ناحية أخرى فإن الطلبة فئة مثقفة تهدف إلى تعزيز القيم التي لديها من خلال العلم والمعرفة والتواصل.

الجدول رقم (77): إحصائيات اختبار بيرسون Tests du khi-deux de Pearson لوجود فروق بين ذكور وإناث العينة لإجاباتهم عن سؤال، هل استخدام الانترنت ساعدك على الارتباط بالقيم التالية؟

الفروق	قيمة احتمال المعنوية	كا2 الجدولية	درجة الحرية	كا2 المحسوبة	اختبار كا2 القيم
التفوق	0.000	9.94	4	117.888	دالة إحصائياً
احترام وتقدير الوقت	0.000	9.94	4	106.121	دالة إحصائياً
الاحترام	0.000	7.81	3	80.650	دالة إحصائياً
الالتزام الديني	0.000	7.81	3	56.294	دالة إحصائياً
الاستقلالية	0.000	9.94	4	74.678	دالة إحصائياً
تحمل المسؤولية	0.000	7.81	3	48.398	دالة إحصائياً
التسامح	0.050	7.81	3	7.802	دالة إحصائياً
احترام خصوصية الآخرين	0.000	7.81	3	50.501	دالة إحصائياً
الحرية	0.005	7.81	3	12.664	دالة إحصائياً
التعاون	0.001	7.81	3	16.346	دالة إحصائياً
طلب العلم	0.000	7.81	3	66.669	دالة إحصائياً
حسن التواصل مع الآخر	0.000	5.99	2	16.497	دالة إحصائياً
الانتماء وحب الوطن	0.000	7.81	3	29.071	دالة إحصائياً
الصدقة	0.073	5.99	2	5.228	غير دالة إحصائياً
الصدق	0.031	9.94	4	10.666	دالة إحصائياً
الابتكار	0.001	7.81	3	17.375	دالة إحصائياً
احترام الأسرة	0.023	7.81	3	9.521	دالة إحصائياً

يتضح لنا من خلال هذا الجدول أن هناك علاقة ذات دلالة إحصائية في أغلب القيم بين أفراد العينة من كلا الجنسين في اعتقادهم بالارتباط بالقيم محل الدراسة عند استخدام الانترنت والتعرض لمحتوياتها، إلا في حالة قيمة "الصدقة" التي أظهرت النتائج الإحصائية أنها غير دالة إحصائياً، ولا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند هذه القيمة حسب متغير النوع، حيث أن قيمة احتمال المعنوية عندها تساوي 0.073، وهي أكبر من 0.05، وهذا معناه أن أفراد العينة ذكوراً وإناثاً لهما نفس التوجهات فيما يخص اعتقادهم بأن استخدامهم للانترنت ساعدهم على الارتباط أكثر بالقيم لكن بنسب متفاوتة في الغالب لتشكل فروقاً، إلا في حالة قيمة "الصدقة" حيث كانت الإجابات على السؤال المطروح عليهم بين

الذكور والإناث متقاربة إلى حد كبير لكن في نفس الاتجاه (أي الموافقة على أن استخدامهم للانترنت ساعدهم على الارتباط بقيمة "الصدقة".

كما يجب أن نشير أن قيم: التفوق، احترام الوقت وتقديره، الاحترام، الالتزام الديني، الاستقلالية تحمل المسؤولية، احترام خصوصية الآخرين، الحرية، التعاون، طلب العلم، حسن التواصل مع الآخر الانتماء وحب الوطن، الابتكار، سجلت قيمة احتمال المعنوية أقل أو تساوي 0.01، وبالتالي هناك فروق ذات دلالة إحصائية عالية (واضحة جداً)، أما باقي القيم: التسامح، الصدق، احترام الأسرة، سجلت قيمة احتمال المعنوية أقل أو تساوي 0.05. وبالتالي هناك علاقة فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير النوع والارتباط بالقيم جراء استخدام الانترنت والتعرض لمحتوياتها.

الجدول رقم (78): يوضح ترتيب القيم والوزن النسبي والمتوسط الحسابي لإجابات أفراد العينة وفقاً لمتغير النوع.

الفرق بين الترتيبين	النوع								النوع والمتوسط الحسابي والوزن النسبي القيم
	إناث (ن = 300)				ذكور (ن = 167)				
	النتيجة	ت	الوزن النسبي %	المتوسط الحسابي	النتيجة	ت	الوزن النسبي %	المتوسط الحسابي	
00	أوافق	15	70.00	03.50	أوافق	15	74.13	03.70	01
00	محايد	17	62.4	03.12	أوافق	17	72.93	03.64	02
02	أوافق	10	79.86	03.99	أوافق	08	80.83	04.04	03
02	أوافق	12	75.93	03.73	أوافق	14	76.40	03.82	04
01	أوافق	11	77.33	03.86	أوافق	10	79.40	03.97	05
02	أوافق	13	74.93	03.74	أوافق	11	79.16	03.95	06
05	أوافق	09	82.8	04.14	أوافق بشدة	04	84.07	04.20	07
04	أوافق	08	83.66	04.18	أوافق	12	78.56	03.92	08
01	أوافق بشدة	05	84.93	04.24	أوافق	06	82.27	04.11	09
01	أوافق بشدة	02	86.46	04.32	أوافق بشدة	01	88.02	04.40	10
02	أوافق بشدة	03	85.93	04.29	أوافق	05	83.71	04.18	11
01	أوافق بشدة	01	90.60	04.53	أوافق بشدة	02	85.98	04.30	12
06	أوافق	07	83.93	04.19	أوافق	13	78.08	03.90	13
01	أوافق بشدة	06	84.40	04.22	أوافق	07	81.91	04.09	14
05	أوافق	14	74.73	03.73	أوافق	09	79.88	03.99	15
00	أوافق	16	69.06	03.45	أوافق	16	73.65	03.68	16
01	أوافق بشدة	04	85.06	04.25	أوافق بشدة	03	84.67	04.23	17
	أوافق		79.4	03.97	أوافق		80.0	04.0	النتيجة النهائية

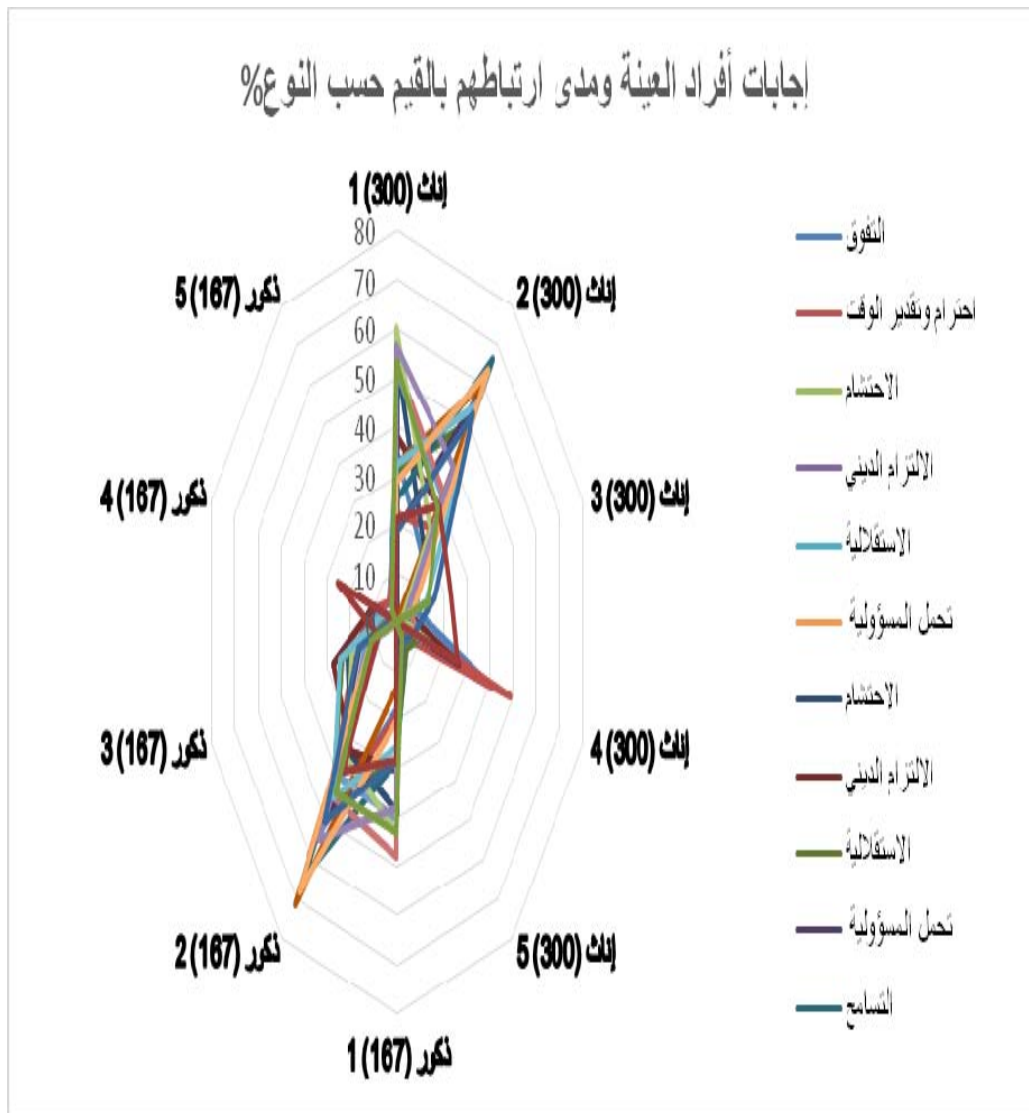
ومن أجل تأكيد ما تقدمنا به في الجدول السابق اعتمدنا على جدول يتعلق بالمتوسط الحسابي المرجح والوزن النسبي والترتيب والنتيجة لكل القيم محل الدراسة.

و اتضح لنا من خلال الجدول رقم (78) أن كل أفراد العينة من فئة الذكور يعتقدون أن استخدامهم للانترنت والتعرض لمحتوياتها ساعدهم على أن يرتبطوا أكثر بالقيم محل الدراسة (المذكورة في الجدول) حيث أن المتوسطات الحسابية لإجابات فئة الذكور تراوحت بين (3.64-4.40)، وأوزان نسبية

تراوحت بين (72.93-88.02)، إذ بلغ أعلى وزن نسبي لقيمة "التعاون" بنسبة 88.02%، تليه قيمة "حسن التواصل مع الآخر" بوزن نسبي قدر بـ 85.98%، تليه قيمة "احترام الأسرة" بوزن نسبي قدر بـ 84.67%، ومن جهة أخرى كانت أدنى الأوزان النسبية عند فئة الذكور لقيمة "احترام وقت وتقديره" بوزن نسبي بلغ 72.93%، وقيمة "الابتكار" بوزن نسبي قدر بـ 73.65%، وقيمة "التفوق" بوزن نسبي بلغ 74.13%. وهي نسب تفوق الخمسين بالمائة رغم أنها تحتل المراتب الأخيرة في اعتقاد أفراد العينة من الذكور، وهذا يعنى على العموم أن هناك 17 اتجاهًا إيجابيًا (كل القيم) نحو القيم محل الدراسة عند فئة الذكور، وهذا ما تؤكدته النتيجة النهائية المعبرة عن كل الإجابات عند فئة الذكور التي كانت إيجابية بوزن نسبي قدر بـ 80.0%، ومتوسط حسابي مرجح لكل الإجابات قدر بـ 04.00، والذي يقع في مجال "أوافق".

ويتضح لنا كذلك من خلال الجدول أعلاه أن أغلبية أفراد العينة من الإناث يعتقدن أن استخدام الانترنت والتعرض لمحتوياتها ساعدهن على أن يرتبطن أكثر بالقيم المذكورة في الجدول، إلا في حالة واحدة متعلقة بقيمة "احترام الوقت وتقديره" حيث كن غير متأكدات بشأنها بوزن نسبي بلغ 62.40 ومتوسط حسابي مرجح قدر بـ 03.12، حيث تراوحت المتوسطات الحسابية لإجابات الإناث (-4.53-3.12)، وأوزان نسبية تراوحت بين (62.40-90.60)، وبلغ أعلى وزن نسبي عند فئة الإناث لقيمة "حسن التواصل مع الآخر" بنسبة 90.60%، تليه قيمة "التعاون" بنسبة 86.46%، تليه قيمة "طلب العلم" بوزن نسبي قدر بـ 85.39%، أما أدنى المستويات النسبية كانت من نصيب قيمة "احترام والوقت وتقديره" بنسبة 62.40%، وقيمة "الابتكار" بوزن قدر بـ 69.06%، وقيمة "التفوق" بوزن نسبي قدر بـ 70.0%، وعلى العموم فإن النتيجة النهائية لمجل الإجابات عند الإناث كانت بـ 16 اتجاهًا إيجابيًا اتجاه القيم، واتجاهًا واحدًا محايدًا لقيمة "احترام الوقت وتقديره" مع غياب الاتجاهات السلبية، وكانت النتيجة النهائية الكلية إيجابية بدرجة "أوافق"، وذلك بوزن نسبي قدر بـ 79.40%، ومتوسط حسابي مرجح قدر بـ 03.97.

ويتضح كذلك من خلال الجدول أنه يوجد تغير في ترتيب بعض القيم لدى أفراد العينة من الجنسين وهي قيم: الانتماء وحب الوطن، الصدق، التسامح، احترام خصوصية الآخرين، وهذا التغير الذي يظهر في ترتيب القيم وهرميتها بين النوعيين، قد يكون نتيجة عوامل شخصية أو بيئية أو حتى عوامل مرتبطة بالوسيلة وما تحققه للأفراد العينة سواء كانوا ذكوراً أو إناثاً، وفيما يلي المخطط الراداري الذي يوضح اتجاه درجات القيم عند أفراد الفئتين.



الشكل رقم (69) : مخطط راداري لإجابات أفراد العينة ومدى ارتباطهم بالقيم حسب النوع<sup>1</sup>

<sup>1</sup> - إن التقييم من (1-5) في الرادار غير مرتبط بدرجات ليكرت، إنما للتوضيح فقط، بمعنى: أوافق بشدة (1)، أوافق (2)، محايد (3)، لا أوافق (4) لا أوافق بشدة (5)، لأن درجات ليكرت تتعكس لما تكون قيمة العبارة سلبية، وهو ما يظهر في محور التأثيرات السلبية المترتبة عن الاستخدام.

الجدول رقم (79): يوضح إجابات أفراد العينة ومدى ارتباطهم بالقيم حسب السن.

السن															السؤال: هل استخدمت للانترنت ساعدك على الارتباط أكثر بالقيم التالية؟
أكثر من 29 عاماً (ن=35)					29-24 عاماً (ن=124)					17-23 عاماً (ن=308)					السن والاتجاه والنسبة القيم
5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	
ك %	ك %	ك %	ك %	ك %	ك %	ك %	ك %	ك %	ك %	ك %	ك %	ك %	ك %	ك %	
15 42.85	4 11.42	8 22.8 5	8 22.8 5	-	73 58.87	32 25.80	6 4.83	13 10.48	-	49 15.90	104 33.76	39 12.66	107 34.7 4	9 2.92	01
1 2.85	12 34.28	-	12 34.2 8	10 28.57	38 30.64	72 58.06	1 0.80	13 10.48	-	58 18.83	67 21.75	36 11.68	138 44.8 0	9 2.92	02
9 25.71	18 51.42	4 11.4 2	4 11.4 2	-	70 56.45	36 29.03	1 0.80	17 13.70	-	146 47.40	57 18.50	37 12.01	68 22.0 7	-	03
1 02.85	14 40.00	12 34.2 8	8 22.8 5	-	68 54.83	44 35.48	1 0.80	11 08.87	-	96 31.16	85 27.59	49 15.90	78 25.3 2	-	04
1 2.85	30 85.71	4 11.4 2	-	-	56 45.16	37 29.83	6 4.83	-	25 20.16	81 26.29	160 51.94	36 11.68	31 10.0 6	-	05
1 02.85	12 34.28	4 11.4 2	18 51.4 2	-	29 29.38	68 54.83	1 0.80	26 20.96	-	74 24.02	173 56.16	28 09.09	33 10.7 1	-	06
1 02.85	24 68.57	-	10 28.5 7	-	60 48.38	53 42.74	11 08.8 7	-	-	62 20.12	230 74.67	16 05.19	-	-	07
11 31.42	20 57.14	-	4 11.4 2	-	48 38.70	59 47.58	2 01.6 1	15 12.09	-	60 19.48	222 72.07	16 05.19	10 03.2 4	-	08
23 65.71	12 34.28	-	-	-	69 55.64	28 22.58	12 09.6 7	15 12.08	-	130 42.20	121 39.28	27 08.76	30 09.7 4	-	09
17 48.57	18 51.42	-	-	-	70 56.45	41 33.06	13 10.4 8	-	-	153 49.67	113 36.68	21 06.81	21 06.8 1	-	10



27		8		-	70	26	2	26		156	102	29	21		11
77.14	-	22.8	-		56.45	20.96	01.6	20.96	-	50.64	33.11	09.41	06.8	-	
		5					1						1		
19	16	-		-	69	39	16			145	155	8	-		12
54.28	45.71				55.64	31.45	12.9	-	-	47.07	50.32	02.59			
							0								
5	18	12		-	61	61	2			74	160	65	9		13
14.28	51.42	34.2	-		49.19	49.19	01.6	-	-	24.02	51.94	21.10	02.9	-	
		8					1						2		
11	20	4		-	46	67	11			64	220	24	-		14
31.42	54.14	11.4	-		37.09	54.03	08.8	-	-	20.77	71.42	07.79			
		2					7								
5	20	10		-	36	61	2	15	10	62	162	65	11	8	15
14.28	57.14	28.5	-		29.03	49.19	01.6	04.87	0.80	20.12	52.59	21.10	03.5	02.59	
		7					1						7		
5	14	-	16	-	36	57	1	30		69	81	82	76		16
14.28	40.00		45.7		29.03	45.16	0.80	24.19	-	22.40	26.29	26.62	24.6	-	
			1										7		
9	8	18		-	61	47	1		15	163	104	40	-	1	17
25.71	22.85	51.4	-		49.19	37.90	0.80	-	12.09	52.92	33.76	12.98		0.32	
		2													

يتجلى من خلال الجدول رقم(79) أن النتائج تظهر فروقات ذات دلالة كبيرة فيما يتعلق بمجمل القيم، وبالنسبة لفئات السن الثلاث، لأنها جاءت متباعدة إلى حد ما، وتنفوق الخمسين بالمائة عند الفئات الثلاث عند جمع نسبيتي "أوافق" و"أوافق بشدة" المشار إليهما بالرقمين 4 و5، إلا في بعض القيم التي كانت فيها الفروقات تتراوح بين 2-8 درجة مئوية.

ومنها قيمة "التفوق" حيث أن النسبة (عند جمع نسبة أوافق و أوافق بشدة) أدنى بقليل من الخمسين بالمائة عند فئة (17- 23 عاماً)، أي 49.66%، بينما نسبة فئة (24-29 عاماً) فقد بلغت 84.67% بفارق كبير يقدر ب34 درجة عن الفئة الأولى، بينما نسبة فئة ( أكثر من 29 عاماً) بلغت 54.27 % بفارق 08 درجات عن الفئة الأولى.

ويمكن تفسير هذه الفروقات فيما يتعلق بقيمة "التفوق"، أنه بالرغم أن هذه القيمة ترتبط مباشرة الطلبة، إلا أن فئة (17-23 عاماً) يمكن القول عنها أن أفرادها لم تتبلور لديهم إمكانات النجاح بسبب الروح الانهزامية التي يدخلون بها إلى الجامعة، وهاجس البطالة الذي يؤرقهم، بالإضافة إلى انسداد الآفاق أمامهم، كما يمكن أن تكون محتويات الانترنت التي يتعرضون لها لا تعكس هذه القيم أو تعكس النجاح في بلدان أخرى غير الجزائر، وهذا بالرغم على ما تحويه الانترنت من محتويات لها القدرة على توجيه الطالب نحو النجاح والتفوق في مجالات متعددة، وهذا على خلاف فئة (24-29 عاماً) التي قد يكون بعض أفرادها يعملون، وبالتالي تتوفر لهم إمكانات التفوق، كما أنهم اختبروا واقع العمل الذي يفرض

عليهم النجاح من أجل تحقيق نجاحات أكبر في ميدان العمل، بالإضافة على أنهم أكثر إدراكاً ووعياً بقيمة "التفوق"، كما يمكن أن تكون هذه الفئة انتقائية في استخدامها لانترنت، وبالتالي تستخدمها فيما يحقق النجاح أي تعكس قيمة النجاح فقط.

أما فئة (أكثر من 29 عاماً) التي قد يكون بعض أفرادها من العاملين الذين يجدون صعوبة في التأقلم مع الجامعة والدراسة بصفة عامة، وبالتالي يقعون بين الفئة الأولى والفئة الثانية من حيث الارتباط بقيمة "النجاح والتفوق".

أما بالنسبة لقيمة "احترام وتقدير الوقت" لم تحظ بالموافقة من طرف الفئة العمرية الأولى والثالثة، حيث أن النسبة عند الفئة الأولى (17-23 عاماً) بلغت 40.58% (غير الموافقين بلغت 47.72%)، بينما عند الفئة الثالثة بلغت 37.13% (غير الموافقين بلغت 62.85%)، وهي نسبة قريبة من نسبة الفئة الأولى وضعيفة جداً من نسبة الفئة الثانية التي حظيت بموافقة الفئة الثانية (24-29 عاماً) التي بلغت 88.70%.

ويمكن تفسير هذا بكون الفئة الأولى هي الأكثر استخداماً للانترنت، وبالتالي ترى أن هذه الأخيرة لا تساعد على الارتباط بقيمة "احترام الوقت وتقديره" على عكس الفئة الثانية التي تعد أكثر اتزاناً ووعياً من الفئة الأولى، وبالتالي ترى أهمية الوقت في حياتها، أما الفئة الثانية فقد يرجع ذلك إلى قلة استخدامها للانترنت، وهذا ربما يكون تجنباً أو عدم قدرة كافية للاستخدام الانترنت في كل شيء أو لالتزاماتها العائلية أو المهنية.

كما نلاحظ أن قيمة "تحمل المسؤولية" لم تحظ بموافقة الفئة العمرية الثالثة، حيث بلغت نسبة الموافقة 37.13%، وغير الموافقين بلغت 51.42%، بينما الفئتين الأولى والثانية كانتا متقاربتين وهما على التوالي 80.18%، 84.21%.

وهذا أمر طبيعي حيث أن الإحساس بالمسؤولية يتزايد تدريجاً مع تزايد العمر، وهذا ما ظهر في الفئة العمرية الأولى التي بلغت نسبتها 80.18%، وهي نسبة كبيرة جداً، وتزايدت بأربع درجات عند الفئة الثانية حيث بلغت 84.21% لكن نلاحظ أن هذه القيمة بدأت في العد التنازلي وصولاً إلى عدم الموافقة على هذه القيمة عند الفئة العمرية الثالثة (أكثر من 29 عاماً) حيث بلغت نسبة الرفض 51.42%.

وربما يرجع ذلك إلى شعور الطلبة بالإحباط والاعتراب بسبب إحساسهم بعدم توفر مناصب عمل بعد التخرج و أو حالة يأس من الوضع العام أو أن في نظرهم قيمة "الإحساس بالمسؤولية" لا ترتبط بوسيلة الانترنت، وإنما هي أمر يكتسب من مؤسسات التنشئة الأخرى كالأسرة والمسجد والجامعة وغيرها. وهذا الأمر الذي جعلهم لا يشعرون بالمسؤولية في حياتهم أو على الأقل لا يرون أن الانترنت ساعدتهم على الارتباط بقيمة "تحمل المسؤولية".

وهذا نفس الشيء بالنسبة لقيمة "احترام الأسرة" حيث أن الفئة الأولى والثانية وافقت على هذه القيمة، وكانت نسبة الموافقة عليها من الفئتين كبيرة جداً، ومقاربة حيث بلغت النسبة على التوالي 86.68%، 87.09%، كما نلاحظ أن هذه القيمة لم تحظ بالموافقة بالنسبة للفئة الثالثة حيث بلغت نسبة 51.42% من عدم الموافقة عليها.

وهذا كذلك يمكن تفسيره باعتقاد هذه الفئة أن حب الأسرة واحترامها لا ينبع ولا يكتسب ولا يعزز من خلال محتويات الانترنت، وإنما من خلال تنشئة اجتماعية متواصلة تبدأ منذ الصغر. كما نلاحظ أن قيمة "الابتكار" أو "الإبداع" كانت ضعيفة نوعاً ما لدى الفئتين الأولى والثالثة، وكانت مرتفعة لدى الفئة الثانية، وربما يرجع السبب في تأخر هذه القيمة إلى كون هذه الأخيرة لم تكن فعالة قبل الجامعة أو أثناء وجودهم في الجامعة في السنوات الأولى، وهذا ما يظهر لدى الفئة العمرية الثانية وترتفع نسبة الموافقة على هذه القيمة لدى الفئة الثانية، وهذا يمكن تفسيره بخصائص هذه الفئة العمرية وكذا إقبال هذه الفئة على مشاريع التخرج، وبالتالي الانترنت تشعرهم وتساعدهم على الإبداع والابتكار أما الفئة الثانية فربما ارتباطهم بالواقع جعلهم لا يعتقدون أن المؤسسات المختلفة تشجعهم على فكرة الابتكار والإبداع حتى ولو كان بسيطاً، وبالتالي لم يعيروها اهتماماً.

كما أن قيمة "الانتماء وحب الوطن" كانت نسبتها أقل عند الفئة العمرية الثالثة، وأكبر عند الفئة العمرية الثانية، وهذا قد يفسر بكون الفئة الثانية ممن يتعرضون لمحتويات انترنيتية وطنية ايجابية، بينما الفئة العمرية الثانية نتيجة احتكاكها بالواقع الحقيقي يتغير قراءتها لرسائل الانتماء وحب الوطن والوطنية وغيرها، ورغم ذلك تبقى نسب مرتفعة.

أما بقية القيم الأخرى حظيت بموافقة وكان مقاربة جداً، غير أننا نلمس قيم: التعاون والحرية وحسن التواصل قد بلغت نسب مرتفعة جداً بلغت نسبة 100% لكل واحدة منها، واحتلت المراتب الثلاثة الأولى من حيث الاستجابات عند الفئة العمرية الثالثة (أكثر من 29 عاماً)، وهذا يمكن تفسيره لما وفرته الانترنت لهذه الفئة.

أما فيما يتعلق بقيمة "الحرية"، فربما يرجع السبب إلى وصول هذه الفئة إلى مرحلة النضج العقلي والفكري مما جعلهم يكسبون آداب الحوار والاستماع، وتدريبوا في الجامعة على حرية الحوار الذي لم يكن متاحاً لهم من قبل، كما أن الانترنت تعد فضاء حر للتعبير على الآراء والأفكار والمواقف، وهذا ما تحتاجه الفئات الشبابية ككل. لهذا نجدهم كذلك مرتبطين بقيمة "حسن التواصل مع الآخر" وكذا قيمة "التعاون" التي تعد نتيجة للتعبير والتواصل لتجسيد فكرة معية تخدم فئة معينة أو منظمة أو بلد بأكمله لهذا نجد أغلب المبادرات التي تجسد في أرض الواقع أصبحت تنطلق من منصة الانترنت سواء كانت مواقع أو مواقع التواصل الاجتماعي وغيرها، فأصبحنا نسمع عن مبادرات اجتماعية وبيئية لشباب من

مختلف الأعمار والمناطق اجتمعوا وتعاونوا على شيء ما، من أفكار انطلقت من منصات التواصل الاجتماعي.

كما أن قيم: "حسن التواصل مع الآخر"، و"الصدقة"، و"احترام خصوصية الآخرين" قد بلغت نسب مرتفعة تفوق التسعين، واحتلت المراتب الثلاثة الأولى من حيث الاستجابات عند فئة العمرية الأولى (19-23 عاماً)، كما نلاحظ أن هذه القيم الثلاثة في الحقيقة هي قيم اتصالية، وهذا ما يحتاجه الشباب ويسعى إليه، أي خلق صداقات وعلاقات اجتماعية تكون مبنية على أساس التعامل بالحسنى، وبالأخلاق محاولين الابتعاد عن التعدي عن حرية الآخرين، وعن خصوصياتهم الشخصية، كما أن احترام الطلبة لأنفسهم ينبع من احترامهم للخصوصية الآخرين وحسن التواصل معهم وتكوين صداقات، وذلك نتيجة احتكاكهم الكبير مع بعضهم البعض في الجامعات، وتراكم خبراتهم الحياتية مع أقرانهم وأساتذتهم، الأمر الذي أعطاهم قناعة ذاتية بأهمية ذلك في حياتهم بصفة عامة، وفي مساهمهم الجامعي بصفة خاصة.

أما قيم: "الانتماء وحب الوطن"، و"الصدقة"، و"التسامح" احتلت المراتب الثلاثة الأولى عند الفئة العمرية الثانية (24-29 عاماً)، وهذا يمكن تفسيره بنضج هذه الفئة، فكلما ازداد نموهم الفكري ونضج عقولهم يزداد الاهتمام بهذه القيم، وهذه الفترة هي فترة اكتمال النضج العقلي والاتزان النفسي والانفعالي والإقبال على مرحلة التعامل مع الآخرين التي يمكن أن تجسد كذلك في نسج علاقات صداقة، وهذا ما يظهر كذلك في حبهم للانتماء وحب الوطن، وهذا ما ساعدتهم الانترنت على تحقيقه.

الجدول رقم (80): إحصائيات اختبار بيرسون Tests du khi-deux de Pearson لسؤال، هل استخدام الإنترنت ساعدك على الارتباط أكثر بالقيم التالية؟ حسب متغير السن.

اختبار كا2 القيم	كا2 المحسوبة	درجة الحرية	كا2 الجدولية	قيمة احتمال المعنوية	الفروق
01	97.285	8	15.51	0.000	دالة إحصائياً
02	151.622	8	15.51	0.000	دالة إحصائياً
03	38.764	6	12.59	0.000	دالة إحصائياً
04	67.565	6	12.59	0.000	دالة إحصائياً
05	128.839	8	15.51	0.000	دالة إحصائياً
06	52.467	6	12.59	0.000	دالة إحصائياً
07	176.165	6	12.59	0.000	دالة إحصائياً
08	39.110	6	12.59	0.000	دالة إحصائياً
09	20.547	6	12.59	0.002	دالة إحصائياً
10	18.580	6	12.59	0.005	دالة إحصائياً
11	56.738	6	12.59	0.000	دالة إحصائياً
12	28.670	4	9.94	0.000	دالة إحصائياً
13	53.167	6	12.59	0.000	دالة إحصائياً
14	14.403	4	9.94	0.006	دالة إحصائياً
15	50.281	8	15.51	0.000	دالة إحصائياً
16	59.628	6	12.59	0.000	دالة إحصائياً
17	99.026	6	12.59	0.000	دالة إحصائياً

يتضح لنا من خلال هذا الجدول أن هناك فروق ذات دلالة إحصائية عالية (واضحة جداً) بين متغير السن و جل القيم جراء استخدام الإنترنت والتعرض لمحتواها، حيث تراوحت قيمة احتمال المعنوية عند كل القيم بين (0.000 و 0.006) وهي أقل من 0.01.

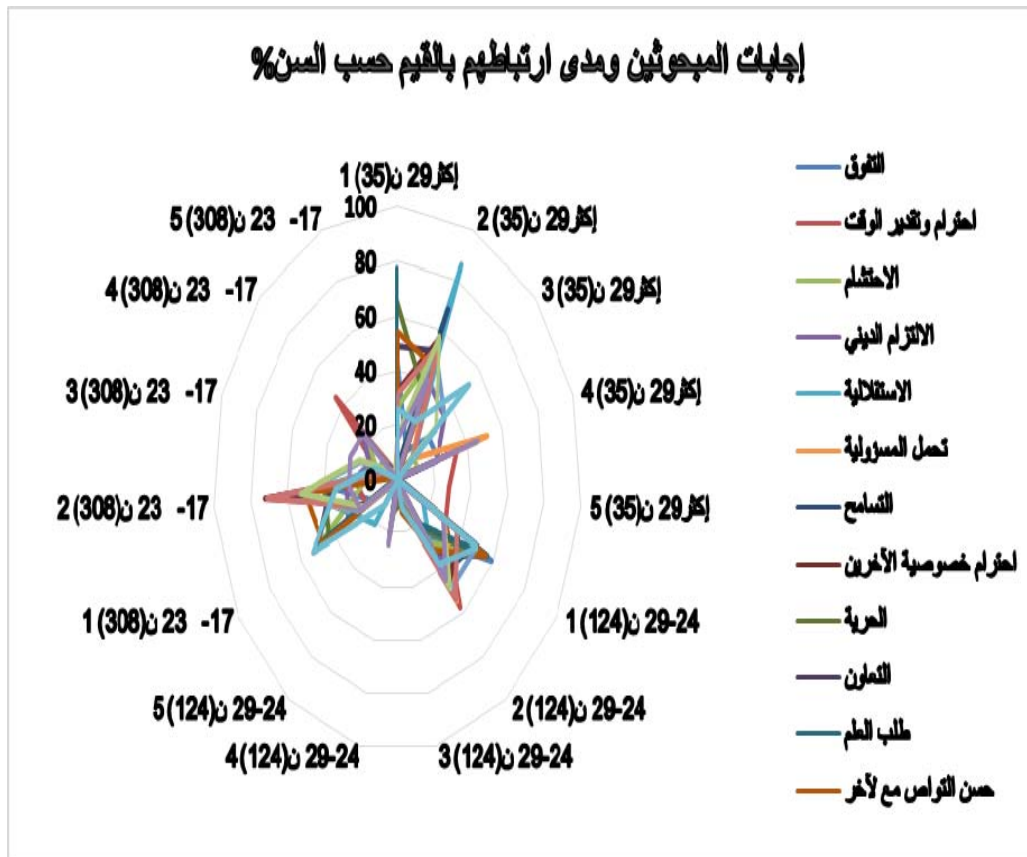
الجدول رقم(81): يوضح ترتيب القيم والوزن النسبي والمتوسط الحسابي لإجابات أفراد العينة وفقاً لمتغير السن.

السن												السن والمتوسط الحسابي والوزن النسبي القيم
أكثر من 29 عاماً (ن=35)				29-24 عاماً (ن=124)				17- 23 عاماً (ن=308)				
النتيجة	ت	الوزن النسبي %	المتوسط الحسابي	النتيجة	ت	الوزن النسبي %	المتوسط الحسابي	النتيجة	ت	الوزن النسبي %	المتوسط الحسابي	
أوافق	11	74.85	03.74	أوافق بشدة	06	86.61	04.33	محايد	16	65.00	03.25	01
لا أوافق	17	49.71	02.48	أوافق	13	81.77	04.08	محايد	17	61.75	03.08	02
أوافق	07	78.28	03.91	أوافق بشدة	07	85.64	04.28	أوافق	12	78.24	03.91	03
محايد	14	64.57	03.22	أوافق بشدة	05	87.25	04.36	أوافق	14	72.92	03.64	04
أوافق	07	78.28	03.91	أوافق	15	75.96	03.79	أوافق	10	78.89	03.94	05
محايد	16	57.71	02.88	أوافق	14	76.12	03.80	أوافق	11	78.70	03.93	06
أوافق	13	69.14	03.45	أوافق بشدة	04	87.90	04.39	أوافق	05	82.98	04.15	07
أوافق	06	81.71	04.08	أوافق	10	82.58	04.13	أوافق	08	81.55	04.07	08
أوافق بشدة	01	93.14	04.66	أوافق بشدة	09	84.35	04.21	أوافق	06	82.79	04.14	09
أوافق بشدة	04	89.71	04.48	أوافق بشدة	02	89.19	04.45	أوافق بشدة	03	85.84	04.29	10
أوافق بشدة	02	90.85	04.54	أوافق	10	82.58	04.13	أوافق بشدة	04	85.51	04.27	11
أوافق بشدة	02	90.85	04.54	أوافق بشدة	03	88.54	04.42	أوافق بشدة	01	88.89	04.44	12
أوافق	10	76.00	03.80	أوافق بشدة	01	89.51	04.47	أوافق	09	79.41	03.97	13
أوافق بشدة	05	84.00	04.20	أوافق بشدة	07	85.64	04.28	أوافق	07	82.59	04.13	14
أوافق	09	77.14	03.85	أوافق	17	75.80	03.79	أوافق	13	76.81	03.84	15
محايد	14	64.57	03.22	أوافق	15	75.96	03.80	أوافق	15	69.28	03.46	16
أوافق	11	74.85	03.74	أوافق	12	82.42	04.12	أوافق بشدة	02	87.79	04.39	17
أوافق		76.11	03.80	أوافق		83.32	04.16	أوافق		78.70	03.93	النتيجة النهائية

يتبين لنا من خلال هذا الجدول أن هناك 15 اتجاهًا موجباً عند الفئة العمرية (17-23 عاماً) واتجاهين محايدين نحو القيم محل الدراسة في علاقتها بالاستخدام والتعرض، حيث تراوحت المتوسطات الحسابية لإجابات أفراد هذه الفئة بين (3.08-4.44)، وأوزان نسبية تراوحت بين (61.75-88.89) حيث بلغت أعلى الأوزان النسبية ارتفاعاً لقيم: "حسن التواصل مع لآخر" بوزن نسبي قدر 88.89 % وقيمة "احترام الأسرة" بوزن نسبي قدر 87.79 %، وقيمة "التعاون" بوزن نسبي قدر ب 85.84 %، أما

أدنى الأوزان النسبية كانت من نصيب قيمة " احترام الوقت وتقديره " بنسبة 61.75% وقيمة "التفوق" بنسبة 65.00%، وهما القيمتين اللتان كان الاتجاه نحوهما بالحياد، بينما الفئة العمرية الثانية (14-29 عاماً) فكانت كل الاتجاهات 17 موجبة، حيث تراوحت المتوسطات الحسابية بين (3.79-4.47)، وأوزان نسبية تراوحت بين (75.80-89.51)، حيث بلغت أعلى الأوزان لقيمة "الانتماء وحب الوطن" بوزن نسبي قدر بـ 89.51%، تليه قيمة " التعاون" بوزن نسبي قدر بـ 89.19%، تليه قيمة " حسن التواصل مع الآخر" بوزن نسبي قدر بـ 88.54%، ومن جهة أخرى كان أدنى وزن نسبي لقيمة "الصدق" بوزن نسبي قدر بـ 75.80%، بينما الفئة العمرية الثالثة (أكثر من 29 عاماً) فتضمنت 13 اتجاهًا موجباً و3 اتجاهات محايدة، واتجاه سلبي واحد، حيث تراوحت المتوسطات الحسابية لهذه الفئة العمرية بين (2.48-4.66)، و تراوحت الأوزان النسبية بين (49.71-93.14)، حيث بلغت أعلى الأوزان النسبية لقيمة "الحرية" بوزن نسبي قدر بـ 93.14%، تليه قيمة " حسن التواصل مع الآخر" وقيمة "طلب العلم" بنفس الوزن النسبي الذي قدر بـ 90.85%، أما أدنى الأوزان لهذه الفئة العمرية كانت للاتجاه السلبي الوحيد الممثل لقيمة "احترام الوقت وتقديره" بوزن نسبي أقل من الخمسين بالمائة وقدر بـ 49.71%، وكذا الاتجاهات الثلاثة المحايدة الممثلة في قيم: الابتكار، تحمل المسؤولية، الإلزام الديني التي تحصلت على نفس الوزن النسبي المقدر بـ: 64.57%.

وقد كانت النتيجة النهائية عند كل الفئات موجبة بدرجة "أوافق"، حيث بلغ الوزن النسبي النهائي لكل إجابات الفئة العمرية "17-23 عاماً" 78.70%، ومتوسط حسابي قدر بـ 03.93، وبلغ الوزن النسبي عند الفئة العمرية (24-29 عاماً) 83.32% ومتوسط حسابي قدر بـ 04.16، بينما الوزن النهائي للفئة العمرية (أكثر من 29 عاماً) بلغ 76.11% ومتوسط حسابي قدر بـ 3.80، وفيما يلي المخطط الراداري الذي يوضح اتجاه درجات القيم عند أفراد الفئات العمرية الثلاث.



الشكل رقم (70): مخطط راداري لإجابات أفراد العينة ومدى ارتباطهم بالقيم حسب السن.

الجدول رقم (82): يوضح إجابات أفراد العينة ومدى ارتباطهم بالقيم حسب المستوى الجامعي.

المستوى الجامعي (ليسانس)										السؤال : هل استخدمك للانترنت ساعدك على الارتباط أكثر بالقيم التالية ؟
السنة الثالثة ليسانس LMD (ن=149)					السنة الثانية ليسانس LMD (ن=115)					المستوى الجامعي والاتجاه والنسبة
5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	
ك	ك	ك	ك	ك	ك	ك	ك	ك	ك	ك
%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
<u>33</u>	44	29	43	-	33	<u>67</u>	6	8	1	1
<u>22.14</u>	29.53	19.46	28.85	-	28.7	<u>58.26</u>	05.12	06.95	0.87	



27	54	14	54	-	19	<u>55</u>	22	18	1	2
18.12	36.24	09.39	36.24	-	16.52	<u>47.82</u>	19.13	15.65	0.87	
<u>74</u>	37	10	28	-	<u>41</u>	<u>41</u>	23	10	-	3
<u>49.66</u>	24.83	06.71	18.79	-	<u>35.65</u>	<u>35.65</u>	<u>20.0</u>	08.7	-	
<u>33</u>	<u>49</u>	18	49	-	<u>37</u>	<u>35</u>	35	8	-	4
<u>22.14</u>	<u>32.88</u>	12.08	32.88	-	<u>32.17</u>	<u>30.43</u>	<u>30.43</u>	06.95	-	
31	<u>82</u>	10	11	15	37	<u>45</u>	23	10	-	5
20.80	<u>55.03</u>	06.71	07.38	10.06	32.17	<u>39.13</u>	20.0	08.7	-	
40	<u>74</u>	1	34	-	23	<u>46</u>	23	23	-	6
26.84	<u>49.66</u>	0.67	22.81	-	20.0	<u>40.0</u>	20.0	20.0	-	
31	<u>114</u>	4	-	-	31	<u>70</u>	14	-	-	7
20.80	<u>76.51</u>	02.68	-	-	26.95	<u>60.86</u>	12.17	-	-	
19	<u>102</u>	13	15	-	19	<u>82</u>	4	10	-	8
12.75	<u>68.45</u>	08.72	10.06	-	16.52	<u>71.30</u>	03.47	08.7	-	
57	52	5	35	-	<u>40</u>	42	33	-	-	9
38.25	34.9	03.35	23.48	-	<u>34.78</u>	36.52	28.7	-	-	
<u>72</u>	66	-	11	-	<u>40</u>	65	10	-	-	10
<u>48.32</u>	44.29	-	07.38	-	<u>34.78</u>	56.52	08.7	-	-	
<u>63</u>	42	18	26	-	40	44	12	19	-	11
<u>42.28</u>	28.18	12.08	17.44	-	34.78	38.26	10.43	16.52	-	
<u>63</u>	67	19	-	-	36	<u>75</u>	4	-	-	12
<u>42.28</u>	44.96	12.75	-	-	31.30	<u>65.21</u>	03.47	-	-	
38	<u>70</u>	32	9	-	27	67	21	-	-	13
25.50	<u>46.97</u>	21.47	06.04	-	23.47	58.26	18.26	-	-	
23	<u>125</u>	-	-	1	27	<u>73</u>	15	-	-	14
15.43	<u>83.89</u>	-	-	0.67	23.47	<u>63.47</u>	13.04	-	-	
31	<u>74</u>	29	15	-	27	<u>77</u>	1	-	10	15
20.80	<u>49.66</u>	19.46	10.06	-	23.47	<u>66.95</u>	0.86	-	08.7	
23	31	23	72	-	28	49	28	10	-	16
15.43	20.80	15.43	<u>48.32</u>	-	24.34	42.60	24.34	08.7	-	
<u>80</u>	43	11	-	15	35	65	15	-	-	17
<u>53.7</u>	28.85	07.38	-	10.06	30.43	56.52	30.04	-	-	

توضح لنا نتائج الجدول رقم (82)، أن أغلبية أفراد العينة من مستوى "السنة الثانية ليسانس" أجابوا بالموافقة (عند جمع عبارتي أوافق و أوافق بشدة) على جميع القيم بنسبة تفوق الستين بالمائة، و فئة

"السنة الثالثة ليسانس"، أجابوا بالموافقة على جميع القيم بنسبة تفوق الخمسين بالمائة، ماعدا قيمة "الابتكار" التي بلغت فيها نسبة الموافقة 36.23% في مقابل 48.32% ممن رفضوا القيمة. وهناك فروقات دالة بين أفراد الفئتين فيما يتعلق بالعديد من القيم، إذ أن نسبة الموافقة (أوافق بشدة و أوافق) بخصوص بعض القيم التي نجد نسبتها أعلى عند فئة "السنة الثانية ليسانس" على غرار قيمة "حسن التواصل مع الآخر" 96.51%، وقيمة "الصدق" 90.42%، وقيمة "احترام الخصوصية" 87.82%، وقيمة "التفوق" 86.96%، وقيمة "احترام الأسرة" 86.95%، وقيمة "الانتماء وحب الوطن" 81.73%، وقيمة "طلب العلم" 73.04%، وقيمة "احترام الوقت وتقديره" 64.34%، وقيمة "الالتزام الديني" 62.6%، والتي نجدها على التوالي عند فئة "السنة الثالثة ليسانس" على النحو التالي: قيمة "حسن التواصل مع الآخر" 87.24%، وقيمة "الصدق" 70.47%، وقيمة "احترام الخصوصية" 81.2%، وقيمة "التفوق" 51.67%، وقيمة "احترام الأسرة" 82.55%، وقيمة "الانتماء وحب الوطن" 72.47%، وقيمة "طلب العلم" 70.46%، وقيمة "احترام الوقت وتقديره" 54.36%، وقيمة "الالتزام الديني" 55.02%.

ويمكن أن نفسر هذه الفروقات بين أفراد الفئتين، برغم من أن كلتي الفئتين تعتقدان أن استخدامها للانترنت والتعرض لمحتوياتها ساعدهما على الارتباط بالقيم السالفة الذكر، وهذا ربما راجع إلى طبيعة أفراد "السنة الثانية ليسانس" الذين هم في بداية تكوين شخصياتهم محاولين الاستفادة من المزايا التي توفرها الانترنت لمستخدميها، لاكتساب تجارب ومؤهلات ترتقي بهم وتحقق طموحاتهم باعتبارهم طلبة جامعيين، خاصة و أنهم في هذه المرحلة بذات يشعرون بشخصيتهم، وقد بدؤوا ينضجون فكرياً إلى حد ما، وبداية التزامهم بالأعراف والتقاليد الجامعية التي بدؤوا يتعودون عليها بعد انتقالهم إلى السنة الثانية ليسانس، التي تجعلهم يكتسبون عدة قيم منها: قيمة احترام الآخرين، و قيمة "الصدق"، و قيمة "طلب العلم" و قيمة "احترام الخصوصية الآخرين" ..الخ، ومعتمدين بشكل أساسي على الانترنت لتعزيز مثل هذه القيم، وهذا حسب تصريحهم.

أما فيما يتعلق بفئة "السنة الثالثة ليسانس"، فأنهم يرون، ربما في الانترنت وسيلة لتعزيز هذه القيم ولكنها غير كافية لأنهم في مرحلة التخرج، وقد اختبروا الجامعة واكتسبوا بعض المعارف والتجارب التي تؤهلهم ليكونوا واقعيين أكثر، كما قد يكونوا قد اصطدموا بالواقع الحقيقي المعاش سواءً في البيت أو الجامعة، وبالتالي لديهم استعدادات واقعية، لذا نجد قيم: التفوق والالتزام الديني واحترام الوقت كانت في آخر الترتيب عندهم من حيث درجة الموافقة، رغم أنهم مقبلين على التخرج، بل أنهم غير موافقين على قيمة الابتكار، كما نلاحظ، فروقات دالة فيما يتعلق ببعض القيم التي كانت نسبتها عند أفراد عينة "السنة الثالثة ليسانس" أعلى، وهي: قيمة الصداقة 99.32%، قيمة التسامح 97.31%، قيمة التعاون 92.61%، قيمة تحمل المسؤولية 76.5%، قيمة الاستقلالية 75.83%، قيمة الاحتشام 74.49%، قيمة الحرية

73.15%. وهذا راجع إلى أنه كلما ازداد نموهم الفكري ونضج عقلهم كلما ارتفعت نسبة الاعتقاد حول ارتباط الانترنيت بالنسبة للقيم السالفة الذكر، حيث أفراد فئة السنة "الثانية ليسانس" مازال بعضهم في فترة المراهقة، أما فئة السنة "الثالثة ليسانس" هم أكبر سناً ومستوى، وبالتالي هم في فترة اكتمال النضج العقلي والالتزان النفسي والانفعالي، والإقبال على مرحلة التعامل مع الآخرين، وهذا ينطق أساساً على قيمة "التسامح"، ونفس الحال بنسبة لقيمتي "الاستقلالية" و"المسؤولية"، حيث أن نسبة الاعتقاد هي أدنى عند فئة السنة "الثانية ليسانس"، وهذا ربما راجع إلى عدم قدرة طلبة السنة الثانية الاعتماد على أنفسهم بشكل أساسي في الأنفاق على أنفسهم أو في حل مشاكلهم، و إن كان إحساسهم بهذه المسؤولية قد بدأ يظهر ويتبلور لديهم عند الاقتراب من التخرج في أثناء وجودهم في السنة الثالثة ليسانس، كما أن قيمة "المسؤولية" يتزايد الإحساس بها بشكل أكبر عند فئة "السنة الثالثة ليسانس"، وهذا كذلك يرجع إلى النضج والتقدم العلمي الذي يجعلهم يشعرون بالمسؤولية في حياتهم.

وعليه، فبالرغم من أن أفراد الفئتين موافقون في أغليبيتهم على أن الانترنيت تساعدهم على الارتباط بالقيم، إلا أن درجة الموافقة تختلف بين الفئتين، وهي أعلى (أي درجة الموافقة) عند الفئة الثانية ويمكن تأويل هذه الفروقات بعدة عوامل منها أن أفراد فئة "السنة الثانية ليسانس" هم في بداية مشوارهم الجامعي وبالتالي مازالوا محدودي في تفاعلاتهم وأدوارهم الاجتماعية، ولم يكتسبوا بعد المعارف والتجارب والخبرات التي تقوي فيهم القيم إلى الدرجة التي تجعلهم يستغنون على محتويات الانترنيت. أما فئة "السنة الثالثة ليسانس"، فهم يعتقدون بدرجة أقل في أن الانترنيت تساعدهم على الارتباط بذات القيم، لكونهم، ربما، حققوا نوعاً من التجربة في السنوات السابقة، وتجربة الإعداد لمذكرة التخرج وتربصاتهم الميدانية، وهذا ما أدى بهم إلى تحقيق نوع من التفاعلات الاجتماعية التي عززت من مؤهلاتهم العلمية والعملية.

وتجدر الملاحظة إلى أن أغلبية أفراد العينة من المستويين الجامعيين الثانية والثالثة ليسانس كانوا على اتفاق، وبنسب متقاربة جداً بخصوص القيم المتمثلة في: قيمة "الحرية" التي وافق عليها أفراد فئة "مستوى الثانية ليسانس" جامعي بنسبة 71.3%، وقيمة "التعاون" بنسبة 91.3 % مقابل النسبتين 73.1% و 92.61% على التوالي لدى فئة "السنة الثالثة ليسانس".

وهذه النتيجة تدل على اعتقاد أفراد العينة بأن استخدامهم للانترنيت والتعرض لمحتوياتها المختلفة سيساعدهم على الارتباط أكثر بالقيمتين السالفتين، وهذا باعتبار أن الانترنيت توفر فضاء للتعبير بحرية عكس الفضاءات التي تعود عليها الأفراد من الطلبة الجامعيين في الماضي، وهذا يتجلى في الاستخدامات التي صرح بها أفراد العينة في السابق، وربما يرجع اتفاقهم في ذلك إلى وصولهم إلى مرحلة النضج الفكري والعقلي، مما جعلهم يكتسبون مهارات لإبداء آرائهم حول القضايا المتعددة التي تشغل بالهم سواء في فضاءات الجامعة أو الفضاءات الافتراضية التي يعتمدون عليها في حياتهم اليومية،

خاصة مع تدريبهم على حرية الحوار في الجامعة، هذه الخاصية التي لم تكن متاحة لهم في التعليم قبل الجامعي، أما قيمة "التعاون" فقد تشير إلى أن أفراد العينة متشبعون بها منذ الصغر، وبفعل مؤسسات التنشئة الاجتماعية كالأُسرة والمدرسة والمسجد والجامعة وغيرها، وبالتالي قد يعتقدون أن الانترنت قد شجعتهم على الارتباط أكثر بهذه القيمة بإتاحتها لفرص التعاون بأشكال مختلفة وبمنطلقات ومبادرات ليست كما هي في الفضاء الواقعي، و إنما من خلال الانترنت في حد ذاتها لهذا فإنهم يستخدمونها لتقديم يد العون لمن يحتاجه.

وهناك فرق بسيط يقدر بـ9 درجات مسجل كذلك فيما يخص قيمة "حسن الانتماء وحب الوطن" التي كانت عند فئة "السنة الثانية ليسانس" 81.73 %، و72.47% بالنسبة لفئة "السنة الثالثة ليسانس". ويمكن إرجاع هذا الفرق إلى أن فئة "السنة الثالثة ليسانس" تعتبر أكثر وعياً وتجربةً من أفراد فئة "السنة الثانية ليسانس" بخصوص مدلول قيمة "الانتماء وحب الوطن" سواءً على المستوى الفردي أو الجماعي، أو على المستوى النظري أو الواقعي، وهذا يتجلى فيما يراه ويسمعه الطالب من النخب السياسية والأكاديمية، وما يشاهده على مستوى الواقع المعاش باعتباره جزءاً منه، وبالتالي فكلما زاد التدرج في المستوى قل الحس بالانتماء للوطن، وهذا ربما يعود إلى النقائص التي تعيشها الجزائر فيما يخص الاهتمام بفئة المتخرجين من الجامعات رغم التصريحات الايجابية للمسؤولين في العديد من المناسبات. كما تجدر الملاحظة إلى هناك نسبة معتبرة من أفراد العينة من الفئة الأولى الذين أجابوا بعبارة "محايد" فيما يتعلق ببعض القيم، وهي على النحو التالي: قيمة "الالتزام الديني" 30.43%، قيمة "احترام الأسرة" 30.04%، قيمة "الحرية" 28.7%، قيمة "الابتكار" 24.34%، قيمة "تحمل المسؤولية" 20.0%، قيمة "الاستقلالية" 20.0%، قيمة "الاحتشام" 20.0%، أما فئة "السنة الثالثة ليسانس" صرحوا بعبارة "محايد" فيما يخص قيمة "الانتماء وحب الوطن" بنسبة 21.47%، إلا أن هذه النتائج لا تؤثر على الاتجاه العام الموجب لدور الانترنت في تعزيز القيم لدى أفراد العينة.

والتفسير الذي يمكن أن نعطيه لمثل هذه النتائج يتمثل في كون القيم هي عبارة عن كلمات مجردة يصعب على المبحوث ترجمتها فوراً في سلوكيات أو مواقف أو اتجاهات، أو ربما يكون السبب مرتبط بطبيعة استخدام الانترنت بحد ذاته، بمعنى قد يكونون من الذين لا يستخدمون الانترنت كثيراً وفي مستويات متعددة أو محددة، وبالتالي يصعب عليهم القيام بربط بين الاستخدام الكثير والقيم، وقد يعود السبب إلى ارتباط القيم أساساً بمؤسسات التنشئة الاجتماعية أخرى منذ الصغر، وبالتالي لا يستطيع الجزم فيما إذا كانت الانترنت هي أساس اكتساب القيمة أم مجرد وسيلة معززة لقيمة كانت موجودة أصلاً اكتسبت من الأسرة مثلاً أم المسجد أم المدرسة.. الخ.

وما يمكن أن نستنتجه من التحليل السابق، هو أن متغير المستوى الجامعي لا يؤثر كثيراً على اعتقاد أفراد العينة بأن استخدام الانترنت والتعرض لمحتوياتها يساعدهم على الارتباط أكثر بالقيم، حيث

أن أغلبية أفراد العينة، وعلى اختلاف مستوياتهم الجامعية، قالوا بأن الانترنت ساعدتهم على الارتباط بمجل القيم، عدا قيمة واحدة وهي قيمة "الابتكار"، وبالنسبة لفئة "السنة الثالثة ليسانس". وإنما الاختلاف والفروقات تتعلق بدرجة الموافقة بين المستويات الجامعية.

الجدول رقم(83): إحصائيات اختبار "بيرسون" Tests du khi-deux de Pearson لإجابات سؤال، هل استخدام الانترنت ساعدك على الارتباط أكثر بالقيم التالية؟ حسب المستوى الجامعي.

اختبار كا القيم	كا2 المحسوبة	درجة الحرية	كا2 الجدولية	قيمة احتمال المعنوية	الفروق
01	154.861	12	21.03	0.000	دالة إحصائياً
02	105.204	12	21.03	0.000	دالة إحصائياً
03	59.460	9	16.92	0.000	دالة إحصائياً
04	97.648	9	16.92	0.000	دالة إحصائياً
05	58.929	12	21.03	0.000	دالة إحصائياً
06	92.021	9	16.92	0.000	دالة إحصائياً
07	88.278	9	16.92	0.000	دالة إحصائياً
08	61.174	9	16.92	0.000	دالة إحصائياً
09	169.330	9	16.92	0.000	دالة إحصائياً
10	173.858	9	16.92	0.000	دالة إحصائياً
11	125.863	9	16.92	0.000	دالة إحصائياً
12	102.563	6	12.59	0.000	دالة إحصائياً
13	35.248	9	16.92	0.000	دالة إحصائياً
14	44.031	6	12.59	0.000	دالة إحصائياً
15	85.113	12	21.03	0.000	دالة إحصائياً
16	93.612	9	16.92	0.000	دالة إحصائياً
17	131.322	9	16.92	0.000	دالة إحصائياً

يتضح لنا من خلال هذا الجدول أن هناك فروق ذات دلالة إحصائية عالية (واضحة جداً) في جل القيم، بين أفراد العينة حسب متغير المستوى الجامعي في اعتقادهم بالارتباط بالقيم محل الدراسة عند استخدام الانترنت والتعرض لمحتوياتها، حيث سجلت قيمة احتمال المعنوية 0.000 عند كل القيم، وهي أقل من 0.01.

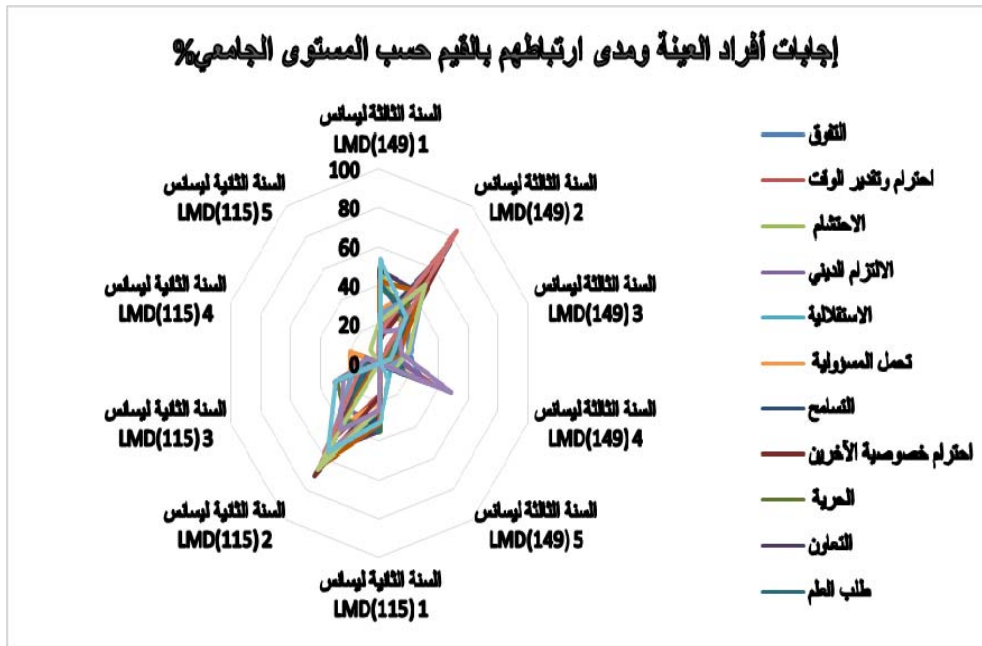
الجدول رقم(84): يوضح ترتيب القيم والوزن النسبي والمتوسط الحسابي لإجابات أفراد العينة وفقاً لمتغير المستوى الجامعي(ليسانس).

الفرق بين الترتيبين	المستوى الجامعي								المستوى الجامعي والمتوسط الحسابي والوزن النسبي القيم
	السنة الثالثة ليسانس LMD (ن=149)				السنة الثانية ليسانس LMD (ن=115)				
	النتيجة	ت	الوزن النسبي %	المتوسط الحسابي	النتيجة	ت	الوزن النسبي %	المتوسط الحسابي	
09	أوافق	14	68.99	03.45	أوافق	05	81.39	04.06	01
00	محايد	16	67.24	03.36	أوافق	16	72.69	03.63	02
02	أوافق	06	81.07	04.05	أوافق	08	79.65	03.98	03
02	أوافق	15	68.85	03.44	أوافق	13	77.56	03.87	04
01	أوافق	13	73.82	03.69	أوافق	12	78.95	03.94	05
05	أوافق	12	76.10	03.80	أوافق	17	72.00	03.60	06
12	أوافق	03	83.62	04.18	أوافق	15	76.00	03.80	07
00	أوافق	10	76.77	03.83	أوافق	10	79.13	03.95	08
03	أوافق	09	77.58	03.87	أوافق	06	81.21	04.06	09
01	أوافق بشدة	01	86.71	04.33	أوافق بشدة	02	85.21	04.26	10
04	أوافق	07	79.06	03.95	أوافق	11	78.26	03.91	11
01	أوافق بشدة	02	85.90	04.29	أوافق بشدة	01	85.56	04.27	12
01	أوافق	08	78.38	03.92	أوافق	07	81.04	04.05	13
01	أوافق	05	82.68	04.13	أوافق	04	82.08	04.10	14
02	أوافق	11	76.24	03.81	أوافق	09	79.30	03.96	15
03	محايد	17	60.67	03.03	أوافق	14	76.52	03.82	16
01	أوافق	04	83.22	04.16	أوافق	03	83.47	04.17	17
	أوافق		76.8	03.84	أوافق		79.2	03.96	النتيجة النهائية

يتبين لنا من خلال هذا الجدول أن كل الاتجاهات(17) موجبة عند فئة "السنة الثانية ليسانس" نحو القيم محل الدراسة في علاقتها باستخدام الانترنت والتعرض لمحتواها من قبل أفراد العينة، حيث تراوحت المتوسطات الحسابية لهذه الفئة بين(4.27-3.60)، وأوزان نسبية تراوحت بين (85.56-

(72.00)، إذ بلغ أعلى وزن نسبي لقيمة "حسن التواصل مع الآخر" بنسبة 85.56%، تليها قيمة "التعاون" بوزن نسبي قدر بـ 85.21%، تليها قيمة "احترام الأسرة" بوزن نسبي قدر بـ 83.47%، أما أدنى الأوزان النسبية فكانت من نصيب قيمة "تحمل المسؤولية" بوزن نسبي قدر بـ 72.00%، وقيمة "احترام وتقدير الوقت" بوزن نسبي قدر بـ 72.69% وقيمة "التسامح" 76.00%، بينما هنالك 15 اتجاهاً موجباً، واتجاهين محايدتين عند فئة "السنة الثانية ليسانس"، حيث تراوحت المتوسطات الحسابية لهذه الفئة بين (3.03-4.33)، وأوزان نسبية تراوحت بين (60.67-86.71) حيث كانت أعلى الأوزان النسبية من نصيب قيمة "التعاون" بوزن نسبي قدر بـ 86.71% وقيمة "حسن التواصل مع الآخر" بوزن نسبي قدر بـ 85.90%، وقيمة "التسامح" بوزن نسبي قدر بـ 83.62%، وأدنى الأوزان النسبية كانت للاتجاهين المحايدتين لقيمتي "الابتكار" و "احترام الوقت وتقديره"، بوزنين نسبين 60.67% و 67.24% على التوالي.

وقد كانت النتيجة النهائية عند كلا الفئتين موجبة بدرجة "أوافق"، حيث بلغ المتوسط الحسابي المرجح لمجموع إجابات فئة "السنة الثانية ليسانس" 03.96، و وزن نسبي قدر بـ 79.2%، بينما بلغ المتوسط الحسابي المرجح لمجموع إجابات فئة "السنة الثالثة ليسانس" 03.84 ووزن نسبي قدر بـ 76.8%. ويتضح كذلك من خلال الجدول أنه يوجد تغير في ترتيب بعض القيم لدى أفراد العينة من الفئتين وهي قيم: التسامح، التفوق، تحمل المسؤولية، طلب العلم، الحرية، الابتكار، وهذا التغير الذي يظهر في ترتيب القيم وهرميتها بين الفئتين من مستوى الليسانس، قد يكون نتيجة عوامل شخصية أو علمية معرفية أو حتى عوامل مرتبطة بالوسيلة وما تحققه للأفراد العينة من مستوى الليسانس، وفيما يلي المخطط الراداري الذي يوضح اتجاه درجات القيم عند أفراد فئتي مستوى الليسانس.



الشكل رقم (71): مخطط راداري لإجابات أفراد العينة ومدى ارتباطهم بالقيم حسب المستوى الجامعي

الجدول رقم (85): يوضح إجابات أفراد العينة ومدى ارتباطهم بالقيم حسب المستوى الجامعي.

المستوى الجامعي										السؤال : هل استخدمك للانترنت ساعدك على الارتباط بالقيم التالية ؟
السنة الثانية ماستر LMD(ن=69)					السنة أولى ماستر LMD(ن=134)					
5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	النوع والاتجاه والنسبة
ك %	ك %	ك %	ك %	ك %	ك %	ك %	ك %	ك %	ك %	
25 36.23	16 23.18	18 26.08	10 14.49	-	45 33.58	13 09.70	1 0.74	67 50.0	8 05.97	1
16 23.18	19 27.53	-	24 34.78	10 14.49	35 26.12	23 17.16	1 0.74	67 50.0	8 05.97	2
35 50.72	20 28.98	-	14 20.28	-	75 55.97	13 09.70	9 06.71	37 27.61	-	3



<u>24</u> 34.78	<u>35</u> 50.72	-	10 14.49	-	<u>71</u> 52.98	<u>24</u> 17.91	9 06.71	30 22.38	-	4
24 34.78	<u>31</u> 44.92	4 05.79	10 14.49	-	46 34.32	<u>69</u> 51.49	9 06.71	-	10 07.46	5
16 23.18	<u>33</u> 47.82	-	20 28.98	-	25 18.65	<u>100</u> 74.62	9 06.71	-	-	6
16 23.18	<u>35</u> 50.72	8 11.59	10 14.49	-	45 33.58	<u>88</u> 65.67	1 0.74	-	-	7
25 36.23	<u>40</u> 57.97	-	4 05.79	-	56 41.79	<u>77</u> 57.46	1 0.74	-	-	8
25 36.23	34 49.27	-	10 14.49	-	<u>100</u> 74.62	33 24.62	-	-	-	9
<u>19</u> 27.53	40 57.97	-	10 14.49	-	<u>109</u> 81.34	1 0.74	24 17.91	-	-	10
<u>29</u> 42.02	30 43.47	-	10 14.49	-	121 90.29	12 08.95	1 0.74	-	-	11
<u>25</u> 36.23	44 63.76	-	-	-	109 81.34	<u>24</u> 17.91	1 0.74	-	-	12
19 27.53	<u>40</u> 57.97	10 14.49	-	-	56 41.79	62 46.26	16 11.94	-	-	13
25 36.23	<u>36</u> 52.17	8 11.59	-	-	46 34.32	<u>72</u> 53.73	16 11.94	-	-	14
20 28.98	<u>21</u> 30.43	20 28.98	-	8 11.59	25 18.65	<u>71</u> 52.98	27 20.14	11 08.20	-	15
19 27.53	30 43.47	20 28.98	-	-	40 29.85	42 31.34	12 08.95	40 29.85	-	16
<u>16</u> 23.18	29 42.02	24 34.78	-	-	102 76.12	22 16.41	9 06.71	-	1 0.74	17

توضح لنا نتائج الجدول السابق أن أغلبية أفراد العينة من مستوى "السنة الثانية ماستر" أجابوا بالموافقة على جميع القيم، عدا قيمة "التفوق" 43.28 %، وقيمة "احترام الوقت وتقديره"، بنفس النسبة أي 43.28 %، و بالموافقة بنسبة تفوق الستين بالمائة، و فئة "السنة الثانية ماستر" أجابوا بالموافقة على جميع القيم دون استثناء وبنسبة تفوق الخمسين بالمائة.

وهناك فروقات دالة بين أفراد الفئتين فيما يتعلق بالعديد من القيم، إذ أن نسبة "الموافقين بشدة" و"الموافقين" بخصوص بعض القيم، على غرار، قيمة "الحرية" 100.0 %، قيمة "التسامح" 99.25 %

قيمة "احترام الخصوصية" 99.25%، وقيمة "احترام الأسرة" 92.53%، وقيمة "طلب العلم" 99.25%، قيمة "تحمل المسؤولية" 93.27%، قيمة "الانتماء وحب الوطن" 88.05%، قيمة "الاستقلالية" 85.81%، قيمة "الصدق" 71.63%، والتي نجدها على التوالي عند فئة "السنة الثانية ماستر": قيمة "الحرية" 85.5%، قيمة "احترام الأسرة" 65.2%، قيمة "التسامح" 73.9%، قيمة "احترام الخصوصية" 94.2%، قيمة "طلب العلم" 85.49%، قيمة "تحمل المسؤولية" 71.0%، قيمة "الصدق" 59.41%.

ويمكن أن نفسر هذه الفروقات بين الفئتين بكون فئة "السنة أولى ماستر" أقل خبرة من طلبة الفئة الثانية المقبلين على التخرج، وبالتالي فهم أكثر ارتباطاً واعتقاداً بأن الانترنت ساعدتهم على الارتباط بالقيم السالفة الذكر، وهذا ربما راجع لكون طلبة "السنة الأولى ماستر"، وأثناء التحاقهم بهذا الطور وسواءً كانوا من النظام القديم أو الجديد فقد بدؤوا دراساتهم بطموحات وتطلعات كبيرة لمستقبلهم وبالتالي تجدهم أكثر ارتباطاً بالانترنت، ولا يستطيعون الاستغناء عنها، عكس "السنة الثانية ماستر" الذين تجدهم احتكوا وتفاعلوا أثناء انجازهم لمذكرات تخرجهم مع فئات مختلفة من المجتمع الذي يعيشون فيه وبالتالي هم يرون، ربما في الانترنت وسيلة لتعزيز هذه القيم، ولكن غير كافية، خاصة بعد اكتسابهم لبعض التجارب التي ألحقتهم بالواقع الحقيقي، وبالتالي كانت لديهم استعدادات منطقية وعقلية اتجاه الانترنت وتأثيراتها المحتملة .

كما نلاحظ أيضاً فروقات دالة فيما يتعلق ببعض القيم التي نسبتها كانت أعلى عند فئة "السنة الثانية ماستر" على غرار: قيمة "التعاون" 85.5%، قيمة "الاحتشام" 79.7%، قيمة "الالتزام الديني" 85.5%، قيمة "الابتكار" 71.0%، بينما كانت النسب عند فئة "السنة أولى ماستر" على النحو التالي: قيمة "التعاون" 82.08%، قيمة "الاحتشام" 65.67%، قيمة "الالتزام الديني" 70.8%، قيمة "الابتكار" 61.19%.

وعليه، وبالرغم أن أفراد الفئتين موافقون في أغلبيتهم على أن الانترنت تساعدهم على الارتباط بهذه القيم إلا أن درجة الموافقة تختلف بين الفئتين، وهي أعلى عند الفئة الأولى (السنة أولى ماستر) ويمكن تأويل هذه الفروقات بعدة عوامل منها، أن فئة "السنة أولى ماستر" هي في بداية خوض التجربة الأولى في طور الماستر، وربما ينظرون إلى الانترنت على أنها وسيلة لتعزيز هذه القيم لديهم.

أما فئة "السنة الثانية ماستر" فهم يعتقدون بدرجة أقل في أن الانترنت تساعدهم على الارتباط أكثر بذات القيم، وهذا ربما لتحقيقهم نوعاً من الاستقلالية في تفاعلاتهم اليومية، وإقبالهم على دخول معترك الحياة، حيث تلعب فيه شخصية الطالب دور مهم في مواجهة العالم الحقيقي.

وتجدر الإشارة إلى أن أغلبية أفراد العينة من الفئتين الأولى والثانية كانوا على الاتفاق، وينسب مقارنة بخصوص قيمة "حسن التواصل مع الآخر" التي وافق عليها أفراد فئة "السنة الأولى ماستر" بنسبة

99.25%، وقيمة "الصدقة" بنسبة 88.05% مقابل النسبتين 100.0% و 88.4% على التوالي لدى فئة "السنة الثانية ماستر".

وهذه النتيجة تدل على أن الطلبة سواء كانوا في السنة الأولى ماستر أو الثانية تعلموا حسن التواصل مع الآخرين، وذلك نتيجة احتكاكهم مع بعضهم البعض في السنوات الدراسية السابقة، وتراكم خبراتهم الحياتية مع أقرانهم وأساتذتهم، الأمر الذي أعطاهم قناعة ذاتية بأهمية حسن التواصل مع الآخر (أدب الكلام، أدب الاستماع، الاحترام المتبادل، التعامل بالحسنى ..)، ونفس الشيء بالنسبة للصدقة بحيث أن الجامعة ككل هي فضاء تفاعلي كبير وفيه نوع من التقارب المكاني والعاطفي بين الأفراد، الأمر الذي يشجعهم على تكوين صداقات وإقامة علاقات اجتماعية متنوعة وهذا من ناحية ومن ناحية ثانية فهم قد يعتقدون أن استخدامهم للمواقع التواصل الاجتماعي بصفة خاصة والانترنت بصفة عامة ساعدهم على الارتباط أكثر بالقيمتين السابقتين.

كما نلاحظ أن آخر قمتين من حيث درجة الأهمية كانتا على التوالي بالنسبة للفئة الثانية هي: قيمة "احترام الوقت وتقديره"، وقيمة "التفوق"، وهي نفس القيمتين اللتين لم تحضيا بالموافقة بالنسبة للفئة الأولى، وهذا يمكن تفسيره بالنتيجة التي توصلوا إليها من جراء تجربتهم الواقعية أثناء قيامهم بتربصاتهم الميدانية التي رسخت لديهم قناعات بعدم وجود أهمية للتفوق واحترام الوقت في المنظومة الاجتماعية الجزائرية ككل.

كما تجدر الإشارة إلى أن هناك نسبة معتبرة من أفراد العينة، ومن الفئتين أجابوا بعبارة "محايد" فيما يتعلق ببعض القيم، وهي على النحو التالي بالنسبة للفئة الأولى، فنجد قيمة واحدة وهي قيمة "الصدق" بنسبة 20.14%، أما الفئة الثانية فصرحوا بعبارة "محايد" على القيم التالية:

قيمة "احترام الأسرة" 34.78%، قيمة "الابتكار" 28.98%، قيمة "الصدق" 28.8%، قيمة "التفوق" 26.08%، والتفسير الذي يمكن أن نعطيه لهذه النتائج هو على مستويات متعددة:

المستوى الأول: يتمثل في أن مثل هذه القيم قد تكون مجردة لدرجة يصعب إدراك مدلولها من طرف أفراد العينة الذين أجابوا بهذه الكيفية.

المستوى الثاني: ويتمثل في طبيعة وأنماط استخدام الانترنت لدى أفراد العينة، بمعنى قد تكون تلك الإجابات للذين يستخدمون الانترنت بصفة انتقائية ولمدة زمنية قصيرة، وبالتالي فإنهم في هذه الحالة قد يجدون صعوبة في القيام بالربط بين طبيعة الاستخدام والقيم المطروحة عليهم.

المستوى الثالث: وقد يعود السبب إلى ارتباط القيم أساساً بمؤسسات التنشئة الاجتماعية أخرى من أسرة و مسجد، جامعة، و جماعة الرفاق، الظروف الاجتماعية والاقتصادية للفرد، وبداية تبلورها عند الفرد منذ الصغر، وبالتالي لا يستطيع المبحوث الجزم فيما إذا كانت الانترنت هي أساس في اكتساب القيمة أم أنها كانت معززة لقيمة كانت موجودة أصلاً اكتسبت من قبل من إحدى مؤسسات التنشئة الاجتماعية، أو

أضافت لها لبنة أخرى من أجل صقلها وبلورتها في صفتها النهائية، إلا أن هذه النتائج لا تؤثر على الاتجاه الموجب لدور الانترنت في نقل القيم وتعزيزها لدى أفراد العينة. المستوى الرابع: امتناع الطلبة من التصريح عن الإجابات الحقيقية، والاختباء وراء عبارة محايد، وهذا يعود لأسباب شخصية مرتبطة بمعطيات إدراكية وعقلية ونفسية خاصة بالمبحوث. وما يمكن استنتاجه في الأخير أن أغلبية أفراد العينة سواءً في مستوى الليسانس أو الماستر وعلى اختلاف مستوياتهم قالوا بأن الانترنت تساعدهم على الارتباط بمجل القيم إلا في ثلاث حالات هي: قيمة "التفوق"، وقيمة "احترام الوقت" عند فئة "السنة الأولى ماستر"، وقيمة "الابتكار" عند فئة "السنة الثالثة ليسانس".

الجدول رقم(86): إحصائيات اختبار بيرسون Tests du khi-deux de Pearson لسؤال، هل استخدام الانترنت ساعدك على الارتباط بالقيم التالية؟ حسب متغير المستوى الجامعي(الماستر)

اختبار كا القيم	كا2 المحسوبة	درجة الحرية	كا2 الجدولية	قيمة احتمال المعنوية	الفروق
01	28.081	4	9.94	0.000	دالة إحصائياً
02	23.337	4	9.94	0.000	دالة إحصائياً
03	49.157	3	7.81	0.000	دالة إحصائياً
04	66.504	3	7.81	0.000	دالة إحصائياً
05	79.064	4	9.94	0.000	دالة إحصائياً
06	28.179	3	7.81	0.000	دالة إحصائياً
07	15.307	3	7.81	0.002	دالة إحصائياً
08	2.247	3	7.81	0.0523	غير دال إحصائياً
09	5.744	3	7.81	0.125	غير دال إحصائياً
10	10.923	3	7.81	0.012	دالة إحصائياً
11	31.463	3	7.81	0.000	دالة إحصائياً
12	17.510	2	5.99	0.000	دالة إحصائياً
13	17.057	3	7.81	0.001	دالة إحصائياً
14	16.694	2	5.99	0.000	دالة إحصائياً
15	41.789	4	9.94	0.000	دالة إحصائياً
16	67.033	3	7.81	0.000	دالة إحصائياً
17	24.130	3	7.81	0.000	دالة إحصائياً

يتضح لنا من خلال هذا الجدول أن هناك فروق ذات دلالة إحصائية في أغلب القيم بين أفراد العينة حسب متغير المستوى الجامعي (الماستر) في اعتقادهم بالارتباط بالقيم محل الدراسة عند استخدام الانترنت والتعرض لمحتوياتها، إلا في حالة قيمة "احترام خصوصية الآخرين" التي أظهرت النتائج الإحصائية أنها غير دالة إحصائياً، ولا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند هذه القيمة حسب متغير المستوى الجامعي حيث أن قيمة احتمال المعنوية عندها تساوي 0.0523، وهي أكبر من 0.05 وكذلك قيمة الحرية التي أظهرت النتائج كذلك أن قيمة احتمال المعنوية عندها تساوي 0.125 وهي أكبر من 0.05، وبالتالي لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند هذه القيمة، وهذا معناه أن أفراد العينة من مستوى السنة "أولى ماستر" أو "الثانية ماستر" لهم نفس التوجهات فيما يخص اعتقادهم بأن استخدامهم للانترنت ساعدهم على الارتباط أكثر بالقيم لكن بنسب متقاربة جداً دون أن تشكل فروقاً لكن في نفس اتجاه الاعتقاد.

الجدول رقم(87): يوضح ترتيب القيم والوزن النسبي والمتوسط الحسابي لإجابات أفراد العينة وفقاً لمتغير المستوى الجامعي(ماستر).

المستوى الجامعي(ماستر)									المستوى الجامعي والمتوسط الحسابي والوزن النسبي
الفرق بين الترتيبين	السنة الثانية ماستر LMD(ن=69)				السنة أولى ماستر LMD(ن=134)				
	النتيجة	الترتيب	الوزن النسبي %	المتوسط الحسابي المرجح	النتيجة	الترتيب	الوزن النسبي %	المتوسط الحسابي المرجح	القيم
02	أوافق	14	76.23	03.81	محايد	16	62.98	03.14	01
00	محايد	17	62.02	03.10	محايد	17	61.49	03.07	02
07	أوافق	06	82.02	04.10	أوافق	13	78.80	03.94	03
04	أوافق	08	81.15	04.05	أوافق	12	80.29	04.01	04
02	أوافق	09	80.00	04.00	أوافق	11	81.04	04.05	05
05	أوافق	15	73.04	03.65	أوافق	10	82.38	04.12	06
06	أوافق	13	76.52	03.82	أوافق بشدة	07	86.56	04.32	07
04	أوافق بشدة	02	84.92	04.24	أوافق بشدة	06	88.20	04.41	08
04	أوافق	07	81.44	04.07	أوافق بشدة	03	94.32	04.71	09
05	أوافق	10	79.71	03.98	أوافق بشدة	05	92.68	04.63	10

03	أوافق	04	82.60	04.13	أوافق بشدة	01	97.91	04.89	11
01	أوافق بشدة	01	87.24	04.36	أوافق بشدة	02	96.12	04.80	12
04	أوافق	04	82.60	04.13	أوافق بشدة	08	85.97	04.29	13
07	أوافق بشدة	02	84.92	04.24	أوافق بشدة	09	84.47	04.22	14
01	أوافق	15	73.04	03.65	أوافق	14	76.41	03.82	15
05	أوافق	10	79.71	03.98	أوافق	15	72.23	03.61	16
08	أوافق	12	77.68	03.88	أوافق بشدة	04	93.43	04.67	17
	أوافق		79.00	03.95	أوافق		83.20	04.16	النتيجة النهائية

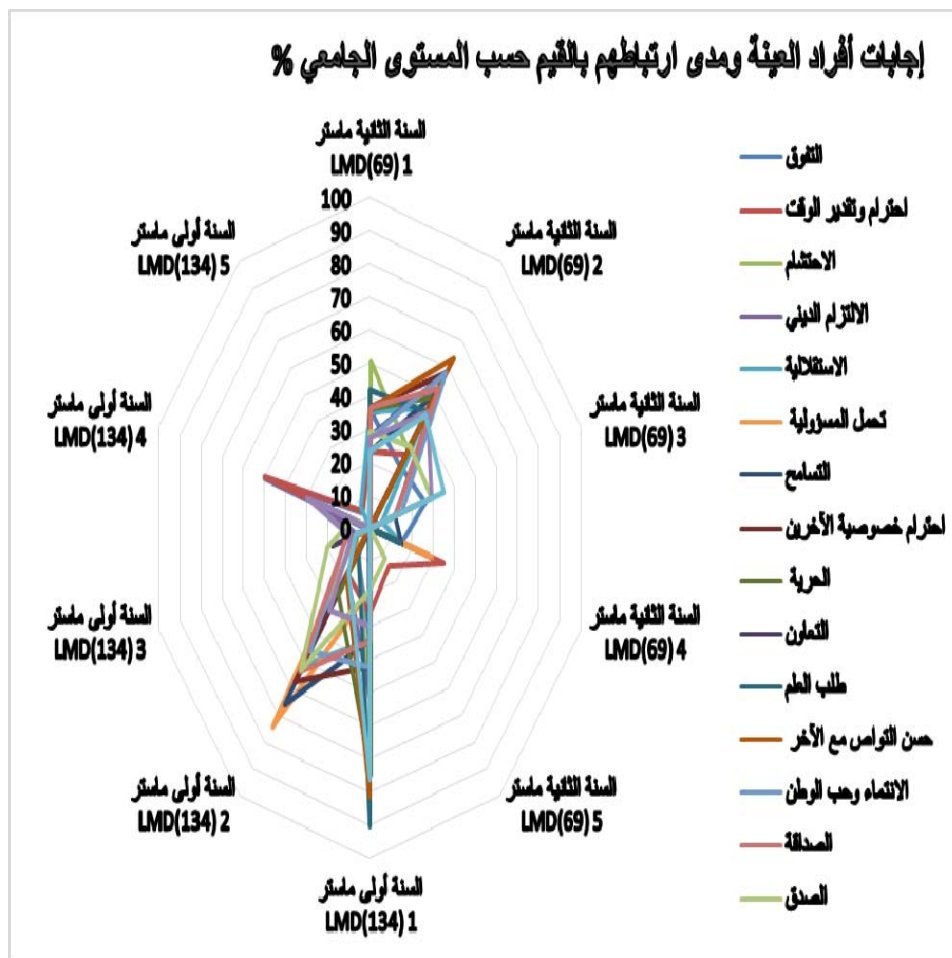
يتبين لنا من خلال هذا الجدول أن هنالك 15 اتجاهًا موجباً عند فئة "السنة أولى ماستر" ، واتجاهين محايدين نحو القيم محل الدراسة في علاقتها باستخدام الانترنت والتعرض لمحتواها، حيث تراوحت المتوسطات الحسابية بين (3.07-4.89)، وأوزان نسبية تراوحت بين (61.49-97.91)، إذ بلغ أعلى وزن نسبي لقيمة "طلب العلم" بنسبة 97.91%، تليها قيمة "حسن التواصل مع الآخر" بوزن نسبي قدر ب 96.12%، تليها قيمة "الحرية" بوزن نسبي قدر ب 94.32%، تليها قيمة "احترام الأسرة" بوزن نسبي قدر ب 93.43%، أما أدنى الأوزان النسبية فكانت من نصيب قيمة "الابتكار" بوزن نسبي قدر ب 72.23% وقيمة "الصدق" بوزن نسبي قدر ب 76.41%، وقيمة "الاحتشام" 78.80%، أما أفراد العينة من هذه الفئة الجامعية كانوا غير متأكدين (محايدين) بخصوص قيمة "احترام الوقت وتقديره" بوزن نسبي قدر ب 61.49% ومتوسط حسابي 03.07، وقيمة "التفوق" بوزن نسبي قدر ب 62.98% ومتوسط حسابي 03.14.

بينما هنالك 16 اتجاهًا موجباً عند فئة "السنة الثانية ماستر"، و اتجاهًا واحدًا محايداً، حيث تراوحت المتوسطات الحسابية بين (3.10-4.36)، وأوزان نسبية تراوحت بين (62.02-87.24)، حيث كانت أعلى الأوزان النسبية من نصيب قيمة "حسن التواصل مع الآخر" بوزن نسبي قدر ب 87.24% وقيمة "الصدقة" و "احترام خصوصية الآخرين" بوزن نسبي قدر ب 84.92% لكل منها، وقيمة "طلب العلم" و "الانتماء وحب الوطن" بوزن نسبي قدر ب 82.60% لكل منها، أما أدنى الأوزان النسبية كانت من نصيب قيمة "تحمل المسؤولية" وقيمة "الصدق" بوزن نسبي قدر ب 73.04% لكل منها، وقيمة "التفوق" بوزن نسبي قدر ب 76.23%، أما الاتجاه المحايد الوحيد عند هذه الفئة كان لقيمة "احترام الوقت وتقديره" بوزن نسبي قدر ب 62.02%.

وقد كانت النتيجة النهائية عند كلا الفئتين موجبة بدرجة "أوافق"، حيث بلغ المتوسط الحسابي المرجح لمجموع إجابات فئة "السنة أولى ماستر" 04.16، و وزن نسبي كلي قدر ب 83.20%، بينما بلغ

المتوسط الحسابي المرجح لمجموع إجابات فئة "السنة الثانية ماستر" 03.95 ووزن نسبي كلي قدر بـ79.00%.

ويتضح كذلك من خلال الجدول أنه يوجد تغير مهم في ترتيب بعض القيم لدى أفراد العينة من الفئتين وهي قيم:احترام الأسرة، الاحتشام، الصداقة، التسامح، الابتكار، التعاون، تحمل المسؤولية، وهذا التغير الذي يظهر في ترتيب القيم وهرميتها بين الفئتين من مستوى الماستر، قد يكون نتيجة عوامل شخصية أو علمية معرفية أو حتى عوامل مرتبطة بالوسيلة، وما تحققه للأفراد العينة من مستوى الماستر وفيما يلي المخطط الراداري الذي يوضح اتجاه درجات القيم عند أفراد فئتي مستوى الماستر.



الشكل رقم (72): مخطط راداري لإجابات أفراد العينة ومدى ارتباطهم بالقيم حسب المستوى الجامعي

الجدول رقم (88): يوضح إجابات أفراد العينة ومدى ارتباطهم بالقيم حسب الحالة المدنية.

الحالة المدنية															السؤال : هل استخدمت للاترنيت ساعدك على الارتباط بالقيم التالية؟
مطلق(ن=12)					متزوج(ن=41)					أعزب(ن=414)					الحالة المدنية والاتجاه والنسبة  القيم
5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	
ك	ك	ك	ك	ك	ك	ك	ك	ك	ك	ك	ك	ك	ك	ك	
%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	
-	12 100	-	-	-	10 24.39	15 36.58	8 19.51	8 19.51	-	127 30.67	113 27.29	45 10.86	120 28.98	9 02.17	1
-	12 100	-	-	-	10 24.39	19 46.34	-	12 29.26	-	87 21.01	120 28.98	37 8.93	151 36.47	19 4.58	2
-	12 100	-	-	-	18 4	19 46.34	-	4 09.75	-	207 50	80 19.32	42 10.14	85 20.53	-	3
-	12 100	-	-	-	10 24.39	15 36.58	8 19.51	8 19.51	-	155 37.43	116 28.01	54 13.04	89 21.49	-	4
-	12 100	-	-	-	10 24.39	27 65.85	4 09.75	-	-	128 30.91	188 45.41	42 10.14	31 07.48	25 06.03	5
-	12 100	-	-	-	10 24.39	12 29.26	-	19 46.34	-	94 22.70	229 55.31	33 07.97	58 14.00	-	6
-	12 100	-	-	-	10 24.39	31 75.60	-	-	-	113 27.29	264 63.76	27 06.52	10 02.41	-	7
-	12 100	-	-	-	10 24.39	27 65.85	-	4 09.75	-	109 26.32	262 63.28	18 04.34	25 06.03	-	8
-	12 100	-	-	-	18 43.90	12 29.26	11 26.82	-	-	204 49.27	137 33.09	28 06.76	45 10.86	-	9
-	-	12 100	-	-	22 53.65	19 46.34	-	-	-	218 52.65	153 36.95	22 05.31	21 05.07	-	10
-	12 100	-	-	-	22 53.65	-	8 19.51	11 26.82	-	231 55.79	116 28.01	31 07.48	36 08.69	-	11
-	12 100	-	-	-	18 43.90	23 56.09	-	-	-	215 51.93	175 42.27	24 05.79	-	-	12



-	12	-	-	14	19	8	-	-	126	208	71	9	-	13
-	100.0	-	-	34.14	46.34	19.51	-	-	30.43	50.24	17.14	02.17	-	
-	12	-	-	10	31	-	-	-	111	263	40	-	-	14
-	100.0	-	-	24.39	75.60	-	-	-	26.81	63.52	09.66	-	-	
-	12	-	-	14	27	-	-	-	89	204	77	26	18	15
-	100.0	-	-	34.14	65.85	-	-	-	21.49	49.27	18.59	06.28	04.34	
-	12	-	-	14	11	-	16	-	96	129	83	106	-	16
-	100.0	-	-	34.14	26.82	-	39.02	-	23.18	31.15	20.04	25.60	-	03.86
-	12	-	-	18	19	4	-	-	215	128	55	-	16	17
-	100.0	-	-	43.90	46.34	09.75	-	-	51.93	30.91	13.28	-	03.86	

تجدر الإشارة في مستهل تحليل هذا الجدول إلى أن عدد مفردات فئة المطلقين محدودة جداً ممثلة في 12 مفردة فقط، وبالتالي لا تتطوي نتائجها على دلالات معبرة، إلا أنها يمكن أن يكون لأفرادها أكثر فهماً لمضمون القيم والسلوكيات، وهذا بسبب تجربتهم الحياتية مع الزواج، ومن بعدها الطلاق، ومن بعدها العودة للمقاعد الدراسة سواءً للذكور أو الإناث، وهذا بدوره قد يُبصرنا في كيفية تتعامل هذه الفئة مع الانترنت كوسيلة للتواصل والترفيه، وكوسيلة لتحقيق اشباكات طقوسية وفعالية تلقي بظلالها على القيم المستخدمين وسلوكياتهم وتصرفاتهم سواء كانت ايجابية أو سلبية.

و يتجلى من خلال هذا الجدول أن النتائج لا تظهر فروقات ذات دلالة كبيرة فيما يتعلق بمجمل القيم، وبالنسبة لفئات الحالة المدنية الثلاث، لأنها جاءت متباعدة إلى حد ما، وتقوم الخمسين بالمائة عند الفئات الثلاث.

و يتجلى كذلك من خلال الجدول أن النتائج تظهر أن فئة المطلقين، والتي كانت ممثلة في 12 مفردة كانت استجابتها قياسية بلغت نسبة 100% في الموافقة على أن الانترنت ساعدت في الارتباط أكثر بالقيم محل الدراسة، وهذا يمكن تفسيره بالحالة النفسية للمطلق (المطلقة)، وكيف ينظر للأشياء من حوله، حيث أنه لم يعد يثق بالمنظومة الاجتماعية المحيطة به، وفي حالة دراستنا فإنه يرى أن كل تلك القيم نقلتها له الانترنت ومحتوياتها، عكس مؤسسات التنشئة الاجتماعية التي كانت محيطة به منذ الصغر.

كما نلاحظ أن الإجابات من قبل فئة "العزاب" و فئة "المتزوجين" جاءت متقاربة من حيث الموافقة على أن الانترنت نقلت لهم، وساعدتهم على الارتباط تلك القيم، وقد تراوحت النسبة بين 50 بالمائة و 100 بالمائة، إلا في حالة قيمة "احترام الوقت وتقديره" التي كانت دون الخمسين بنسبة 49.99 %، وهذا عند جمع نسبتي موافق وموافق بشدة.

ولكن رغم هذا التقارب إلا أنه يظهر بعض التفاوت لبعض القيم بين الفئات الثلاث، ومنها:

- قيمة "احترام الوقت وتقديره": حيث أن النسبة أدنى من الخمسين بالمائة عند فئة "العزاب"، أي 49.99%، بينما نسبة فئة "المتزوجين" فقد بلغت 70.73 % بفارق كبير يقدر بـ 20.74 درجة عن الفئة الأولى، بينما نسبة فئة "المطلقين" بلغت 100.0% بفارق 50 درجة عن الفئة الأولى.

ويمكن تفسير هذه الفروقات فيما يتعلق بقيمة "احترام الوقت وتقديره"، هو بكون الفئة الأولى هي الأكثر استخداماً للانترنت، وبالتالي ترى أن هذه الأخيرة لا تساعد على الارتباط بقيمة "احترام الوقت وتقديره"، كما أن هذه الفئة هي حرة نوعاً من الالتزامات العائلية والأسرية، وبالتالي مازالت في حالة مغامرة ولم تتضح بعد، وبالتالي تتعامل مع الوقت بأريحية تامة على عكس الفئة الثانية الممتلئة في المتزوجين التي تعد أكثر اتزاناً ووعياً ومسؤوليةً من الفئة الأولى، وبالتالي ترى أهمية الوقت في حياتها خاصة، و أن لها التزامات حياتية مرتبطة بالأبناء والعمل والدراسة وغيرها، ما يجعلها تعطي للوقت أهمية كبرى في حياتها لأجل التوفيق بين حاجياتها واهتماماتها، وقد يؤدي استخدامها للانترنت لربح الوقت وتنظيمه على الأقل لذا فهي ترى أن الانترنت ساعدتها على الارتباط بقيمة احترام الوقت، أما الفئة الثالثة الممتلئة في المطلقين فقد كانت النسبة 100 بالمائة، وقد يرجع ذلك إلى حالتها النفسية جراء تحررها من القيود الزوجية والأسرية التي قد يدفع بها إلى أن الانترنت ساعدتها على الارتباط بقيم احترام الوقت وبقية القيم الأخرى كما أن هذه الفئة تمثل 12 مفردة فقط، وبالتالي يمكن أن تكون غير معبرة.

- قيمة "تحمل المسؤولية": و كانت نسبها هي الأقل بالنسبة للاستجابة عند فئة "المتزوجين"، وقد بلغت 53.65%، بينما عند العزاب بلغت 78.01% بفارق كبير يقدر 24.36 درجة.

ويمكن تفسير هذا بكون الفئة الثانية ترى أن استخدامات الانترنت لا تساعد بدرجة كبيرة على تحمل المسؤولية، وإنما الفضل يعود إلى مدارس التنشئة الاجتماعية الأخرى التي تُثمي هذه القيم لدى هذه الفئة، كما أن مسؤولية الأزواج اتجاه الأبناء والأسرة ككل تجعلهم يعملون بأقصى جهدهم للقيام بأدوارهم على أكمل وجه، بينما الفئة الأولى ترى بأن الانترنت ساعدهم على الارتباط بقيمة "تحمل المسؤولية" وبالتالي يعتمدون على الانترنت كوسيلة لاكتساب القيم أو تعزيزها من خلال التجارب التي يتعاملون بها على مستوى الشبكة، كما أن التزاماتهم الدراسية ووعيهم يجعلهم يستخدمون الانترنت في الأشياء والمضامين التي تقوي عزمهم وتزودهم بتجارب تدخل في تقوية القيم عندهم كشباب، ومن هذه القيم قيمة "تحمل المسؤولية".

- قيمة "طلب العلم": ونفس الشيء بالنسبة لقيمة "طلب العلم" التي بلغت نسبتها 53.65% بالنسبة للفئة الثانية، و 83.8% بالنسبة للفئة الأولى، وهذا يمكن تفسيره بتفرغ الفئة الأولى للدراسة والبحث العلمي، وكذا استخدام الانترنت في اكتساب المهارات وتطوير مستواها المعرفي وتحصيلها العلمي، بينما الفئة الثانية والتي تملك العزيمة للدراسة وهي متزوجة ومرتبطة بالتزامات كبيرة كانت نسبة استجابتها لقيمة "طلب العلم" قليلة مقارنة بالفئة الأولى، وهذا راجع لمحالة لحالتها وظروفها الاجتماعية والعائلية.

- قيمة "الابتكار": كما نلاحظ أن قيمة "الابتكار" كانت ضعيفة نوعاً ما، فبلغت الموافقة عليها بنسبة 54.33% بالنسبة للفئة الأولى، و60.96% بالنسبة للفئة الثانية، وهي متقاربة نوعاً ما ولكن رغم الموافقة عليها من طرف الفئات الثلاث، إلا أنها كانت منخفضة مقارنة بالقيم الأخرى وهذا يفسر بغياب قيمة "الابتكار والإبداع" من قاموس المصطلحات عند الجزائريين حتى ولو كنا نتحدث عن طلبة جامعيين، بعيداً متغير الجنس، السن أو الحالة الاجتماعية، وحتى المستوى التعليمي أو الجامعي.

- كما نلاحظ أن قيمة "التفوق" حُصيت بموافقة تقدر بـ 57.96% بالنسبة للفئة الأولى و60.97% بالنسبة للفئة الثانية، وهما نسبتين متقاربتين.

و هذا يمكن تفسيره بصفة عامة بكون قيمة "التفوق" لم تكن فعالة عند البعض قبل الجامعة رغم تحصلهم عن شهادة البكالوريا، أو أثناء وجودهم في الجامعة، الأمر الذي جعلهم لا يشعرون بأهمية هذه القيمة في الجامعة سواء كانوا عزاباً أو متزوجين ولم يعيروها اهتماماً كبيراً، وهذا مقارنة بالقيم الأخرى لكن نلاحظ أن هناك ارتفاع بسيط بالنسبة للفئة المتزوجين قدر بأربع درجات، وهذا يمكن تفسيره بتساؤلات الطلبة حول المستقبل المجهول الذي ينتظرهم بعد التخرج من الجامعة، وهاجس البطالة الذي يؤثرهم بالإضافة إلى انسداد الآفاق أمامهم عكس فئة "المتزوجين" الذين تجددهم خطوا حياتهم، ويملكون مناصب عمل.

كما نلاحظ أن قيمة "التفوق" بالنسبة لفئة "المتزوجين" مرتفعة بثلاث درجات عن فئة "العزاب" وبالرغم من أن هذه القيمة ترتبط مباشرة بالطلبة، إلا أن فئة "العزاب" يمكن القول عنها أن أفرادها مازالوا لم تتبلور لديهم إمكانات النجاح بسبب الروح الانهزامية التي يدخلون بها إلى الجامعة، كما يمكن أن تكون محتويات الانترنت التي يتعرضون لها لا تعكس هذه القيم أو تعكس قيم النجاح في بلدان أخرى غير الجزائر، وهذا بالرغم على ما تحويه الانترنت من محتويات لها القدرة على توجيه الطالب نحو النجاح والتفوق في مجالات متعددة.

كما نلاحظ أن قيمة "الالتزام الديني" كانت نسبتها متقاربة عند الفئتين، بحيث بلغت الموافقة 65.44% بالنسبة للفئة الأولى أي العزاب، و60.97% بالنسبة للفئة الثانية أي المتزوجين، وهذا يمكن تفسيره بتنشئة الفرد في حد ذاته سواء كان متزوجاً أو عازباً، والانترنت، إنما تعزز ما يكون في الفرد أصلاً.

كما نلاحظ أن قيمة "الاحتشام" بلغت 69.32% بالنسبة للفئة الأولى، وبلغت 90.24% بالنسبة للفئة الثانية، وعلى الرغم من أن الموافقة كانت ايجابية بالنسبة للفئتين إلا أننا نلمس تفاوت يتجاوز عشرين درجة، وهذا يمكن تفسيره بأن المتزوجين هم الأكثر استقراراً، واتزاناً من الناحية العاطفية والاجتماعية على عكس العزاب.

و يظهر التفاوت بالنسبة لقيمة "الصدق" فقد بلغت 70.76% بالنسبة للفئة الأولى، و 100.0% بالنسبة للفئة الثانية، وعلى الرغم من أن الموافقة كانت ايجابية بالنسبة للفئتين، إلا أننا نلاحظ تفاوت يقدر بحوالي 30 درجة، وهذا يمكن تفسيره من الناحية، أن الصدق كقيمة متأصلة في الدين، وتنقل إلى الأفراد عن طريق التربية منذ الصغر، لذا نجد أن النسبة مرتفعة بالنسبة للفئتين، و تتجاوز السبعين وارتفاعها بالنسبة للمتزوجين يمكن تفسيره، بكون هذه الفئة أكثر نضجاً من فئة العزاب، وأكثر حرصاً على الصدق في تعاملاتهم مع الآخرين.

وقد بلغت قيم: التسامح، الصدق، الصداقة، التعاون، وحسن التواصل مع الآخر موافقة قياسية بلغت 100% لكل منها، وهذا يمكن تفسيره بأهمية هذه القيم بالنسبة للمتزوجين لأنهم فئة اختبرت الحياة، وهي كلها قيم مرتبطة بالعلاقات الإنسانية سواءً كان عائلية أسرية أو اجتماعية.

والأسرة هي كائن اجتماعي يجب أن يلتزم بهذه القيم لكي يسمر، وبالتالي فئة المتزوجين ترى أن الانترنت ساعدتهم على الارتباط أكثر بهذه القيم، أما بقية القيم فكانت الموافقة عليها ايجابية وكانت متقاربة بين الفئات.

الجدول رقم (89): إحصائيات اختبار بيرسون Tests du khi-deux de Pearson لسؤال، هل استخدام الإنترنت ساعدك على الارتباط أكثر بالقيم التالية؟ حسب متغير الحالة المدنية.

اختبار كا2	القيم	كا2 المحسوبة	درجة الحرية	كا2 الجدولية	قيمة احتمال المعنوية	الفروق
01		34.936	8	15.51	0.000	دالة إحصائياً
02		35.702	8	15.51	0.000	دالة إحصائياً
03		57.788	6	12.59	0.000	دالة إحصائياً
04		31.844	6	12.59	0.000	دالة إحصائياً
05		22.465	8	15.51	0.004	دالة إحصائياً
06		42.143	6	12.59	0.000	دالة إحصائياً
07		11.095	6	12.59	0.086	غير دالة إحصائياً
08		9.545	6	12.59	0.145	غير دالة إحصائياً
09		46.354	6	12.59	0.000	دالة إحصائياً
10		161.335	6	12.59	0.000	دالة إحصائياً
11		61.984	6	12.59	0.000	دالة إحصائياً
12		19.581	4	9.94	0.001	دالة إحصائياً
13		13.070	6	12.59	0.042	دالة إحصائياً
14		11.311	4	9.94	0.023	دالة إحصائياً
15		28.329	8	15.51	0.000	دالة إحصائياً
16		38.650	6	12.59	0.000	دالة إحصائياً
17		28.941	6	12.59	0.000	دالة إحصائياً

يتضح لنا من خلال هذا الجدول أن هناك فروق ذات دلالة إحصائية في أغلب القيم بين أفراد العينة حسب متغير الحالة المدنية في اعتقادهم بالارتباط بالقيم محل الدراسة عند استخدام الإنترنت والتعرض لمحتوياتها، إلا في حالة قيمتي: التسامح التي بلغت عندها قيمة احتمال المعنوية 0.086 وهي أكبر من 0.05، كما أن قيمة كا2 المحسوبة تساوي 11.095 وهي أقل من قيمة كا2 الجدولية التي بلغت 12.59 عند درجة حرية 6 ومستوى الثقة 0.05، وبالتالي لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند هذه القيمة وهناك تقارب كبير بين فئات الحالة المدنية في نسبة الموافقة ودرجة الاتجاه، وكذلك بالنسبة لقيمة "احترام خصوصية الآخرين" التي بلغت عندها قيمة احتمال المعنوية 0.145، وهي أكبر من

0.05، كما أن قيمة كا2 المحسوبة تساوي 9.545، وهي أقل من قيمة كا2 الجدولية التي بلغت 12.59 عند درجة حرية 6 ومستوي الثقة 0.05، وبالتالي لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند هذه القيمة بالنسبة لفئات الحالة المدنية وهناك تقارب في النسبة و درجة الموافقة والاتجاه.

الجدول رقم(90): يوضح ترتيب القيم والوزن النسبي والمتوسط الحسابي لإجابات أفراد العينة وفقاً لمتغير الحالة المدنية.

الحالة المدنية												الحالة المدنية والمتوسط الحسابي والوزن النسبي للقيم
مطلق (ن=12)				متزوج (ن=41)				أعزب (ن=414)				
النتيجة	ت	الوزن النسبي %	المتوسط الحسابي	النتيجة	ت	الوزن النسبي %	المتوسط الحسابي	النتيجة	ت	الوزن النسبي %	المتوسط الحسابي	
أوافق	01	80.0	04.0	أوافق	12	73.17	03.65	أوافق	15	70.67	03.53	01
أوافق	01	80.0	04.0	أوافق	12	73.17	03.65	محايد	17	65.07	03.25	02
أوافق	01	80.0	04.0	أوافق بشدة	05	84.87	04.24	أوافق	10	79.75	03.98	03
أوافق	01	80.0	04.0	أوافق	12	73.17	03.65	أوافق	13	76.28	03.81	04
أوافق	01	80.0	04.0	أوافق	09	82.92	04.14	أوافق	11	77.53	03.87	05
أوافق	01	80.0	04.0	محايد	17	66.34	03.31	أوافق	12	77.34	03.86	06
أوافق	01	80.0	04.0	أوافق بشدة	05	84.87	04.24	أوافق	07	83.18	04.15	07
أوافق	01	80.0	04.0	أوافق	11	80.97	04.04	أوافق	08	81.98	04.09	08
أوافق	01	80.0	04.0	أوافق	08	83.41	04.17	أوافق بشدة	05	84.15	04.20	09
محايد	17	60.0	03.0	أوافق بشدة	01	90.73	04.53	أوافق بشدة	02	87.44	04.37	10
أوافق	01	80.0	04.0	أوافق	12	73.17	03.65	أوافق بشدة	03	86.18	04.30	11
أوافق	01	80.0	04.0	أوافق بشدة	02	88.78	04.43	أوافق بشدة	01	89.22	04.46	12
أوافق	01	80.0	04.0	أوافق	09	82.92	04.14	أوافق	09	81.78	04.08	13
أوافق	01	80.0	04.0	أوافق بشدة	05	84.87	04.24	أوافق	06	83.43	04.17	14
أوافق	01	80.0	04.0	أوافق	03	86.82	04.34	أوافق	14	75.45	03.77	15
أوافق	01	80.0	04.0	أوافق	16	71.21	03.56	أوافق	16	70.38	03.51	16
أوافق	01	80.0	04.0	أوافق بشدة	03	86.82	04.34	أوافق بشدة	04	85.41	04.27	17
أوافق		78.82	03.94	أوافق		80.37	04.01	أوافق		79.61	03.98	النتيجة النهائية

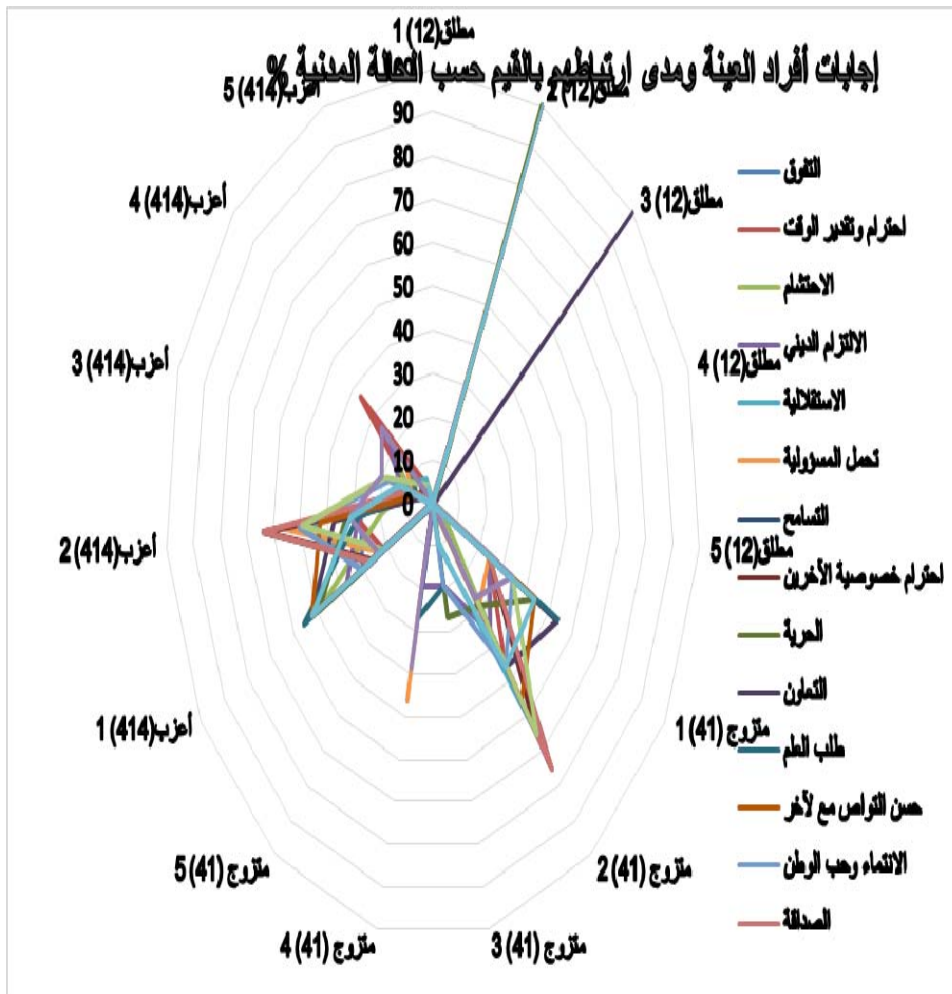
يتبين لنا من خلال هذا الجدول أن هنالك 16 اتجاهاً موجباً (أوافق وأوافق بشدة) عند فئة "العزاب" نحو القيم محل الدراسة في علاقتها بالاستخدام والتعرض لمحتواها، واتجهاً واحداً محايداً، حيث تراوحت المتوسطات الحسابية عند هذه الفئة بين (3.25-4.46)، وأوزان نسبية تراوحت بين (65.07-89.22)

و بلغ أعلى وزن نسبي لقيمة "حسن التواصل مع الآخر" بنسبة 89.22%، تليها قيمة "التعاون" بوزن نسبي قدر 87.44% و تليها قيمة "طلب العلم" بوزن نسبي قدر ب86.18%، ومتوسطات حسابية مرجحة تتراوح بين 4.20 و 5 المعبرة على درجة "موافق بشدة"، وهي 04.46 و 04.37 و 04.30 على التوالي، بينما أدنى الأوزان النسبية كانت من نصيب قيمة "الابتكار" بوزن نسبي قدر ب70.38%، قيمة "التفوق" بنسبة 70.76% وقيمة "الصدق" بوزن نسبي قدر 75.45%، أما الاتجاه الوحيد المحايد يتعلق بقيمة "احترام الوقت وتقديره" بوزن نسبي قدر ب65.07% ومتوسط حسابي قدر ب03.25، كما نلاحظ غياب الاتجاهات السلبية لدى هذه الفئة.

وكذلك هنالك 16 اتجاهاً موجباً عند فئة "المتزوجين"، و اتجاهاً واحداً محايداً، حيث تراوحت المتوسطات الحسابية عند هذه الفئة بين (3.31-4.53)، وأوزان نسبية تراوحت بين (66.34-90.73)، إذ بلغ أعلى وزن نسبي لقيمة "التعاون" بنسبة 90.73%، تليه قيمة "حسن التواصل مع الآخر" بنسبة 88.78%، وقيمة "الصدق" بنسبة 86.82%، أما متوسطاتها الحسابية كانت 04.53 و 04.43 و 04.34 على التوالي، وهي تقع في المجال المعبر عن درجة "أوافق بشدة"، أما أدنى الأوزان النسبية كانت من نصيب قيمة "الابتكار" بوزن نسبي قدر ب71.21%، أما الاتجاه المحايد الوحيد كان يتعلق بقيمة "تحمل المسؤولية" بوزن نسبي قدر ب66.34% ومتوسط حسابي 03.31.

وهناك 16 اتجاهاً موجباً عند فئة "المطلقين"، فكانت كل هذه الاتجاهات نحو القيم بنفس الوزن النسبي الذي قدر ب80.0%، ومتوسط حسابي 04.00 لكل قيمة، وبالتالي تحصلت على درجة "موافق" واتجاهاً واحداً محايداً يتعلق بقيمة "التعاون" بوزن نسبي قدر ب60.00%، ومتوسط حسابي 03.30 وقد غابت الاتجاهات السلبية عند كل الفئات الثلاث.

وقد كانت النتيجة النهائية الكلية عند كل الفئات موجبة بدرجة "أوافق"، حيث بلغ المتوسط الحسابي المرجح عند كل إجابات فئة "العزاب" 03.98، ووزن نسبي كلي قدر ب79.61%، بينما فئة "المتزوجين" بمتوسط حسابي قدر 04.01، ووزن نسبي كلي قدر ب80.37%، بينما فئة "المطلقين" تحصلت على متوسط حسابي مرجح قدر ب03.94، ووزن نسبي كلي قدر ب78.82%. وفيما يلي المخطط الراداري الذي يوضح اتجاه درجات القيم عند أفراد فئات الحالة المدنية.



الشكل رقم (73): مخطط راداري لإجابات أفراد العينة ومدى ارتباطهم بالقيم حسب الحالة المدنية



الجدول رقم (91): يوضح إجابات أفراد العينة ومدى ارتباطهم أكثر بالقيم حسب مكان الإقامة.

مكان الإقامة										السؤال : هل استخدمك للانترنت ساعدك على الارتباط أكثر بالقيم التالية؟
الإقامة الجامعية(ن=189)					مع الأولياء (ن=278)					مكان الإقامة والاتجاه والنسبة القيم
5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	
ك %	ك %	ك %	ك %	ك %	ك %	ك %	ك %	ك %	ك %	
63 33.33	63 33.33	25 13.22	30 15.87	8 04.23	74 26.61	77 27.7	28 10.07	98 35.25	1 0.36	1
43 22.75	61 32.27	27 13.75	50 26.45	8 04.23	54 19.42	90 32.37	10 03.59	113 40.64	11 03.95	2
90 47.61	24 12.70	35 18.51	40 21.16	- -	135 48.56	87 31.29	7 02.51	49 17.62	- -	3
84 44.44	37 19.57	47 24.86	21 11.11	- -	81 29.13	106 38.12	15 05.39	76 27.33	- -	4
76 40.21	48 25.39	35 18.51	20 10.58	10 05.29	62 22.30	179 64.38	11 03.95	11 03.95	15 05.39	5
41 21.70	99 52.38	27 14.28	22 11.64	- -	63 22.66	154 55.39	6 02.15	55 19.78	- -	6
24 12.7	157 83.06	5 02.64	3 01.58	- -	99 35.61	150 53.95	22 07.91	7 02.51	- -	7

56 29.62	101 53.43	13 06.87	19 10.05	- -	63 22.66	200 71.94	5 01.79	10 03.59	- -	8
78 41.26	74 39.15	19 10.05	18 09.52	- -	144 51.79	87 31.29	20 07.19	27 09.71	- -	9
86 45.50	71 37.56	22 11.64	10 05.29	- -	154 55.39	101 36.33	12 04.31	11 03.95	- -	10
89 47.08	61 32.27	29 15.34	10 05.29	- -	164 58.99	67 24.10	10 03.59	37 13.30	- -	11
89 47.08	99 52.38	1 0.53	- -	- -	144 51.79	111 39.92	23 08.27	- -	- -	12
62 32.80	80 42.32	39 20.63	8 04.23	- -	78 28.05	159 57.19	40 14.38	1 0.36	-	13
62 32.80	104 55.02	23 12.16	- -	- -	59 21.22	202 72.66	17 06.11	- -	- -	14
41 21.69	88 46.56	46 24.33	- -	14 07.40	62 22.30	155 55.75	31 11.15	26 09.35	4 01.43	15
49 25.92	61 32.27	60 31.74	19 10.05	- -	61 21.94	91 32.73	23 08.27	103 37.05	- -	16
79 41.79	81 42.85	29 15.34	- -	- -	154 55.39	78 28.05	30 10.79	- -	16 05.75	17

يتجلى من خلال هذا الجدول أنه وعند جمع نسبتي "أوافق بشدة" و "أوافق"، أن النتائج لا تظهر فروقات ذات دلالة كبيرة فيما يتعلق بمجمل القيم، وبالنسبة لفئتي "مكان الإقامة" جاءت متقاربة إلى حد كبير، وتفوق الخمسين بالمائة عند الفئتين، إلا أن هناك بعض الفروقات المعنوية التي تتراوح بين 8 و 22 درجة مئوية، ومنها قيمة "الاستقلالية" حيث أن النسبة أعلى عند فئة المقيمين "مع الأولياء" أي

86.68%، بينما نسبة الموافقة عند فئة المقيمين في "الأحياء الجامعية" فقد بلغت نسبة الموافقة 65.6%، أي بفارق 22 درجة.

ونفس الشيء بخصوص قيمة "الاحتشام" التي سجلت فارقاً معتبراً قدر بـ 19 درجة مئوية، إذ أن النسبة عند الفئة الأولى بلغت 79.85%، بينما كانت عند الفئة الثانية 60.31%، كما سجل فارق كبير فيما يتعلق بقيمة "التفوق"، إذ كانت النسبة عند الفئة الثانية 66.66%، وعند الفئة الأولى 54.31% كما سجل فارق كبير فيما يتعلق بقيمة "احترام الخصوصية" حيث كانت النسبة أعلى عند الفئة الأولى وقدرت بـ 94.6%، بينما الفئة الثانية بلغت 83.05%، وبالتالي سجلت فارقاً معتبراً قدر بـ 11 درجة مئوية، ونفس الشيء بالنسبة لقيمة "الانتماء وحب الوطن" حيث كانت النسبة أعلى عند الفئة الأولى وقدرت بـ 85.24%، بينما الفئة الثانية سجلت نسبة موافقة بلغت 75.12%، أي بفارق يقدر بـ 10 درجات.

ونفس الشيء بالنسبة للقيمة "الصدق" التي كانت أعلى عند الفئة الأولى حيث بلغت 78.05% بينما الفئة الثانية بلغت 68.25%، أي بفارق يقارب 10 درجات مئوية، كما أن قيمة "التعاون" سجلت فارقاً يقدر بـ 8 درجات مئوية، حيث كانت النسبة عند الفئة الأولى 91.72% و 83.06% عند الفئة الثانية.

وتجدر الملاحظة إلى أن أغلبية أفراد العينة من الفئتين كانوا على اتفاق، وبنسب متقاربة جداً وتفق الثمانين بالمائة فيما يخص قيمة "احترام الأسرة" التي وافق عليها أفراد الفئة الأولى بنسبة 83.44%، وقيمة "الحرية" بنسبة 83.03% مقابل النسبتين 84.64% و 80.41% على التوالي لدى الفئة الثانية.

و هذه النتيجة تدل على أن أفراد العينة متشبعون بقيمة "احترام الأسرة" منذ الصغر، وبفعل مؤسسات التنشئة الاجتماعية المختلفة التي تربي الطفل على احترام الأسرة هذا من ناحية أولى، ومن ناحية ثانية فهم قد يعتقدون أن استخدامهم الانتقائي والموجه للانترنت سيساعدهم على الارتباط أكثر بقيمة احترام الأسرة، ولهذا السبب نجد أن النسبة تفوق الثمانين في الفئتين، وهذا الاعتقاد يتجلى في ترتيبهم للمواقع الاجتماعية في المراتب الأولى.

ومن ناحية أخرى أن للطلبة وعي مرتبط ببعض القيم التي يتم صقلها في الفرد منذ الصغر، لا يمكن أن تتأثر بالاستخدام المتكرر للانترنت، وكأن هذا الطالب يفصل أو يضع جداراً عازلاً بين القيم المرتبة بالموروث الثقافي الإسلامي الديني، وبين استخداماته حتى وإن كانت منافية لذلك الموروث قد يتجنبها بعد حين من الاستخدام.

كذلك يمكن أن نشير هنا إلى أولية بعض القيم عن الوسيلة واستخدامها عند بعض الأفراد فلما تكون القيمة مصدرها الدين، والاستخدام لوسيلة الانترنت يكون في مرحلة بعد الطفولة أي في المراهقة أو الشباب، تكون القيم أكثر تأصيلاً، وبالتالي تصبح أكثر ثباتاً ومن هذه القيم قيمة "احترام الأسرة". أما فيما يخص قيمة "الحرية" فيمكن تفسيرها أن الانترنت هي الفضاء الذي يلجأ إليه أفراد العينة من أجل التعبير عن أفكارهم ومواقفهم اتجاه القضايا المختلفة بعيداً عن الرقابة التي تمارسها مؤسسات مختلفة داخل المجتمع، كما أنهم قد يعتقدون أن استخدامهم للانترنت سيساعدهم على الارتباط أكثر بهذه القيمة، خاصة و أن الانترنت تتميز بطابع الحرية وتوفر مساحات واسعة للتعبير، كما أن الجامعة هي فضاء حر مقارنة الفضاءات الأخرى التي تعامل معها الطالب من قبل، وفي مقدمتها الأسرة التي تمارس نوعاً من الرقابة على أفرادها بداعي الحفاظ على القيم والتقاليد والأعراف، وبالتالي الحرية المكتسبة في الجامعة من طرف الطلبة تتعزز لديهم من خلال التفاعل مع بعضهم البعض على مستوى الواقع الحقيقي، ويمكن أن تنتقل هذه التفاعلات بينهم إلى الفضاءات المتاحة على الانترنت لما توفره من خصائص تواصلية متميزة تتوافق مع تطلعات الطلبة واهتماماتهم العمرية.

و تجدر الملاحظة هنا إلى أن هناك نسبة معتبرة من أفراد العينة، ومن فئة "الإقامة الجامعية" الذين أجابوا "بمحايد" فيما يتعلق ببعض القيم، وهي على النحو التالي: قيمة "الابتكار" 31.74%، و قيمة "الالتزام الديني" 24.86%، و قيمة "الصدق" 24.33%، و قيمة "الانتماء وحب الوطن" 20.63%.

والتفسير الذي يمكن أن نعطيه لمثل هذه النتائج هو الطبيعة المجردة للقيم التي يصعب في بعض الأحيان إدراك مدلولها بالنسبة للذين أجابوا بهذه الكيفية، وبالتالي يصعب عليهم إقامة الربط بين طبيعة استخدامهم للانترنت والقيم المقترحة عليهم، أو أن السبب قد يرجع إلى أن القيم بطبيعتها الثابتة نسبياً، والتي يتم صقلها مع تطور العمر بالنسبة للأفراد والخبرات التي يختبرونها في حياتهم، وبالتالي فإنه في هذه الحالة يصعب عليهم الجزم على أن الانترنت هي التي نقلت إليهم أو ساعدهم على الارتباط بالقيمة أو لا، خاصة وأن الطلبة الذين يقيمون في "الإقامات الجامعية" يختبرون حياة جديدة أو بالأحرى تجربة جديدة، يجدون فيها أنفسهم مجبرين على التعامل مع كل شيء فيحدث لديهم صراع بين ما تعودوا عليه في حياتهم اليومية مع أوليائهم، والحياة التي يعيشونها في الإقامة الجامعية، وهذا يظهر في القيم التي بقيت "محايدة" عندهم، كما يمكن أن يرجع السبب إلى الوسيلة في حد ذاتها والمقارنة التي يحدثها المبحوثين بين ما يجدوه في الوسيلة وبين الواقع الذي يعيشونه، فنأخذ مثلاً قيمة "الابتكار" التي نلمسها في الوسيلة في حد ذاتها والمستويات الخدماتية التي تقدمها، والابتكار الذي يتصوره المبحوث في ذهنه والابتكار الذي يبحث عنه في الجامعة التي يدرس فيها والتخصص الذي يزاوله، والابتكار الذي يجده أو يشاهده في محتويات الانترنت المختلفة.

ونفس الشيء بالنسبة للقيمة "الصدق"، فنجد أن قيمة "الصدق" التي تربي عليها في الأسرة التي ينتمي إليها ، والصدق الذي يعيشه في الجامعة والإقامة الجامعية التي يسكن فيها، وذلك الصدق المرتبط بالتعاملات التي تجرى على مستوى الانترنت، وبالتالي قد تجد أفراد العينة مشتتين بين المدلولات التي تغيرت بتغير الفضاءات التي يعيشون فيها والوسائل التي يستخدمونها، وكأن القيم أصبحت بأبعاد مختلفة تتغير حسب الحاجة لاستخدام الانترنت والظروف التي يتم فيها هذا الاستخدام والتي تترجم فيما بعد في تعاملات وتصرفات وسلوكيات الأشخاص في الواقع المعاش.

ولكن رغم ما قلناه سابقا، ومن خلال التحليل السابق، نستنتج أن متغير مكان الإقامة لا يؤثر كثيراً على اعتقاد أفراد الفئتين بأن استخدام الانترنت بمستوياتها الاتصالية المختلفة ساعدتهم على الارتباط بالقيم، حيث أن أفراد العينة وباختلاف مكان إقامتهم أجابوا بموافقتهم على أن الانترنت تساعدهم على الارتباط بمجمل القيم محل الدراسة.

لكن يتدخل متغير مكان الإقامة في إحداث بعض الفروقات التي هي دالة إحصائياً فيما بين أفراد الفئتين، عندما يتعلق الأمر ببعض القيم ذات الأبعاد الشخصية، على سبيل المثال: قيمة "الاستقلالية" وقيمة "تحمل المسؤولية"، والقيم المرتبطة بالجوانب الاجتماعية للمستخدم.

و نلاحظ أن قيمة "احترام الوقت وتقديره" جاءت في المرتبة الأخيرة من حيث الأهمية وبأدنى نسبة للموافقة عند الفئتين، أي بنسبة 51.79% بالنسبة للفئة الأولى، و 55.02% بالنسبة للفئة الثانية، وهذا يمكن تفسيره بمستويين.

فالمستوي الأول: سواءً أفراد العينة كانوا يقيمون "مع الأولياء" أو "الإقامة الجامعية"، فنجدهم وهذا لكثرة ما توفره الانترنت من خدمات تحيد مستخدميها على قيمة "احترام الوقت وتقديره" رغم أن هذه الوسيلة من خصائصها توفير الجهد والوقت لمستخدميها إذ كان استخداماً انتقائياً وموجهاً ومدروساً، كما أن لكلا الفئتين التزامات بالإضافة إلى الالتزامات المتعلقة بالدراسة، فإذا كانوا من المقيمين "مع الأولياء" فهم من مشاغل الأسرة وجزء من مهامها اليومية، وإذ كانوا من المقيمين في "الإقامة الجامعية" فلهم نصيب من الجهد للتوفير حاجياتهم المختلفة من إ طعام ومبيت، ودراسة وغيرها.

والمستوي الثاني: يتمثل في طبيعة الفرد الجزائري في حد ذاته دون الحديث عن صفته كطالب، فقيمة احترام الوقت من القيم التي لا ينشأ عليها الأفراد في مجتمعاتنا، وحتى إذا تم ذلك فالممارسات اليومية تعاكس ذلك، وبالتالي تتعكس هذه التنشئة على تصرفات وسلوكيات الطلبة في حياتهم اليومية، وكذا الجامعية، لهذا نجدهم يعتقدون بدرجة أقل من الموافقة على أن الانترنت ساعدهم على الارتباط بقيمة "احترام الوقت وتقديره".

ونلاحظ أن قيمة "التفوق" جاءت في المرتبة ما قبل الأخيرة بالنسبة للفئة الأولى، و نفس المرتبة بالنسبة لقيمة "الابتكار" بالنسبة للفئة الثانية، وهذا يمكن تفسيره بنفس ما قيل عن قيمة "احترام الوقت وتقديره".

و في الأخير يمكن أن نستنتج أن القيم المرتبطة أكثر بالمستخدم مثل: قيمة "احترام الوقت" و قيمة "الابتكار"، وقيمة "التفوق" جاءت في مراتب متأخرة عند الفئتين، بينما القيم المرتبطة بالاتصال وما توفره الوسيلة من مميزات وخصائص تفاعلية كالحرية وحسن التواصل مع الآخر، والصدقة جاءت في مراتب متقدمة وهذا يمكن تفسيره بمستويين: الأول مرتبط بالوسيلة، والثاني مرتبط بأفراد العينة من الفئتين. - الوسيلة: الوسيلة وما توفره من فضاءات وخدمات وأشباعات يسعى الشباب بصفة عامة والطلبة بصفة خاصة إلى تحقيقها من خلال الاستخدام اليومي لانتريبت، وهذا ما أشارت إليه تفضيلات أفراد العينة من حيث طبيعة الخدمات والمواقع المفضلة لديهم.

- الطلبة: باعتبارهم فئة اجتماعية، لها استعدادات فكرية وإدراكية ونفسية تسعى لأن تجد نفسها في استخدامات الانترنت خاصة مع تواجد ضبط اجتماعي و رقابة اجتماعية تمارسها الأسرة والمجتمع والمؤسسات الاجتماعية الأخرى.

لكن ومن الرغم من هذه النتائج إلا أنه يمكن أن نقول أن متغير مكان الإقامة لا يؤثر كثيراً في اعتقاد أفراد العينة بقدرة الانترنت على جعلهم يرتبطون أكثر بالقيم محل الدراسة، لكن يتسبب ذلك في بعض الفروقات المرتبطة بذاتية المبحوث والفضاء الذي يعيش فيه والوسيلة وما توفره من اشباعات.

الجدول رقم(92): إحصائيات اختبار بيرسون Tests du khi-deux de Pearson لسؤال، هل استخدام الانترنت ساعدك على الارتباط بالقيم التالية؟ حسب متغير مكان الإقامة.

اختبار كا القيم	كا المحسوبة	درجة الحرية	كا الجدولية	قيمة احتمال المعنوية	الفروق
01	28.081	4	9.94	0.000	دالة إحصائياً
02	23.337	4	9.94	0.000	دالة إحصائياً
03	49.157	3	7.81	0.000	دالة إحصائياً
04	66.504	3	7.81	0.000	دالة إحصائياً
05	79.064	4	9.94	0.000	دالة إحصائياً
06	28.179	3	7.81	0.000	دالة إحصائياً
07	15.307	3	7.81	0.002	دالة إحصائياً
08	2.247	3	7.81	0.0523	غير دال إحصائياً
09	5.744	3	7.81	0.125	غير دال إحصائياً
10	10.923	3	7.81	0.012	دالة إحصائياً
11	31.463	3	7.81	0.000	دالة إحصائياً
12	17.510	2	5.99	0.000	دالة إحصائياً
13	17.057	3	7.81	0.001	دالة إحصائياً
14	16.694	2	5.99	0.000	دالة إحصائياً
15	41.789	4	9.94	0.000	دالة إحصائياً
16	67.033	3	7.81	0.000	دالة إحصائياً
17	24.130	3	7.81	0.000	دالة إحصائياً

يتضح لنا من خلال هذا الجدول أن هناك فروق ذات دلالة إحصائية في أغلب القيم بين أفراد العينة حسب متغير مكان الإقامة في اعتقادهم بالارتباط بالقيم محل الدراسة عند استخدام الانترنت والتعرض لمحتوياتها، إلا في حالة قيمة " احترام خصوصية الآخرين " التي أظهرت النتائج الإحصائية أنها غير دالة إحصائياً، ولا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند هذه القيمة حسب متغير مكان الإقامة حيث أن قيمة احتمال المعنوية عندها تساوي 0.0523، وهي أكبر من 0.05، وكذلك قيمة الحرية التي أظهرت النتائج كذلك أن قيمة احتمال المعنوية عندها تساوي 0.125 وهي أكبر من 0.05، وبالتالي لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند هذه القيمة، وهذا معناه أن أفراد العينة من المقيمين " مع الأولياء " أو "البيت" لهم نفس التوجهات فيما يخص اعتقادهم بأن استخدامهم للانترنت ساعدهم على الارتباط أكثر بالقيم لكن بنسب متقاربة جداً دون أن تشكل فروقاً لكن في نفس اتجاه الاعتقاد.

الجدول رقم(93): يوضح ترتيب القيم والوزن النسبي والمتوسط الحسابي لإجابات أفراد العينة وفقاً لمتغير مكان الإقامة.

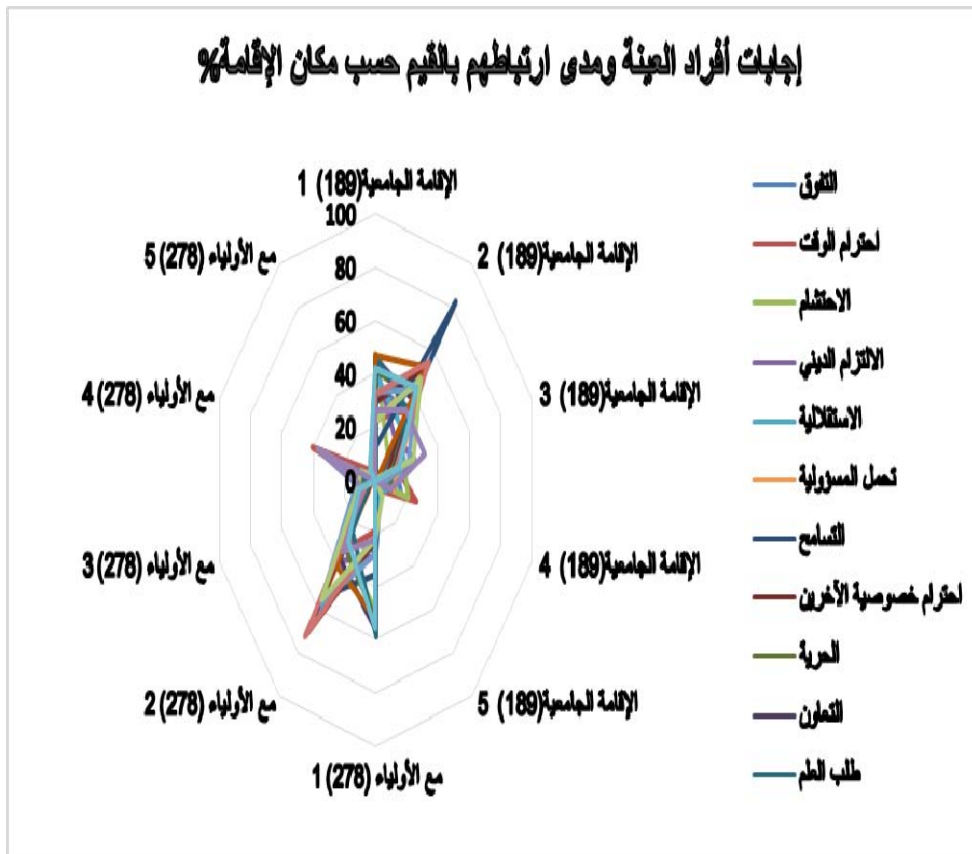
الفرق بين الترتيبين	مكان الإقامة								مكان الإقامة والمتوسط الحسابي والوزن النسبي القيم
	الإقامة الجامعية(ن=189)				مع الأولياء (ن=278)				
	النتيجة	ت	الوزن النسبي %	المتوسط الحسابي	النتيجة	ت	الوزن النسبي %	المتوسط الحسابي	
00	أوافق	14	75.13	03.75	أوافق	14	68.99	03.45	01
00	أوافق	17	68.57	03.42	محايد	17	64.53	03.22	02
01	أوافق	11	77.35	03.86	أوافق	10	82.15	04.10	03
03	أوافق	10	79.47	03.97	أوافق	13	73.81	03.69	04
01	أوافق	12	76.93	03.85	أوافق	11	78.84	03.94	05
01	أوافق	13	76.82	03.84	أوافق	12	76.18	03.80	06
01	أوافق	07	81.37	04.06	أوافق بشدة	06	84.53	04.22	07
01	أوافق	09	80.52	04.02	أوافق	08	82.73	04.13	08
01	أوافق	06	82.43	04.12	أوافق بشدة	05	85.03	04.25	09
01	أوافق بشدة	03	84.65	04.23	أوافق بشدة	02	88.63	04.43	10
01	أوافق بشدة	04	84.23	04.21	أوافق بشدة	03	85.75	04.28	11
00	أوافق بشدة	01	89.31	04.46	أوافق بشدة	01	88.80	04.44	12
01	أوافق	08	80.74	04.03	أوافق	09	82.58	04.12	13
02	أوافق بشدة	05	84.12	04.20	أوافق	07	83.02	04.15	14
01	أوافق	15	75.02	03.75	محايد	16	66.11	03.30	15
01	أوافق	16	74.81	03.74	محايد	15	67.91	03.39	16
02	أوافق بشدة	02	85.29	04.26	أوافق بشدة	04	85.46	04.27	17
	أوافق		79.60	03.98	أوافق		80.00	04.00	النتيجة النهائية

يتبين لنا من خلال هذا الجدول أن 14 اتجاهاً موجباً عند فئة المقيمين "مع الأولياء" نحو القيم محل الدراسة في علاقتها باستخدام الانترنت والتعرض لمحتوياتها، حيث تراوحت المتوسطات الحسابية بين (3.22-4.44)، وأوزان نسبية تراوحت بين (64.53-88.80)، حيث أعلى وزن نسبي كان من نصيب قيمة "حسن التواصل مع الآخر" بنسبة 88.80%، تليه قيمة "التعاون" بوزن نسبي قدر ب 88.63%، تليه قيمة "طلب العلم" بوزن نسبي قدر ب 85.75%، ومتوسطات حسابية تتراوح بين



04.20 و 05، وهي 04.44 و 04.43 و 04.28 على التوالي، وهذه الدرجات معبرة عن درجة "أوافق بشدة"، بينما أدنى الأوزان النسبية كانت من نصيب قيمة "التفوق" بوزن نسبي قدر بـ 68.99%، وقيمة "الالتزام الديني" بوزن نسبي قدر بـ 73.81%، بالإضافة إلى 3 اتجاهات محايدة، وتتعلق بقيمة "احترام الوقت وتقديره" بوزن نسبي قدر بـ 64.53%، وقيمة "الصدق" بوزن نسبي قدر بـ 66.11%، وقيمة "الابتكار" بوزن نسبي قدر بـ 67.91%.

بينما كل الاتجاهات (17) نحو القيم كانت موجبة بدرجة "أوافق وأوافق بشدة" عند فئة المقيمين في "الأحياء الجامعية"، حيث تراوحت المتوسطات الحسابية بين (3.42-4.46)، وأوزان نسبية تراوحت بين (68.57-89.31)، حيث كانت أعلى الأوزان النسبية من نصيب قيمة "حسن التواصل مع الآخر" كذلك بنسبة 89.31%، تليها قيمة "احترام الأسرة" بوزن نسبي قدر بـ 85.29%، و تليها قيمة "التعاون" بوزن نسبي قدر بـ 84.65% أما أدنى الأوزان النسبية كانت من نصيب قيمة "احترام الوقت وتقديره" بنسبة 68.57% وقيمة "الابتكار" بوزن نسبي قدر بـ 74.81%، وقيمة "الصدق" بوزن نسبي قدر بـ 75.02%. وقد غابت الاتجاهات السلبية عند فئتي مكان الإقامة. وقد كانت النتيجة النهائية الكلية عند كلا الفئتين لكل الإجابات موجبة بدرجة "أوافق"، حيث بلغ المتوسط الحسابي للفئة الأولى المقيمين "مع الأولياء" 04.00، ووزن نسبي كلي بلغ 80.00%، بينما الفئة الثانية المقيمين في "الأحياء الجامعية" بلغ متوسطها الحسابي لكل الإجابات 03.98، ووزن نسبي كلي بلغ 79.60%، هما نسبتين متقاربتان جداً، ويتضح كذلك من خلال الجدول أنه لا يوجد تغير مهم في ترتيب القيم لدى أفراد العينة من الفئتين، إلا في قيمة الالتزام الديني التي كان فيها الفرق 3 ترتيبات، أما باقي القيم كانت فيها الفروقات تتراوح بين 0 و 2. وفيما يلي المخطط الراداري الذي يوضح اتجاه درجات القيم عند أفراد فئتي مكان الإقامة.



الشكل رقم (74): مخطط راداري لإجابات أفراد العينة ومدى ارتباطهم بالقيم حسب مكان الإقامة.

الجدول رقم (94): يوضح إجابات أفراد العينة ومدى ارتباطهم بالقيم حسب منطقة السكن .

منطقة السكن										السؤال: هل استخدمتك للانترنت ساعدك على الارتباط بالقيم التالية؟
الريف (ن=228)					مدينة(ن=239)					منطقة السكن والنسبة والاتجاه القيم
5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	
ك %	ك %	ك %	ك %	ك %	ك %	ك %	ك %	ك %	ك %	
89	61	13	65	-	48	79	40	63	9	1
39.03	26.75	05.70	28.50	-	20.08	33.05	16.73	26.35	03.76	
52	63	18	85	10	45	88	19	78	9	2
22.80	27.63	07.89	37.28	04.38	18.82	36.82	07.94	32.63	03.76	
113	32	18	65	-	112	79	24	24	-	3
49.56	14.03	07.89	28.50	-	46.86	33.05	10.04	10.04	-	

91	61	30	46	-	74	82	32	51	-	4
39.91	26.75	13.15	20.17	-	30.96	34.31	13.39	21.33	-	
73	91	19	20	25	65	136	27	11	-	5
32.01	39.91	08.33	08.77	10.96	27.19	56.90	11.29	04.60	-	
43	120	18	47	-	61	133	15	30	-	6
18.85	52.63	07.89	20.61	-	25.52	55.64	06.27	12.55	-	
62	146	10	10	-	61	161	17	-	-	7
27.19	64.03	04.38	04.38	-	25.52	67.36	07.11	-	-	
64	138	1	25	-	55	163	17	4	-	8
28.07	60.52	0.43	10.96	-	23.01	68.20	07.11	01.67	-	
99	86	18	25	-	123	75	21	20	-	9
43.42	37.71	07.89	10.96	-	51.46	31.38	08.78	08.36	-	
99	98	21	10	-	141	74	13	11	-	10
43.42	42.98	09.21	04.38	-	58.99	30.96	05.43	04.60	-	
119	63	21	25	-	134	65	18	22	-	11
52.19	27.63	09.21	10.96	-	56.48	27.19	07.53	09.20	-	
119	94	15	-	-	114	116	9	-	-	12
52.19	41.22	06.57	-	-	47.69	48.53	03.76	-	-	
80	125	23	-	-	60	114	56	9	-	13
35.08	54.82	10.08	-	-	25.10	47.69	23.43	03.76	-	
65	153	10	-	-	56	153	30	-	-	14
28.50	67.10	04.38	-	-	23.43	64.01	12.55	-	-	
42	129	32	15	10	61	114	45	11	8	15
18.42	56.57	14.03	06.57	04.38	25.52	47.7	18.82	04.60	03.34	
34	83	59	52	-	76	69	24	70	-	16
14.91	36.40	25.87	22.80	-	31.79	28.87	10.04	29.28	-	
107	75	30	-	16	126	84	29	-	-	17
46.92	32.89	13.15	-	07.01	52.71	35.14	12.13	-	-	

يتجلى من خلال هذا أنه وعند جمع نسبتي "أوافق بشدة" و"أوافق"، أن النتائج لا تظهر فروقات ذات دلالة كبيرة فيما يتعلق بمجل القيم محل الدراسة، وبالنسبة لفئتي "منطقة السكن" جاءت مقارنة إلى حد كبير من حيث درجة الموافقة على مقدرة الانترنت على جعل أفراد العينة يرتبطون أكثر بالقيم وتكون الخمسين بالمائة عند الفئتين، إلا أن هناك بعض الفروقات المعنوية التي تتراوح بين 5 و 17 درجة مئوية، ومنها قيمة "الانتماء وحب الوطن" حيث أن نسبة الموافقة أعلى عند فئة سكان "الريف" أي 89.9%، بينما نسبة فئة سكان "المدينة" فقد بلغت نسبة 72.79% أي بفارق 17 درجة.

ونفس الشيء بخصوص قيمة "الاحتشام" التي سجلت فارقاً معتبراً، قدر بـ 16 درجة مئوية، إذ أن النسبة عند الفئة الأولى بلغت 79.91%، بينما كانت عند الفئة الثانية 63.59%، كما سجل فارق

كبير فيما يتعلق بقيمة "التفوق" يقدر 12 درجة، إذ كانت النسبة عند الفئة الثانية 65.78%، وعند الفئة الأولى 53.13%، كما سجل فارق كبير فيما يتعلق بقيمة "الاستقلالية" حيث كانت النسبة أعلى عند الفئة الأولى وقدرت بـ84.09%، بينما الفئة الثانية بلغت 71.92%، وبالتالي سجلت فارقاً معتبراً قدر بـ12 درجة مئوية، ونفس الشيء بالنسبة لقيمة "تحمل المسؤولية" حيث كانت النسبة أعلى عند الفئة الأولى وقدرت بـ81.16% بينما الفئة الثانية سجلت نسبة بلغت 71.48%، أي بفارق يقدر بـ9 درجات. ونفس الشيء بالنسبة للقيمة "الابتكار" التي كانت أعلى عند الفئة الأولى حيث بلغت 60.66% بينما الفئة الثانية بلغت 51.31% أي بفارق يقارب 9 درجات مئوية أيضاً، كما أن قيمة "الصدقة" سجلت فارقاً يقدر بـ8 درجات مئوية، حيث كانت النسبة عند الفئة الثانية 95.6% و 87.44% عند الفئة الثانية وسجل نفس الفارق عند قيمة "احترام الأسرة"، حيث بلغت النسبة عند الفئة الأولى 87.85% بينما الفئة الثانية سجلت نسبة 79.81%.

وتجدر الملاحظة إلى أن أغلبية أفراد العينة من الفئتين كانوا على اتفاق وبنسب متقاربة جداً وتفوق الستين بالمائة فيما يخص قيمة "الحرية" التي وافق عليها أفراد الفئة الأولى بنسبة 82.84% و قيمة "الصدق" بنسبة 73.22%، وقيمة "الالتزام الديني" بنسبة 65.27%، و قيمة "حسن التواصل مع الآخر" بنسبة 96.22%، وقيمة "التسامح" بنسبة 92.88% مقابل النسب 81.13% و 74.99% و 66.66% و 93.41% و 91.22% على التوالي لدى الفئة الثانية.

وهذه النتيجة تدل على أن أفراد العينة متشبعون بقيمة "الصدق" و قيمة "الالتزام الديني" منذ الصغر، وبفعل مؤسسات التنشئة الاجتماعية المختلفة التي تربي الطفل على العبادات والفرائض هذا من ناحية أولى، ومن ناحية ثانية فهم قد يعتقدون أن استخدامهم الانتقائي والموجه للانترنت سيساعدهم على الارتباط أكثر بقيمة الصدق والالتزام الديني، ولهذا السبب نجد أن النسبة تتجاوز الستين في الفئتين.

ونلاحظ أن أفراد العينة متشبعون بقيم: التسامح والحرية وحسن التواصل مع الآخر وهذا يمكن تفسيره بالنسبة للتسامح والحرية لطبيعة العينة أي الشباب وكذا وسيلة الانترنت التي تتيح فرصاً كبيرة للتعبير بالحرية، كما أن حسن التواصل يمكن ربطه بصفة الطلبة حيث أن الطلبة عند التحاقهم بالجامعة يتفاعلون ويحتكون مع أقرانهم من أماكن مختلفة ويحتكون ويتفاعلون مع أساتذتهم، وبالتالي يتعلمون قيم الاستماع وأدب الإنصات التي كلها تدخل في حسن التواصل مع الآخر، كما تجدر الإشارة أن كل هذه القيم تكتسب من عند الأسرة في أول الأمر أي منذ الصغر ثم تنتقل عن طريق مؤسسات التنشئة الاجتماعية الرسمية وغير الرسمية الأخرى ومنها وسائل الإعلام والانترنت.

كما تجدر الملاحظة إلى أن هناك نسبة معتبرة من أفراد العينة ومن فئة سكان "المدينة" الذين أجابوا "بمحايد" فيما يتعلق بقيمة "الانتماء وحب الوطن" بنسبة بلغت 23.43%، أما فئة سكان "الريف" سجلت نسبة معتبرة من حيث الحياد لقيمة "الابتكار" التي بلغت نسبة 25.87% .

والتفسير الذي يمكن أن نعطيه للمثل هذه النتائج هو الطبيعة المجردة للقيم التي يصعب في بعض الأحيان إدراك مدلولها بالنسبة للذين أجابوا بهذه الكيفية وبالتالي يصعب عليهم إقامة الربط بين طبيعة استخدامهم للانترنت والقيم المقترحة عليهم، أو أن السبب قد يرجع إلى أن القيم بطبيعتها الثابتة نسبياً والتي يتم صقلها مع تطور العمر بالنسبة للأفراد والخبرات التي يختبرونها في حياتهم، وبالتالي فإنه في هذه الحالة يصعب عليهم الجزم على أن الانترنت هي التي نقلت إليهم أو ساعدتهم على الارتباط بالقيمة أو لا، خاصة و أن الطلبة الذين يقيمون في "الريف" يكونون في غالب الأحيان بعيدين عن مصادر التكنولوجيا مثل نوادي الانترنت وإذا توفرت فإن تدفقها يكون ضعيف، كما يمكن أن يرجع السبب إلى الوسيلة في حد ذاتها والمقارنة التي يحدثها أفراد العينة بين ما يجده في الوسيلة وبين الواقع الذي يعيشونه.

ولكن رغم ما قلناه سابقاً، ومن خلال التحليل السابق نستنتج أن متغير مكان السكن لا يؤثر كثيراً على اعتقاد أفراد الفئتين بأن استخدام الانترنت ومستوياتها الاتصالية المختلفة ساعدتهم على الارتباط بالقيم، حيث أن أفراد العينة وباختلاف مكان سكانهم أجابوا بمواقفهم على أن الانترنت تساعدهم على الارتباط بمجمل القيم .

لكن يتدخل متغير السكن في إحداث بعض الفروقات التي هي دالة إحصائياً فيما بين أفراد الفئتين، عندما يتعلق الأمر ببعض القيم، على سبيل المثال قيم: الاحتشام والانتماء وحب الوطن الاستقلالية، وتحمل المسؤولية.

كما نلاحظ أن قيمة "احترام الوقت وتقديره" جاءت في المرتبة الأخيرة من حيث الأهمية وبأدنى نسبة عند الفئتين، أي بنسبة 55.64% بالنسبة للفئة الأولى، و 50.43% بالنسبة للفئة الثانية. كما نلاحظ أن فئة "التفوق" جاءت في المرتبة ما قبل الأخيرة بالنسبة لفئة الأولى وذلك بنسبة 53.13%، وقيمة "الابتكار" بالنسبة للفئة الثانية وذلك بنسبة 51.31%.

و في الأخير يمكن أن نستنتج أن القيم المرتبطة أكثر بالمستخدم مثل، احترام الوقت والابتكار التفوق جاءت في مراتب متأخرة عند الفئتين بينما القيم المرتبطة بالاتصال وما توفره الوسيلة مثل قيم: التسامح، احترام خصوصية الآخر، و حسن التواصل مع الآخر، و الصداقة والتعاون جاءت في مراتب متقدمة،

لكن ومن الرغم من هذه النتائج إلا أنه يمكن أن نقول أن متغير مكان الإقامة لا يؤثر كثيراً في اعتقاد أفراد العينة بقدرة الانترنت على جعلهم يرتبطون أكثر بالقيم، لكن يتسبب في بعض الفروقات المرتبطة بذاتية المبحوث والفضاء الذي يعيش فيه والوسيلة وما توفره من اشباعات.

الجدول رقم (95): إحصائيات اختبار بيرسون Tests du khi-deux de Pearson لسؤال، هل استخدام الانترنت ساعدك على الارتباط أكثر بالقيم التالية؟ حسب متغير منطقة السكن.

اختبار كا القيم	كا المحسوبة	درجة الحرية	كا الجدولية	قيمة احتمال المعنوية	الفروق
01	37.132	4	9.94	0.000	دالة إحصائياً
02	4.786	4	9.94	0.312	غير دالة إحصائياً
03	39.413	3	7.81	0.000	دالة إحصائياً
04	4.901	3	7.81	0.179	غير دالة إحصائياً
05	38.151	4	9.94	0.000	دالة إحصائياً
06	7.554	3	7.81	0.056	غير دالة إحصائياً
07	12.304	3	7.81	0.006	دالة إحصائياً
08	31.945	3	7.81	0.000	دالة إحصائياً
09	3.876	3	7.81	0.275	غير دالة إحصائياً
10	12.377	3	7.81	0.006	دالة إحصائياً
11	1.084	3	7.81	0.781	غير دالة إحصائياً
12	3.655	2	5.99	0.161	غير دالة إحصائياً
13	25.904	3	7.81	0.000	دالة إحصائياً
14	9.716	2	5.99	0.008	دالة إحصائياً
15	7.208	4	9.94	0.125	غير دالة إحصائياً
16	34.501	3	7.81	0.000	دالة إحصائياً
17	17.827	3	7.81	0.000	دالة إحصائياً

يتضح لنا من خلال هذا الجدول أن هناك فروق ذات دلالة إحصائية في أغلب القيم بين أفراد العينة حسب متغير منطقة السكن في اعتقادهم بالارتباط بالقيم محل الدراسة عند استخدام الانترنت والتعرض لمحتوياتها، إلا في حالة القيم التالية: قيمة احترام وتقديره، الالتزام الديني، تحمل المسؤولية الحرة، طلب العلم، حسن التواصل مع الآخر، الصدق، حيث تراوحت قيمة احتمال المعنوية عند هذه القيم بين 0.056 و 0.781 وبالتالي هي أكبر من 0.05 ، وهذا يعني أنه لا توجد فروق عند هذه القيم بخصوص الاعتقاد أن استخدام الانترنت والتعرض لمحتوياتها يساعدهم على الارتباط بالقيم أكثر، وهذا بالرغم من أنهم يوافقون على نفس الاتجاه في الموافقة.

الجدول رقم(96): يوضح ترتيب القيم والوزن النسبي والمتوسط الحسابي لإجابات أفراد العينة وفقاً لمتغير منطقة السكن.

الفرق بين الترتيبين	منطقة السكن								منطقة السكن والمتوسط الحسابي والوزن النسبي القيم
	الريف (ن=228)				مدينة(ن=239)				
	النتيجة	ت	الوزن النسبي %	المتوسط الحسابي	النتيجة	ت	الوزن النسبي %	المتوسط الحسابي	
02	أوافق	13	75.26	03.76	محايد	15	67.86	03.39	01
01	محايد	17	65.43	03.27	محايد	16	66.86	03.34	02
04	أوافق	11	76.92	03.84	أوافق	07	83.34	04.16	03
04	أوافق	10	77.28	03.86	أوافق	14	74.97	03.74	04
04	أوافق	06	83.42	04.17	أوافق	10	81.33	04.06	05
03	أوافق	14	73.94	03.69	أوافق	11	78.82	03.94	06
01	أوافق	07	82.80	04.14	أوافق	06	83.68	04.18	07
01	أوافق	09	78.94	03.94	أوافق	08	82.51	04.12	08
10	أوافق	15	72.72	04.13	أوافق بشدة	05	85.18	04.25	09
01	أوافق بشدة	02	85.08	04.25	أوافق بشدة	01	88.87	04.44	10
01	أوافق بشدة	05	84.21	04.21	أوافق بشدة	04	86.02	04.30	11
01	أوافق بشدة	01	89.12	04.45	أوافق بشدة	02	88.78	04.44	12
08	أوافق بشدة	03	85.00	04.25	أوافق	11	78.82	03.94	13
05	أوافق بشدة	04	84.82	04.24	أوافق	09	82.17	04.10	14
01	أوافق	12	75.61	03.78	أوافق	13	77.48	03.87	15
00	أوافق	16	68.68	03.43	محايد	16	66.86	03.34	16
05	أوافق	08	82.54	04.12	أوافق بشدة	03	86.61	04.33	17
	أوافق		79.40	03.97	أوافق		80.00	04.00	النتيجة النهائية

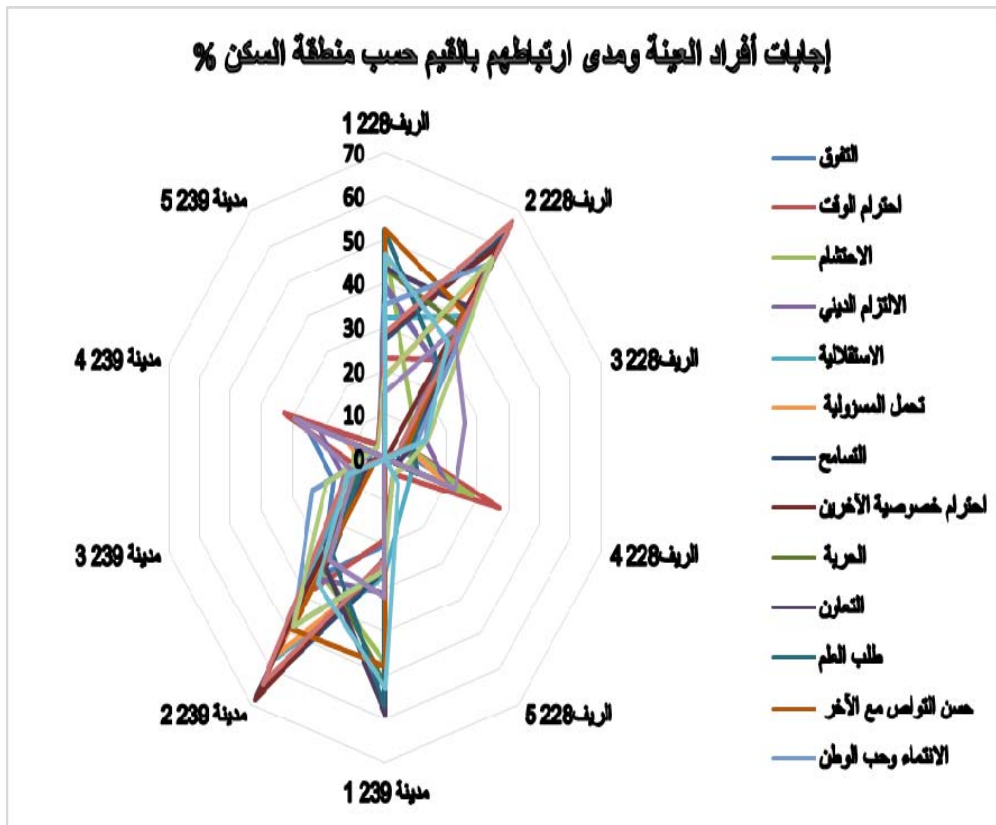
يتبين لنا من خلال هذا الجدول أن 14 اتجاهاً موجباً عند فئة القاطنين في " المدينة" نحو القيم محل الدراسة في علاقتها باستخدام الانترنت والتعرض لمحتوياتها، حيث تراوحت المتوسطات الحسابية بين (3.34-4.44)، وأوزان نسبية تراوحت بين (66.86-88.87)، حيث أعلى الأوزان النسبية كانت من نصيب قيمة "التعاون" بوزن نسبي قدر ب88.87%، تليها قيمة "حسن التواصل مع الآخر" بوزن نسبي قدر ب88.87%، تليها قيمة " احترام الأسرة" بوزن نسبي قدر ب86.61%، و بمتوسطات حسابية تعبر عن درجة "أوافق بشدة"، وهي على التوالي 04.44 و 04.44 و 04.33، بينما أكثر الأوزان النسبية

انخفاضاً كانت من نصيب قيمة "الالتزام الديني" بوزن نسبي قدر ب 74.97%، وقيمة "الصدق" بوزن نسبي قدر ب 77.48%، بالإضافة إلى ثلاث اتجاهات محايدة كانت أوزنها النسبية منخفضة ، وتتعلق بقيمة "التفوق" بوزن نسبي قدر ب 67.86% و "احترام الوقت وتقديره" بوزن نسبي قدر ب 66.86%، وقيمة "الابتكار" بوزن نسبي قدر ب 66.86%، كما غابت الاتجاهات السلبية عند هذه الفئة.

بينما هنالك 16 اتجاهها موجبا عند فئة القاطنين في "الريف" ، حيث تراوحت المتوسطات الحسابية بين (3.27-4.45)، وأوزان نسبية تراوحت بين (65.43-89.12)، حيث كانت أعلى الأوزان النسبية من نصيب قيمة "حسن التواصل مع الآخر" بوزن نسبي قدر ب 89.12%، تليها قيمة "التعاون" بوزن نسبي قدر ب 85.02، تليها قيمة "الانتماء وحب الوطن" بوزن نسبي قدر ب 85.00%، بينما أكثر الأوزان النسبية انخفاضاً عند هذه الفئة كان من نصيب قيمة "الابتكار" بوزن نسبي قدر ب 68.68% وقيمة "الحرية" بوزن نسبي 72.72%، وقيمة "تحمل المسؤولية" بوزن نسبي قدر ب 73.94% بالإضافة إلى اتجاه واحد محايد يتعلق بقيمة "احترام والوقت وتقديره" بوزن نسبي قدر ب 65.43%، وقد غابت الاتجاهات السلبية عند فئتي منطقة السكن، وقد كانت النتيجة النهائية الكلية عند كلا الفئتين لكل الإجابات موجبة بدرجة "أوافق"، حيث بلغ المتوسط الحسابي للفئة الأولى 04.00، ووزن نسبي كلي بلغ 80.00%، بينما الفئة الثانية بلغ متوسطها الحسابي لكل الإجابات 03.97، ووزن نسبي كلي بلغ 79.40%، وهما نسبتيين متقاربتين جداً.

ويتضح كذلك من خلال الجدول أنه يوجد تغير مهم في ترتيب بعض القيم لدى أفراد العينة من فئتي منطقة السكن، وهي قيم: الحرية، الانتماء وحب الوطن، الصداقة، احترام الأسرة، الاحتشام، الالتزام الديني الاستقلالية، تحمل المسؤولية، وهذا التغير الذي يظهر في ترتيب القيم وهرميتها بين الفئتين قد يكون نتيجة عوامل بيئية أو علمية معرفية أو حتى عوامل مرتبطة بالوسيلة، وما تحققه للأفراد العينة من الفئتين، وفيما يلي المخطط الراداري الذي يوضح اتجاه درجات القيم عند أفراد فئتي منطقة السكن.





الشكل رقم (75): مخطط راداري لإجابات أفراد العينة ومدى ارتباطهم بالقيم حسب منطقة السكن

الجدول رقم (97): يوضح إجابات أفراد العينة على سؤال هل استخدامك للانترنت جعلك تمارس القيم التالية في شكل سلوكيات؟ .

الإجابة					السؤال: هل استخدامك للانترنت جعلك تمارس القيم التالية في شكل سلوكيات؟
أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق	لا أوافق بشدة	الاتجاه والتكرار والنسبة
5	4	3	2	1	
ك %	ك %	ك %	ك %	ك %	قيم متضمنة سلوكيات ايجابية
106	172	38	53	98	1 أتواصل في الانترنت مع أناس يشجعون على التفوق والنجاح.
22.69	36.83	08.13	11.34	20.98	
15	199	100	53	100	2 ساعدتني الانترنت على تنظيم وقتي من خلال مزايا التطبيقات التي اشترك فيها.
03.21	42.61	21.41	11.34	21.41	
131	97	76	74	89	3 الانترنت لم تجعل أتحدث في الموضوعات المخلة بالآداب والأخلاق.
28.05	20.77	16.27	15.84	19.05	
92	193	113	69	-	4 جعلتني الانترنت أكثر التزاماً و معرفةً بقضايا الدين الإسلامي.
19.70	41.32	24.19	14.77	-	
61	178	79	87	62	5 تجاربي على الانترنت جعلتني أشعر بالاستقلالية.
13.06	38.11	16.91	18.62	13.27	
58	251	80	43	35	6 عندما أشارك في الحوارات عبر الانترنت أرغب في أن أتحمّل مسؤولية آرائي و موافقي.
12.41	53.74	17.13	09.20	07.49	
59	175	121	69	43	7 أتواصل في الانترنت مع أصحاب الديانات الأخرى بما يتفق وسماحة الإسلام.
12.63	37.47	25.91	14.77	09.20	
251	92	81	39	04	8 لا أتداول صوراً ومعلومات عن الآخرين عبر الانترنت دون علمهم.
53.74	19.70	17.34	08.35	0.85	
46	266	78	68	09	9 أتقبل رأي الآخر وأسمح له بتوضيحه بكل حرية في مواقع الانترنت.
09.85	56.95	16.70	14.56	01.92	

46	170	66	52	133	أحب المشاركة في الحملات التطوعية التي يروج لها على الانترنت ومواقع التواصل الاجتماعي.	10
09.85	36.40	14.13	11.13	28.47		
72	196	38	161	-	أتعلم كثيراً من استخدامي للانترنت.	11
15.41	41.97	08.13	34.47	-		
35	294	50	68	20	أنتفاعل بايجابية واحترام مع مستخدمي الانترنت.	12
07.49	62.95	10.70	14.56	04.28		
66	220	111	47	23	الانترنت زادت من ارتباطي واعتزازي بوطني.	13
14.13	47.10	23.76	10.06	04.92		
28	88	69	182	100	أفضل الانشغال بأصدقاء الفايسبوك على الخروج مع الأصدقاء الفعليين.	14
05.99	18.84	14.77	38.97	21.41		
115	239	45	68	-	أقول الصدق أثناء حواراتي على الانترنت.	15
24.62	51.17	09.63	14.56	-		
55	152	67	162	31	زادت قدراتي الابتكارية والإبداعية في حياتي الجامعية بفضل الانترنت.	16
11.77	32.54	14.34	34.68	06.63		
132	96	48	86	105	لا أرفض طلبات والدي اليومية بسبب انشغالي باستخدام الانترنت.	17
28.26	20.55	10.27	18.41	22.48		

يظهر من خلال هذا الجدول أن أغلبية أفراد العينة أجابوا بعبارة "أوافق بشدة" و "أوافق" فيما يخص السؤال المطروح عليهم، بمعنى أن استخدامهم للانترنت والتعرض لمحتوياتها جعلهم يقومون ببعض هذه السلوكيات؟، ولقد تراوحت النسب بين القيمة العليا، عند جمع نسبة "أوافق بشدة" و "أوافق" مثل 75.79% فيما يتعلق بعبارة "أقول الصدق أثناء حواراتي على الانترنت"، و 73.44% بخصوص عبارة "لا أتداول صوراً ومعلومات عن الآخرين عبر الانترنت دون علمهم"، وهذا مقابل نسبتي الذين أبدوا عدم الموافقة بشدة وعدم الموافقة على التوالي: 14.56% و 09.21%.

و إن السلوك الوحيد الذي أجاب بشأنه أفراد العينة بعبارة "لا أوافق بشدة"، و "لا وافق" هو سلوك الصداقة المتمثل في عبارة "أفضل الانشغال بأصدقاء الفايسبوك على الخروج مع الأصدقاء الفعليين" وبنسبة 60.38% مقارنة بالذين أبدوا موافقتهم و بنسبة 24.83%.

أما فيما يتعلق بالسلوكيات الدنيا فسجلت بشأن عبارة "ساعدتني الانترنت على تنظيم وقتي من خلال مزايا التطبيقات التي اشترك فيها" بنسبة 45.82%، وعبارة "أحب المشاركة في الحملات التطوعية التي يروج لها على الانترنت" بنسبة 46.25%، وعبارة "الانترنت لم تجعلن أتحدث في الموضوعات

المخلة بالآداب والأخلاق" بنسبة 48.82%، وهذا في مقابل نسب الذين أبدوا عدم الموافقة بشدة و عدم الموافقة على التوالي: 32.75% و 39.6% و 34.89%.

كما نلاحظ أن نسبة الموافقة على عبارة " زادت قدراتي الابتكارية والإبداعية في حياتي الجامعية بفضل الانترنت" بلغت 44.31%، وهي متقاربة جداً لنسبة عدم الموافقة التي بلغت 41.31%، أي بفارق ضئيل يقدر ب3 درجات، ونفس الملاحظة بالنسبة لعبارة "لا أرفض طلبات والدي اليومية بسبب انشغالي باستخدام الانترنت"، حيث بلغت نسبة الموافقة 48.81% في مقابل 40.89% الذين أبدوا عدم موافقتهم على هذه العبارة وبفارق يقدر ب8 درجات وهو فارق ضئيل مقارنة بالعبارات الأخرى.

ويمكن تفسير هذا الارتفاع في نسبة عدم الموافقة مقارنة بنسبة الموافقة في سلوك الأول لوجود فئة كبيرة "لا توافق" على كل ما يتعلق بالابتكار والإبداع، وربما يرجع السبب في عدم الموافقة بنسبة كبيرة على هذا السلوك راجع لقيمة الابتكار في حد ذاتها، لأنها لم تكن فعالة في المراحل السابقة لتنشئة الطالب وبالتالي غير فعالة قبل الجامعة أو أثناء وجودهم في الجامعة، الأمر الذي جعل البعض منهم لا يوافق على السلوك، ولم يعره اهتماماً كبيراً، وهذا ما سجلناه كذلك في السؤال المتعلق بالقيم، وهذا بالرغم أن الاتجاه العام لكل العبارات موجب.

كما أن السلوك الثاني المتمثل في عدم تلبية طلبات الأولياء أثناء الانشغال بالانترنت فوجدنا ذلك النسبة مرتفعة لأنها سلوكيات تحدث، وبالتالي لم يوافقوا عليه، حتى أن البعض منهم صرح أثناء المقابلات أنهم دخلوا في صراعات مع أوليائهم لكثرة انشغالهم بالانترنت، وعدم امتثالهم لطلباتهم، أما البعض الآخر قد صرحوا أنهم يفرطون في حضور المناسبات العائلية والأسرية المهمة، وهذا كله بسبب جلوسهم لفترات طويلة أمام الانترنت.

كما أن العبارات التي كانت فيها نسبة "محايد" مرتفعة، تمثلت في: عبارة " جعلتني الانترنت أكثر التزاماً و معرفةً بقضايا الدين الإسلامي"، بنسبة 24.19%، وعبارة "الانترنت زادت من ارتباطي واعتزازي بوطني" بنسبة 23.76%، وعبارة "ساعدتني الانترنت على تنظيم وقتي من خلال مزايا التطبيقات التي اشترك فيها" بنسبة 21.41%.

وعليه نستنتج من خلال هذه القراءة الأولية أن أغلبية أفراد العينة لا يعتقدون أن استخدام الانترنت جعلهم يقومون بسلوكيات سلبية، وإنما سلوكياتهم بقيت ايجابية بعد الاستخدام تتوافق مع قيمهم الموجبة. وهذا باستثناء سلوك واحد و وهو سلوك الصداقة الذي لم يوافق عليه أفراد العينة بنسبة 60.38% في مقابل 24.83% بالنسبة للذين وافقوا عليه .

أما عدم موافقتهم على أن الانترنت لم تكسبهم سلوك الصداقة الممثل في عبارة "أفضل الانشغال بأصدقاء الفايبروك على الخروج مع الأصدقاء الفعلين"، فيمكن تفسيره في مفهوم الصداقة عند أفراد العينة أي بين الصداقة الحقيقية التي تحدث في البيئة الاجتماعية بين الأفراد، حيث يشاهدون بعضهم

بعض ويجلسون للتزويج عن النفس أو السمر أو لتبادل الأفكار و الأحاديث في الأماكن الفيزيائية وغيرها، وهي ما أكدت عليه القيم، و بين الأصدقاء الافتراضيين الذين نجدهم في مواقع التواصل الاجتماعي ويخرجون ويدخلون ويتغيرون، وقد لا نجدهم في حياتنا اليومية لما نحتاجهم إلى جانبنا، وهذا يفسر كذلك ب(طلبة، مشاكل ، احتكاك، صداقة مرتفعة في الفضاء الجامعي، التقارب الفيزيائي ..، لا يعني الفضاء الافتراضي يلغى، و إنما يكون للتنفيس والترفيه والتسلية ).

وهذه النتائج الخاصة بالسلوكيات تتوافق مع ما جاء في نتائج تحليل القيم حيث كانت إجابات أفراد العينة موجبة في أغلبها، والاستنتاج الأولي يكمن في أن السلوكيات هي نتاج القيم، وبالتالي نعتقد أن أفراد العينة لا يتأثرون كثيراً باستخدام الانترنت وجعلهم يقومون بسلوكيات سلبية لأن قيمهم تمنعهم من القيام بها إن كانت سلبية، وتشجعهم على القيام بها إن كانت ايجابية (موجبة).

ويمكن توضيح هذه الفكرة بنتائج الدراسة في الجدول السابق، إذ نلاحظ أن السلوكيات المرتبطة بالدين، وافق أفراد العينة عليها وتجاوزت نسبة الموافقة عليها الستين بالمائة، و أكدوا أن الانترنت جعلتهم يقومون بمثل بهذه السلوكيات الايجابية أو أنها لم تجعلهم يتجاوزونها(الاتجاه السالب)، فكانت نسبة الموافقة مرتفعة في :عبارة "أقول الصدق أثناء حواراتي على الانترنت" بنسبة 75.79 % في مقابل 14.56% وعبارة "لا أتداول صور ومعلومات عن الآخرين عبر الانترنت دون علمهم" بنسبة 73.44% مقابل 9.21 % وعبارة " أتفاعل بايجابية واحترام مع مستخدمي الانترنت" بنسبة 70.44% مقابل 18.84 % وعبارة " عندما أشترك في الحوارات عبر الانترنت أرغب في أن أتحمل مسؤولية آرائي و موافقي" بنسبة 66.15 % في مقابل 16.69% وعبارة " أتقبل رأي الآخر وأسمح له بتوضيحه بكل حرية في مواقع الانترنت" بنسبة 66.8 % في مقابل 16.48% وعبارة "الانترنت زادت من ارتباطي واعتزازي بوطني" بنسبة 61.23% في مقابل 14.98% وعبارة " جعلتني الانترنت أكثر التزاماً و معرفةً بقضايا الدين الإسلامي" بنسبة 61.02% في مقابل 14.77%.

ومن جهة أخرى، نلاحظ كيف أن قيم الطلبة الجامعيين توجه سلوكياتهم من خلال موافقتهم بنسب متفاوتة على السلوكيات السابقة المتضمنة في العبارات، على الرغم من أن بعض هذه السلوكيات تركز عليها الانترنت من خلال محتوياتها مثل احترام الوقت وتقديره الذي قد يضيع بسبب الاستخدام المفرط والمتكرر، وعير المدروس والموجه للانترنت، فوافق أفراد العينة على العبارة المتضمنة لسلوك تنظيم الوقت بنسبة 45.82 % في مقابل 32.75% لم يوافقوا.

وعليه، يمكن أن نقدم استنتاج أولي، ومفاده أن الانترنت لا تستطيع أن تنتج سلوكيات سلبية خاصة إذا كانت هذه السلوكيات موجبة بالقيم، وتمشي في نفس اتجاهها ونهجها، لكن يجب أن نشير أن نسب الموافقة على القيم كانت مرتفعة مقارنة بالسلوكيات المتضمنة في عبارات، وهذا مرده إلى أن القيم

كمفهوم مجرد يختلف عن شكل ممارسة القيمة في الواقع خاصة مع وسلة إعلامية جديدة، وتحتوي أشياء تثير اهتمام مستخدميها.

وبالتالي نستنتج أن السلوكيات موجّهة بالقيم، وتحدث في البيئة التي يعيش فيها الطلبة الجامعيين التي تدفعهم إلى التمسك بالقيم التي بدورها تمارس وتترجم في شكل سلوكيات ايجابية، وتبعدهم عن السلبية منها، وهذا يحدث بفضل المؤسسات الاجتماعية المختلفة بتقاليدها وأعرافها وثقافتها.



الشكل رقم (76): مخطط راداري لإجابات أفراد العينة على سؤال هل استخدامك لانترنت جعلك تمارس القيم التالية في شكل سلوكيات؟ .

الجدول رقم (98): يوضح إجابات أفراد العينة على سؤال هل استخدامك للانترنت جعلك تمارس القيم التالية في شكل سلوكيات؟ حسب متغير النوع(الذكور).

السؤال: هل استخدامك للانترنت جعلك تمارس القيم التالية في شكل سلوكيات؟					النوع والتكرار والنسبة	القيم مضمنة في سلوكيات ايجابية					
النوع											
ذكر(ن=167)					لا أوافق بشدة	لا أوافق	محايد	أوافق	أوافق بشدة		
1	2	3	4	5							
ك	ك	ك	ك	ك	ك	ك	ك	ك	ك		
%	%	%	%	%	%	%	%	%	%		
1	أتواصل في الانترنت مع أناس يشجعون على التفوق والنجاح.	12	27	10	62	56	07.18	16.16	05.98	37.12	33.53
2	ساعدتني الانترنت على تنظيم وقتي من خلال مزايا التطبيقات التي اشترك فيها.	32	29	35	67	04	19.16	17.36	20.95	40.12	02.39
3	الانترنت لم تجعل أحدث في الموضوعات المخلة بالآداب والأخلاق.	11	24	47	47	38	06.58	14.37	28.14	28.14	22.75
4	جعلتني الانترنت أكثر التزاماً و معرفة بقضايا الدين الإسلامي.	-	30	16	83	38	-	17.96	09.58	49.70	22.75
5	تجاري على الانترنت جعلتني أشعر بالاستقلالية.	32	25	39	65	06	19.16	14.97	23.35	38.92	03.59
6	عندما أشارك في الحوارات عبر الانترنت أرغب في أن أتحمل مسؤولية آرائي و موافقي.	17	-	19	96	35	10.18	-	11.37	57.48	20.95
7	أتواصل في الانترنت مع أصحاب الديانات الأخرى بما يتفق وسماحة الإسلام.	05	14	43	80	25	02.99	08.38	25.74	47.90	14.97
8	لا أتداول صوراً ومعلومات عن الآخرين عبر الانترنت دون علمهم.	04	08	36	49	70	02.39	04.79	21.55	29.34	41.91
9	أقبل رأي الآخر وأسمح له بتوضيحه بكل حرية في مواقع الانترنت.	09	25	10	96	27	05.39	14.97	05.98	57.48	16.16
10	أحب المشاركة في الحملات التطوعية التي يروج لها على الانترنت .	27	16	46	51	27	16.16	09.58	27.54	30.53	16.16
11	أتعلم كثيراً من مستخدمي للانترنت.	-	31	05	88	43	-	18.56	02.99	52.69	25.74
12	أتفاعل بايجابية واحترام مع مستخدمي الانترنت.	09	17	25	98	18	05.38	10.17	14.97	58.68	10.77

36	45	61	13	12	13	الانترنت زادت من ارتباطي واعتزازي بوطني.
21.55	26.94	36.52	07.78	07.18		
09	51	33	20	54	14	أفضل الانشغال بأصدقاء الفايسبوك على الخروج مع الأصدقاء الفعليين.
05.38	30.53	19.76	11.97	32.33		
52	87	22	06	-	15	أقول الصدق أثناء حواراتي على الانترنت.
31.13	52.09	13.17	03.59	-		
14	70	31	29	23	16	زادت قدراتي الابتكارية والإبداعية في حياتي الجامعية بفضل الانترنت.
08.38	41.91	18.56	17.36	13.77		
43	45	27	28	24	17	لا أرفض طلبات والدي اليومية بسبب انشغالي باستخدام الانترنت.
25.74	26.94	16.16	16.76	14.37		

من خلال هذا الجدول نلاحظ أن أغلبية أفراد العينة من الذكور أجابوا بـ "أوافق بشدة" أو "أوافق" بحيث أنه وعند جمع النسبتين الخاصتين بكل عبارة متضمنة لسلوك نحصل على نسبة تفوق الأربعين بالمائة، وهذا مقارنة بالذين أبدوا عدم موافقتهم بأن استخدام الانترنت ساعدهم على التصرف بالسلوكيات الايجابية المذكورة ، إذ لم تتعد نسبة إجابتهم الأربعين بالمائة.

من جهة أخرى، فإن السلوك الوحيد الذي لم يوافق عليه أفراد العينة هو فيما يخص سلوك الصداقة الذي جاء في عبارة " أفضل الانشغال بأصدقاء الفايسبوك على الخروج مع الأصدقاء الفعليين"، إذ كانت إجابة أغلبية أفراد العينة بعدم الموافقة عليه، وبلغت في المجموع 44.3 % مقارنة بالذين أبدوا موافقتهم بنسبة 35.91% ورغم ذلك تبقى النسبتان متقاربتين.

كما يمكن أن نلاحظ تواجد نسب عالية للذين أجابوا بعبارة "محايد"، وتمثلت أساسا في العبارة "الانترنت زادت من ارتباطي واعتزازي بوطني"، بنسبة 36.52% وعبارة "الانترنت لم تجعل أتحدث في الموضوعات المخلة بالأداب والأخلاق"، بنسبة 28.14 %، وعبارة "أحب المشاركة في الحملات التطوعية التي يروج لها على الانترنت" بنسبة 27.54، وعبارة "تجاري على الانترنت جعلتني أشعر بالاستقلالية" بنسبة 23.35%، وعبارة "لا أتداول صورا ومعلومات عن الآخرين عبر الانترنت دون علمهم" بنسبة 21.55%، وعبارة "ساعدتني الانترنت على تنظيم وقتي من خلال مزايا التطبيقات التي اشترك فيها" بنسبة 20.95 %، وعبارة " أفضل الانشغال بأصدقاء الفايسبوك على الخروج مع الأصدقاء الفعليين" بنسبة 19.76%، وبطبيعة الحال فإن الحياد في الإجابة هنا قد يعود إلى بعض العوامل منها السن أو المستوى الجامعي أو شخصية المبحوث في حد ذاته، ومدى اكتمالها لتقوم بدورها في المجتمع وفق سلوكيات تتوافق مع متطلبات المجتمع الذي يعيش فيه، كما يمكن أن يعود السبب إلى طبيعة ودوافع استخدام الانترنت، ونوع المحتويات والخدمات التي يلجأ إليها المبحوث غالبا، كما يمكن أن يكون الحياد نوع من التهرب من الإجابة لعدم قدرته على الفصل بين الاتجاه السالب والموجب لأنه قد يرى

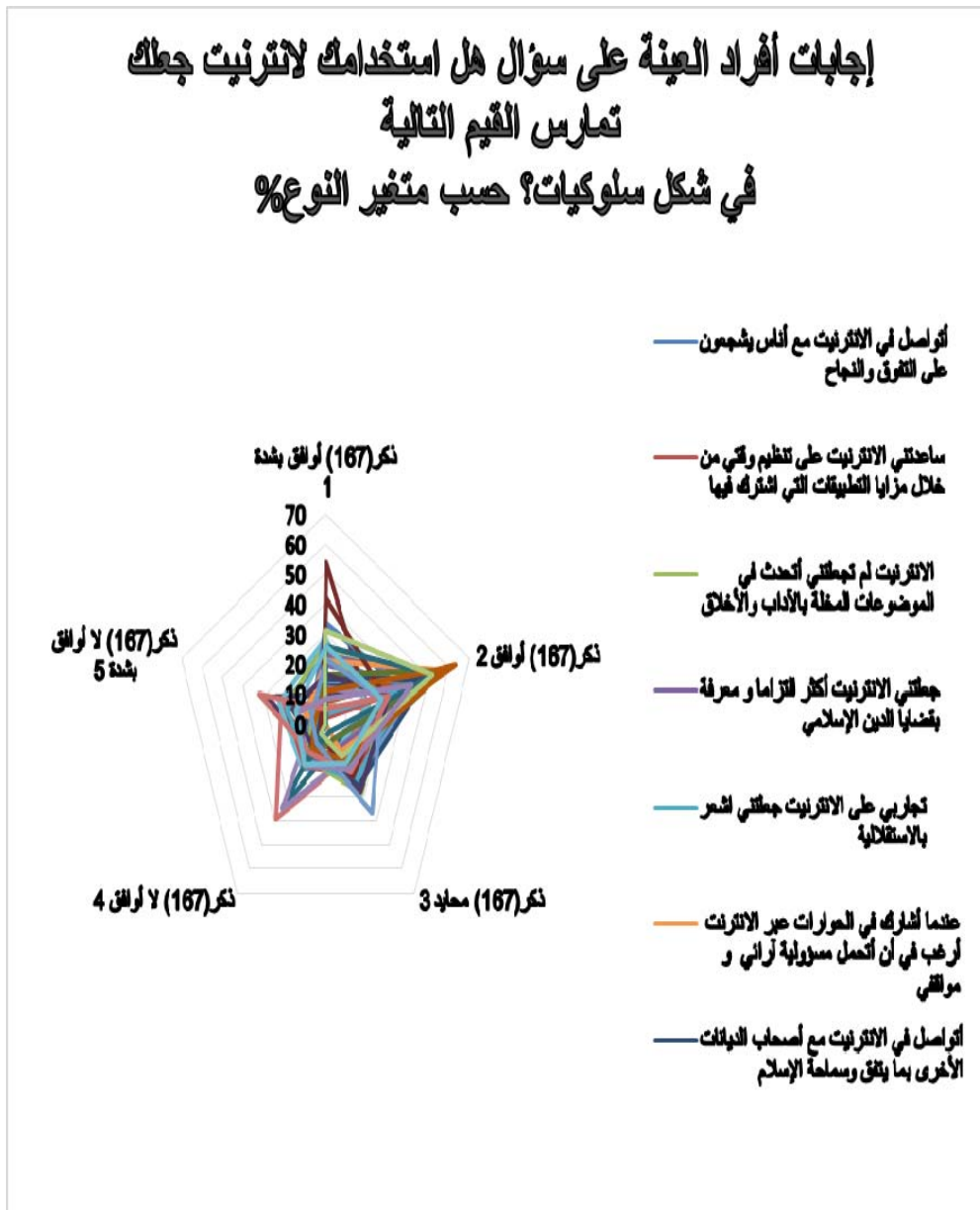


استخدامه للانترنت يتأرجح في الاتجاهين حسب الظروف ومستويات الاستخدام والحالة النفسية التي ترافق ذلك الاستخدام.

كما نلاحظ أن العبارات الممثلة لسلوكيات الناتجة عن قيم: "احترام الأسرة"، و "الابتكار"، و"احترام الوقت وتقديره"، و"الاستقلالية " كانت نسبة عدم الموافقة عليها متقاربة لنسبة الموافقة عليها، وهذا يفسر بأن هذه السلوكيات هي ترجمة للقيم التي جاءت منخفضة في الموافقة بالنسبة لأفراد العينة.

وهذه النتائج فيما يتعلق بالذكور تؤكد افتراضنا بأن سلوكيات الطلبة الجامعيين موجهة أساساً بالقيم وبالمعايير الاجتماعية التي اكتسبوها مع الوقت بفعل عوامل التنشئة الاجتماعية المختلفة، وبالتالي تبقى مؤسسات التنشئة الاجتماعية هي المحدد الرئيسي لسلوكياتهم في الفضاء الاجتماعي، وحتى في الفضاء الافتراضي الذي يتفاعلون فيه.

ويمكن القول بخصوص السلوك الذي لم يوافق عليه أفراد العينة من الذكور، أي الصداقة في العبارة الممثلة لها، بأن النتيجة منطقية بالنظر إلى أن المستخدم يتعامل مفهوم الصداقة في مستويين المستوى الأول: وهو الواقعي (يعني صداقة حقيقية) ، والمستوى الثاني: وهو صداقة افتراضية، وبالتالي الرفض لعبارة سلوك الصداقة هو في الحقيقة تدعيم لمفهوم البيئة والواقع في ممارسة السلوكيات، وهذا حتى ولو كانت هذه الصداقات في بداية الأمر منشأها الفضاء الافتراضي لكن بعدها تترجم إلى جلسات للنقاش الواقعي يحدث في البيئة الحقيقية.



الشكل رقم (77): مخطط راداري إجابات أفراد العينة على سؤال هل استخدامك لانتريبت جعلك تمارس القيم التالية في شكل سلوكيات؟ حسب متغير النوع(الذكور).

الجدول رقم (99): يوضح إجابات أفراد العينة على سؤال هل استخدامك للانترنت جعلك تمارس القيم التالية في شكل سلوكيات؟ حسب متغير النوع(الإناث).

السؤال: هل استخدامك للانترنت جعلك تمارس القيم التالية في شكل سلوكيات؟					النوع والتكرار والنسبة	القيم مضمنة في سلوكيات ايجابية					
النوع											
أنثى(ن=300)					لا أوافق بشدة	لا أوافق	محايد	أوافق	أوافق بشدة		
1	2	3	4	5							
ك	ك	ك	ك	ك	ك	ك	ك	ك	ك		
%	%	%	%	%	%	%	%	%	%		
1	أتواصل في الانترنت مع أناس يشجعون على التفوق والنجاح.	86	26	28	110	50	28.66	08.66	09.33	36.66	16.66
2	ساعدتني الانترنت على تنظيم وقتي من خلال مزايا التطبيقات التي اشترك فيها.	68	24	65	132	11	22.66	08.0	21.66	44.0	03.66
3	الانترنت لم تجعل أتحدث في الموضوعات المخلة بالآداب والأخلاق.	78	50	29	50	93	26.0	16.66	09.66	16.66	31.0
4	جعلتني الانترنت أكثر التزاماً و معرفةً بقضايا الدين الإسلامي.	-	39	97	110	54	-	13.0	32.33	36.66	18.0
5	تجاري على الانترنت جعلتني أشعر بالاستقلالية.	30	62	40	113	55	10.0	20.66	13.33	37.66	18.33
6	عندما أشارك في الحوارات عبر الانترنت أرغب في أن أحمل مسؤولية آرائي و موافقي.	18	43	61	155	23	06.0	14.33	20.33	51.66	07.66
7	أتواصل في الانترنت مع أصحاب الديانات الأخرى بما ينفق وسماحة الإسلام.	38	55	78	95	34	12.66	18.33	26.0	31.66	11.33
8	لا أتناول صور ومعلومات عن الآخرين عبر الانترنت دون علمهم.	-	31	45	43	181	-	10.33	15.0	14.33	60.33
9	أقبل رأي الآخر وأسمح له بتوضيحه بكل حرية في مواقع الانترنت.	-	43	68	170	19	-	14.33	22.66	56.66	06.33
10	أحب المشاركة في الحملات التطوعية التي يروج لها على الانترنت.	106	36	20	119	19	35.33	12.0	06.66	39.66	06.33

29	108	33	130	-	11	أتعلم كثيراً من استخدامي للإنترنت.
09.66	36.0	11.0	43.33	-		
17	196	25	51	11	12	أتفاعل بإيجابية واحترام مع مستخدمي الإنترنت.
05.66	65.33	08.33	17.0	03.66		
30	175	50	34	11	13	الإنترنت زادت من ارتباضي واعتزازي بوطني.
10.0	58.33	16.66	11.33	03.66		
19	37	36	162	46	14	أفضل الانشغال بأصدقاء الفيسبوك على الخروج مع الأصدقاء الفعليين.
06.33	12.33	12.0	54.0	15.33		
63	152	23	62	-	15	أقول الصدق أثناء حواراتي على الإنترنت.
21.0	50.66	07.66	20.66	-		
41	82	36	133	08	16	زادت قدراتي الابتكارية والإبداعية في حياتي الجامعية بفضل الإنترنت .
13.66	27.33	12.0	44.33	02.66		
89	51	21	58	81	17	لا أرفض طلبات والدي اليومية بسبب انشغالي باستخدام الإنترنت.
29.66	17.0	07.0	19.33	27.0		

يظهر لنا من خلال هذا الجدول أن إجابات الإناث متقاربة جداً مع إجابات الذكور، وكانت في الاتجاه الموجب، لكن هناك فارق يمثل في عدم موافقة الإناث على سلوكيين اثنين بالإضافة إلى السلوك الذي لم يوافق عليه الذكور، ويتمثل في السلوك المتمثل في عبارة " أحب المشاركة في الحملات التوعوية التي يروج لها على الإنترنت "، حيث نسبة عدم الموافقة بلغت 47.33% في مقابل 45.99% ممن وافقوا عليه، وسلوك " زادت قدراتي الابتكارية والإبداعية في حياتي الجامعية بفضل الإنترنت"، حيث تمت الموافقة عليه بنسبة 46.99% في مقابل 40.99% ممن لم يوافقوا عليه.

كما أن الإناث أجبن بالسلب فيما يتعلق بسلوك الصداقة المتضمن في عبارة " أفضل الانشغال بأصدقاء الفيسبوك على الخروج مع الأصدقاء الفعليين" مثلن مثل الذكور، أي 69.33% منهم أجبن بعدم الموافقة و 18.66% بالموافقة، وهي نسبة أعلى من نسبة الذكور (44.3%)، وقد يفسر هذا بطبيعة الفتاة التي تحب أن تقض وقتاً طويلاً في تبادل أطراف الحديث مع صديقاتها حول ما يحدث في الواقع المعاش لهذا تجدهن يرفضن البقاء في الصداقات الافتراضية، وبالتالي العمل على إنزالها إلى الواقع الحقيقي الذي يحدث فيه كل شيء.

والملفت للانتباه أن الإناث لم يوافقن كذلك على أحد السلوكيات المهمة في الحياة الجامعية ألا وهو السلوك المرتبط بالابتكار والإبداع، حيث بلغت نسبة اللائي لم يوافقن على العبارة 46.66% في مقابل 40.99% من وافقن عليها، وهذا عكس الذكور الذين وافقوا على العبارة بنسبة 50.29% في مقابل 31.13% ممن لم يوافقوا عليه، وهذا منطقي فالابتكار والإبداع فكرة غير محببة بالنسبة للجنسين

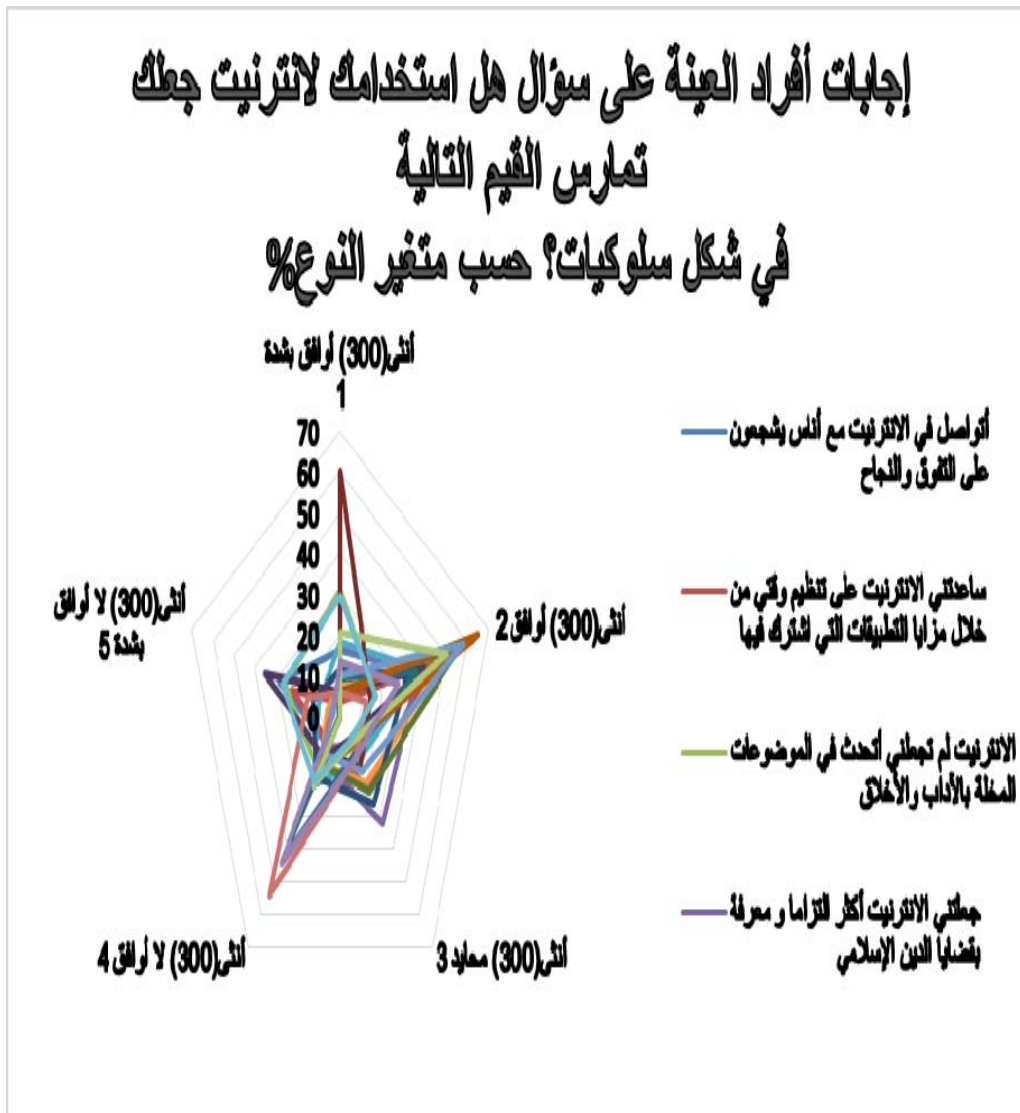
وخاصة بالنسبة للإناث، وهذا حتى إن كانت مرتبطة بوسيلة إبداعية كالانترنت، وفي فضاء مثل الجامعة.

كما نلاحظ أنه هنالك تقارب في بعض العبارات بين الموافقة وعدم الموافقة، ومنها عبارة سلوك الاحتشام " الانترنت لم تجعلن أتحدث في الموضوعات المخلة بالآداب والأخلاق." حيث بلغت نسبة الموافقة 47.66% في مقابل 42.66% ممن لم يوافقوا عليه، وهذا بفارق يقدر بـ 5 درجات، وعبارة "أتعلم كثيراً من استخدامي للانترنت"، حيث بلغت نسبة الموافقة 45.66%، و 43.33% ممن لم يوافقوا وهذا بفارق يقدر 2.33 درجة، وهذا في مقابل موافقة قياسية للذكور في هذا السلوك حيث بلغت 78.43% وعبارة سلوك احترام الأسرة " لا أرفض طلبات والدي اليومية بسبب انشغالي باستخدام الانترنت"، حيث بلغت نسبة الموافقة عليها 46.66% في مقابل 46.33%، وبالتالي فالنسبتين تقريبا متطابقتين.

كما يوجد بعض السلوكيات كانت فيها نسبة "محايد" معتبرة ومنها:

عبارة "جعلتني الانترنت أكثر التزاماً و معرفةً بقضايا الدين الإسلامي" بنسبة قدر 32.33%، وعبارة "أقبل رأي الآخر و أسمح له بتوضيحه بكل حرية في مواقع الانترنت" بنسبة حياذ تقدر 22.66% وعبارة "ساعدتني الانترنت على تنظيم وقتي من خلال مزايا التطبيقات التي اشترك فيها" بنسبة تقدر 21.66% وعبارة عندما "أشارك في الحوارات عبر الانترنت أرغب في أن أتحمّل مسؤولية آرائي وموافقي" بنسبة تقدر 20.33%.

وعليه، نستنتج من خلال هذه النتائج أن متغير النوع لا يؤثر كثيراً في جعل الانترنت تساعد هذه الفئة العمرية من الطلبة الجامعيين على كسب سلوكيات خاصة إذا كانت هذه الأخيرة موجهة بالقيم أساساً، حيث أن هذه النتائج رغم بعض الاختلافات إلا أنها جاءت متقاربة إلى حد بعيد.



الشكل رقم (78): مخطط راداري لإجابات أفراد العينة على سؤال هل استخدامك لانتريبت جعلك تمارس القيم التالية في شكل سلوكيات؟ حسب متغير النوع (الإناث).

الجدول رقم (100): يوضح إجابات أفراد العينة على سؤال هل استخدامك للانترنت جعلك تمارس القيم التالية في شكل سلوكيات؟ حسب متغير السن (الفئة العمرية الأولى).

السؤال: هل استخدامك للانترنت جعلك تمارس القيم التالية في شكل سلوكيات؟					السن والتكرار والنسبة	القيم متضمنة في سلوكيات ايجابية					
السن											
23-17 عاماً (ن=308)					لا أوافق بشدة	لا أوافق	محايد	أوافق	أوافق بشدة		
1	2	3	4	5							
ك %	ك %	ك %	ك %	ك %	ك %	ك %	ك %	ك %			
1	أتواصل في الانترنت مع أناس يشجعون على التفوق والنجاح.	80	37	11	130	50	25.97	12.01	03.57	42.20	16.23
2	ساعدتني الانترنت على تنظيم وقتي من خلال مزايا التطبيقات التي اشترك فيها.	78	31	62	137	-	25.32	10.06	20.13	44.48	-
3	الانترنت لم تجعل أتحدث في الموضوعات المخلة بالآداب والأخلاق.	73	51	28	58	98	23.70	16.55	09.09	18.83	31.81
4	جعلتني الانترنت أكثر التزاماً و معرفة بقضايا الدين الإسلامي.	-	52	70	115	71	-	16.88	22.72	37.33	23.05
5	تجاري على الانترنت جعلتني أشعر بالاستقلالية.	34	47	51	127	49	11.03	15.26	16.55	41.23	15.90
6	عندما أشارك في الحوارات عبر الانترنت أربغ في أن أتحمّل مسؤولية آرائي و موافقي .	23	21	57	158	49	07.46	06.81	18.50	51.29	15.90
7	أتواصل في الانترنت مع أصحاب الديانات الأخرى بما يتفق وسماحة الإسلام.	20	59	86	113	30	06.49	19.15	27.92	36.68	09.74
8	لا أتداول صوراً ومعلومات عن الآخرين عبر الانترنت دون علمهم.	04	39	44	49	172	01.29	12.66	14.28	15.90	55.84
9	أقبل رأي الآخر واسمح له بتوضيحه بكل حرية في مواقع الانترنت.	01	55	29	186	37	0.32	17.85	09.41	60.38	12.01

37	107	42	33	89	أحب المشاركة في الحملات التطوعية التي يروج لها على الانترنت.	10
12.01	34.74	13.63	10.71	28.89		
45	135	-	128	-	أتعلم كثيراً من استخدامي للانترنت.	11
14.61	43.83	-	41.55	-		
11	221	24	48	04	أتفاعل بإيجابية واحترام مع مستخدمي الانترنت.	12
03.57	71.75	07.79	15.58	01.29		
45	161	67	27	08	الانترنت زادت من ارتباطي واعتزازي بوطني.	13
14.61	52.27	21.75	08.76	02.59		
28	69	20	122	69	أفضل الانشغال بأصدقاء الفيسبوك على الخروج مع الأصدقاء الفعليين.	14
09.09	22.40	06.49	39.61	22.40		
59	186	32	31	-	أقول الصدق أثناء حواراتي على الانترنت.	15
19.15	60.38	10.38	10.06	-		
16	118	13	143	18	زادت قدراتي الابتكارية والإبداعية في حياتي الجامعية بفضل الانترنت .	16
05.19	38.31	04.22	46.42	05.84		
78	59	15	84	72	لا أرفض طلبات والدي اليومية بسبب انشغالي باستخدام الانترنت.	17
25.32	19.15	04.87	27.27	23.37		

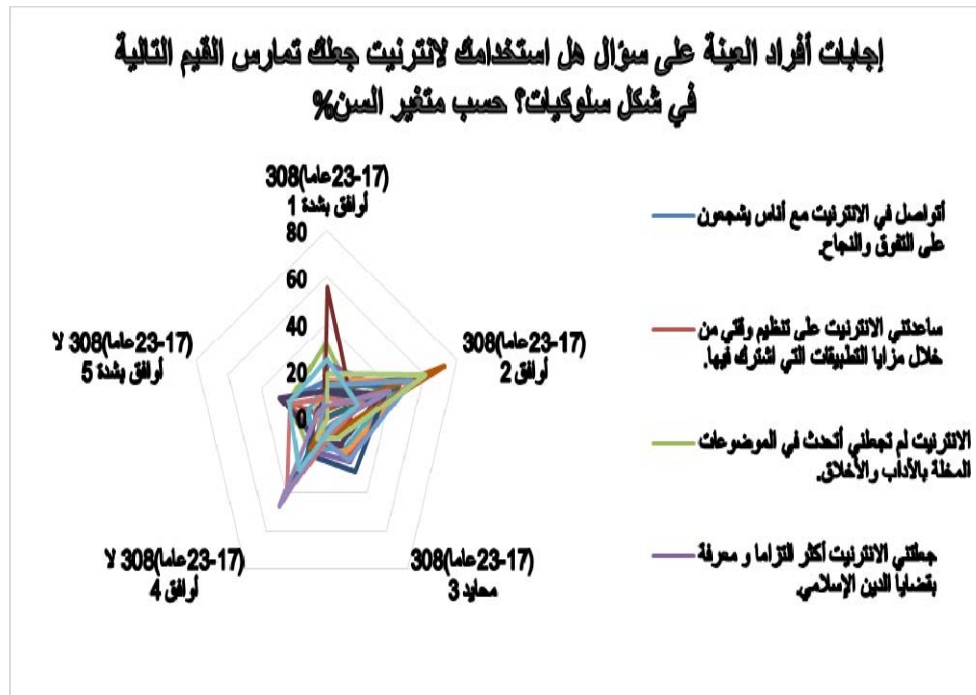
يظهر من خلال هذا الجدول أن أغلبية أفراد الفئة العمرية (17-23 عاما) من العينة صرحوا بموافقتهم على أن الانترنت ساعدتهم على التمسك بالسلوكيات الايجابية المذكورة أعلاه، وذلك بنسب متفاوتة من 79.53% لعبارة " أقول الصدق أثناء حواراتي على الانترنت" كأعلى قيمة، و 44.48% لعبارة "ساعدتني الانترنت على تنظيم وقتي من خلال مزايا التطبيقات التي أشرت فيها " كأدنى قيمة. و لكن أفراد هذه الفئة العمرية عبروا عن عدم موافقتهم فيما يتعلق بسلوك الصداقة المتمثل في عبارة " أفضل الانشغال بأصدقاء الفيسبوك على الخروج مع الأصدقاء الفعليين" وذلك بنسبة 62.01% ممن لم يوافقوا على السلوك في مقابل 31.49% ممن وافقوا عليه، وكذلك سلوك الابتكار المتمثل في عبارة " زادت قدراتي الابتكارية والإبداعية في حياتي الجامعية بفضل الانترنت " بنسبة 52.26% غير موافقين على أن الانترنت جعلتهم يتمسكون بهذا السلوك في مقابل 43.5% ممن وافقوا عليه، وكذلك سلوك احترام الأسرة المتمثل في عبارة " لا أرفض طلبات والدي اليومية بسبب انشغالي باستخدام الانترنت" لم يوافق عليه 50.64% من أفراد هذه الفئة العمرية في مقابل 44.47% ممن وافقوا عليه، وهما في الحقيقة نسبتين متقاربتين، ومن ناحية ثانية، هناك نسبة معتبرة من أفراد هذه الفئة العمرية، أيضا من الذين التزموا الحياد في الإجابة، وهذا بنسب متفاوتة حيث بلغت أعلى نسبة 27.92% الخاصة بسلوك التسامح في عبارة " أتواصل في الانترنت مع أصحاب الديانات الأخرى بما يتفق وسماحة الإسلام"



تليها 22.72% الخاصة بسلوك الالتزام الديني في عبارة " جعلتني الانترنت أكثر التزاماً و معرفةً بقضايا الدين الإسلامي"، تليها 21.75% الخاصة بسلوك الانتماء و حب الوطن في عبارة " الانترنت زادت من ارتباطي واعتزازي بوطني"، تليها 20.13% الخاصة بسلوك احترام الوقت وتقديره في عبارة " ساعدتني الانترنت على تنظيم وقتي من خلال مزايا التطبيقات التي اشترك فيها"، كما نلاحظ أن أدنى نسبة كانت معدومة مع سلوك طلب العلم في عبارة " أتعلم كثيراً من استخدامي للانترنت"، كما يمكن ملاحظة أن بعض السلوكيات، وبالرغم من أن أفراد الفئة العمرية وافقوا عليها إلا أننا نجد نسبة عدم الموافقة كانت مرتفعة نوعاً ما، وهي سلوك الاحتشام بنسبة 40.25%، وسلوك التعاون بنسبة 39.6%، وطلب العلم 41.55%، وسلوك احترام الوقت 35.38%، وسلوك التفوق بنسبة 37.98%.

كما يمكن أن نورد تفسير خاص بسلوك الصداقة حيث أن أفراد العينة لم يوافقوا عليه لأن الصداقة حسبهم هي الصداقة الحقيقية التي تحدث في البيئة الحقيقية التي يكون فيها التفاعل ملموس غير افتراضي، كما نلاحظ في السلوكيات التي كانت فيها عدم الموافقة نلاحظ كذلك تقارب بين النسبتين أي بين الموافقة على السلوك من عدمه، وهذا مع (الابتكار واحترام الأسرة).

إذن، أفراد هذه الفئة العمرية يعتقدون أن الانترنت تساهم وتكسيهم السلوكيات الايجابية، وبالتالي نستج أن السلوكيات هي نتاج القيم، وبالتالي فهما (أي القيم، والسلوك) في نفس الاتجاه الموجب، رغم وجود بعض الاختلافات في درجة الموافقة وعدم الموافقة من سلوك إلى آخر، بتغير العمر، والسن وغيرها من خصائص هذه الفئة العمرية، وعلى السلوك بالبيئة ككل، مثال (سلوك الابتكار).



الشكل رقم (79): مخطط راداري لإجابات أفراد العينة على سؤال هل استخدامك لانترنت جعلك تمارس القيم التالية في شكل سلوكيات؟ حسب متغير السن (الفئة العمرية الأولى).

الجدول رقم (101): يوضح إجابات أفراد العينة على سؤال هل استخدامك للانترنت جعلك تمارس القيم التالية في شكل سلوكيات؟ حسب متغير السن (الفئة العمرية الثانية).

السن					السؤال: هل استخدامك للانترنت جعلك تمارس القيم التالية في شكل سلوكيات؟
29-24 عاماً (ن=124)					
أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق	لا أوافق بشدة	السن والتكرار والنسبة
5	4	3	2	1	
ك %	ك %	ك %	ك %	ك %	القيم مضمنة في سلوكيات ايجابية
52	24	27	11	10	
41.93	19.35	21.77	08.87	08.06	
15	50	23	14	22	2 ساعدتني الانترنت على تنظيم وقتي من خلال مزايا التطبيقات التي اشترك فيها.
12.09	40.32	18.54	11.29	17.74	
23	38	36	19	08	3 الانترنت لم تجعل أتحدث في الموضوعات المخلة بالآداب والأخلاق.
18.54	30.64	29.03	15.32	06.45	
21	65	21	17	-	4 جعلتني الانترنت أكثر التزاماً و معرفة بقضايا الدين الإسلامي.
16.93	52.42	16.93	13.70	-	
02	31	23	40	28	5 تجاربي على الانترنت جعلتني اشعر بالاستقلالية.
01.61	25.0	18.54	32.25	22.58	
09	62	23	22	08	6 عندما أشارك في الحوارات عبر الانترنت أرغب في أن أتحمّل مسؤولية آرائي و موافقي .
07.25	50.0	18.54	17.74	06.45	
15	53	23	10	23	7 أتواصل في الانترنت مع أصحاب الديانات الأخرى بما يتفق وسماحة الإسلام.
12.09	42.74	18.54	08.06	18.54	
61	31	32	-	-	8 لا أتداول صوراً ومعلومات عن الآخرين عبر الانترنت دون علمهم.
49.19	25.0	25.80	-	-	
09	58	49	-	08	9 أتقبل رأي الآخر واسمح له بتوضيحه بكل حرية في مواقع الانترنت.
07.25	46.77	39.51	-	06.45	

09	53	11	15	36	أحب المشاركة في الحملات التطوعية التي يروج لها على الانترنت.	10
07.25	42.74	08.87	12.09	29.03		
09	56	34	25	-	أتعلم كثيرا من استخدامي للانترنت.	11
07.25	45.16	27.41	20.16	-		
24	50	26	12	12	أنتفاعل بايجابية واحترام مع مستخدمي الانترنت.	12
19.35	40.32	20.96	09.67	09.67		
21	41	28	19	15	الانترنت زادت من ارتباطي واعتزازي بوطني.	13
16.93	33.06	22.58	15.32	12.09		
-	10	49	42	23	أفضل الانشغال بأصدقاء الفيسبوك على الخروج مع الأصدقاء الفعليين.	14
-	08.06	39.51	33.87	18.54		
56	29	12	27	-	أقول الصدق أثناء حواراتي على الانترنت.	15
45.16	23.38	09.67	21.77	-		
25	33	46	11	09	زادت قدراتي الابتكارية والإبداعية في حياتي الجامعية بفضل الانترنت .	16
20.16	26.61	37.09	08.87	07.25		
44	21	33	01	25	لا أرفض طلبات والدي اليومية بسبب انشغالي باستخدام الانترنت.	17
35.48	16.93	26.61	0.80	20.16		

يتضح من خلال هذا الجدول أن الفئة العمرية (24-29 عاما) لا تختلف بصفة معتبرة عن الفئة العمرية السابقة حيث عبر أغلبية أفرادها عن موافقتهم على أن الانترنت جعلتهم أو ساعدتهم على ممارسة السلوكيات المذكورة أعلاه، وتراوحت النسب، أيضا بين 46.77% الخاصة بعبارة سلوك " زادت قدراتي الابتكارية والإبداعية في حياتي الجامعية بفضل الانترنت" كأدنى قيمة، ونسبة 74.19% المتعلقة بعبارة سلوك " لا أتداول صورا ومعلومات عن الآخرين عبر الانترنت دون علمهم" كأعلى قيمة.

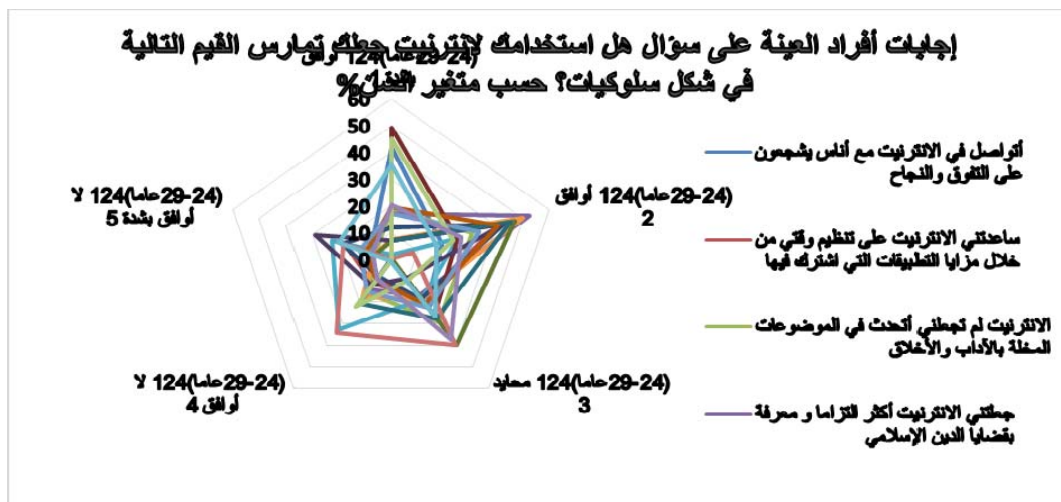
و صرح أفراد هذه الفئة العمرية، أيضا، بعدم موافقتهم على أن الانترنت جعلتهم يمارسون سلوك الاستقلالية المثل في عبارة " تجاربي على الانترنت جعلتني أشعر بالاستقلالية"، وذلك بنسبة 54.83% من عدم الموافقة مقارنة بالذين وافقوا عليه، وكانت نسبتهم 26.61%، وسلوك الصداقة الممثل في عبارة " أفضل الانشغال بأصدقاء الفيسبوك على الخروج مع الأصدقاء الفعليين" بنسبة 52.41% من الموافقة في مقابل 08.06% من الذين لم يوافقوا عليه.

و تختلف هذه الفئة العمرية عن سابقتها، حيث عدم موافقة أفراد هذه الفئة عن سلوك الاستقلالية يمكن تفسيره بنضج هذه الفئة، وبالتالي ترى أن سلوك الاستقلالية هو نتاج لقيمة الاستقلالية التي تنشئ وتتكون منذ الصغر من مؤسسات التنشئة المختلفة وكذا تتطور مع شخصية الفرد في مراحل عمره المختلفة، عكس الفئة الأولى التي وافقت عليه، وبالتالي فهي ترى أنها تحتاج إلى الانترنت من أجل

تطوير وقبول هذا السلوك، كما أن هذه الفئة وافقت على سلوك الابتكار بنسبة ضعيفة نوعاً ما مقارنة بالنسب الأخرى، وهذا كذلك يمكن إرجاعه إلى نضج الفئة ومحاولة توظيف الخصائص الابتكارية للانترنت من أجل تحقيق النجاح في الجامعة، عكس الفئة الأولى التي هي في بداية مشوارها الجامعي وخارجة حديثاً من فترة المراهقة، ولا تولى أهمية للابتكار كقيمة أو كسلوك.

و تجدر الإشارة إلى أنه برغم الخصائص التي تميز هذه الفئة العمرية من سن ومستوى جامعي إلا أن أفرادها عبروا بـ "الحياد" بخصوص بعض السلوكيات، وينسب معتبرة، مثل عبارة "أقبل رأي الآخر" واسمح له بتوضيحه بكل حرية في مواقع الانترنت بنسبة 39.51%، وعبارة الصداقة "أفضل الانشغال بأصدقاء الفايسبوك على الخروج مع الأصدقاء الفعليين". بنفس النسبة، أي أفضل الانشغال بأصدقاء الفايسبوك على الخروج مع الأصدقاء الفعليين 39.51%، وعبارة الابتكار "زادت قدراتي الابتكارية والإبداعية في حياتي الجامعية بفضل الانترنت" و بنسبة 37.09%، وعبارة طلب العلم "أتعلم كثيراً من استخدامي للانترنت" 27.41%، وعبارة احترام الأسرة "لا أرفض طلبات والدي اليومية بسبب انشغالي باستخدام الانترنت" بنسبة 26.61%، وعبارة الاحتشام "الانترنت لم تجعل أتحدث في الموضوعات المخلة بالآداب والأخلاق" بنسبة 29.03%، وعبارة التفوق "أتواصل في الانترنت مع أناس يشجعون على التفوق والنجاح" بنسبة 21.77%، وعبارة احترام الآخرين "أفاعل بإيجابية واحترام مع مستخدمي الانترنت" بنسبة 20.96%، وعبارة الانتماء وحب الوطن "الانترنت زادت من ارتباطي واعتزازي بوطني" بنسبة 22.58%.

إذن، لا يؤثر سن هذه الفئة العمرية في اعتقادهم بأن الانترنت تجعلهم يمارسون السلوكيات الايجابية التالية، ولكن تأثيره يبقى في حدود التفاوت في درجات الاعتقاد، وتختلف هذه الدرجة من سلوك إلى آخر.



الشكل رقم (80): مخطط راداري لإجابات أفراد العينة على سؤال هل استخدامك للانترنت جعلك تمارس القيم التالية في شكل سلوكيات؟ حسب متغير السن (الفئة العمرية الثانية).

الجدول رقم(102): يوضح إجابات أفراد العينة على سؤال هل استخدامك للانترنت جعلك تمارس القيم التالية في شكل سلوكيات؟ حسب متغير السن(الفئة العمرية الثالثة).

السؤال: هل استخدامك للانترنت جعلك تمارس القيم التالية في شكل سلوكيات؟					السن والتكرار والنسبة	القيم مضمنة في سلوكيات ايجابية				
السن										
أكثر من 29 عاماً (ن=35)					لا أوافق بشدة	لا أوافق	محايد	أوافق	أوافق بشدة	
1	2	3	4	5						
ك %	ك %	ك %	ك %	ك %						
1	أتواصل في الانترنت مع أناس يشجعون على التفوق والنجاح.	08	05	-	18	04	22.85	14.28	51.42	11.42
2	ساعدتني الانترنت على تنظيم وقتي من خلال مزايا التطبيقات التي اشترك فيها.	-	08	15	12	-	-	22.85	34.28	34.28
3	الانترنت لم تجعل أتحدث في الموضوعات المخلة بالآداب والأخلاق.	08	04	12	01	10	22.85	11.42	34.28	02.85
4	جعلتني الانترنت أكثر التزاما و معرفة بقضايا الدين الإسلامي.	-	-	22	13	-	-	-	37.14	62.85
5	تجاري على الانترنت جعلتني أشعر بالاستقلالية.	-	-	05	20	10	-	-	57.14	14.28
6	عندما أشارك في الحوارات عبر الانترنت أربغ في أن أتحمل مسؤولية آرائي و موافقي .	04	-	-	31	-	11.42	-	88.57	-
7	أتواصل في الانترنت مع أصحاب الديانات الأخرى بما يتفق وسماحة الإسلام.	-	-	12	09	14	-	-	25.71	34.28
8	لا أتداول صوراً ومعلومات عن الآخرين عبر الانترنت دون علمهم.	-	-	05	12	18	-	-	34.28	14.28
9	أقبل رأي الآخر واسمح له بتوضيحه بكل حرية في مواقع الانترنت.	-	13	-	22	-	-	37.14	62.85	-

10	أحب المشاركة في الحملات التطوعية التي يروج لها على الانترنت.	08	04	13	10	-
		22.85	11.42	37.14	28.57	-
11	أتعلم كثيراً من استخدامي للانترنت.	-	08	04	05	18
		-	22.85	11.42	14.28	51.42
12	أتفاعل بإيجابية واحترام مع مستخدمي الانترنت.	04	08	-	23	-
		11.42	22.85	-	65.71	-
13	الانترنت زادت من ارتباطي واعتزازي بوطني.	-	01	16	18	-
		-	02.85	45.71	51.42	-
14	أفضل الانشغال بأصدقاء الفايسبوك على الخروج مع الأصدقاء الفعلين.	08	18	-	09	-
		22.85	51.42	-	25.71	-
15	أقول الصدق أثناء حواراتي على الانترنت.	-	10	01	24	-
		-	28.57	02.85	68.57	-
16	زادت قدراتي الابتكارية والإبداعية في حياتي الجامعية بفضل الانترنت .	04	08	08	01	14
		11.42	22.85	22.85	02.85	40.0
17	لا أرفض طلبات والدي اليومية بسبب انشغالي باستخدام الانترنت.	08	01	-	16	10
		22.85	02.85	-	45.71	28.57

تجدر الملاحظة في مستهل تحليل هذا الجدول إلى أن عدد ذوي الفئة العمرية ( أكثر من 29 عاماً) محدود جداً فهو 35 مفردة فقط، وبالتالي لا تتطوي نتائجها على دلالة معتبرة، إلا أننا يمكن، على ضوءها ورغم تواضعها أن تقدم لنا تبصرات فيما يخص البحث في إشكالية القيم والسلوكيات وعلاقتها بالإنترنت، ومن ناحية ثانية تكمن أهمية نتائج هذه الفئة العمرية في أنها فئة نضجت وربما لها أسر وعائلات وتعمل في مؤسسات، وبعدها عادت لمقاعد الدراسة بحثاً عن تطوير المستوي وتحسينه، وبالتالي يمكن أن يكون أفرادها أكثر فهماً لمذلول القيم والسلوكيات، وذلك بفضل الخبرات والتجارب التي اكتسبتها في المجتمع، وفي الفضاءات المختلفة التي تفاعلت فيها (الأسرة، الجامعة، مكان العمل، الواقع المعاش ككل...الخ).

وعليه، توضح لنا نتائج هذا الجدول أن الفئة العمرية (أكثر من 29 عاماً) لا تختلف بصفة معبرة عن الفئة الثانية والأولى حيث عبر أغلب أفرادها عن موافقتهم أن الانترنت جعلتهم يكتسبون السلوكيات الإيجابية المذكورة، وتراوحت النسب بين 88.57% الخاصة بسلوك الاستقلالية الممثل في عبارة " تجاربي على الانترنت جعلتن أشعر بالاستقلالية." و34.28% الخاصة بسلوك احترام الوقت الممثل في عبارة " ساعدتني الانترنت على تنظيم وقتي من خلال مزايا التطبيقات التي اشترك فيها".

وصرح أفراد هذه الفئة العمرية، أيضاً، بعدم موافقتهم على سلوكيات الاحتشام الممثل في عبارة " الانترنت لم تجعل أتحدث في الموضوعات المخلة بالآداب والأخلاق"، وذلك بنسبة 34.27% مقارنة بالذين وافقوا وكانت نسبتهم 31.42%، وهما نسبتين متقاربتين، وسلوك التعاون الممثل في عبارة " أحب المشاركة في الحملات التطوعية التي يروج لها على الانترنت" بنسبة 34.27% مقارنة بالذين وافقوا وكانت نسبتهم 28.57%، وسلوك الصداقة المثل في عبارة " أفضل الانشغال بأصدقاء الفايسبوك على الخروج مع الأصدقاء الفعليين" بنسبة 75.27% مقارنة بالذين وافقوا وكانت نسبهم 25.71%.

وتجدر الملاحظة إلى أنه بالرغم الخصائص التي تميز هذه الفئة العمرية من سن ومستوى جامعي وربما خبرة في الحياة الأسرية والمهنية إلا أن أفرادها عبروا بالحياد بخصوص بعض السلوكيات وكانت بنسبة مرتفعة.

ومنها عبارة "جعلتني الانترنت أكثر التزاماً و معرفةً بقضايا الدين الإسلامي" بنسبة 62.85% وعبارة " ساعدتني الانترنت على تنظيم وقتي من خلال مزايا التطبيقات التي اشترك فيها" بنسبة 42.85%، وعبارتي " أتواصل في الانترنت مع أصحاب الديانات الأخرى بما يتفق وسماحة الإسلام." و" الانترنت لم تجعل أتحدث في الموضوعات المخلة بالآداب والأخلاق" بنسبة 34.28% وعبارة " أحب المشاركة في الحملات التطوعية التي يروج لها على الانترنت " بنسبة 37.14%، وعبارة " الانترنت زادت من ارتباطي واعتزازي بوطني " بنسبة 45.71%، وعبارة " زادت قدراتي الابتكارية والإبداعية في حياتي الجامعية بفضل الانترنت " بنسبة 22.85%.

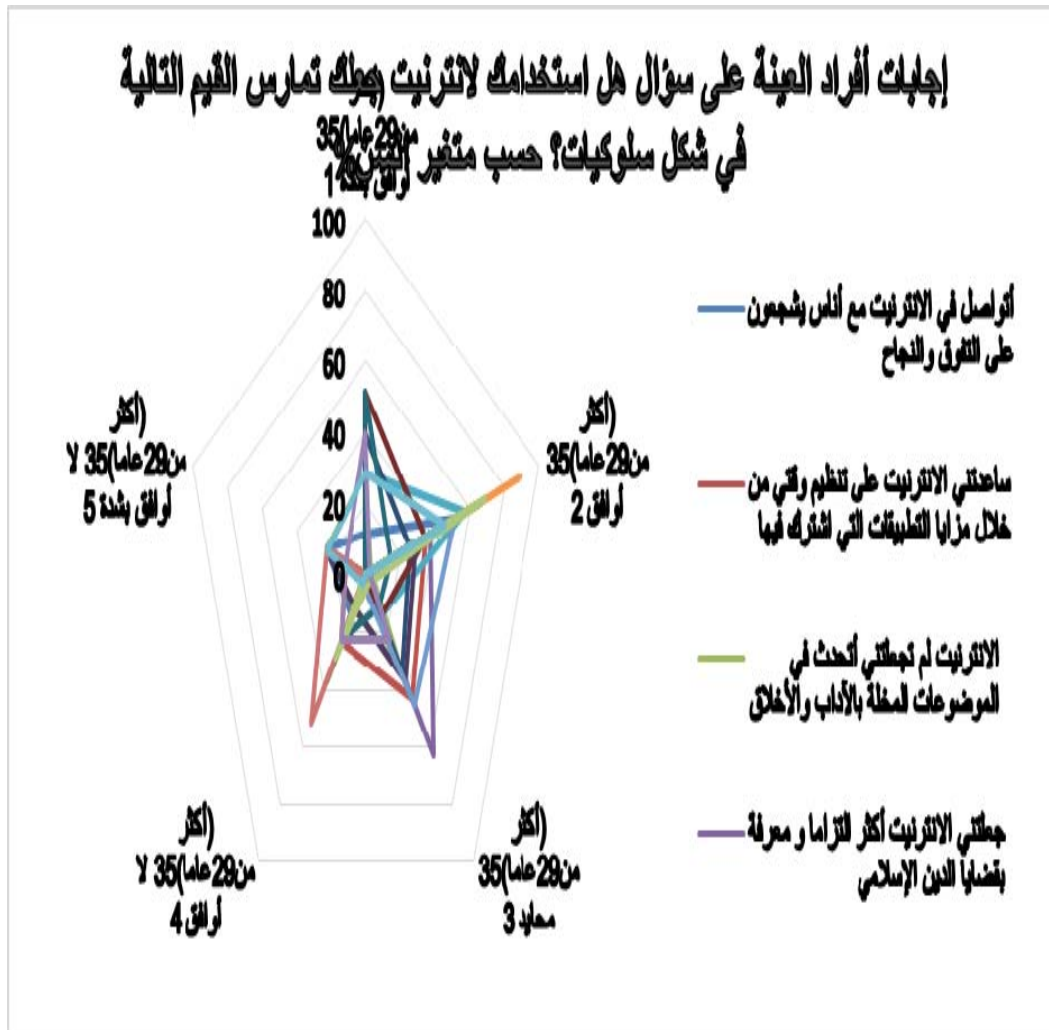
كما أن بعض السلوكيات كانت فيها نسبة الحياد معدومة للعبارات الممثلة لقيم: التفوق، تحمل المسؤولية، الحرية، احترام الآخرين، الصداقة واحترام الأسرة، وهذا يمكن تفسيره بتهرب أفراد هذه الفئة من الإجابات والاختباء وراء عبارة محايد في السلوكيات التي ربما فيها اختلاف بين الفئات وبين طبيعة السلوك وعلاقته بالمنظومات الأخرى مثال (الانتماء وحب الوطن) ، أما القيم والسلوكيات المرتبطة مباشرة بالمستخدم والوسيلة، كتحمل المسؤولية، الحرية فالإجابات كانت فقط بين الموافقة وعدم الموافقة.

إذن، لا يؤثر متغير هذه الفئة في اعتقاد أفراد العينة بأن الانترنت تساعدهم وتجعلهم يقومون بالسلوكيات الايجابية المذكورة، لكن تأثره يبقى في حدود التفاوت في درجات الاعتقاد وكذا مستوى فهم الفئة العمرية للسلوك الناتج عن القيمة، وهذا الأمر يختلف من سلوك إلى آخر.

وأخير فإننا نلاحظ أن الفئات العمرية الثلاثة اتفقت على عدم الموافقة على سلوك الصداقة، بينما الفئة الأولى زادت على هذا السلوك، سلوك الابتكار، واحترام الأسرة، وهذا يمكن تفسيره بعدم نضج الفئة العمرية بالنسبة لاحترام الأسرة لأن الفئة العمرية (17-23عاما) فئة خارجة حديثاً من فترة المراهقة المعروفة باضطراباتها وتمردتها، أما بالنسبة للابتكار فهو ليس مشكل مرحلة عمرية أو مرحلة دراسية بحد ذاتها وإنما هو مشكلة مجتمع ككل.

أما الفئة العمرية الثانية رفضت كذلك سلوك الاستقلالية، وهذا يمكن تفسيره بمستويين، الأول مرتبط بطبيعة الحياة الجامعية التي تفرض المصالح المشتركة بين الطلاب، وبالتالي الفرد يشعر بأنه مرتبط بالآخر ولا يستطيع أن يكون مستقلاً لأن مصالحه تبقى مرهونة بالآخرين وبالتزاماته داخل الجامعة، أما المستوى الثاني قد يفسر بنضج هذه الفئة، وبالتالي فإن الاستقلالية ليست وليدة استخدام الانترنت، وإنما إكسابها للشخصية يبدأ منذ الصغر ويستمر مع التقدم في العمر.

أما الفئة العمرية الثالثة، فرفضت سلوكي الاحتشام والتعاون، وهذا كذلك يمكن تفسيره بعدم قدرة هذه الفئة مسيطرة أشكال التعاون الحديثة التي تنشأ على مستوى الانترنت وتترجم في الواقع المعاش و مثال ذلك (حملة نظافة تبدأ الفكرة في الفايبيوك تم تنقل للواقع، حملة تبرع ..)، أما الاحتشام يمكن تفسيره فيما يعتقد كبار السن من خلال ما يشاهدونه في الشبكة ويقارنونه بما تعلموه و اكتسبوه في مؤسسات التنشئة الاجتماعية المختلفة.



الشكل رقم (81): مخطط راداري لإجابات أفراد العينة على سؤال هل استخدامك لانترنت جعلك تمارس القيم التالية في شكل سلوكيات؟ حسب متغير السن (الفئة العمرية الثالثة).



الجدول (103): يوضح إجابات أفراد العينة على سؤال، هل استخدام الانترنت من طرف أفراد العينة اضعف القيم أو عززها أو بقيت محايدة ؟.

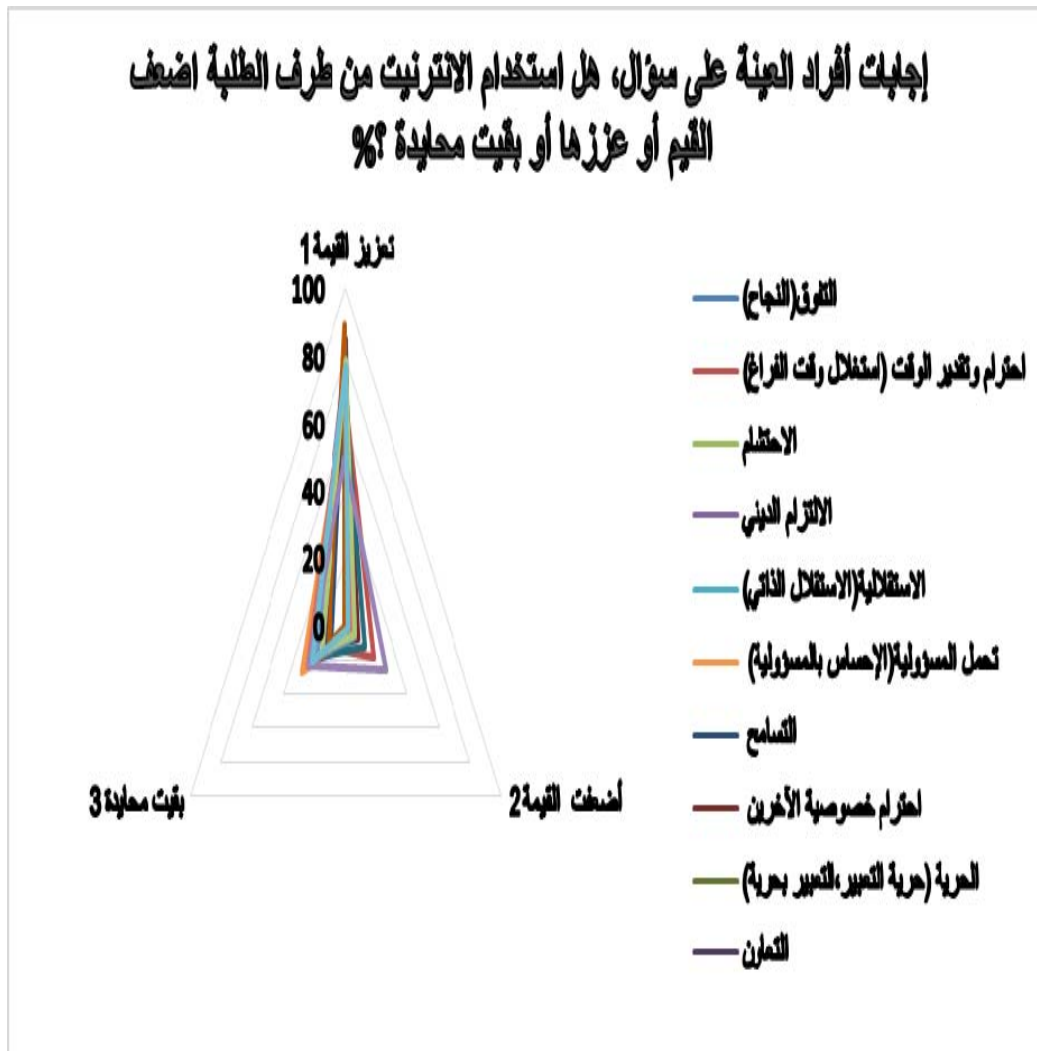
الإجابة						التكرار والنسبة	القيمة
بقيت محايدة		أضعفت القيمة		تعززت القيمة			
3		2		1			
%	ك	%	ك	%	ك		
21.4	100	03.0	14	75.6	353	التفوق	1
12.0	56	18.4	86	69.6	325	احترام وتقدير الوقت	2
18.8	88	7.7	36	73.4	343	الاحترام	3
21.2	99	1.9	09	76.9	359	الالتزام الديني	4
21.6	101	8.4	39	70	327	الاستقلالية	5
27.6	129	5.6	26	66.8	312	تحمل المسؤولية	6
8.8	41	06.0	28	85.2	398	التسامح	7
12.0	56	7.9	37	80.1	374	احترام خصوصية الآخرين	8
22.7	106	6.4	30	70.9	331	الحرية	9
12.4	58	2.4	11	85.2	398	التعاون	10
18.4	86	12.8	60	68.7	321	طلب العلم	11
11.1	52	-	-	88.9	415	حسن التواصل مع الآخر	12
18.8	88	6.4	30	74.7	349	الانتماء وحب الوطن	13
24.2	113	3.6	17	72.2	337	الصدقة	14
15.2	71	06.0	28	78.8	368	الصدق	15
23.8	111	26.1	122	50.1	234	الابتكار	16
21.2	99	1.7	8	77.1	360	احترام الأسرة	17

يتضح لنا من خلال الجدول أعلاه أن جل أفراد العينة يعتقدون أن استخدامهم للانترنت والتعرض لمحتوياتها عزز لديهم القيم المذكورة سلفاً، وتتراوح معظم نسب الإجابة الموجبة بين 50 و 80 بالمائة، إلا أن أعلى النسب سجلت في قيمة "حسن التواصل مع الآخر" بـ 88.9%، وتليها قيمتي "التسامح" و"التعاون" بنسبة 85.2 % لكل منها، ومن جهة أخرى سجلت أدنى نسبة لقيمة "الابتكار" بنسبة 50.1%.

ومن جهة أخرى، نلاحظ أن البعض من أفراد العينة التزموا "الحياد" فيما يخص بعض القيم وينسب معتبرة، وهي قيم: "تحمل المسؤولية" بنسبة 27.6 %، و "الصدقة" 24.2 %، و"الابتكار"

23.8%، و"الحرية" 22.7%، و"الاستقلالية" 21.6%، و"التفوق" 21.4%، و"الالتزام الديني" 21.2%، و"احترام الأسرة" بنفس النسبة السابقة.

ويمكن تفسير هذه النتائج مبدئياً بأن الانترنت لا تؤثر سلباً على قيم أفراد العينة، وإنما تعززها وهذا يعود إلى عدة أسباب منها أن الطلبة مزودين بمكانزمات نفسية واجتماعية وثقافية ودينية تجعلهم يستخدمون الانترنت بصفة انتقائية، ولا يتعرضون إلى المحتويات التي تتنافى مع معتقداتهم وقيمهم الراسخة منذ الصغر، ومن ناحية ثانية فإن أفراد العينة هم من الطلبة الجامعيين الذين يعدون فئة اجتماعية مثقفة تستخدم الانترنت بطريقة الرقابة الذاتية، دون الحاجة إلى الضبط الاجتماعي الذي تمارسه الأسرة أو المجتمع بمؤسساته المختلفة.



الشكل رقم : (82): مخطط راداري لإجابات أفراد العينة على سؤال، هل استخدام الانترنت من طرف أفراد العينة اضعف القيم أو عززها أو بقيت محايدة؟.

الجدول (104): يوضح إجابات أفراد العينة على سؤال، هل استخدام الانترنت من طرف أفراد العينة اضعف القيم أو عززها أو بقيت محايدة؟، حسب النوع.

الإجابة						النوع والتكرار والنسبة	القيمة
النوع							
إناث (ن=300)			ذكور (ن=167)				
3	2	1	3	2	1		
ك %	ك %	ك %	ك %	ك %	ك %		
76 25.33	- -	224 74.66	24 14.37	14 08.38	129 77.24	التفوق	1
42 14.0	65 21.66	193 64.33	14 08.38	21 12.57	132 79.04	احترام وتقدير الوقت	2
27 09.0	31 10.33	242 80.66	61 36.52	5 02.99	101 60.47	الاحتشام	3
37 12.33	- -	263 87.66	62 37.12	9 05.39	96 57.48	الالتزام الديني	4
57 19.0	21 07.0	222 74.0	44 26.34	18 10.77	105 62.87	الاستقلالية	5
89 29.66	21 07.0	190 63.33	40 23.95	05 02.99	122 73.05	تحمل المسؤولية	6
31 10.33	11 03.66	258 86.0	10 05.98	17 10.17	140 83.83	التسامح	7
27 09.0	24 08.0	249 83.0	29 17.36	13 07.78	125 74.85	احترام خصوصية الآخرين	8
75 25.0	21 07.0	204 68.0	31 18.56	9 05.39	127 76.04	الحرية	9
48 16.0	11 03.66	241 80.33	10 05.98	- -	157 94.01	التعاون	10
59 19.66	42 14.0	199 66.33	27 16.16	18 10.77	122 73.05	طلب العلم	11

30	-	270	22	-	145	حسن التواصل مع الآخر	12
10.0	-	90.0	13.17	-	86.82		
26	21	253	62	9	96	الانتماء وحب الوطن	13
08.66	07.0	84.33	37.12	05.38	57.48		
79	-	221	34	17	116	الصدقة	14
26.33	-	73.66	20.35	10.17	69.46		
52	20	228	19	8	140	الصدق	15
17.33	06.66	76.0	11.37	04.79	83.83		
67	101	132	44	21	102	الابتكار	16
22.33	33.66	44.0	26.34	12.57	61.07		
73	-	227	26	8	133	احترام الأسرة	17
24.33	-	75.66	15.56	04.79	79.64		

يتجلى لنا من خلال الجدول أعلاه أن إجابات أغلبية الذكور والإناث كانت متقاربة إلى حد بعيد وكانت في اتجاه تعزيز القيمة (الاتجاه الموجب)، بمعنى أن جل أفراد العينة سواءً كانوا ذكوراً أو إناثاً يعتقدون أن استخدام الانترنت، والتعرض لمحتوياتها عزز لديهم القيم المذكور سابقاً، كما أننا نلاحظ أنه لا توجد فروق ذات دلالة كبيرة، ماعداً بعض القيم المحدودة، وهذا سواءً تعلق بالنوع أو بالعينة ككل. وتتراوح معظم نسب الإجابة الموجبة عند الذكور بين 50 و 95 بالمائة، إلا أن أعلى نسبة سجلت في قيمة "التعاون" بنسبة 94.04%، و تليها قيمة "حسن التواصل مع الآخر" بنسبة 86.82%، وتليها قيمتي "التسامح" و"الصدق" بنسبة 83.83%، ومن جهة أخرى سجلت أدنى قيمة فيما يتعلق بقيمتي "الالتزام الديني" و"الانتماء وحب الوطن" بنسبة 57.48%.

أما عند الإناث فتراوحت نسب الإجابة بين 40 و 90 بالمائة، حيث سجلت أعلى نسبة للتعزيز بالنسبة لقيمة "حسن التواصل مع الآخر" بنسبة 90.0%، تليها قيمة "الالتزام الديني" بـ 87.66%، وتليها قيمة "التسامح" 86.0%، وتليها قيمة "الانتماء وحب الوطن" بنسبة 84.33%، ومن جهة أخرى سجلت أدنى القيم فيما يتعلق بقيمة "الابتكار" 44.0% تليها "تحمل المسؤولية" 63.33%.

وبعض من الفروقات المسجلة في إجابات أفراد العينة لها علاقة بقيمة "الالتزام الديني" التي نجد نسبة "عززت" عند الإناث 87.66% أكبر من تلك عند الذكور 57.48%، وهذا بفارق يفوق 30 درجة، وهذا، ربما يرجع إلى طبيعة الأنتى وظروفها داخل المجتمع والأسرة ما يدفع بها إلى البحث عن كل ما يفيدها في قضايا الدين التي ممكن أن تجد حرجاً في السؤال عنها في الفضاءات الحقيقية، وهذا عكس الذكور الذين هم أكثر ارتباطاً بدور العبادة والمساجد ما يجعلهم في غنى عن ذلك إلا في الحالات

التي في فيها لبس وغموض، لهذا نجد أن فئة الإناث أجبين بأن الانترنت عززت لديهن قيمة "الالتزام الديني" بنسبة أكبر من فئة الذكور.

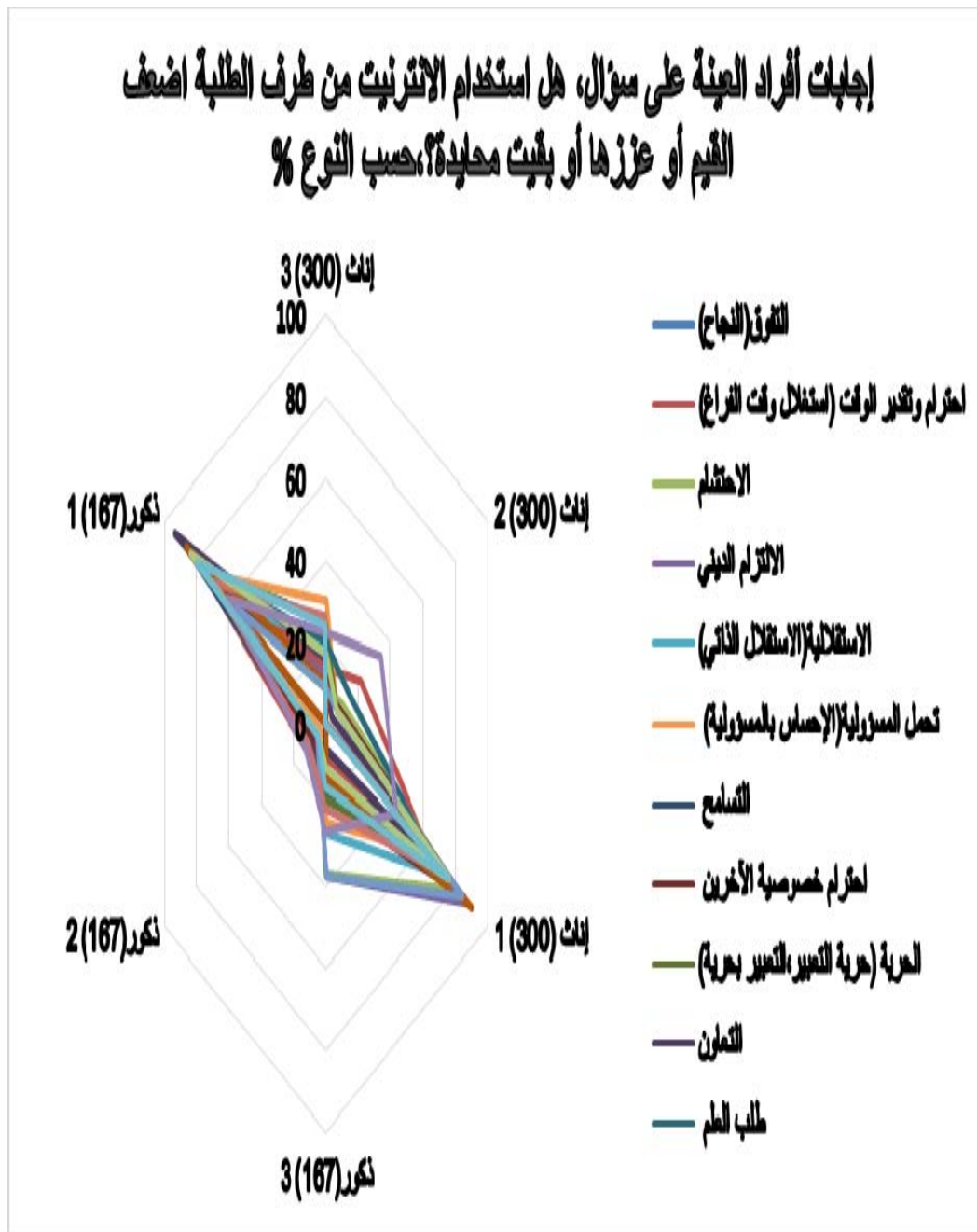
كما نلاحظ أن نسبة تعزيز قيمة "الاحتشام" عند فئة الإناث مرتفعة بالمقارنة مع نسبتها عند فئة الذكور، وهما 80.66% و60.48% على التوالي، وهذا أيضاً قد يعود إلى عوامل التنشئة الاجتماعية والبيئة التي تعيش فيها الأنثى، والتي تتمثل في محافظة الفتاة على هذه القيمة التي تحفظ عفتها وتسلم من انتقادات المجتمع إن أخلت بها، لهذا نجد أن الإناث رأين أن الانترنت بكل ما تحويه من محتويات قد تكون خادشة للحياء إلا أنهن يستخدمنها بطريقة انتقائية تتماشى مع القيمة التي يربنها مهمة في حياتهن.

ومن جهة أخرى، تُظهر النتائج أن نسبة تعزيز قيمة "الانتماء وحب الوطن" مرتفعة عند الإناث مقارنة بنسبتها عند الذكور، وهما على التوالي 84.33% و57.48%، وهنا أيضاً يمكن أن نفسر الفرق الذي تجاوز 26 درجة باعتقاد الإناث أن الانتماء وحب الوطن يمنح لهن الاستقرار ويفتح لهن مجالات كبيرة، خاصة مع ممارسات السلطة في زيادة فرصهن في التوظيف والتمثيل السياسي في الهيئات الإدارية والسياسية، عكس الذكور الذين يعانون من ذلك، وربما فقدان الثقة في المسؤولين وفي مؤسسات الدولة وبالتالي فقدان الثقة في الوطن، وهذا ما ينعكس سلباً على الانتماء كخاصية مهمة في المجتمعات خاصة من خلال ما يلاحظونه في الواقع المعاش أكثر مما تلاحظه الإناث عن نمط الحياة في البلدان الغربية على الأقل على المستويات النظرية، والمقارنة التي يلاحظها الذكور من خلال استخدامهم للانترنت وما يشاهدونه من حولهم، كما أن الانترنت وما تظهره من أشكال ممارسة المواطنة والتضحية في البلدان الغربية قد يكون له الأثر السلبي عن معنى الانتماء وحب الوطن في مجتمعاتنا العربية وهذا خاصة عند فئة الذكور.

كما أن تعزيز قيمة "الابتكار" كانت نسبتها أعلى عند فئة الذكور 61.07% مقارنة بنسبتها عند فئة الإناث 44.0% التي كانت دون الخمسين بالمائة، وهنا يمكن أن نشير أن إجابات أفراد العينة سواء كانوا ذكوراً أو إناثاً أجابوا بأن الانترنت عززت لديهم القيم السالفة الذكر، وينسب تفوق الخمسين بالمائة إلا في حالة قيمة "الابتكار" عند الإناث التي كانت دون ذلك، أي في حدود 44.0%.

و يمكن ملاحظة عند قراءة الجدول أن فئة الإناث كُنَّ "محايدات" بنسب معتبرة بشأن قيم: "التفوق" 25.33%، "الاستقلالية" 19.0%، "تحمل المسؤولية" 29.66%، "الحرية" 25.0%، "طلب العلم" 19.66%، "الصدقة" 26.33%، "الابتكار" 22.33%، "احترام الأسرة" 24.33%، أما باقي القيم فكانت فيها نسبة "الحياد" مقبولة نوعاً ما، كما أن الذكور في إجاباتهم كانوا محايدين بشأن بعض القيم، وينسب مرتفعة: "الاحتشام" 36.52%، "الالتزام الديني" 37.12%، "الاستقلالية" 26.34%، "تحمل المسؤولية" 23.95%، "الانتماء وحب الوطن" 37.12%، "الصدقة" 20.35%، "الابتكار" 26.34%.

وعليه نستنتج أن أفراد العينة، سواءً كانوا ذكوراً أو إناثاً أقروا على أن استخدامهم للانترنت عزز لديهم القيم، ولكن هذا التعزيز يختلف باختلاف القيم وعلاقتها بمتغير النوع، فالإناث أكثر اعتقاداً في قدرة الانترنت على تعزيز قيم: "الاحترام"، "الالتزام الديني"، "الانتماء وحب الوطن"، "احترام خصوصية الآخرين"، أما الذكور يروون أن التعزيز مرتبط أكثر بقيم "الابتكار"، "التعاون"، "تحمل المسؤولية".



الشكل رقم (83): مخطط راداري لإجابات أفراد العينة على سؤال، هل استخدام الانترنت من طرف أفراد العينة أضعف القيم أو عززها أو بقيت محايدة؟، حسب النوع.

الجدول (105): يوضح إجابات أفراد العينة على سؤال، هل استخدام الانترنت من طرف أفراد العينة اضعف القيم أو عززها أو بقيت محايدة؟ ، حسب متغير السن.

الإجابة									السن والتكرار والنسبة
السن									
أكثر من 29 عاماً (ن=35)			29-24 عاماً (ن=124)			23-17 عاماً (ن=308)			
3	2	1	3	2	1	3	2	1	القيمة
ك %	ك %	ك %	ك %	ك %	ك %	ك %	ك %	ك %	
08 22.85	-	27 77.14	12 09.67	05 04.03	107 86.29	80 25.97	09 02.92	219 71.10	1
04 11.42	14 40.0	17 48.57	12 09.67	24 19.35	88 70.96	40 12.98	48 15.58	220 71.42	2
04 11.42	04 11.42	27 77.14	25 20.16	01 0.80	98 79.03	59 19.15	31 10.06	218 70.78	3
12 34.28	-	23 65.71	24 19.35	01 0.80	99 79.83	63 20.45	08 02.59	237 76.94	4
04 11.42	-	31 88.57	45 36.29	01 0.80	78 62.90	52 16.88	38 12.33	218 70.78	5
12 34.28	10 28.57	13 37.14	25 20.16	16 12.90	83 66.93	92 29.87	- -	216 70.13	6
04 11.42	04 11.42	27 77.14	11 08.87	16 12.90	97 78.22	26 08.44	08 02.59	274 88.96	7
04 11.42	-	31 88.57	15 12.09	10 08.06	99 79.83	37 12.01	27 08.76	244 79.22	8
08 22.85	-	27 77.14	01 0.80	01 0.80	122 98.38	97 31.49	29 09.41	182 59.09	9

14	-	21	16	-	108	28	11	269	10
40.0	-	60.0	12.90	-	87.09	09.09	03.57	87.33	
-	12	23	28	04	92	58	44	206	
-	34.28	65.71	22.58	03.22	74.19	18.83	14.28	66.88	11
-	-	35	15	-	109	37	-	271	
-	-	100.0	12.09	-	87.90	12.01	-	87.98	12
12	-	23	14	-	110	62	30	216	
34.28	-	65.71	11.29	-	88.70	20.13	09.74	70.12	13
12	04	19	25	05	95	76	08	224	
34.28	11.42	54.28	20.16	04.03	76.61	24.67	02.59	72.72	14
10	-	25	26	10	88	35	18	255	
28.57	-	71.42	20.96	08.06	70.96	11.36	05.84	82.79	15
10	16	09	30	13	81	71	93	114	
28.57	45.71	25.71	24.19	10.48	65.32	23.05	30.19	37.01	16
14	04	17	41	04	79	44	-	264	
40.0	11.42	48.57	33.06	03.22	63.70	14.28	-	85.71	17

يتجلى من خلال هذا الجدول أن النتائج على العموم لا تظهر فروقات ذات دلالة كبيرة فيما يتعلق بمجمل القيم، وبالنسبة للفئات الثلاثة، لأنها جاءت متقاربة إلى حد بعيد، وتنفوق الثلاثين بالمائة بالنسبة للفئة العمرية الأولى والثلاثة، وتنفوق الستين بالمائة بالنسبة للفئة العمرية الثانية. فكانت أدنى نسبة لتعزيز القيمة بالنسبة للفئة العمرية الأولى لقيمة "الإبداع والابتكار" بنسبة 37.01%، و أعلى نسبة كانت من نصيب قيمة "التسامح" بنسبية تعزيز تقدر 88.66%، أما الفئة العمرية الثانية فأدنى نسبة كانت من نصيب قيمة "احترام الأسرة" 63.70%، و أعلى نسبة كانت من نصيب قيمة "الحرية" 98.38%، أما الفئة العمرية الثالثة، فأدنى قيمة للتعزيز كانت من نصيب قيمة "تحمل المسؤولية" بنسبة 37.14%، و أعلى قيمة كانت من نصيب قيمة "حسن التواصل مع الآخر" بنسبة 100.0%، وهذه الأخيرة هي أعلى قيمة بالنسبة للفئات العمرية الثلاث، إلا أن هناك بعض الفروقات التي تتراوح بين 02 و 37 درجة مئوية، ومنها قيمة "احترام الأسرة" حيث أن نسبة التعزيز أدنى عند الفئة العمرية الثالثة (أكثر من 29 عاماً)، أي 48.57%، بينما نسبة فئة العمرية الثانية (24-29 عاماً)



فقد بلغت 63.70%، بينما الفئة العمرية الأولى (17-23 عاماً) سجلت نسبة معتبرة قدرت بـ 85.71% وبالتالي نلاحظ فرقا كبيرا بين الفئة الأولى والثالثة قدر بـ 37 درجة، وفارق يقدر بـ 15 درجة بين الفئة الثانية والثالثة، وفارق قدر بـ 22 درجة بين الفئة العمرية الأولى والثانية فيما يحص نفس القيمة.

و نفس الشيء بخصوص قيمة "الابتكار" التي سجلت فارقاً معتبراً قدر بـ 28 بين الفئة الثانية والفئة الأولى، إذ أن النسبة عند الفئة الثانية بلغت 65.32%، بينما كانت عند الفئة الأولى 37.01% كما سجل فرقا كبيرا بين الفئات فيما يتعلق بقيمة "الصدقة"، إذ كانت النسبة عند الفئة الأولى 72.72% بينما الفئة الثانية سجلت 76.61%، وهما نسبتان متقاربتان، بينما الفئة الثالثة سجلت نسبة تعزيز تقدر بـ 54.28%، أي بفارق قدر بـ 22 درجة بين الفئة الثانية والثالثة، وفارق قدر بـ 18 درجة بين الفئة الأولى والثالثة.

كما سجل فرق كبير بين الفئات فيما يتعلق بقيمة "الانتماء وحب الوطن"، إذ كانت النسبة عند الفئة الأولى 70.12%، و عند الثانية 88.70%، وعند الثالثة 65.70%، فيصل الفرق بين الفئة الثانية والثالثة إلى 22 درجة، و 18 درجة بين الأولى والثانية.

ونفس الملاحظة كانت بالنسبة للقيمة "الحرية"، حيث كانت النسبة أعلى عند الفئة الثانية و قدرت بـ 98.38%، و لدى الفئة الثالثة 77.14%، بينما الفئة الأولى كانت أدنى منهما وبلغت 59.09% وبالتالي سجلنا فارقاً كبيراً قدر بحوالي 40 درجة بين الفئة الثانية والأولى، وفارق قدر بـ 18 بين الفئة الثالثة والأولى، و فارق قدر بـ 21 درجة بين الفئة الثالثة والثانية.

كما سجل فارق كبير فيما يخص قيمة " تحمل المسؤولية"، حيث كانت النسبة أعلى عند الفئة الأولى و قدرت بـ 70.13%، بينما الفئة الثانية سجلت نسبة قدرت بـ 66.93%، بينما الفئة الثالثة كانت النسبة ضعيفة قدرت بـ 37.14%، بالتالي سجلنا فارقاً بين الفئة الأولى والثالثة قدر بـ 32 درجة مئوية، وفارقاً قدر بـ 29 درجة بين الفئة الثانية والثالثة.

ونفس الشيء بخصوص قيمة "احترام الوقت وتقديره" التي سجلت نسبة تعزيز قدرت بـ 71.42% بالنسبة لفئة العمرية (17-23 عاماً)، بينما بلغت 70.96% بالنسبة للفئة العمرية (24-29 عاماً)، وهما نسبتان متقاربتان إلى حد بعيد، بينما فئة (أكثر من 29 عاماً) سجلت نسبة منخفضة دون الخمسين بالمائة قدرت بـ 48.55%، وهذا بفارق معتبر عن الفئة الأولى والثانية قدر بحوالي 22 درجة.

ويمكن ملاحظة من خلال قراءة الجدول أن أفراد الفئات الثلاث كانوا "محايدين" بشأن بعض القيم، وينسب معتبرة، تختلف من فئة عمرية إلى أخرى، فنسبة الفئة العمرية (أكثر من 29 عاماً) كانوا محايدين بشأن بعض القيم، و كانت أعلى نسبة منها لدى الفئة العمرية (24-29 عاماً) ، والفئة العمرية (17-23 عاماً) على النحو التالي: "التفوق" 22.85%، "الالتزام الديني" 34.28%، "تحمل المسؤولية" 34.28%، "الحرية" 22.85%، "التعاون" 40.0%، "الانتماء وحب الوطن" 34.28%، "الصدقة"

34.28%، "الصدق" 28.57%، "الابتكار" 28.57%، "احترام الأسرة" 40.0%، بالمقارنة مع الفئة العمرية (24-29 عاماً) الذين كانوا "محايدين" بخصوص القيم التالي: "الاحترام" 20.16%، "الالتزام الديني" 19.35%، "الاستقلالية" 36.29%، "تحمل المسؤولية" 20.16%، "طلب العلم" 22.58% "الصدقة" 20.16%، "الابتكار" 24.19%، "احترام الأسرة" 33.06%، كذلك مقارنة مع الفئة العمرية (17-23 عاماً) الذين كانوا "محايدين" بشأن القيم التالية:

"التفوق" 25.97%، "الاحترام" 19.15%، "الالتزام الديني" 20.45%، "تحمل المسؤولية" 29.87%، "الحرية" 31.49%، "الانتماء وحب الوطن" 20.13%، "الصدقة" 24.67%، "الابتكار" 23.05%، ويمكن أن يرجع السبب في هذه الاختلافات إلى متغيرات مرتبطة بالمستوى الجامعي، أو إلى صعوبة إدراك مفهوم ودلالة القيمة، أو إلى شخصية أفراد العينة ووعيهم وإدراكهم لعلاقة القيمة بوسيلة الانترنت، فقد يربطون أغلب القيم بالتجربة والبيئة والواقع المعاش بعيداً عن وسيلة الانترنت، وهذا بحكم تجربتهم وتفاعلاتهم.

ويمكن تفسير هذه الفروقات فيما يتعلق بقيمة "احترام الأسرة"، أنه بالرغم أن هذه القيمة غير مرتبطة بعمر الفرد، وإنما الاحترام يكون منذ الصغر ويستمر حتى الكبر، إلا أن فئة (أكثر من 29 عاماً) يمكن القول عنها أن أفرادها، إما أنهم بحكم ارتباطهم الكبير بالانترنت جعلهم يقصرون في احترامهم لأفراد عائلتهم، أو أنهم يرون أن هذه القيمة لا تنتظر الانترنت لكي تعزز أو تضعف هذه القيمة لديهم أو أنهم لا يرون علاقة بين قيمة "احترام الأسرة" ومحتويات الانترنت، أو أنهم لا يتعرضون إلا إلى المحتويات الانترنت التي لا علاقة لها باحترام الأسرة، أو أن انشغالهم بالانترنت أدى بهم إلى التقصير في حقوق الوالدين، والأولاد والزوجات إن كانوا من المتزوجين، وهذا بالرغم ما يعرف على الانترنت من قدرتها عن الانعزال الأسري والانشغال الذي قد يحدث قطيعة بين الأبناء والآباء، وهذا على خلاف الفئة العمرية (17-23 عاماً) التي قد يكون أفرادها مازالوا يعيشون مع الوالدين، ومتشبعين بهذه القيمة منذ الصغر، وبالتالي يرون في الانترنت أنها لها القدرة على تعزيز هذه القيم لديهم، وهذا ينطبق كذلك على الفئة العمرية (24-29 عاماً) التي تعد فئة عمرية ناضجة تعرف أولوية هذه القيمة لديهم، وربما مازال أفرادها يعيشون مع بعضهم، وبالتالي تفاعلاتهم اليومية تعزز هذه القيمة والانترنت بخصائصها في التواصل تساعد ولها القدرة على ذلك (أي تعزيز القيمة).

وفيما يتعلق بقيمة "الابتكار" يمكن أن نفترض بأن الفئة العمرية (17-23 عاماً) من الأفراد الذين دخلوا الجامعة حديثاً، ولم يلمسوا أن حياتهم الجامعية فيها إبداع وابتكار بحكم ما يشاهدونه ويعشونه يوميا سواء في الجامعة أو البيت، كما أن هذه القيمة لم يدركوها وهم في المرحلة الثانوية، عكس الفئة العمرية (24-29 عاماً) الذين قد يكونون من الطلبة المقبلين على التخرج سواء على مستوى اللسانس أو مستوى الماجستير، و أثناء إعدادهم لهذه المذكرات واستخدامهم للانترنت قد تطورت لديهم هذه القيمة بمعنى أن هذه الفئة أدركت قدرة الانترنت على تعزيز القيمة لديهم، وهذا بفضل تكوينهم أو معارفهم أو

تحاربهم وتفاعلاتهم أثناء انجازهم للإعمال البحثية، وهذا عكس الفئة العمرية (أكثر من 29 عاماً) التي ترى عكس ذلك تماماً، وهذا قد يكون مرتبطاً بمعايشة هذه الفئة للواقع المعاش المتمثل ربما في العمل والحياة الزوجية، وإدراكهم أن هذه القيمة مفقودة في كل المؤسسات، وبالتالي الانترنت لا تعززها لديهم وإنما تضعفها بحكم المحتويات التي يتعرضون لها، وقد تظهر مفارقات عجيبة بين البلدان والشعوب والمنظومات المختلفة ومنها منظومة البحث العلمي. (التعرض لمحتويات الانترنت التي قد تعكس تناقض هذه القيمة بين الجزائر والدول الأخرى)، قد يكون أفرادها لهم عمل ولهم أسر، زيادة على أنهم أكثر إدراكاً ووعياً بالواقع، وبالتالي ينظرون إلى الأشياء برتبة وواقعية دون إبداع أو ابتكار، لأنه الواقع في الجزائر. وفيما يتعلق بقيمة "الصدقة" يمكن أن نفترض أن الفئة العمرية الأولى (17-23 عاماً) والثانية (24-29 عاماً) ترى أن الانترنت عززت لديهم هذه القيمة لأنها ترتبط بالمشاعر والأحاسيس وحب ربط العلاقات مع الآخرين عند الأفراد، بحيث أنه عند الدخول للجامعة يجد الطلبة فضاء جديد يحاولون التأقلم معه، وبالتالي مع التدرج في المستويات الجامعية تزداد الصداقات بحكم الحاجة إليها والانترنت تشجع عليها وتعززها وهذا ما يفسر أن نسبة التعزيز عند الفئة العمرية الثانية أكبر من الفئة العمرية الأولى، ويتناقض عند الفئة العمرية الثالثة إلى نسبة ضعيفة نوعاً ما، وهذا يفسر بكون هذه الفئة يمكن أن تكون لها أعمال وعائلات وصداقات محدودة، وانشغالهم الحقيقي مرتبط بعائلاتهم ووظائفهم، لأنهم أكثر وعياً وإدراكاً للواقع المعاش.

وفيما يتعلق بقيمة "الانتماء وحب الوطن" التي ينظر أفراد الفئة العمرية (أكثر من 29 عاماً) إليها على أنها أقل تعزيراً مقارنة بالفئة العمرية الأولى الثانية، وهذا ربما بفضل معارفهم وتجاربهم وتكوينهم الذي يربطهم بالواقع وبالتالي يقلل من ارتباطهم بالوطن، عكس الفئة العمرية الثانية (24-29 عاماً) التي ترى أن الانترنت تعزز هذه القيمة لديهم، وهذا يمكن أن يرتبط بالمحتويات التي تتعرض لها هذه الفئة التي تعزز لهم حب الوطن والاعتزاز به، ونفس الشيء بالنسبة للفئة الأولى التي مازالت في مرحلة التكوين.

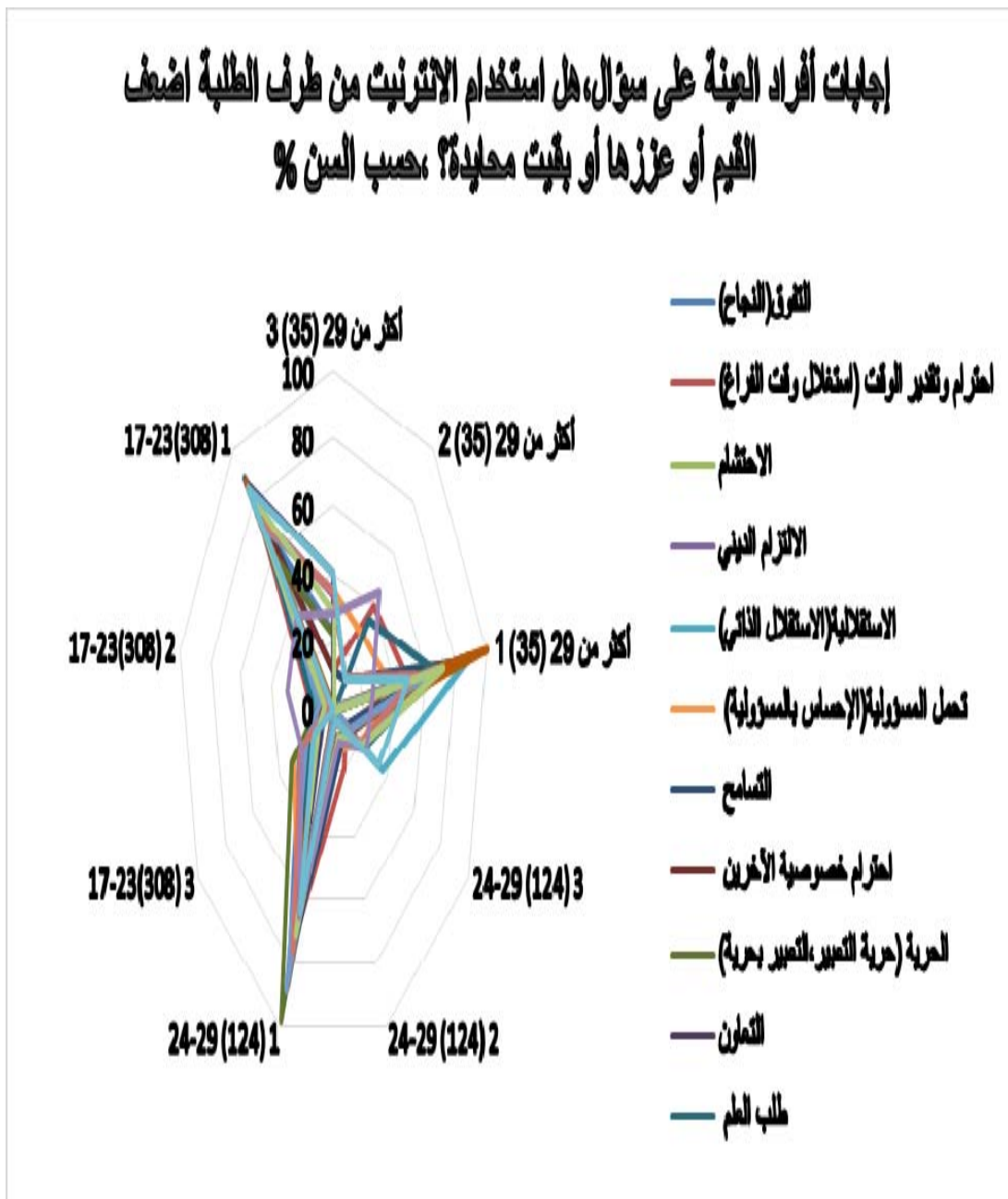
وفيما يتعلق بقيمة "الحرية" يمكن أن نفرض أنه بالرغم أن الانترنت هي فضاء رحب لممارسة الحرية بطرق مختلفة، وفي مسائل وقضايا متعددة، إلا أن الفئة العمرية (17-23 عاماً) سجلت نسبة تعزير ضعيفة مقارنة بالفئتين العمريتين الثانية والثالثة، وهنا يمكن القول عنها أن أفرادها بالرغم من أنهم يستخدمون الانترنت بحرية تامة بعيدة عن أنماط الرقابة التقليدية، إلا أنهم يرون بأن الانترنت لا تعزز قيمة الحرية لديهم، وهذا يمكن تفسيره بكون هذه الفئة ما زالت في بداية مشوارها الدراسي، وبالتالي لا ترى بأنها بمجرد استخدامها للانترنت تشعر بالحرية، خاصة وأنها لم تتبلور لديها ظروف ومقومات الحرية الحقيقية من عمل، وغيرها، وبالتالي وبسبب الارتباط بالدراسة، وهاجس البطالة، وانسداد الآفاق هم أكثر الفئات اعتقاداً أن الانترنت لا تعزز الحرية لديهم، وإنما الانترنت تعزز لديهم حرية افتراضية، وسجلت

الفئة الثانية ارتفاعاً كبيراً من حيث قدرة الانترنت على تعزيز قيمة لديهم، وهنا يمكن تفسيره بكون هذه الفئة أكثر نضجاً ووعياً من سابقتها، ومن المفترض أن تكون لديها الإمكانيات التي تحقق لها الحرية الحقيقية، و إنما الانترنت عززت لديهم الحرية في النقاشات السياسية التي كانت ناقصة في الواقع المعاش، وبالتالي فالانترنت عند هذه الفئة هي تحقيق إضافي لحرية الاجتماعية ، وتتناقص عند الفئة الثالثة وهذا يفترض بحكم طبيعة استخدام الانترنت .

كما أن الفئة العمرية الأولى (17-23 عاماً) هم أقل وعياً وإحساساً بالمسؤولية من الفئتين الثانية والثالثة، وبالتالي فهم يرون أن استعمالهم للانترنت عزز لديهم قيمة "تحمل المسؤولية"، ونلاحظ هنا أنه كلما زادت درجة الوعي والنضج، أصبح تعزيز القيمة من طرف الانترنت ضعيف، وهذا يمكن تفسيره ذلك بافتراض أن أفراد الفئة الثانية والثالثة قد دخلوا عالم الشغل وكونوا أسر، وتفاعلوا مع الواقع وكانت لهم تجارب، وبالتالي فهم لا يرون أن مجرد استخدام الانترنت والتعرض إلى محتوياتها قد يعزز قيمة "تحمل المسؤولية" التي يكون السبب الرئيس في وجودها هو: النضج والتجارب المكتسبة من الواقع. كما نلاحظ أن قيمة "احترام الوقت وتقديره" لا تحظى بالتعزيز الكبير بالنسبة للفئة العمرية الثالثة وهذا يمكن تفسيره بمدى استخدام الانترنت من طرف هذه الفئة، وكذا ارتباطهم بوظائفهم وعائلاتهم إن كانوا من أصحاب الأسر بعيدين عن جعل الانترنت تضعف لديهم هذه القيمة.

ونلاحظ أن القيمة الوحيدة التي لم تحظ بالتعزيز هي قيمة "الابتكار" بالنسبة للفئة العمرية الثالثة (أكثر من 29 عاماً) حيث 25.71% رأوا بأن الانترنت "عززت" هذه القيمة لديهم في مقابل 45.71% رأوا أن الانترنت أضعفت هذه القيمة لديهم، أما 28.57% رأوا بأنها بقيت محايدة ، أما أفراد الفئة العمرية الأولى والثانية رأوا بأنها عززت القيمة لديهم لكن بنسبتي متفاوتتين، فنسبة الفئة الأولى كانت ضعيفة نوعاً ما تقدر بـ 37.01% في مقابل 30.19% رأوا أنها أضعفتها، و 23.05% رأوا بأنها بقيت محايدة، أما الفئة العمرية الثانية فنسبة التعزيز لديهم كانت تتجاوز الستين بالمائة أي 65.32% في مقابل 10.98% رأوا أن الانترنت أضعفت القيمة لديهم، و 24.19% رأوا بأنها بقيت محايدة، وبالتالي فإننا نلاحظ فروقات تقدر 28 درجة بين الفئة الأولى والثانية.

ولكن رغم هذه الاختلافات، نستنتج أن الطلبة الجامعيين باختلافات فئاتهم العمرية يوافقون على أن الانترنت عززت لديهم القيم المذكورة أعلاه، وهذا باختلافات بسيطة مرتبطة بالسن، والفئة العمرية (أكثر من 29 عاماً) هم أقل الفئات اعتقاداً بقدرة الانترنت على تعزيز القيم لديهم وهذا رغم موافقتهم على ذلك.



الشكل رقم (84): مخطط راداري لإجابات أفراد العينة على سؤال، هل استخدام الإنترنت من طرف أفراد العينة اضعف القيم أو عززها أو بقيت محايدة؟ ، حسب متغير السن.

الجدول (106): يوضح إجابات أفراد العينة على سؤال، هل استخدام الانترنت من طرف الطلبة اضعف القيم أو عززها أو بقيت محايدة؟، حسب المستوى الجامعي (جدول خاص بالليسانس وجدول خاص بمستوى الماستر).

1- المستوى الجامعي ليسانس:

الإجابة						المستوى الجامعي والتكرار والنسبة  القيمة	
المستوى الجامعي							
سنة ثالثة ليسانس (ن=149)			سنة ثانية ليسانس (ن=115)				
3	2	1	3	2	1		
ك %	ك %	ك %	ك %	ك %	ك %		
49	09	91	22	04	89	التفوق	1
32.88	06.04	61.07	19.13	03.47	77.39		
21	20	108	16	24	75	احترام وتقدير الوقت	2
14.09	13.42	72.48	13.91	20.87	65.21		
33	12	104	46	10	59	الاحتشام	3
22.14	08.05	69.79	40.0	08.70	51.30		
32	05	112	58	04	53	الالتزام الديني	4
21.47	03.35	75.16	50.43	03.47	46.08		
16	29	104	66	-	49	الاستقلالية	5
10.73	19.46	69.79	57.39	-	42.60		
63	16	70	26	-	89	تحمل المسؤولية	6
42.28	10.73	46.97	22.60	-	77.39		
10	20	119	14	04	97	التسامح	7
06.71	13.42	79.86	12.17	03.47	84.34		
22	08	119	22	20	73	احترام خصوصية الآخرين	8
14.76	05.37	79.86	19.13	17.39	63.47		
58	20	71	18	-	97	الحرية	9
38.92	13.42	47.65	15.65	-	84.34		

10	-	139	29	-	86	التعاون	10
06.71	-	93.28	25.21	-	74.78		
35	30	84	39	06	70	طلب العلم	11
23.49	20.13	56.37	33.91	05.21	60.87		
11	-	138	32	-	83	حسن التواصل مع الآخر	12
07.38	-	92.61	27.82	-	72.17		
32	20	97	47	-	68	الانتماء وحب الوطن	13
21.47	13.42	65.10	40.86	-	59.13		
59	09	81	05	04	106	الصداقة	14
39.59	06.04	54.36	4.34	03.47	92.17		
10	04	135	26	14	75	الصدق	15
06.71	02.68	90.60	22.60	12.17	65.21		
35	59	55	27	12	76	الابتكار	16
23.49	39.59	36.91	23.47	10.43	66.08		
14	-	135	34	04	77	احترام الأسرة	17
09.39	-	90.60	29.56	03.47	66.95		

توضح لنا نتائج هذا الجدول أن أغلبية أفراد العينة من مستوى السنة "الثانية ليسانس" أجابوا بأن الانترنت عززت القيم لديهم، وهذا ما عدا قيمة "الالتزام الديني" التي تحصلت على 46.0% من عبارة "عززت" في مقابل 50.43% التزموا الحياد، وقيمة "الاستقلالية" التي تحصلت على نسبة 42.60% في مقابل 57.39% التزموا الحياد، أما باقي القيم فنسبة تعزيز القيم تجاوزت نسبتها الخمسين بالمائة، فكانت أدنى نسبة لتعزيز القيمة بالنسبة لهذه الفئة من نصيب قيمة "الاحتشام" بنسبة 51.30%، أما أعلى نسبة فكانت من نصيب قيمة "الصداقة" 92.17%.

أما فئة السنة "الثالثة ليسانس" أغلبهم أجابوا بأن الانترنت عززت القيم لديهم باستثناء قيمة "الابتكار" التي تحصلت على نسبة 36.91% من عبارة عززت في مقابل 39.59 أجابوا بأن الانترنت أضعفت هذه القيمة، أما باقي القيم فكانت في الاتجاه الموجب لتعزيز القيم بنسب تفوق الأربعين بالمائة فأدنى نسبة كانت من نصيب قيمة "تحمل المسؤولية" 46.97%، و أعلى نسبة كانت من نصيب قيمة "التعاون" 93.28%.

وهناك فروقات دالة بين أفراد الفئتين فيما يتعلق بالعديد من القيم، إذ أن نسبة "عززت القيمة" بخصوص بعض القيم التي نجد نسبتها أعلى عند فئة السنة "الثالثة ليسانس"، على غرار قيمة "الاحتشام" 69.79%، وقيمة "الالتزام الديني" 75.16%، وقيمة "الاستقلالية" 69.79%، وقيمة "التعاون" 93.28%

و"قيمة حسن التواصل مع الآخر" 92.61%، وقيمة "الصدق" 90.60%، وقيمة "احترام الأسرة" 90.60% والتي نجدها على التوالي عند فئة السنة "الثانية ليسانس" على النحو التالي: قيمة "الاحتشام" 51.30% قيمة "الالتزام الديني" 46.08%، قيمة "الاستقلالية" 42.60%، قيمة "التعاون" 74.78%، قيمة "حسن التواصل مع الآخر" 72.17%، قيمة "الصدق" 65.21%، قيمة "احترام الأسرة" 66.95%.

كما نلاحظ أن نسبة "عززت القيمة" بخصوص بعض القيم كانت أعلى عند فئة السنة "الثانية ليسانس" على غرار قيمة "تحمل المسؤولية" 84.34%، قيمة "الحرية" 84.34%، قيمة "الصدقة" 92.17%، قيمة "الابتكار" 66.08%، والتي نجدها على التوالي عند فئة السنة "الثالثة ليسانس" على النحو التالي: قيمة "تحمل المسؤولية" 46.97%، قيمة "الحرية" 47.65%، قيمة "الصدقة" 54.36%، قيمة "الابتكار" 36.91%.

ويمكن أن نفسر هذه الفروقات بين أفراد الفئتين، بالرغم من أن كلتي الفئتين تعتقدان أن استخدامها للانترنت والتعرض لمحتوياتها عزز لديهما اغلب القيم المذكورة سالفاً ، وهذا يكون أفراد فئة السنة "الثانية ليسانس" أكثر واقعية وعباً من فئة السنة "الثالثة ليسانس" فيما يخص بعض القيم لاعتقادهم الراسخ أن هذه القيم تعزز في الواقع من خلال التجربة ومواجهة الواقع بكل أشكاله وعوامله، أما الانترنت ومحتوياتها فهي تعد فقط إحدى هذه العوامل التي تساهم بطريقة أو بأخرى في تعزيز أو إضعاف القيم بما يتوافق مع شخصية الفرد في قابليته لتغيير القيم أو تغييرها وفقاً لدرجة وعيه ومستواه.

كما أن عدد القيم التي قال عنها أفراد العينة من مستوى السنة "الثانية ليسانس" أن القيمة "بقيت محايدة" هي أكثر من تلك عند مستوى السنة "الثالثة ليسانس" وتمثلت في أغلب القيم (13 قيمة في مقابل 8 قيم)...و"بقيت محايدة"، يمكن تأويلها، ربما، بتجرد مفهوم هذه القيم عند المستويين، وأكثر عند مستوى السنة "الثانية ليسانس"، و هذا بالرغم أننا نتعامل مع فئات متعلمة ممثلة في فئة الطلبة الجامعيين وبالتالي نلاحظ أنه كلما كان المستوى الجامعي أدنى، كلما زاد الغموض حول القيمة.

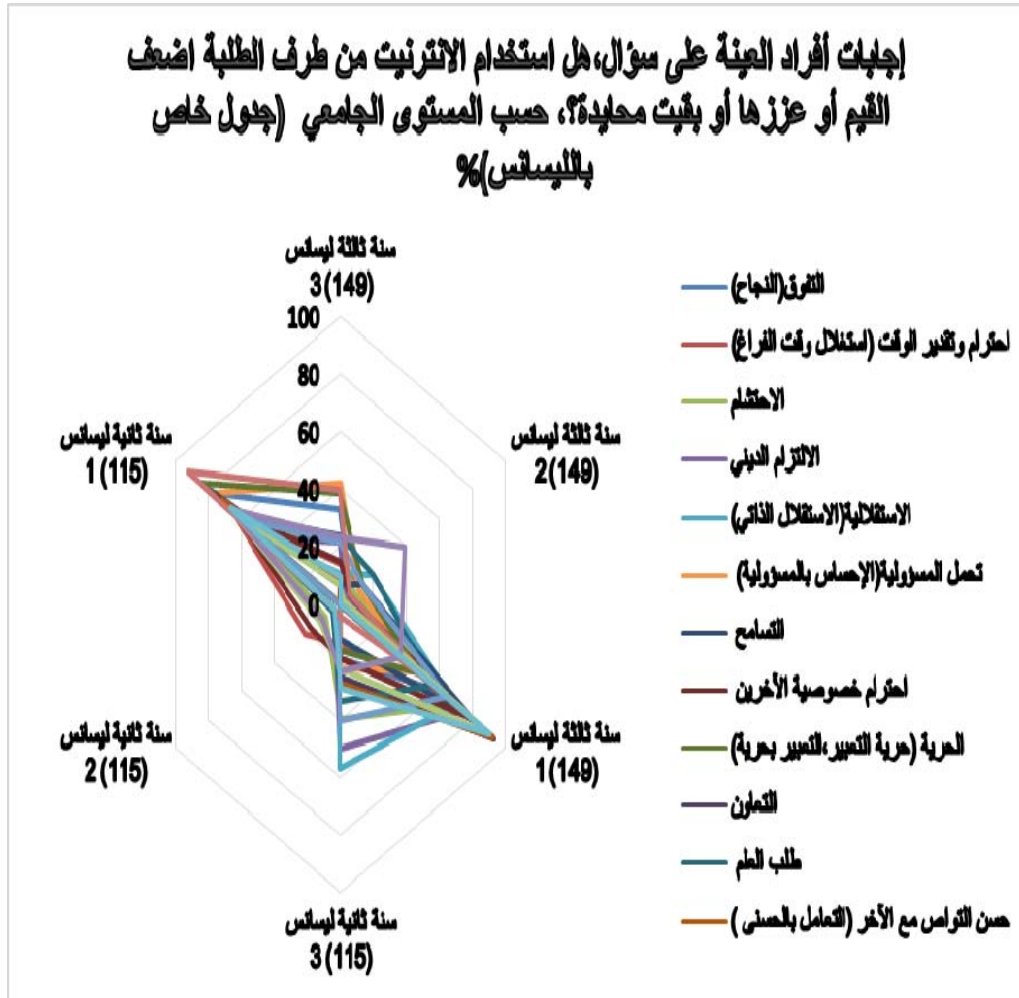
أما فئة السنة "الثالثة ليسانس"، بحكم تجاربهم ومعارفهم التي تؤهلهم ليكونوا واقعيين أكثر، كما يكونون اصطدموا بالعالم الحقيقي الحياة، وبالتالي لديهم قدرات ومهارات تمكنهم من فهم الواقع ومواجهته. وبالتالي فهم يرون بأن الانترنت عززت القيم لديهم، لكنها تبقى غير كافية.

وتجدر الملاحظة إلى أن أغلبية أفراد العينة من المستويين الجامعيين لم يكونوا على اتفاق وبنسب متباعدة فيما يخص كل القيم.

وما يمكن أن نستنتجه من خلال هذا التحليل هو أن متغير المستوى لا يؤثر كثيراً على اعتقاد أن الانترنت تعزز القيم لديهم، حيث أن اغلب أفراد العينة وباختلاف مستوياتهم (ليسانس) قالوا بأن الانترنت ومحتوياتها عززت اغلب القيم لديهم، ماعدا قيمة "الالتزام الديني"، وقيمة "الاستقلالية" عند السنة "الثانية ليسانس"، وقيمة "الابتكار" عند السنة "الثالثة ليسانس".



وقد تدخل هذا المتغير في إحداث بعض الفروقات و التي هي دالة إحصائيا بين المستويين فيما يتعلق بدرجة التعزيز للقيم من فئة لأخرى.



الشكل رقم (85): مخطط راداري لإجابات أفراد العينة على سؤال، هل استخدام الانترنت من طرف أفراد العينة اضعف القيم أو عززها أو بقيت محايدة؟، حسب المستوى الجامعي (ليسانس)

الجدول رقم (107): يوضح إجابات أفراد العينة على سؤال ، هل استخدام الانترنت من طرف الطلبة اضعف القيم أو عززها أو بقيت محايدة؟، حسب المستوى الجامعي(مستوى جامعي ماستر).

الإجابة						المستوى الجامعي والتكرار والنسبة	القيمة
المستوى الجامعي							
سنة ثانية ماستر (ن=69)			سنة أولى ماستر (ن=134)				
3	2	1	3	2	1		
ك %	ك %	ك %	ك %	ك %	ك %		
28 40.57	01 01.45	40 57.97	01 0.74	-	133 99.25	1	التفوق
10 14.49	32 46.37	27 39.13	09 06.71	10 07.46	115 85.82	2	احترام وتقدير الوقت
-	14 20.29	55 79.71	09 06.71	-	125 93.28	3	الاحتشام
-	-	69 100.0	09 06.71	-	125 93.28	4	الالتزام الديني
-	10 14.49	59 85.50	19 14.17	-	115 85.82	5	الاستقلالية
-	10 14.49	59 85.50	40 29.85	-	94 70.14	6	تحمل المسؤولية
08 11.59	04 05.79	57 82.60	09 06.71	-	125 93.28	7	التسامح
-	09 13.04	60 86.95	12 08.95	-	122 91.04	8	احترام خصوصية الآخرين
-	10 14.49	59 85.50	30 22.38	-	104 77.61	9	الحرية
10 14.49	-	59 85.50	09 06.71	11 08.20	114 85.07	10	التعاون
-	24 05.79	45 65.21	12 08.95	-	122 93.04	11	طلب العلم

08	-	61	01	-	133	حسن التواصل مع الآخر	12
11.59	-	88.40	0.74	-	99.25		
-	10	59	09	-	125	الانتماء وحب الوطن	13
-	14.49	85.50	06.71	-	93.28		
-	04	65	49	-	85	الصداقة	14
-	05.79	94.20	36.56	-	63.43		
18	-	51	17	10	107	الصدق	15
26.08	-	73.91	12.68	07.46	79.85		
20	10	39	29	41	64	الابتكار	16
28.98	14.49	56.52	21.64	30.59	47.76		
10	04	55	41	-	93	احترام الأسرة	17
14.49	05.79	79.71	30.59	-	69.40		

توضح لنا نتائج هذا الجدول أن أغلبية أفراد العينة من مستوى السنة "أولى ماستر" أجابوا بأن الانترنت ومحتوياتها عززت لديهم مجمل القيم المذكورة آنفاً، وهذا بنسبة تفوق الأربعين بالمائة، وسجلت أدنى نسبة " لتعزيز القيمة " عند قيمة "الابتكار" بنسبة 47.76% لدى هذه الفئة، بينما أعلى قيمة كانت من نصيب قيمتي "التفوق"، وقيمة "حسن التواصل مع الآخر" بنسبة مرتفعة جداً تقدر 99.25%، كما أن أغلبية أفراد العينة من السنة "الثانية ماستر" أجابوا بأن الانترنت ومحتوياتها عززت لديهم مجمل القيم، ما عدا قيمة "احترام الوقت وتقديره" وذلك بنسبة 39.13%، وهذا بنسبة تفوق الخمسين بالمائة، كما سجلت أدنى نسبة عند قيمة "الابتكار" بنسبة 56.52%، بينما كانت أعلى نسبة من نصيب قيمة "الالتزام الديني" 100.0%.

وهناك فروقات دالة بين أفراد الفئتين فيما يتعلق بالعديد من القيم: إذ أن نسبة "عززت القيمة" بخصوص بعض القيم التي نجد نسبتها أعلى عند فئة السنة "أولى ماستر"، على غرار قيمة "التفوق" 99.25%، وقيمة احترام وتقديره 85.82%، وقيمة "طلب العلم" 93.04%، والتي نجدها على التوالي عند فئة السنة "الثانية ماستر" على النحو التالي: قيمة "التفوق" 57.97%، وقيمة "احترام وتقدير الوقت" 39.13%، وقيمة "طلب العلم" 65.21%.

كما نجد قيمة "الصداقة" نسبتها أعلى عند فئة السنة "الثانية ماستر" حيث بلغت نسبة "عززت القيمة" بالنسبة لقيمة "الصداقة" 94.20%، بينما بلغت نسبة 63.43% عند فئة السنة "أولى ماستر" وهذا بفارق يقدر ب30 درجة.

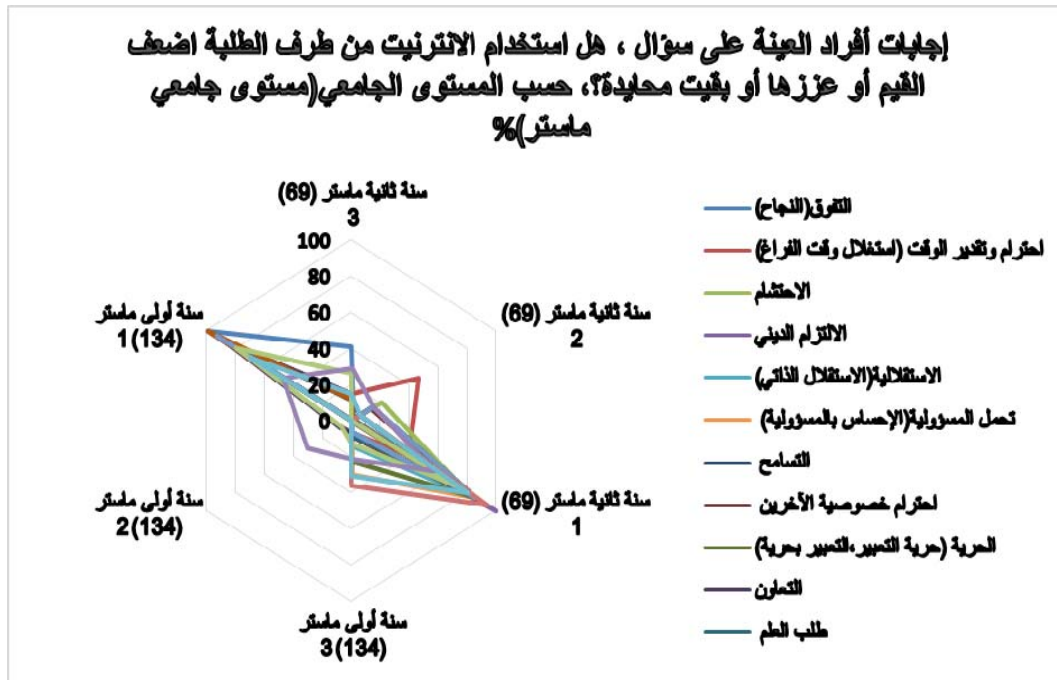
ويمكن تفسير هذه الفروقات بين أفراد الفئتين، بالرغم من أن كلتي الفئتين تعتقدان أن استخدام الانترنت يعزز لديهم القيم المذكورة آنفاً، إلا في حالة قيمة "احترام الوقت وتقديره" بالنسبة لفئة السنة

"الثانية ماستر" التي رأت أن الانترنت أضعفت القيمة لديهم بنسبة 46.37 % في مقابل 39.13 % رأوا بأنها عززت القيمة.

وتجدر الملاحظة إلى أن أغلبية أفراد العينة من المستويين الجامعيين كانوا على اتفاق وبنسب مقارنة فيما يخص قيمتا "الاستقلالية" و"التعاون"، حيث رأى أفراد فئة مستوى السنة "الأولى ماستر" أن قيمة "الاستقلالية" تعززت بنسبة 85.82%، وقيمة "التعاون" بنسبة 85.07% مقابل النسبتين 85.50 % و 85.50% على التوالي لدى فئة السنة "الثانية ماستر".

وهذه النتيجة تدل على أن أفراد الفئتين مشبعين بهاتين القيمتين، بحيث أن التدرج في المستوى الجامعي يتيح للفرد بعضاً من الاستقلالية، وقد تغذيها الانترنت لما تحويه من تطبيقات وخصائص تدعم ذلك، ونفس الشيء بالنسبة للقيمة "التعاون"، بحيث أن حالياً أغلب المبادرات التعاونية والحملات التطوعية سواءً كانت في الجامعة أو خارجها تنطلق من مواقع التواصل الاجتماعي للتعبئة وصولاً لتجسيدها في الواقع المعاش.

كما تجدر الملاحظة إلى أن هناك نسبة معتبرة من أفراد العينة، ومن المستويين الجامعيين الذين أجابوا بعبارة "بقيت محايدة" فيما يتعلق بعض القيم، وهي على النحو التالي بخصوص فئة السنة "أولى ماستر": "تحمل المسؤولية" 29.85%، "الحرية" 22.38%، "الصدقة" 36.56%، "الابتكار" 21.64%، "احترام الأسرة" 30.59%. أما فئة السنة "الثانية ماستر" فصرحوا بعبارة "بقيت محايدة" بخصوص القيم التالية: قيمة "التفوق" 40.57%، قيمة "الصدق" 26.08%، قيمة "الابتكار" 28.98%.



الشكل رقم (86): مخطط راداري لإجابات أفراد العينة على سؤال ، هل استخدام الانترنت من طرف الطلبة اضعف القيم أو عززها أو بقيت محايدة؟، حسب المستوى الجامعي(ماستر).

الجدول (108): يوضح إجابات أفراد العينة على سؤال، هل استخدام الانترنت من طرف الطلبة اضعف القيم أو عززها أو بقيت محايدة حسب الحالة المدنية.

الإجابة									الحالة المدنية والتكرار والنسبة القيمة
الحالة المدنية									
مطلق/مطلقة (ن=12)			متزوج (ن=41)			أعزب/عزباء (ن=414)			
3	2	1	3	2	1	3	2	1	
ك	ك	ك	ك	ك	ك	ك	ك	ك	ك
%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
-	-	12	08	01	32	92	13	309	1
-	-	100.0	19.51	02.43	78.04	22.22	03.14	73.43	
-	-	12	11	04	26	45	82	287	2
-	-	100.0	26.83	09.75	63.41	10.86	19.80	69.32	
-	-	12	11	05	25	77	31	306	3
-	-	100.0	26.83	12.19	60.97	18.59	07.48	73.91	
-	-	12	19	01	21	80	08	326	4
-	-	100.0	46.34	02.43	51.21	19.32	01.93	78.74	
-	-	12	12	-	29	89	39	286	5
-	-	100.0	29.26	-	70.73	21.49	09.42	69.08	
-	-	12	08	01	32	121	25	268	6
-	-	100.0	19.51	02.43	78.04	29.22	06.03	64.73	
-	-	12	-	05	36	41	23	350	7
-	-	100.0	-	12.19	87.80	09.90	05.55	84.54	
-	-	12	-	-	41	56	37	321	8
-	-	100.0	-	-	100.0	13.52	08.93	77.53	
-	-	12	8	-	33	98	30	286	9
-	-	100.0	19.51	-	80.48	23.67	07.24	69.08	
-	-	12	11	-	30	47	11	356	10
-	-	100.0	26.83	-	73.17	11.35	02.65	85.99	
-	-	12	11	12	18	75	48	291	11
-	-	100.0	26.83	29.26	43.90	18.11	11.59	70.29	

-	-	12	-	-	41	52	-	362	
-	-	100.0	-	-	100.0	12.56	-	87.43	12
-	-	12	08	-	33	80	30	304	
-	-	100.0	19.51	-	80.48	19.32	07.24	73.42	13
-	-	12	08	04	29	105	13	296	
-	-	100.0	19.51	09.75	70.73	25.36	03.14	71.49	14
-	-	12	11	-	30	60	28	326	
-	-	100.0	26.83	-	73.17	14.49	06.76	78.74	15
-	-	12	-	16	25	111	106	197	
-	-	100.0	-	39.02	60.97	26.81	25.60	47.58	16
-	-	12	11	04	26	88	04	322	
-	-	100.0	26.83	09.75	63.41	21.25	0.96	77.77	17

تجدر الإشارة في مستهل تحليل هذا الجدول إلى أن نسبة أفراد العينة من فئة "المطلقين" منخفضة جداً تقدر بـ 12 مفردة مما يجعل مقارنتها بالفئات الأخرى غير مجدية، خاصة و أن إجاباتها كانت في اتجاه واحد ممثلة في عبارة "عززت القيمة" بنسبة 100.0% مع مجمل القيم، ولهذا ارتأينا، أنه من الأفضل التركيز في التحليل على الفئتين الأولى والثانية، و رغم ذلك، يمكن أن نشير أنه لا توجد فروقات ذات دلالة كبيرة فيما بين الفئتين الأولى والثانية، فالنسب متقاربة إلى حد بعيد، حيث أجاب أغلبية أفراد العينة بأن الانترنت عززت القيم لديهم بنسبة تفوق الخمسين بالمائة، باستثناء قيمة "الابتكار" التي أجاب عنها أفراد فئة "العزاب" بنسبة 47.58% من "عززت القيمة" لكنها تبقى أكبر من نسبة الذين أجابوا بأنها "أضعفت القيمة" بنسبة 25.60%، وباستثناء كذلك قيمة "طلب العلم" التي أجاب عنها أفراد فئة "المتزوجين" بنسبة 43.90%، من "عززت القيمة" لكنها كذلك تبقى أكبر كذلك من نسبة الذين أجابوا بأنها "أضعفت القيمة" بنسبة 29.26%، وبعض القيم التي سجلت فروقا مهمة في الاتجاه الموجب لتعزيز القيم، مثل: قيمة "الالتزام الديني" التي كانت مرتفعة عند أفراد فئة "العزاب"، ومنخفضة عند أفراد فئة "المتزوجين"، أي، وعلى التوالي 78.74% و 51.21%، وهذه النتيجة تعتبر غير منطقية باعتبار أنه كلما كان الشخص متزوجاً كلما كان متزناً دينياً ونفسياً، وكان محافظاً أكثر و متمسكاً بدينه، ولا يفرض في التزاماته الدينية، عكس فئة "العزاب" الذين نجدهم في حالة لا استقرار قد تؤثر على التزاماتهم الدينية، لكننا نفترض أن يكون سبب هذا الاختلاف مرتبط بأوقات الفراغ لا أكثر، بحيث المتزوجين نجدهم أكثر انشغالاً من فئة "العزاب"، وبالتالي لهم القدرة على تنظيم أوقاتهم وأفكارهم بما يتماشى مع التزاماتهم وضوابطهم الدينية، كما يمكن تفسير هذا الفرق بكون فئة "العزاب" يرون في الانترنت مصدراً للتنقيف الديني والفتوى وغيرها من المسائل الدينية أكثر مما تراه فئة "المتزوجين".

أيضاً، فإن نسبة "تعزيز" قيمة "احترام خصوصية الآخرين" لدى فئة "العزاب" كانت مرتفعة قدرت ب 77.53%، وهي أقل مقارنة بنسبة تعزيز القيمة عند فئة "المتزوجين" التي بلغت نسبة قياسية قدرت ب 100.0%، وهذه النتيجة تعتبر منطقية باعتبار أن المتزوجين هم الأكثر حرصاً على احترام خصوصياتهم، وخصوصية الآخرين، لأن التفريط في هذه القيمة سواءً في الواقع المعاش الحقيقي أو واقع الانترنت الافتراضي سيؤدي إلى تهديم أسر وعائلات، بينما فئة "العزاب"، وخاصة منهم الذكور نجدهم أقل حرصاً على هذه القيمة بحكم علاقاتهم وصدقائهم التي ينشئونها في الفضاء الافتراضي أو الواقعي كما يمكن أن يكون مرتبط بنضج أفراد هذه الفئة، فالمتزوجون هم الأكثر نضجاً من العزاب بحكم تجربتهم ومسؤولياتهم، فهذا الأمر ينشئ لهم استعدادات في التعامل مع الآخرين تكون مبنية على الاحترام المتبادل واحترام الخصوصيات، وهذا سواءً كان تعاملًا مباشراً حقيقياً أو افتراضياً.

كما يظهر الفرق جلياً فيما يتعلق بقيمة "طلب العلم" التي بلغت نسبة "عززت القيمة" فيها عند فئة "العزاب" 70.29%، ولدى فئة "المتزوجين" 43.90%، وهذا يمكن تفسيره بكون فئة "العزاب" تملك الوقت الكافي، والطموح والدافع، لأنها في بداية تكوين حياتها وتتطلع لآفاق مستقبلية مميزة خاصة في مجال الشغل، عكس فئة "المتزوجين" الذي تجدهم في غالب الأحيان قد دخلوا معترك الحياة العملية من قبل.

و تجدر الملاحظة إلى أن أغلبية أفراد العينة كانوا على اتفاق وبنسب متقاربة جداً بخصوص قيمة "الاستقلالية" التي تحصلت على نسبة 69.08% من حيث "عززت القيمة" عند فئة "العزاب" مقابل 70.73% عند فئة "المتزوجين"، ونفس الشيء بالنسبة للقيمتي "الصدقة" و"التسامح" اللتان حصلتا على نسبة 71.49% و 84.54% على التوالي عند فئة "العزاب" في مقابل 70.73% و 87.80% على التوالي لدى فئة "المتزوجين".

و هذه النتيجة تدل على أن "الصدقة" خاصة تشجع الانترنت بفضل خصائصها المتنوعة في الاتصال وربط العلاقات، وبالتالي لا علاقة لها بالحالة المدنية كمتغير على الرغم من أن "العزاب" هم أكثر الفئات إقبالاً على ربط الصداقات، كما يمكن أن تشير أن الصداقة في علاقتها مع الانترنت تتخذ شكلاً مغايراً للصدقة الحقيقية المعاشة في الواقع الحقيقي، بينما قيمتا "الاستقلالية" و"التسامح"، وهما قيمتان مرتبطتان بنضج أفراد العينة وعلاقاتهم بالآخرين، وخاصة عند فئة المتزوجين، كما أن الاستخدام الانتقائي للانترنت و الانفتاح على الآخرين والتواصل مع جميع الناس بمختلف الثقافات والديانات يشجع على هذه القيمة بعيداً حالة المدنية لأفراد العينة.

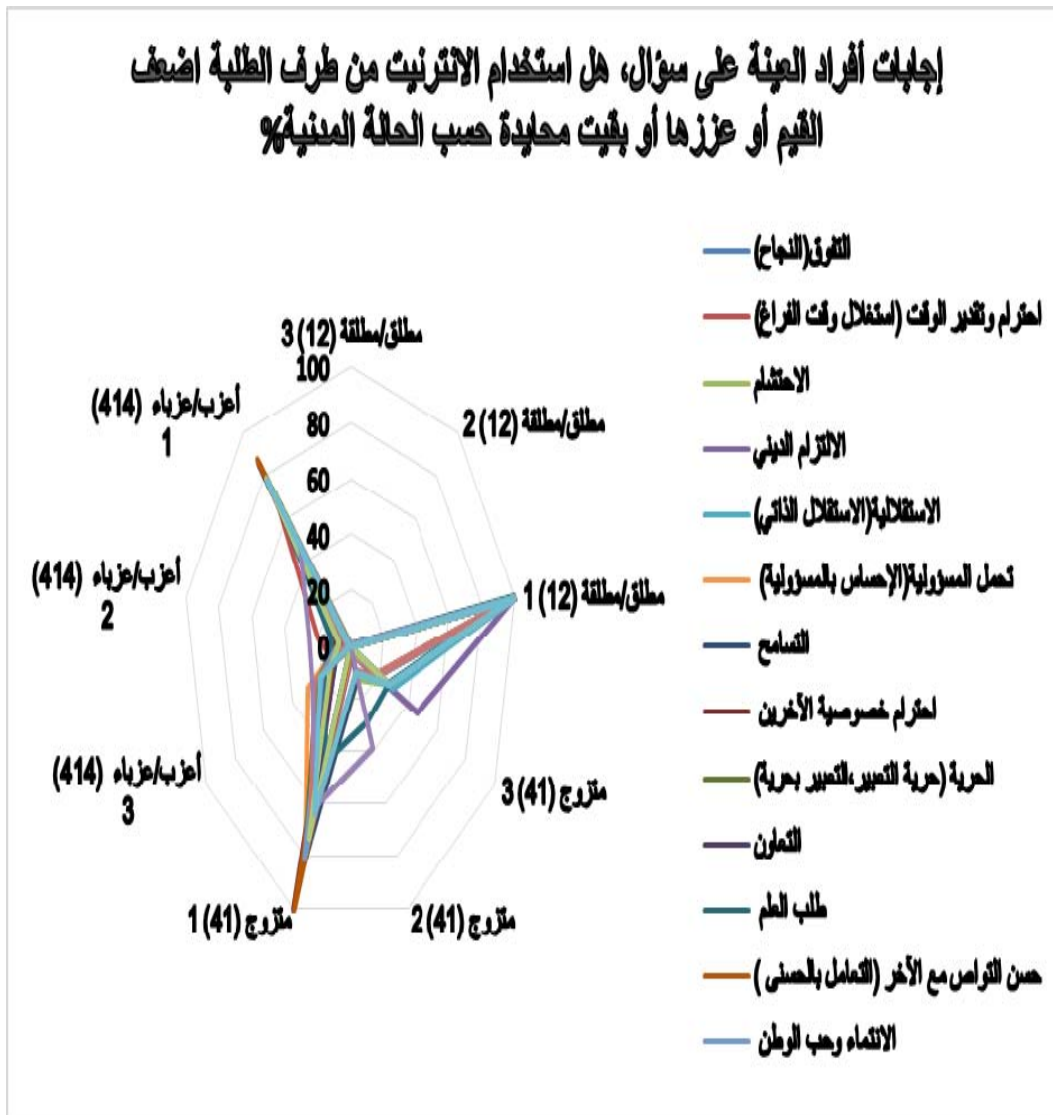
كما تجدر الإشارة إلى أن هناك نسبة معتبرة من أفراد العينة ومن الفئتين الذين أجابوا بأن القيمة "بقيت محايدة" فيما يتعلق ببعض القيم وهي على النحو التالي بخصوص فئة "العزاب": "التفوق" 22.22

%، قيمة "الاستقلالية" 21.49%، وقيمة "تحمل المسؤولية" 29.22%، وقيمة "الحرية" 23.67% و قيمة "الصدقة" 25.36%، و قيمة "الابتكار" 26.81%، و قيمة "احترام الأسرة" 21.25% .  
أما فئة "المتزوجين" فصرحوا بعبارة "بقيت محايدة" بخصوص القيم التالية: قيمة "احترام الوقت وتقديره"، قيمة "الاحترام"، قيمة "التعاون"، قيمة "طلب العلم"، و"قيمة الصدق"، وقيمة "احترام الأسرة"، وهي بنفس النسبة، أي 26.83%، و قيمة "الاستقلالية" 29.26%، كما نجد قيمة "الالتزام الديني" بنسبة مرتفعة من "بقيت محايدة" قدرت ب46.34%. إلا أن هذه النتائج لا تؤثر على الاتجاه العام الموجب لدور الانترنت في تعزيز القيم لدى أفراد العينة .

والتفسير الذي يمكن أن نعطيه لمثل هذه النتائج يتمثل في ثلاث مستويات، الأول: يتمثل في كون القيم مجردة يصعب فهم مدلولها من طرف أفراد العينة الذين أجابوا بهذه الكيفية بالرغم من أنهم من الفئات المثقفة التي تملك المؤهلات العملية لفهم ومعرفة هذه القيم، والمستوى الثاني مرتبط بأنماط الاستخدام والمحتويات التي يتعرض لها أفراد العينة وعلاقتها بالقيم في حد ذاتها، أما المستوى الثالث فيرتبط بتداخل المتغيرات فيما يتعلق بالقيم ككل، فهناك بعض القيم صقلت منذ الصغر بفضل مؤسسات التنشئة المختلفة، فجاءت الانترنت بعدها لتعدل، لتغير، أو لتتمم قيمة كانت موجودة أساساً، وبالتالي يصعب على أفراد العينة الجزم في الإجابة، فيختبئون وراء عبارة "بقيت محايدة" .

وما يمكن أن نستنتجه من خلال هذا التحليل هو أن متغير الحالة المدنية لا يؤثر كثيراً على اعتقاد أفراد العينة أن استخدام الانترنت والتعرض لمحتوياتها عزز القيم لديهم، حيث أن أغلبية أفراد العينة باختلاف حالتهم المدنية قالوا بأن الانترنت عززت لديهم مجمل القيم المذكور سابقاً، لكن يتدخل متغير الحالة المدنية في أحداث بعض الفروقات والتي هي دالة إحصائياً عند فئات الحالة المدنية فيما يتعلق بقيم : "الالتزام الديني"، "احترام خصوصية الآخرين"، "طلب العلم"، "الابتكار" .





الشكل رقم (87): مخطط راداري لإجابات أفراد العينة على سؤال، هل استخدام الانترنت من طرف الطلبة اضعف القيم أو عززها أو بقيت محايدة حسب الحالة المدنية.

الجدول (109): يوضح إجابات أفراد العينة على سؤال، هل استخدام الانترنت من طرف الطلبة اضعف القيم أو عززها أو بقيت محايدة حسب مكان الإقامة.

الإجابة						مكان الإقامة والتكرار و النسبة القيمة	
مكان الإقامة							
الإقامة الجامعية (ن=189)			مع الأولياء(ن=278)				
3	2	1	3	2	1		
ك %	ك %	ك %	ك %	ك %	ك %		
55	-	134	45	14	219	التفوق	1
29.10	-	70.90	16.18	05.03	78.77		
19	52	118	37	34	207	احترام وتقدير الوقت	2
10.05	27.51	62.43	13.30	12.23	74.46		
51	20	118	37	16	225	الاحتشام	3
26.98	10.58	62.43	13.30	05.75	80.93		
55	-	134	44	09	225	الالتزام الديني	4
29.10	-	70.90	15.82	03.23	80.93		
65	26	98	36	13	229	الاستقلالية	5
34.39	13.75	51.85	12.94	04.67	82.37		
48	-	141	81	26	171	تحمل المسؤولية	6
25.39	-	74.60	29.13	09.35	61.51		
15	-	174	26	28	224	التسامح	7
07.93	-	92.06	09.35	10.07	80.57		
27	24	138	29	13	236	احترام خصوصية الآخرين	8
14.28	12.70	73.01	10.43	04.67	84.89		
38	18	133	68	12	198	الحرية	9
20.10	09.52	70.37	24.46	04.31	71.22		
11	11	167	47	-	231	التعاون	10
05.82	05.82	88.35	16.90	-	83.03		
48	22	119	38	38	202	طلب العلم	11
25.39	11.64	62.96	13.66	13.66	72.66		

33	-	156	19	-	259	حسن التواصل مع الآخر	12
17.46	-	82.53	06.83	-	93.16		
55	18	116	33	12	233	الانتماء وحب الوطن	13
29.10	09.52	61.37	11.87	04.31	83.81		
27	8	154	86	9	183	الصداقة	14
14.28	04.23	81.48	30.93	03.23	65.82		
23	20	146	48	8	222	الصدق	15
12.16	10.58	77.24	17.26	02.87	79.85		
73	33	83	38	89	151	الابتكار	16
38.62	17.46	43.91	13.67	32.01	54.31		
37	-	152	62	8	208	احترام الأسرة	17
19.57	-	80.42	22.30	02.87	74.82		

توضح لنا نتائج هذا الجدول أن أغلبية أفراد العينة من فئة "مع الأولياء"، وكذا فئة المقيمين في "الأحياء الجامعية" أجابوا بأن الانترنت "عززت" لديهم مجمل القيم المذكورة سابقاً، وهذا بنسبة تفوق الخمسين بالمائة، و هذا باستثناء قيمة "الابتكار" 43.91% لكنها أكبر كذلك من نسبة الذين صرحوا أنها "أضعف القيمة" بنسبة 17.46%، وهذا بالنسبة لفئة المقيمين في "الأحياء الجامعية".

و سجلت أعلى نسبة بالنسبة لفئة المقيمين "مع الأولياء" لقيمة "حسن التواصل مع الآخر" بنسبة 93.25%، بينما أدناها كانت من نصيب قيمة "الابتكار" بنسبة 54.31%، بينما فئة المقيمين في "الأحياء الجامعية" سجلت أعلى نسبة لتعزيز قيمة "التسامح" 92.06%، بينما أدناها كان كذلك من نصيب قيمة "الابتكار" بنسبة 43.91%.

و هناك فروق دالة بين أفراد الفئتين فيما يتعلق بالعديد من القيم، وهذه الفروقات تتراوح بين (5- 30) درجة عند أغلب القيم، كما أن نسبة "عززت القيمة" نجد نسبتها أعلى عند فئة المقيمين "مع الأولياء" مقارنة بفئة المقيمين في "الأحياء الجامعية"، على غرار قيمة "الاستقلالية" 82.37% و"قيمة الانتماء وحب الوطن" 83.81%، وقيمة "الاحترام" 80.93%، و"قيمة الصداقة" 65.82% و التي نجدها على التوالي عند فئة المقيمين في "الأحياء الجامعية" على النحو التالي: قيمة "الاستقلالية" 51.85%، و قيمة "الانتماء وحب الوطن" 61.37%، و"قيمة الاحترام" 62.43%، وقيمة "الصداقة" 81.48%، أما باقي القيم فتتراوحت الفروقات بين (01-13) درجة مئوية.

ويمكن أن نفسر هذه الفروقات بين الفئتين، برغم من كلتي الفئتين تعتقدان أن استخدام الانترنت والتعرض لمحتوياتها عزز لديهن القيم المذكورة سابقاً، حيث أن الغربة التي يعيشها الطلبة في الإقامة الجامعية ترفع من درجة قيمة البحث عن الصداقات بحكم التقارب المكاني وفيزيائي بين الطلبة، وكذا

التشارك في الهموم والمشاكل والطموحات ، ونفس الشيء بالنسبة لقيمة "الاستقلالية الذاتية" التي تتعزز بمجرد البعد عن الأسرة والأصدقاء في مكان السكنى، ونفس الحال بنسبة لقيمة "حس الانتماء وحب الوطن"، أما قيمة "الاحتشام" فإننا نعتقد أن النتائج كانت غير منتظرة بحكم أن الإقامة الجامعية كفضاء تتيح للطلبة مساحات واسعة من التحرر بعيداً عن رقابة الأسرة والمجتمع، ونفس الشيء بالنسبة للانترنت كوسيلة افتراضية تتيح للأفراد مساحات لتقنص الأدوار بإنشاء شخصيات افتراضية بعيداً عن الشخصية الحقيقية المتزنة المحتشمة، ولهذا فإننا نفترض أن فئة الطلبة الجامعيين فئة واعية تعرف كيف تتعامل مع مساحات الحرية التي تتاح لها سواء في الجامعة أو في منصات التفاعل الاجتماعي المختلفة.

وتجدر الملاحظة إلى أن أغلبية أفراد العينة من الفئتين كانوا على اتفاق وينسب مقارنة جداً فيما يخص قيمة "الحرية" التي تحصلت على نسبة "تعزيز القيمة" من طرف أفراد فئة المقيمين "مع الأولياء" بنسبة 71.22% مقابل 70.37% عند فئة المقيمين في "الأحياء الجامعية"، وقيمة "الصدق" التي بلغت نسبة "عززت القيمة" عند الفئة الأولى 79.85% في مقابل 77.24% لدى الفئة الثانية. فبالنسبة لقيمة "الحرية" فيمكن تفسيره بكون هذه القيمة عززتها الوسيلة في حد ذاتها بعيداً عن متغير السكن.

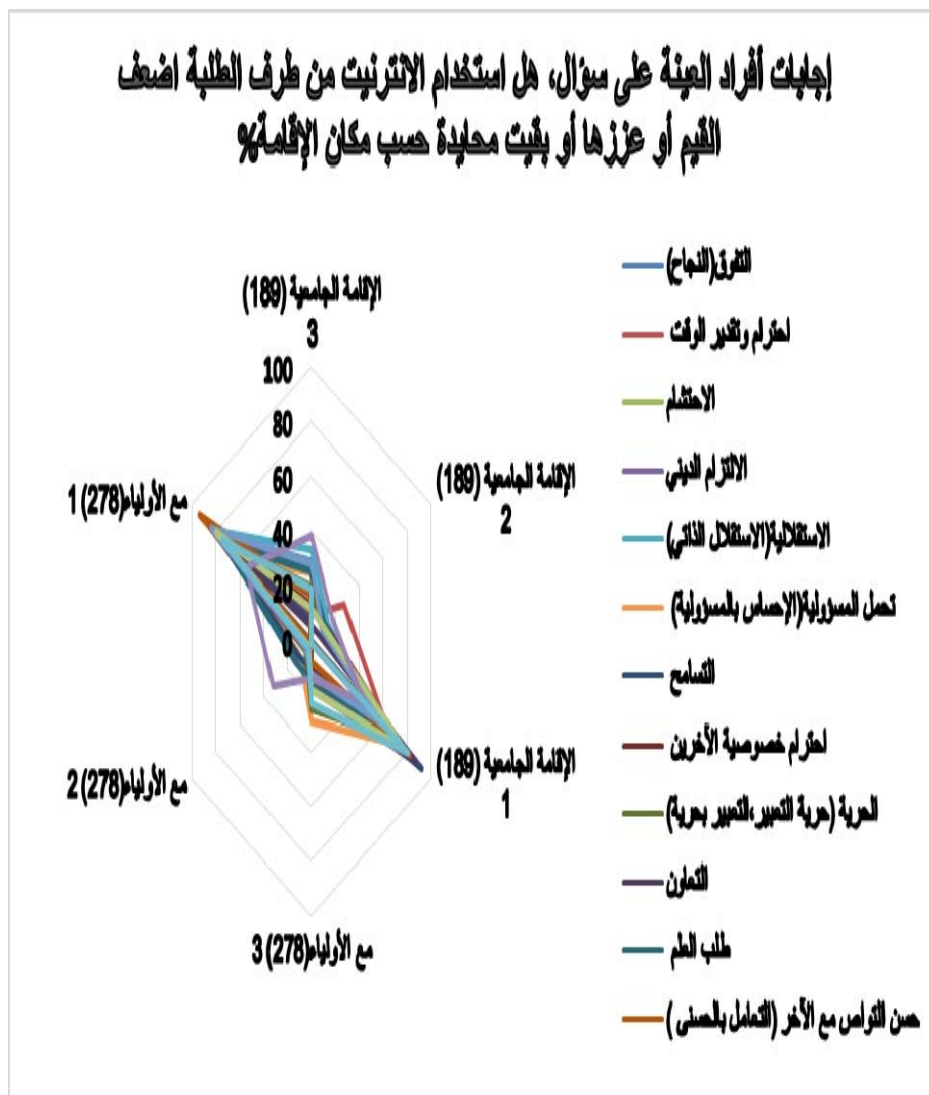
أما قيمة "الصدق" تدل على أن أفراد العينة متشبعون بهذه القيمة بفضل مؤسسات التنشئة الاجتماعية المختلفة انطلاقاً من الأسرة.

كما تجدر الملاحظة إلى أن هناك نسبة معتبرة من أفراد العينة ومن الفئتين الذين أجابوا بعبارة "بقيت محايدة" فيما يتعلق ببعض القيم، وهي على النحو التالي فيما يخص فئة المقيمين "مع الأولياء": قيمة "تحمل المسؤولية" 29.13%، وقيمة "الحرية" 24.46%، وقيمة "الصدقة" 30.93%، وقيمة "احترام الأسرة" 22.30%، أما فئة المقيمين في "الأحياء الجامعية" صرحوا بعبارة "بقيت محايدة" بخصوص القيم التالية: قيمة "التفوق" 29.10%، وقيمة "الاحتشام" 26.98%، وقيمة "الالتزام الديني" 29.10%، وقيمة "الاستقلالية" 34.39%، وقيمة "تحمل المسؤولية" 25.39%، وقيمة "الحرية" 20.10%، وقيمة "طلب العلم" 25.39%، وقيمة "الانتماء وحب الوطن" 29.10%، وقيمة "الابتكار" 38.62%، وقيمة "احترام الأسرة" 19.57%، إلا أن هذه النتائج لا تؤثر على الاتجاه العام الموجب لدور الانترنت في تعزيز القيم لدى أفراد العينة.

والتفسير الذي يمكن أن نعطيه لمثل هذه النتائج هو على مستويين، الأول يتمثل في أن مثل هذه القيم قد تكون مجردة لدرجة يصعب إدراك مدلولها بالنسبة للذين أحابوا بهذه الكيفية من أفراد العينة والثاني مرتبط باستخدام هؤلاء للانترنت ومحتوياتها المتعددة، بمعنى أنهم قد يكونون ممن يستخدمون الانترنت بطريقة انتقائية موجهة، وبالتالي لا يستطيعون بسهولة إقامة الربط بين الانترنت والقيمة، أو أنهم يكونون ممن لا يستخدمون الانترنت كثيراً، وبالتالي أثر الانترنت يكون ضعيف بالمقارنة مع أثر

مؤسسات التنشئة الاجتماعية الأخرى التي تكون حاضرة على الدوام مع الفرد، وفي كل الفضاءات التي يتعامل معها.

وما يمكن أن نستنتج من خلال هذا التحليل هو أن متغير مكان الإقامة لا يؤثر كثيراً على اعتقاد أفراد العينة بأن استخدام الانترنت والتعرض لمحتوياتها عزز لديهم القيم، حيث أن أغلبية أفراد العينة على اختلاف مكان إقامتهم قالوا بأن الانترنت عززت مجمل القيم لديهم دون استثناء، لكن يتدخل متغير مكان الإقامة في إحداث بعض الفروقات والتي هي دالة إحصائياً فيما بين الفئتين ويتعزز هذا الاختلاف بتعدد أبعاد القيم المختلفة.



الشكل رقم (88): مخطط راداري لإجابات أفراد العينة على سؤال، هل استخدام الانترنت من طرف الطلبة اضعف القيم أو عززها أو بقيت محايدة حسب مكان الإقامة.

الجدول (110): يوضح إجابات أفراد العينة على سؤال، هل استخدام الانترنت من طرف الطلبة اضعف القيم أو عززها أو بقيت محايدة؟ حسب منطقة السكن.

الإجابة						منطقة السكن والتركرار والنسبة	القيمة
منطقة السكن							
الريف (ن=228)			المدينة (ن=239)				
3	2	1	3	2	1		
ك %	ك %	ك %	ك %	ك %	ك %		
53	9	166	47	5	187	التفوق	1
23.24	03.94	72.80	19.66	02.09	78.24		
20	50	158	36	36	167	احترام وتقدير الوقت	2
08.77	21.93	69.29	15.06	15.06	69.87		
29	21	178	59	15	165	الاحتشام	3
12.71	09.21	78.07	24.68	06.27	69.03		
40	01	187	59	8	172	الالتزام الديني	4
17.54	0.43	82.01	24.68	03.34	71.96		
59	11	158	42	28	169	الاستقلالية	5
25.87	04.82	69.29	17.57	11.71	70.71		
55	26	147	74	-	165	تحمل المسؤولية	6
24.12	11.40	64.47	30.96	-	69.03		
20	16	192	21	12	206	التسامح	7
08.77	07.01	84.21	08.78	05.02	86.19		
40	28	160	16	09	214	احترام خصوصية الآخرين	8
17.54	12.28	70.17	06.69	03.76	89.53		
53	11	164	53	19	167	الحرية	9
23.24	04.82	71.93	22.17	07.94	69.87		
30	11	187	28	-	211	التعاون	10
13.15	04.82	82.01	11.71	-	88.28		
65	22	141	21	38	180	طلب العلم	11
28.50	09.64	61.84	08.78	15.90	75.31		

12	حسن التواصل مع الآخر	225	14	-	190	38	-
		94.14	05.85	-	83.33	16.33	-
13	الانتماء وحب الوطن	172	20	47	177	10	41
		71.96	08.36	19.66	77.63	04.38	17.98
14	الصداقة	155	16	68	182	01	45
		64.85	06.69	28.45	79.82	0.43	19.73
15	الصدق	190	08	41	178	20	30
		79.49	03.34	17.15	78.07	08.77	13.15
16	الابتكار	133	64	42	101	58	69
		55.64	26.77	17.57	44.29	25.43	30.26
17	احترام الأسرة	183	08	48	177	-	51
		76.56	03.34	20.08	77.63	-	22.36

يتجلى من خلال هذا الجدول أن النتائج على العموم لا تظهر فروقات فيما يتعلق مجمل القيم وهذا بالنسبة لفئتي منطقة السكن، لأنها جاءت متقاربة إلى حد بعيد، وتفوق الخمسين بالمائة عند الفئة الأولى "المدينة"، وتفوق الأربعين بالمائة عند الفئة الثانية "الريف"، وهذا بالرغم من أن أغلبية أفراد العينة من الفئتين يعتقدون أن استخدامهم للانترنت بمحتوياتها ومستوياتها الاتصالية المختلفة عزز لديهم أكثر القيم المذكورة سلفاً، وتتراوح معظم نسب الإجابة في الاتجاه الموجب (تعزيز القيمة) بين 40 و90 بالمائة حيث سجلت قيمة "الابتكار" أدنى نسبة من حيث تعزيز القيمة بالنسبة للفئتين بنسبة 55.64% بالنسبة للفئة الأولى، و44.29% بالنسبة للفئة الثانية، وهي أدنى نسبة بالنسبة للفئتين، ومن جهة أخرى سجلت أعلى نسبة بالنسبة للفئة الأولى فيما يتعلق بقيمة "احترام خصوصية الآخرين" بنسبة 89.53%، وهي أعلى نسبة بالنسبة للفئتين، أما الفئة الثانية فكانت أعلى نسبة من تعزيز القيمة من نصيب قيمة "التسامح" بنسبة 84.21%، إلا أن هناك بعض الفروقات المهمة التي تتراوح بين 5 و19 درجة مئوية. ومنها قيمة "احترام خصوصية الآخر" التي سجلت فارقاً معتبراً قدر ب 19 درجة مئوية، إذ أن النسبة عند الفئة الأولى "المدينة" بلغت 89.53%، بينما كانت النسبة عند الفئة الثانية "الريف" 70.17%، كما سجل فارق كبير بين الفئتين فيما يتعلق بقيمة "الصداقة" قدر ب 14 درجة مئوية، إذ كانت النسبة عند الفئة الأولى "المدينة" 64.85% وعند الفئة الثانية 79.82%، ونفس الملاحظة تنطبق على قيمة "طلب العلم" حيث كانت النسبة أعلى عند الفئة الأولى 75.31%، بينما الفئة الثانية سجلت نسبة 61.84% كما سجل فارق قدر ب 11 درجة مئوية فيما يتعلق بقيمة "الابتكار" حيث أن النسبة أعلى عند الفئة الأولى "المدينة" أي 55.64%، بينما نسبة فئة الريف فقد بلغت 44.29%.

كما سجل فارق قدر ب10 درجات مئوية عند كلا من قيمة "الالتزام الديني" وقيمة "حسن التواصل مع الآخر"، حيث كانت النسبة عند الفئة الأولى 76.96% و94.14% على التوالي في مقابل 82.01% و83.33% عند الفئة الثانية على التوالي .

وتجدر الملاحظة إلى أن أغلبية أفراد العينة من فئتي "مكان الإقامة" كانوا على اتفاق وبنسب مقارنة جداً بخصوص بعض القيم الممثلة في قيمة "احترام الوقت وتقديره" التي صرح بشأنها أفراد الفئة الأولى "المدينة" بأنها تعززت لديهم بنسبة 69.87%، و قيمة "الاستقلالية" 70.71%، قيمة "التسامح" 86.19%، قيمة "الحرية" 69.87%، قيمة "الصدق" 79.49%، قيمة "احترام الأسرة" 76.56%، مقابل النسب 69.29%، و69.29%، و84.21%، و71.93%، و78.07%، و77.63% على التوالي لدى الفئة الثانية "الريف".

كما تجدر الملاحظة إلى أن هناك نسبة معتبرة من أفراد العينة ومن الفئتين الذين أجابوا بعبارة "بقيت محايدة" فيما يتعلق ببعض القيم وهي على النحو التالي بخصوص الفئة الأولى "المدينة": "التفوق" 19.66%، و"الاحترام" 24.68%، و"الالتزام الديني" 24.68%، و"تحمل المسؤولية" 30.96%، و"الحرية" 22.17%، و"الانتماء وحب الوطن" 19.66%، و"الصداقة" 28.45% و"احترام الأسرة" 20.08% . أما أفراد الفئة الثانية "الريف" فصرحوا بعبارة "بقيت محايدة" بخصوص القيم التالية: "التفوق" 23.24%، و"الاستقلالية" 25.87%، و"تحمل المسؤولية" 24.12%، و"الحرية" 23.24%، و"طلب العلم" 28.50%، و"الابتكار" 30.26%، و"احترام الأسرة" 22.36% . إلا أن هذه النتائج لا تؤثر على الاتجاه العام الموجب لدور الانترنت ومحتوياتها في تعزيز القيم لدى الطلبة الجامعيين.

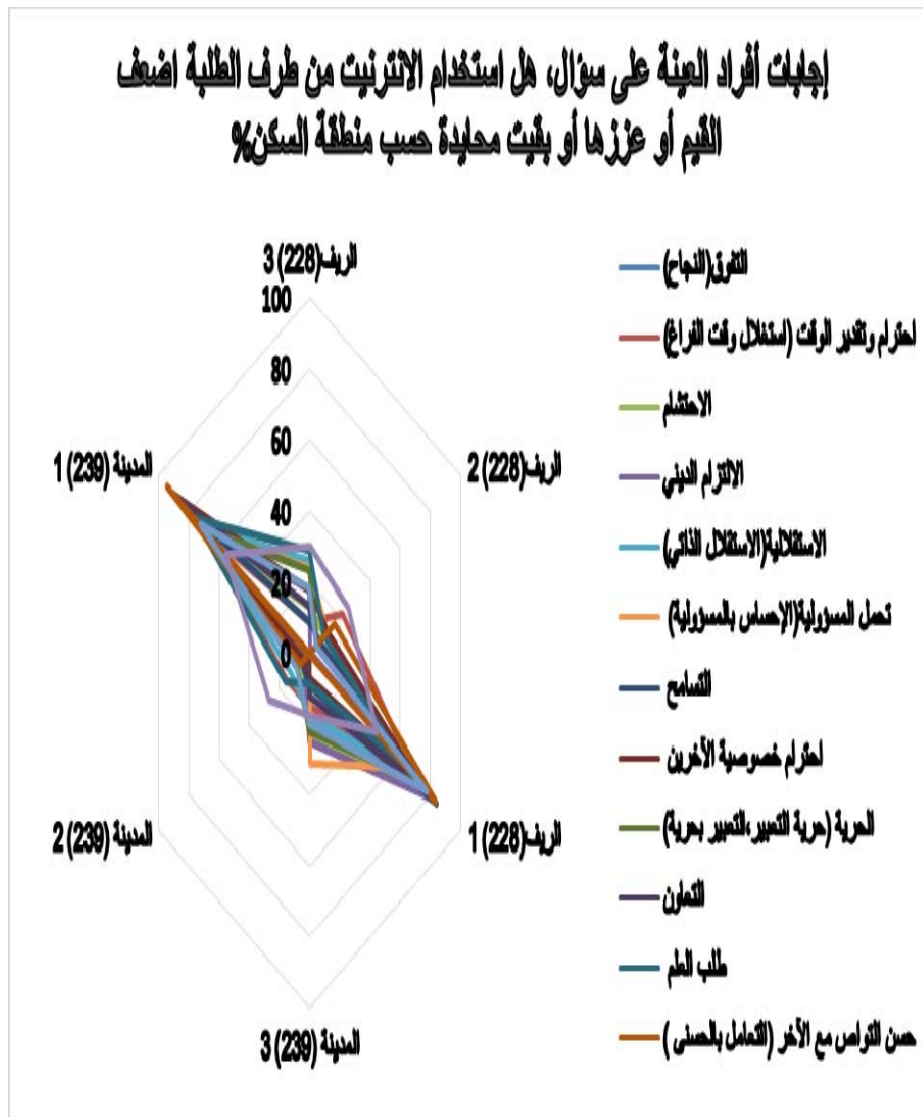
و التفسير الذي يمكن أن نعطيه لمثل هذه النتائج هو الطبيعة المجردة للقيم التي يصعب فهم مدلولها بدقة، وهذا بالرغم من أن الفئة المدروسة هي من فئة الطلبة الجامعيين الذي يعدون من أكثر الفئات فهماً ووعياً، وبالتالي لها القدرة على فهم القيم وتجسيدها ذهنياً كسلوكيات وتصرفات ومواقف في حياتها اليومية.

و ما يمكن أن نقوله من خلال هذا التحليل هو أن متغير منطقة السكن لا يؤثر كثيراً في اعتقاد أن الانترنت ومحتوياتها عززت القيم لديهم، حيث أن أغلبية أفراد العينة سواء كانوا من سكان المدينة أو الريف قالوا بأن الانترنت والتعرض لمحتوياتها عزز لديهم مجمل القيم محل الدراسة، لكن يتدخل متغير منطقة السكن في إحداث بعض الفروقات، والتي هي دالة إحصائياً فيما بين أفراد الفئتين فيما يخص درجة التعزيز.

ف نجد مثلاً كلما كانت القيمة مرتبطة بالبعد الديني كانت نسبة تعزيز القيمة أعلى عند فئة سكان "الريف" ويظهر هذا جلياً في قيمة "الاحترام"، و قيمة "الالتزام الديني"، وهذا راجع للطابع المحافظ لسكان الأرياف، ولكنهم متفهمين حول قيم: "احترام الوقت وتقديره"، "الاستقلالية" و"التسامح" و"الحرية"، وهذا يمكن



تفسيره بما تتيحه الوسيلة من خصائص ومميزات بعيدة عن متغير منطقة سكن الفرد، كما نجد أن نسبة تعزيز قيمة "الانتماء وحب الوطن" عالية نوعاً ما عند فئة سكان منطقة "الريف"، وهذا يمكن تفسيره بالطابع الوطني الذي مازال مرسخ عند سكان الأرياف، رغم الصعوبات التي يعيشونها، ونفس الشيء بالنسبة لقيمة "الصداقة"، فالنسبة عند أفراد الفئة الثانية أعلى، وهذا يمكن تفسيره بحاجة الشباب المقيمين في الأرياف لهذا النوع من التواصل، وربط صداقات مع أناس من مناطق مختلفة سواءً كانت داخلية أو خارجية، وهذا ربما لعدم توفر مرافق يلجأ إليها الطلبة بعد الدراسة أو في أوقات العطل السنوية والفصيلة بعد عودتهم لمساكنهم، و أو من أجل محاولة كسر العزلة التي يعيشونها من خلال ربط صلات مع أناس من مناطق مختلفة .



الشكل رقم (89): مخطط راداري لإجابات أفراد العينة على سؤال، هل استخدام الإنترنت من طرف الطلبة اضعف القيم أو عززها أو بقيت محايدة حسب منطقة السكن.

## 2. 2- التحليل الكمي والكيفي لمحور التأثيرات السلبية

بعد أن قمنا بعملية تحليل كمي وكيفي للمحور الخاص بالقيم، وقدمنا على ضوءه مجموعة من النتائج الأولية، سنشرع في تحليل نتائج الدراسة الخاصة بإجابات أفراد العينة على سؤال: هل استخدامك للانترنت جعلك أو أكسبك "التأثيرات" السلبية التالية؟، وهذا من خلال تقديم جدول عام حول اتجاهات أفراد العينة حول السؤال، تم جداول أخرى حسب بعض المتغيرات الشخصية للدراسة.

وتجدر الملاحظة إلى أنه، ونظرا لكثافة البيانات ارتأينا تقديم فيما يتعلق بمتغير المستوى الجامعي جدول خاص بمستوى الليسانس، وآخر بمستوى الماجستير، وهذا من أجل تسهيل قراءتها وتحليلها.

كما تجدر الملاحظة كذلك أن بعض التأثيرات السلبية الواردة في السؤال السابق ليست منفصلة عن القيم والسلوكيات محل الدراسة، وإنما مترابطة مع بعضها، مثال (أصبحت متعصبا لديني وعقيدتي - التسامح)، تخليت عن مسؤولياتي اتجاه الآخرين - تحمل المسؤولية )، (قل تحصيلي العلمي والمعرفي - التفوق)، (التعدي على خصوصية الآخرين - احترام الخصوصية ) وغيرها من التأثيرات التي تنتج سلوكيات معينة تكون مرتبطة أساسا بالقيم.

الجدول (111): يوضح إجابات أفراد العينة حول تأثيرات الانترنت السلبية على أفراد العينة.

الإجابة (الاتجاهات)										السؤال: هل استخدامك للانترنت جعلك:	
										التكرار والنسبة والاتجاه العبارات المتضمنة للتأثيرات السلبية	
أوافق بشدة		أوافق		محايد		لا أوافق		لا أوافق بشدة			
ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%		
19	4.1	23	4.9	120	25.7	47	10.1	258	55.2	1	منفتحاً على القيم الغربية المنافية لقيمي
11	2.4	25	5.4	100	21.4	75	16.1	256	54.8	2	أصبحت بعيداً عن ديني.
-	-	89	19.1	73	15.6	211	45.2	94	20.1	3	منعزلاً عن أسرتي وأصدقائي.
-	-	68	14.6	98	20.1	95	20.3	206	44.1	4	زاد شغفي وتشبهي بالغرب.
-	-	112	24.0	33	7.1	243	52.0	79	16.9	5	قليل التواصل المباشر مع الآخرين.
8	1.7	81	17.3	13	2.8	270	57.8	95	20.3	6	غير مهتم بالفكر والعلم والعلماء.
4	0.9	29	6.2	92	19.7	151	32.3	191	40.9	7	الانترنت جعلتني ذو نزعة استهلاكية.
-	-	65	13.9	88	18.8	244	52.2	70	15.0	8	أعيش عالماً افتراضياً بعيداً عن الواقع المعاش.
10	20.1	133	28.5	22	4.7	239	51.2	63	13.5	9	قل تحصيلي العلمي والمعرفي.
23	4.9	131	28.1	14	03.0	102	21.8	197	42.2	10	الانترنت بالنسبة لي أصبحت أدماناً.
11	2.4	70	15.0	63	13.5	229	49.0	94	20.1	11	قلت ثقتي بنفسي.

4.1	19	03.0	14	56.1	262	24.8	116	12.0	56	أقل تدوقاً وإقبالاً على المضامين الثقافية الرفيعة.	12
-	-	33.4	156	42.2	197	11.6	54	12.8	60	أكثر من استخدام مواد الترفيه والتسلية والتواصل.	13
3.9	18	54.6	255	12.2	57	19.3	90	10.1	47	زادت مشكلاتي الصحية خاصة مع حاسة البصر.	14
2.6	12	34.0	159	8.1	38	14.6	68	40.7	190	أصبحت أكثر اهتماماً بمشاهير الفن والرياضة.	15
2.6	12	4.3	20	17.1	80	26.3	123	49.7	232	التعدي على خصوصية الآخرين.	16
4.1	19	10.1	47	45.8	214	21.8	102	18.2	85	أصبحت متعصباً لديني وعقيدتي.	17
1.7	08	9.9	46	8.4	39	59.5	278	20.6	96	قل ارتباطي بالعادات والتقاليد والأعراف.	18
-	-	11.6	54	22.5	105	51.6	241	14.3	97	قلت قدرتي على نقد نفسي أو تغييرها.	19
1.7	8	16.3	76	13.1	61	48.6	227	20.3	95	أقل حساسية للمضامين الثقافية الهابطة.	20
-	-	12.2	57	23.1	108	48.2	225	16.5	77	أصبحت ثقافتني سطحية.	21
-	-	18.4	86	40.5	189	20.3	95	20.8	97	تخلت عن مسؤولياتي اتجاه الآخرين.	22
5.4	25	10.5	49	24.4	114	09.2	43	50.5	236	أشعر أن قيمي بعد التعامل مع الانترنت تختلف عن قيم المجتمع	23

يتضح من خلال بيانات هذا الجدول أن هناك اتجاه بعدم الموافقة بشكل كبير على العبارات المقترحة نحو أغلبية التأثيرات السلبية.

و إن القراءة الأولية لهذا الجدول تظهر ثلاث مؤشرات رئيسية بخصوص مدى قبول أو رفض أفراد العينة لبعض التأثيرات السلبية المقترحة جراء استخدامهم للانترنت، ويمكن إبرازها فيما يلي:

- أولاً، إن أغلبية أفراد العينة أجابوا بعبارة "لا أوافق بشدة" و"لا أوافق" فيما يخص السؤال المطروح عليهم إلا في أربعة حالات، بمعنى أن استخدامهم للانترنت لم ينقل لهم أغلبية التأثيرات السلبية المقترحة عليهم، ولقد تراوحت النسب بين القيمة العليا، عند جمع نسبي "لا أوافق بشدة" و "لا أوافق"، مثل "غير مهم بالعلم والفكر" بلغت 78.1% و70.9% بخصوص عبارة "أصبحت بعيداً عن ديني"، و73.2% بخصوص عبارة "الانترنت جعلني ذو نزعة استهلاكية"، أما فيما يتعلق بالقيم الدنيا فسجلت بشأن عبارة "تخليت عن مسؤوليتي اتجاه الآخرين" بنسبة 41.1% في مقابل 40.5% من الذين أجابوا "بمحايد" وعبارة "أصبحت مهتماً بمشاهير الفن والرياضة" ب55.3% في مقابل نسبي الذين أبدوا الموافقة بشدة والموافقة بنسبة 36.6%.

- ثانياً: إن التأثير السليبي الذي أجاب بشأنه أفراد العينة "بموافق بشدة" و"موافق"، هو عبارة "زادت مشكلاتي الصحية خاصة مع حاسة البصر"، وبنسبة 58.5% مقارنة ب29.4% الذين أبدوا عدم موافقتهم، وبنسبة 12.2% من الذين أجابوا بعبارة "محايد".

- ثالثاً: إن نسبة "محايد" كانت هي الأعلى من نسبة الموافقة وعدم الموافقة في بعض التأثيرات السلبية وهي كالتالي: "أقل تنوعاً وإقبالاً للمحتويات الثقافية الرفيعة" بنسبة 56.1% وهذا في مقابل 36.8% من الذين أبدوا عدم موافقتهم، و42.2% لعبارة "أكثر من استخدام مواد الترفيه والتسلية والتواصل"، وهذا في مقابل 24.4% من الذين أبدوا عدم موافقتهم، و33.4% ممن التزموا الحياد في الإجابة بنسبة، و45.8% لعبارة "أصبحت متعصباً لديني وعقيدتي"، وهذا في مقابل 40.00% من الذين أبدوا عدم موافقتهم على هذا الموقف السليبي.

كما نلاحظ كذلك أن التأثيرات السلبية التي تمت عليها "عدم الموافقة" كانت نسبة الحياد فيها معتبرة وهي: "منفتحاً على القيم الغربية" بنسبة 25.7%، و"أصبحت بعيداً عن ديني" 21.4%، و"زاد شغفي وتشبهي بالغرب" 20.1%، و"قلت قدرتي على نقد نفسي أو تغييرها" 22.5%، و"أصبحت ثقافتي سطحية" 23.1%، وكذلك عبارة "أشعر أن قيمي بعد التعامل مع الانترنت تختلف عن قيم المجتمع الذي أعيش فيه" 24.4%.

وعليه نستنتج من خلال القراءة الأولية أن أغلبية أفراد العينة لا يعتقدون أن استخدامهم للانترنت أكسبهم التأثيرات (الآثار) السلبية محل الدراسة، وهذا باستثناء تأثير سلب واحد، وهو "زادت مشكلاتي الصحية" الذي وافقوا عليه بنسبة 58.5% بمقابل 29.4%، وهذا يمكن تفسيره بالأضرار الصحية

الجسدية للوسيلة في حد ذاتها، وهذا ما يظهر في تقوسات العمود الفقري، كما أن الاستخدام المفرط يؤدي بأضرار تحص العين بالأساس، أما ارتفاع نسبة عدم الموافقين يمكن تفسيره بكون الانترنت تقلل من ضغوطاتهم النفسية ونسيان مشكلاتهم المتعلقة بالدراسة أو التوترات النفسية التي تصاحبهم كشباب بصفة عامة وطلبة بصفة خاصة، أو أن أفراد العينة هم في بداية استخدامهم للانترنت وبالتالي لم تظهر الآثار السلبية بعد، خاصة بالنسبة للطلبة أصحاب الاستخدام العقلاني البعيدين عن الإدمان.

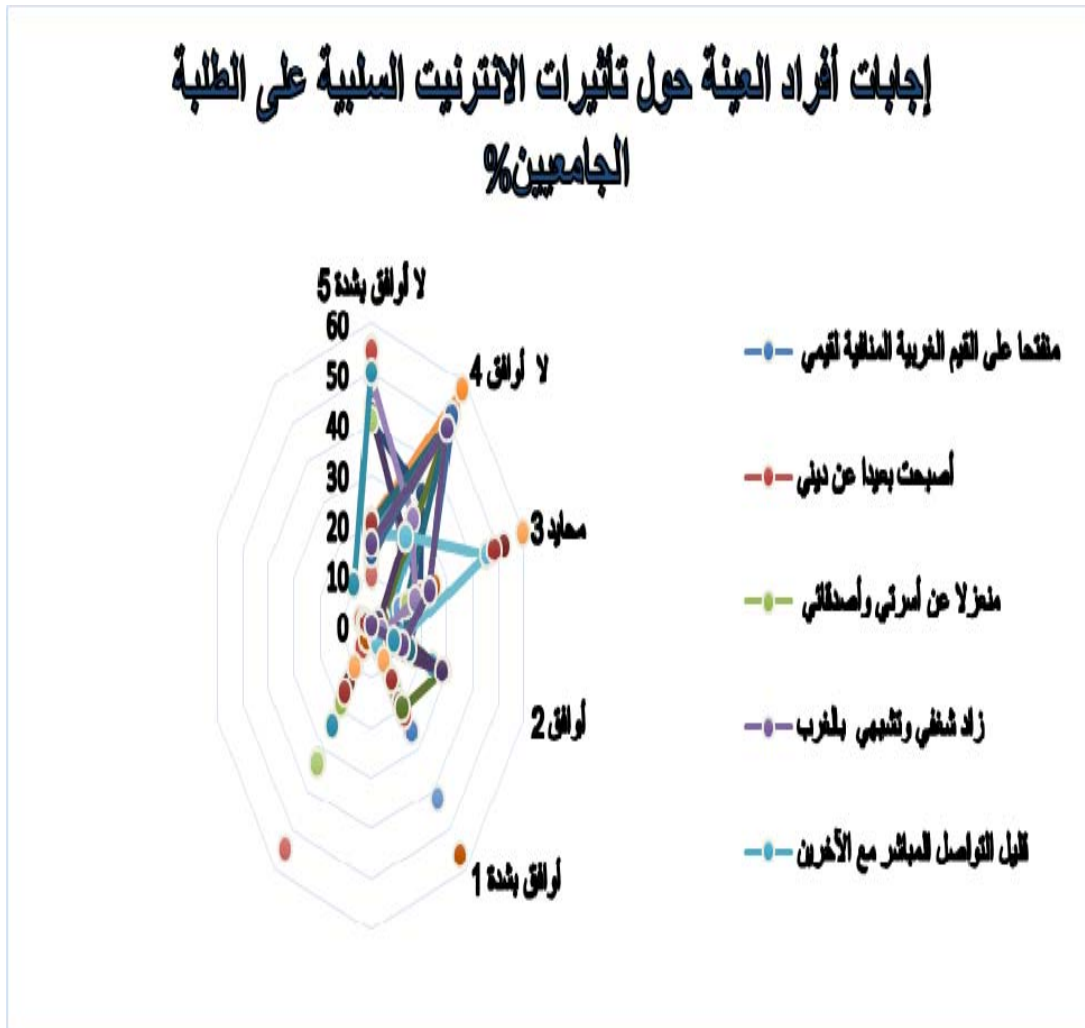
وهذه النتائج الخاصة بالتأثيرات السلبية جاءت متوافقة مع ما جاء في نتائج تحليل القيم (موجبة بطبعها) التي كانت إجابات أفراد العينة بشأنها موجبة، والاستنتاج الأولى لهذه النتائج يكمن في أن التأثيرات السلبية تكون كلما استخدم أفراد العينة المحتويات والمضامين الانترنت البعيدة عن قيمهم الأصلية التي اكتسبوها من خلال التنشئة الاجتماعية، وبالتالي نفترض أن أفراد العينة لا يعتقدون أنهم تأثروا باستخدام الانترنت، وأكسبتهم عادات، ومواقف وسلوكيات سلبية، خاصة و أن قيمهم تمنعهم وتحصنهم من القيام بها إذا كانت سلبية، وتدفعهم للقيام بها إذا كانت ايجابية فقط .

ويمكن توضيح هذه الفكرة بنتائج الجدول السابق، إذ نلاحظ على سبيل المثال أن التأثيرات المرتبطة بالجوانب الشخصية والدينية للإنسان لم يوافق عليها أفراد العينة بمعنى أن الانترنت جعلتهم يتصرفون بهذه السلوكيات السلبية، مثلاً "التعدي على خصوصية الآخرين" بلغت نسبة عدم الموافقة 76.0% مقابل 06.90% صرحت بالموافقة، و"غير مهم بالفكر والعلم والعلماء" بلغت نسبة عدم الموافقة 78.1% مقابل 09.0% صرحت بالموافقة، لأن الدين الإسلامي يحث على التصرف عكس هذه السلوكيات السلبية، والدين هو مصدر القيم (احترام خصوصية الآخرين، الاهتمام بالعلم والعلماء والحث على العلم).

ونفس الشيء ينطبق على التأثيرات المرتبطة بالذات حيث أن عبارة "قلت ثقي بنفسك" لم يوافق عليها أفراد العينة وبلغت نسبة عدم الموافقة 69.1% في مقابل 17.4% بالموافقة.

ومن جهة أخرى، نلاحظ أن قيم الطلبة توجه سلوكياتهم وتصرفاتهم وعاداتهم من خلال عدم موافقتهم على أن الانترنت نقلت إليهم أو جعلتهم يتصرفون بسلوكيات معينة في غالب الأحيان تركز عليها وسائل الإعلام في منظومتها وقد تعتبر المصدر الرئيس لها في أحيان أخرى مثل "أصبحت ثقافي سطحية" قد نتج عن استخدام الانترنت في محتويات الترفيه والتسلية والمرح، وكثر التواصل عبر مواقع التواصل الاجتماعي (الثقافة الهابطة لوسائل الإعلام)، فلم يوافق أفراد العينة على هذه العبارة على بنسبة 64.7% في مقابل صرحوا بالموافقة 12.2%، وهذا كذلك يمكن تفسيره بالاستخدام الانتقائي للانترنت من طرف الطلبة الجامعيين، كما نجد عبارة "أعيش عالماً رمزياً بعيداً عن الواقع المعاش" الذي قد ينتج في حالة استخدام أفراد العينة للانترنت في محتويات الخيال والمواد السينمائية المختلفة سواء كانت ترفيهية أو فكاهية أو اجتماعية قد يلجأ إليها أفراد العينة من أجل الهروب من الواقع الحقيقي الملء

بالمشاكل والهموم إلى عالم خيالي رمزي يوفر إشباع افتراضي ينسيهم مشاكلهم لكن بعيداً عن الواقع المعاش، فلم يوافق أفراد العينة على هذه العبارة بنسبة 67.2% في مقابل 13.9% ممن وافقوا عليها. وعليه، يمكن تقديم استنتاج أولى أن الانترنت بمستوياتها الاتصالية المختلفة لا تستطيع أن تنقل أو تجعلهم يتأثرون سلبياً خاصة إذا كانوا موجهين بالقيم في استخدامهم للانترنت، وتحدث في السياق الاجتماعي الذي يعيش فيه الطلبة، وما يمنع الطلبة كذلك من القيام بهذه السلوكيات السلبية هي العادات والتقاليد والأعراف التي تشبع بها الطلبة منذ المراحل الأولى لتثنتهم، وليست الانترنت التي جاءت و انتشرت في أوساط الطلبة بعدما صقلوا بقيم وعادات وتقاليد منذ الصغر قبل أن يستخدموا وسيلة الانترنت أو يسمعوا بها، بمعنى أن الطلبة بدؤوا في تعامل مع الانترنت بعدما حصنوا بمكانزمات قيّمة منذ الصغر.



الشكل رقم (90): مخطط راداري لإجابات أفراد العينة حول تأثيرات الانترنت السلبية على أفراد العينة

الجدول (112): يوضح إجابات أفراد العينة حول تأثيرات الانترنت السلبية على أفراد العينة حسب النوع.

الإجابة (الاتجاهات)										السؤال: هل استخدمك للانترنت جعلك؟
النوع										النوع والتكرار والنسبة
إناث (300)					ذكور (167)					
1	2	3	4	5	1	4	3	4	5	العبارات المتضمنة للتأثيرات السلبية
ك %	ك %	ك %	ك %	ك %	ك %	ك %	ك %	ك %	ك %	
11	14	59	26	190	08	09	61	21	68	1
03.66	04.66	19.66	08.66	63.33	04.79	05.39	36.52	12.57	40.71	
11	21	39	59	170	-	04	61	16	86	2
03.66	07.0	13.0	19.66	56.66	-	02.39	36.52	09.58	51.49	
-	69	28	152	51	-	20	45	59	43	3
-	23.0	09.33	50.66	17.0	-	11.97	26.94	35.32	25.74	
-	48	47	59	146	01	20	51	36	59	4
-	16.0	15.66	19.66	48.66	0.59	11.97	30.53	21.55	35.32	
-	79	08	164	49	-	33	25	79	30	5
-	26.33	02.66	54.66	16.33	-	19.76	14.97	47.30	17.96	
-	49	08	178	65	08	32	05	92	30	6
-	16.33	02.66	59.33	21.66	04.79	19.16	02.99	55.08	17.96	
-	21	56	87	136	04	08	36	64	55	7
-	07.0	18.66	29.0	45.33	02.39	04.79	21.55	38.32	32.93	
-	38	73	149	40	-	27	15	95	30	8
-	12.66	24.33	49.66	13.33	-	16.16	08.98	56.88	17.96	
10	90	08	155	37	-	43	14	84	26	9
03.33	30.0	02.66	51.66	12.33		25.74	08.38	50.29	15.56	



14	82	08	50	146	09	49	06	52	51	10
04.66	27.33	02.66	16.66	48.66	05.39	29.34	03.59	31.13	30.53	
11	38	29	175	47	-	32	34	54	47	11
03.66	12.66	09.66	58.33	15.66	-	19.16	20.35	32.33	28.14	
11	10	183	66	30	08	04	79	50	26	12
03.66	03.33	61.0	22.0	10.0	04.79	02.39	47.30	29.94	15.56	
-	99	149	22	30	-	57	48	32	30	13
-	33.0	49.66	07.33	10.0	-	34.13	28.74	19.16	17.96	
10	183	39	42	26	08	72	18	48	21	14
03.3	61.0	13.0	14.0	08.66	04.79	43.11	10.77	28.74	12.57	
-	97	28	32	143	12	62	10	36	47	15
-	32.33	09.33	10.66	47.66	07.18	37.12	05.98	21.55	28.14	
-	20	35	74	171	12	-	45	49	61	16
-	06.66	11.66	24.66	57.0	07.18	-	26.94	29.34	36.52	
11	27	149	62	51	08	20	65	40	34	17
03.66	09.0	49.66	20.66	17.0	04.79	11.97	38.92	23.95	20.35	
-	27	29	182	62	08	19	10	96	34	18
-	09.0	09.66	60.66	20.66	04.79	11.37	05.98	57.48	20.35	
-	42	31	186	41	-	12	74	55	26	19
-	14.0	10.33	62.0	13.66	-	07.18	44.31	32.93	15.56	
-	52	31	176	41	08	24	30	51	54	20
-	17.33	10.33	58.66	13.66	04.79	14.37	17.96	30.53	32.33	
-	38	45	166	51	-	19	63	59	26	21
-	12.66	15.0	55.33	17.0	-	11.37	37.72	35.32	15.56	
-	59	127	43	71	-	27	62	52	26	22
-	19.66	42.33	14.33	23.66	-	16.16	37.12	31.13	15.56	
17	41	70	25	147	08	08	44	18	89	23
05.66	13.66	23.33	08.33	49.0	04.79	04.79	26.34	10.77	53.29	

من خلال هذا الجدول نلاحظ أن أغلبية أفراد العينة من الذكور أجابوا ب"لا أوافق " أو "لا أوافق بشدة"، بحيث أنه عند جمع النسبتين الخاصتين (لا أوافق و لا أوافق بشدة) بكل عبارة نحصل على نسبة تتراوح بين 30% و 70%، وهذا مقارنة بالذين أبدوا موافقتهم بأن الانترنت جعلتهم أو أكسبتهم "التأثيرات" السلبية المذكورة أعلاه، فكانت أعلى نسبة لعدم الموافقة على عبارة "قل ارتباطي بالعادات والتقاليد والأعراف"، حيث بلغت نسبة 77.83%، تليها نسبة 74.84% لعبارة "أعيش عالماً رمزياً بعيداً عن

الواقع المعاش"، تليها نسبة 71.25%، لعبارة "الانترنت جعلتني ذو نزعة استهلاكية"، أما أدنى نسبة لعدم الموافقة، فكانت من نصيب عبارة "أكثر من استخدام مواد الترفيه والتسلية والتواصل" بنسبة 37.12%، وقد كانت متقاربة لنسبة الموافقة عليها، حيث بلغت 34.13%.

من جهة أخرى، فإن التأثير الوحيد الذي أكسبته الانترنت أو ساعدت عليه هو "المشكلات الصحية" إذ كانت أغلبية إجابات أفراد العينة بالإيجاب، وبلغت في المجموع 47.9% مقارنة بالذين أبدوا عدم موافقتهم بنسبة 41.13%، ورغم ذلك تبقى النسبتين متقاربتين إلى حد كبير.

كما نلاحظ أن هناك نسب عالية للذين أجابوا ب"محايد" فبلغت نسبة 47.30% مع عبارة "أقل تذوقاً وإقبالاً على المحتويات الثقافية الرفيعة" وبلغت 44.31% مع عبارة "قلت قدرتي على نقد نفسي أو تغييرها"، وبلغت 38.92% مع عبارة "أصبحت متعصباً لديني وعقيدتي"، وبلغت 37.72% مع عبارة "أصبحت ثقافتي سطحية"، كما أن عبارة "تخلت عن مسؤولياتي اتجاه الآخرين" بلغت فيها نسبة الحياد 37.12%، وبلغت نسبة 36.52% بالنسبة لعبارتي "منفتحاً على القيم الغربية" و "أصبحت بعيداً عن ديني" كما أن عبارة "زاد شغفي وتشبهي بالغرب" وبلغت نسبة 30.53%، كما أن عبارة "أكثر من مواد الترفيه والتسلية والتواصل" تحصلت على نسبة تقدر بـ 28.74%، و عبارة "منعزلاً عن أسرتي وأصدقائي" بلغت نسبة الحياد فيها نسبة 26.94% وهي نفس النسبة لعبارة "التعدي على خصوصية الآخرين". وعبارة "أشعر أن قيمي بعد التعامل مع الانترنت تختلف عن قيم المجتمع الذي أعيش فيه" بلغت فيها نسبة الحياد نسبة 26.34%، وبطبيعة الحال هذا الحياد وينسب مرتفعة قد يعود إلى بعض العوامل منها السن والمستوى الجامعي و إلى شخصية المبحوث ذاته ومدى اكتمالها ونضجها لتؤدي دورها في المجتمع وفق السلوك السوي المرغوب فيه في البيئة التي يعيش فيها المبحوث، كما يمكن أن يعود السبب إلى نمط استخدام المبحوث للانترنت وطبيعة المحتويات التي يفضلها و يتعرض لها، أو يمكن أن يعود السبب إلى تهرب المبحوث من الإجابة لأسباب تبقى مجهولة.

وهذه النتائج فيما يتعلق بفئة الذكور تؤكد افتراضنا بأن سلوكيات، وتصرفات، ومواقف الطلبة الجامعيين موجهة أساساً بالقيم، وبالمعايير الاجتماعية التي اكتسبوها بفضل مؤسسات التنشئة الاجتماعية المختلفة انطلاقاً من الأسرة وصولاً إلى الجامعة، وبالتالي فإن التأثيرات تكون محدودة نظراً للحصانة التي يتمتع بها الطلبة، وكذا طبيعة و مستويات استخدامهم للانترنت.

ويمكن القول بخصوص التأثير الذي وافق عليه الذكور، أي "زادت مشكلاتي الصحية"، بأن النتيجة منطقية بالنظر إلى المخاطر الصحية التي تتجر على المستخدم من جراء الاستخدام المتكرر للانترنت فتؤثر على حاسة البصر، وكذا تقوسات العمود الفقري والآلام المصاحبة له.

كما يظهر لنا من خلال الجدول السابق أن إجابات الإناث متقاربة جداً مع إجابات الذكور وأغلب إجابتهن كانت بعدم الموافقة على أن الانترنت أكسبتهم تلك التأثيرات السلبية، إلا في حالة عبارة

"الانترنت زادت من مشكلاتي الصحية" حيث بلغت نسبة الموافقة عندهن 64.3%، وهذا بفارق 16.4 درجة عن موافقة الذكور، بالإضافة إلى عبارة "أكثر من استخدام مواد الترفيه والتسلية والتواصل" حيث بلغت نسبة الموافقة 33.0%، وهي نسبة أكبر من نسبة عدم الموافقة التي كانت 17.33% وأقل من نسبة الذين التزموا بالحياد بنسبة 49.66%.

كما نلاحظ أن أعلى نسبة لعدم الموافقة بالنسبة للإناث كانت مع عبارة "التعدي على خصوصية الآخرين" بنسبة 81.66%، تليها عبارة "قل ارتباطي بالعادات والتقاليد والأعراف" بنسبة 81.32% تليها عبارة "غير مهتم بالعلم والفكر والعلماء" بسبة 80.99%، أما أدنى نسبة عدم موافقة كانت مع سلوك "تخليت عن مسؤولياتي اتجاه الآخرين" بنسبة 46.69%.

كما نلاحظ أن هناك فروق فيما يخص الإجابات بين الذكور والإناث في عبارات "قلت قدرتي على نقد نفسي أو تغييرها" حيث بلغت نسبة عدم الموافقة عند الإناث 75.66%، بينما عند الذكور كانت النسبة 48.49% أي بفارق 27 درجة، وعبارة "أصبحت ثقافتي سطحية" حيث بلغت نسبة عدم الموافقة 72.33% بالنسبة للإناث، و 50.88% بالنسبة للذكور أي بفارق 21 درجة.

و نلاحظ أن هناك تقارب كبير في عدم الموافقة على عبارة "قل تحصيلي العلمي والمعرفي"، حيث بلغت النسبة عند الإناث 63.99% و 65.85% عند الذكور أي بفارق أقل من درجتين (1.86).  
وعليه نستنتج أن متغير النوع لا يؤثر كثيراً في اعتقاد الطلبة بمدى قدرة الانترنت على إكسابهم تأثيرات سلبية، حيث جاءت النتائج متقاربة إلى حد بعيد، وفي اتجاه أن الانترنت لا تؤثر بالقدر الكافي على الطلبة في الاتجاه السلبي.

الجدول (113): يوضح إجابات أفراد العينة حول تأثيرات الانترنت السلبية على أفراد العينة حسب السن (الفئة العمرية الأولى والثانية).

الإجابة (الاتجاهات)										السؤال: هل استخدمك للانترنت جعلك تتأثر وأصبحت؟:
السن										
29-24 (124)					23-17 (308)					السن والتكرار والنسبة
1	2	3	4	5	1	4	3	4	5	
ك	ك	ك	ك	ك	ك	ك	ك	ك	ك	العبارات المتضمنة للتأثيرات السلبية
%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	
11	-	32	33	48	08	23	76	10	191	1
08.87	-	25.80	26.61	38.70	02.57	07.46	24.67	03.24	62.01	
11	04	47	11	51	-	21	45	64	178	2
08.87	03.22	37.90	08.87	41.12	-	06.81	14.61	20.77	57.79	
-	37	31	38	18	-	52	24	156	76	3
-	29.83	25.00	30.64	14.51	-	16.88	07.79	50.64	24.67	
-	27	36	29	32	01	31	50	62	164	4
-	21.77	29.03	23.38	25.80	0.32	10.06	16.23	20.12	53.24	
-	38	13	65	08	-	60	08	169	71	5
-	30.64	10.48	52.41	06.45	-	19.48	02.59	54.87	23.05	
-	27	13	66	18	08	50	-	183	67	6
-	21.77	10.48	53.22	14.51	02.59	16.23	-	59.41	21.75	
-	11	28	64	21	04	10	60	73	161	7
-	08.87	22.58	51.61	16.93	01.29	03.24	19.48	23.70	52.27	
-	26	31	49	18	-	31	47	178	52	8
-	20.96	25.0	39.51	14.51	-	10.06	15.25	57.79	16.88	
-	40	10	66	08	-	85	08	160	55	9
-	32.25	08.06	53.22	06.45	-	27.59	02.59	51.94	17.85	
-	47	14	42	21	13	76	-	52	167	10
-	37.90	11.29	33.87	16.93	04.22	24.67	-	16.88	54.22	

11	15	18	51	29	-	55	45	143	65	11
08.87	12.09	14.51	41.12	23.38	-	17.85	14.61	46.42	21.10	
11	-	61	44	08	08	14	178	60	48	12
08.87	-	49.19	35.48	06.45	02.59	04.54	57.79	19.48	15.58	
-	36	42	38	08	-	98	142	16	52	13
-	29.03	33.87	30.64	06.45	-	31.81	46.10	05.19	16.88	
-	54	28	34	08	08	188	29	44	39	14
-	43.54	22.58	27.41	06.45	02.59	61.03	09.41	14.28	12.66	
-	41	20	42	21	12	110	18	08	160	15
-	33.06	16.12	33.87	16.93	03.89	35.71	05.84	02.59	51.94	
-	10	37	45	32	12	10	39	66	181	16
-	08.06	29.83	36.29	25.80	03.89	03.24	12.66	21.42	58.76	
11	26	13	45	29	08	21	180	43	56	17
08.87	20.96	10.48	36.29	23.38	02.59	06.81	58.44	13.96	18.18	
-	15	14	55	40	08	31	21	192	56	18
-	12.09	11.29	44.35	32.25	02.59	10.06	06.81	62.33	18.18	
-	15	48	42	19	-	39	49	172	48	19
-	12.09	38.70	33.87	15.32	-	12.66	15.90	55.84	15.58	
-	37	18	42	27	08	39	39	158	64	20
-	29.83	14.51	33.87	21.77	02.59	12.66	12.66	51.29	20.77	
-	26	47	32	19	-	31	57	172	48	21
-	20.96	37.90	25.80	15.32	-	10.06	18.50	55.84	15.58	
-	26	40	29	29	-	60	128	62	58	22
-	20.96	32.25	23.38	23.38	-	19.48	41.55	20.12	18.83	
-	25	50	01	48	17	10	64	42	175	23
-	20.16	40.32	0.80	38.70	05.51	03.24	20.77	13.63	56.81	

يظهر من خلال هذا الجدول أن أغلبية أفراد الفئة العمرية (17-23 عاماً) من العينة صرحوا بعدم موافقتهم بخصوص أن الانترنت ساعدتهم على اكتساب تأثيرات سلبية، وذلك بنسب متفاوتة تتراوح من 54.53% كأدنى نسبة لعدم موافقتهم على عبارة "أصبحت أكثر اهتماماً بمشاهير الفن والرياضة" و81.16% كأعلى نسبة لعدم موافقتهم على عبارة "غير مهتم بالعلم والفكر والعلماء".

ولكن أفراد هذه الفئة العمرية عبروا عن موافقتهم فيما يتعلق بتأثير سلبي واحد، وهو "زادت مشكلاتي الصحية خاصة مع حاسة البصر" بنسبة مرتفعة نوعاً ما قدرت ب 63.62% مقارنة بالذين لم يوافقوا.

ومن ناحية ثانية هناك نسبة معتبرة وبنسبة مرتفعة، أيضاً، من الذين التزموا الحياد في الإجابة عن بعض التأثيرات السلبية، ونشير هنا أنه في بعض التأثيرات السلبية كانت نسبة الحياد أعلى من نسبة الموافقة وعدم الموافقة، ويظهر ذلك في عبارة "أقل تذوقاً وإقبالاً على المحتويات الثقافية الرفيعة"، حيث بلغت نسبة الحياد 57.79%، وكانت أعلى من نسبة عدم الموافقة التي بلغت 35.06% والموافقة التي بلغت 7.13%.

ونفس الحال بالنسبة لعبارة "أصبحت متعصباً لديني وعقيدتي"، حيث كانت نسبة من التزموا بالحياد تبلغ 58.44% في مقابل 32.14% الذين أبدوا عدم موافقتهم، ونفس الشيء بالنسبة لعبارة "تخلت عن مسؤولياتي اتجاه الآخرين" حيث بلغ الحياد نسبة 41.55%، في مقابل 38.95% أبدوا عدم موافقتهم، و 19.48% كانوا موافقين عليه، وكذلك عبارة "أكثر من استخدام مواد الترفيه والتسلية والتواصل" حيث بلغ الحياد نسبة 46.10% في مقابل 22.07% غير موافقين على هذا التأثير السلبي و 31.81% موافقين عليه.

كما نلاحظ أن بعض التأثيرات السلبية رغم أن الاتجاه في الإجابة عنها كان في الاتجاه السالب إلا أن نسبة الذين صرحوا بمحايد كانت معتبرة، ومنها عبارة "منفتحاً على القيم الغربية" بنسبة 24.67% وعبارة "أشعر أن قيمي بعد التعامل مع الانترنت تختلف عن قيم المجتمع الذي أعيش فيه" بنسبة 20.77%، وعبارة "الانترنت جعلتني ذو نزعة استهلاكية" بنسبة 19.48%، وعبارة "أصبحت ثقافتي سطحية" 18.50%.

إذاً، لا يعتقد الطلبة الجامعيين من الفئة العمرية (17-23 عاماً) أن الانترنت جعلتهم أو أكسبتهم تأثيرات سلبية، ولكن هذا الاعتقاد يختلف في الدرجة ويتباين من عبارة إلى أخرى، وقد يختلف حتى في طريقة التصريح عنها، و نقصد هنا الطلبة الذين التزموا بالحياد في التصريح عن إجاباتهم . ويتضح من خلال الجدول السابق أن الفئة العمرية (24-29 عاماً) لا تختلف كثيراً (بصفة معتبرة) عن الفئة العمرية السابقة حيث عبر أغلبية أفرادها عن عدم موافقتهم على أن الانترنت جعلهم أو أكسبتهم بعض التأثيرات، وتراوح النسب بين 37.09% مع عبارة "أكثر من استخدام مواد الترفيه والتسلية والتواصل"، و 76.6% المتعلقة بعبارة "قل ارتباطي بالعادات والتقاليد والأعراف".

وصرح أفراد هذه الفئة العمرية، أيضاً، بموافقتهم على أن الانترنت جعلتهم يشعرون بزيادة مشكلاتهم الصحية خاصة مع حاسة البصر"، وذلك بنسبة 43.54% مقارنة بالذين لم يوافقوا، وكانت نسبتهم 33.86%.

وتجدر الإشارة إلى أنه برغم الخصائص التي تتميز بها هذه الفئة من نضج في السن ومستوي جامعي في تخصص مرتبط بموضوع الدراسة، إلا أن أفرادها عبروا عن حيادهم في الإجابة عن بعض التأثيرات السلبية بل أكثر من ذلك فهناك بعض العبارات التي كانت فيها نسبة الحياد أكبر من نسب الموافقة وعدم الموافقة، وتمثلت في عبارة: "أقل تدوقاً وإقبالاً على المضامين الثقافية الرفيعة" بنسبة 49.19% محايد في مقابل 41.93% الذين ابدوا عدم موافقتهم و08.87% وافقوا عليها، وكذلك عبارة "أشعر أن قيمي بعد التعامل مع الانترنت تختلف عن قيم المجتمع الذي أعيش فيه" بنسبة 40.32% محايد في مقابل 39.5% غير موافقين و20.16% وافقوا على العبارة.

كما ظهرت نسبة الحياد، وينسب معتبرة في التأثيرات التالية: "قلت قدرتي على نقد نفسي أو تغييرها" 38.70%، و"أصبحت ثقافتى سطحية" بنسبة 37.90%، و"أصبحت بعيداً عن ديني" بنفس النسبة، و"أكثر من استخدام مواد الترفية والتسلية والتواصل" بنسبة 33.87%، و"تخلت عن مسؤولياتي اتجاه الآخرين" بنسبة 32.25%، و"التعدي عن خصوصية الآخرين" بنسبة 29.83%، و"زاد شغفي بالغرب" بنسبة 29.03%، و"منفتحا على القيم الغربية" بنسبة 25.80%، و"منعزلاً على أسرتي وأصدقائي" بنسبة 25.0%، و"أعيش عالماً رمزياً بعيداً عن الواقع المعاش" بنسبة 25.0%، و"الانترنت جعلتني ذو نزعة استهلاكية" بنسبة 22.58%.

كما نلاحظ أن هناك فروق فيما يخص الإجابات بين الفئة العمرية (17-23 عاماً)، وبين الفئة العمرية (24-29 عاماً) في عبارات "منعزلاً عن أسرتي وأصدقائي" سجلت فارقاً يقدر ب30.16 درجة حيث بلغت النسبة عند الفئة الأولى 75.31% و45.15% بالنسبة للفئة الثانية، وعبارة "أصبحت ثقافتى سطحية" سجلت فارقاً يقدر ب30.3 درجة، حيث بلغت النسبة عند الفئة الأولى 71.42% و41.12% بالنسبة للفئة الثانية، وعبارة "أصبحت بعيداً عن ديني" بفارق 28.57 درجة مئوية، حيث بلغت النسبة عند الفئة الأولى 78.56% و49.99% بالنسبة للفئة الثانية، وعبارة "زاد شغفي وتشبهي بالغرب" سجل فارق يقدر ب24.18 درجة حيث بلغت النسبة عند الفئة الأولى 73.36% و49.18% للفئة الثانية.

وعبارة "قلت قدرتي على نقد نفسي أو تغييرها" سجلت فارق يقدر ب22.03 درجة حيث بلغت عند الفئة الأولى 71.42% و49.19% بالنسبة للفئة الثانية، و"أعيش عالماً رمزياً بعيداً عن الواقع المعاش"، و سجلت فارقاً يقدر ب20.65 درجة حيث بلغت النسبة عند الفئة الأولى 74.64% و54.02% بالنسبة للفئة الثانية، وعبارة "الانترنت بالنسبة لي أصبحت إدماناً" سجلت فارقاً يقدر ب20.030 درجة حيث بلغت النسبة عند الفئة الأولى 71.1% و50.8% بالنسبة للفئة الثانية.

كما نلاحظ أن نسبة عدم الموافقة كانت متقاربة إلى حد كبير في عبارة "منفتحا على القيم الغربية" فالنسبة بلغت عند الفئة العمرية الأولى 65.25%، والفئة العمرية الثانية بلغت 65.31% أي بفارق 0.06.

إن، لا يؤثر متغير السن في اعتقاد الطلبة أن الانترنت جعلتهم يكتسبون بعض التأثيرات السلبية ولكن تأثيرها يبقى في حدود التفاوت في درجات الاعتقاد وتختلف هذه الدرجة من تأثير سلبي لآخر، ومن فئة عمرية إلى أخرى.

الجدول (114): يوضح إجابات أفراد العينة حول تأثيرات الانترنت السلبية على أفراد العينة حسب متغير السن. (الفئة العمرية الثالثة).

الإجابة (الاتجاهات)					السؤال: هل استخدامك للانترنت جعلك تتأثر وأصبحت؟:	السن والتكرار والنسبة
السن						
أكثر من 29 (35)					العبارة المتضمنة للتأثيرات السلبية	
1	2	3	4	5		
ك %	ك %	ك %	ك %	ك %		
-	-	12	04	19	1	منفتحاً على القيم الغربية
-	-	34.28	11.42	54.28		
-	-	08	-	27	2	أصبحت بعيداً عن ديني.
-	-	22.85	-	77.14		
-	-	18	17	-	3	منعزلاً عن أسرتي وأصدقائي.
-	-	51.42	48.57	-		
-	10	12	04	09	4	زاد شغفي وتشبهي بالغرب.
-	28.57	34.28	11.42	25.71		
-	14	12	09	-	5	قليل التواصل المباشر مع الآخرين.
-	40.0	34.28	25.71	-		
-	04	-	21	10	6	غير مهتم بالفكر والعلم والعلماء.
-	11.42	-	60.0	28.57		
-	08	04	14	09	7	الانترنت جعلتني ذو نزعة استهلاكية.
-	22.85	11.42	40.0	25.71		



8	أعيش عالماً افتراضياً بعيداً عن الواقع المعاش.	-	17	10	08	-
		-	48.57	28.57	22.85	-
9	قل تحصيلي العلمي والمعرفي	-	13	04	08	10
		-	37.14	11.42	22.85	28.57
10	الانترنت بالنسبة لي أصبحت إدماناً.	09	08	-	08	10
		25.71	22.85	-	22.85	28.57
11	قلت ثقتي بنفسي.	-	35	-	-	-
		-	100.0	-	-	-
12	أقل تذوقاً وإقبالاً على المضامين الثقافية الرفيعة.	-	12	23	-	-
		-	34.28	65.71	-	-
13	أكثر من استخدام مواد الترفيه والتسلية والتواصل.	-	-	13	22	-
		-	-	37.14	62.85	-
14	زادت مشكلاتي الصحية مع حاسة البصر.	-	12	-	13	10
		-	34.28	-	37.14	28.57
15	أصبحت أكثر اهتماماً بمشاهير الفن والرياضة.	09	18	-	08	-
		25.71	51.42	-	22.85	-
16	التعدي على خصوصية الآخرين.	19	12	04	-	-
		54.28	34.28	11.42	-	-
17	أصبحت متعصبا لديني وعقيدتي.	-	14	21	-	-
		-	40.0	60.0	-	-
18	قل ارتباطي بالعادات والتقاليد والأعراف.	-	31	04	-	-
		-	88.57	11.42	-	-
19	قلت قدرتي على نقد نفسي أو تغييرها.	-	27	08	-	-
		-	77.14	22.85	-	-
20	أقل حساسية للمحتويات الثقافية الهابطة.	04	27	04	-	-
		11.42	77.14	11.42	-	-
21	أصبحت ثقافتي سطحية.	10	21	04	-	-
		28.57	60.0	11.42	-	-
22	تخليت عن مسؤولياتي اتجاه الآخرين.	10	04	21	-	-
		28.57	11.42	60.0	-	-
23	أشعر أن قيمي بعد التعامل مع الانترنت تختلف عن قيم المجتمع الذي أعيش فيه .	13	-	-	08	14
		37.14	-	-	22.85	40.0

تجدر الملاحظة في مستهل تحليل هذا الجدول إلى أن عدد مفردات الفئة العمرية (أكثر من 29 عاماً) محدود جداً مقارنة بالفئتين السابقتين، فهي ممثلة في 35 مفردة فقط، وبالتالي لا تنطوي نتائجها على دلالات معبرة، إلا أنه يمكن على ضوءها ورغم تواضعها، أن تقدم بعض التبصرات فيما يخص البحث في التأثيرات، وعلاقتها باستخدام محتويات الانترنت، ومن ناحية ثانية تكمن أهمية هذه الفئة في كونها وصلت نوعاً إلى مرحلة تحمل المسؤولية، لأن سنها يتجاوز 29 عاماً، وقد يكون لها حياة زوجية وعائلية، وبالتالي لها التزامات متعددة، وقد اختبرت نوعاً ما الحياة عكس الفئتين السابقتين، وقد عادت إلى مقاعد الجامعة لاستكمال دراستها العليا، بمعنى أن لها خصائص شخصية ومهنية واجتماعية تؤهلها لأن يكون أفرادها أكثر فهماً لمدلول القيم والتأثيرات والسلوكيات والتصرفات والمواقف، وهذا بسبب نضجهم ووعيهم، وكذا قدرتهم على استيعاب الشرح المقدم لهم أثناء تقديم لهم الاستشارة.

وعليه توضح لنا نتائج هذا الجدول أن متغير الفئة العمرية (أكبر من 29 عاماً) يختلف قليلاً عن الفئتين العمريتين الأولى والثانية، حيث عبر أغلبية أفرادها عن عدم موافقتهم على أن الانترنت واستخدام محتوياتها أكسبهم بعض التأثيرات، وتراوحت النسب أيضاً، بين 37.13% الخاصة بعبارة "زاد شغفي وتشبهي بالغرب"، و 100.0% المتعلقة بعبارة "قلت تقي بنفسي".

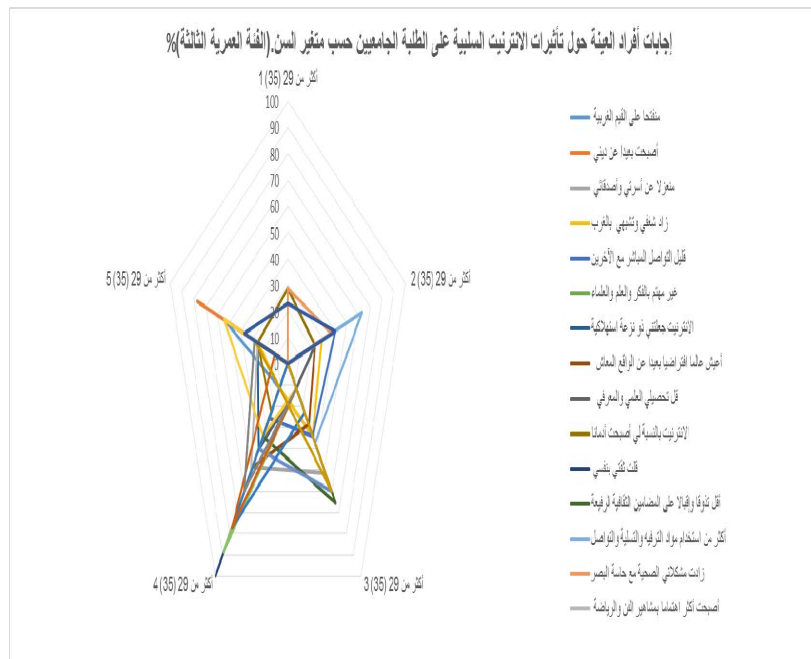
وصرح أفراد هذه الفئة العمرية، أيضاً، بموافقتهم على أن الانترنت أكسبتهم بعض التأثيرات، وهي سلوك "زادت مشكلاتي الصحية خاصة مع حاسة البصر" بنسبة 65.71% مقارنة بالذين لم يوافقوا وكانت نسبتهم 34.28%، وتأثير "أكثر من مواد الترفيه والتسلية والتواصل" بنسبة 62.85% مقارنة بالذين التزموا الحياد بنسبة 37.14% وبنسبة معدومة للذين لم يوافقوا، وعبارة "أشعر أن قيمي بعد التعامل مع الانترنت تختلف عن قيم المجتمع الذي أعيش فيه" بنسبة 62.85% مقارنة بالذين لم يوافقوا بنسبة 37.14%، وعبارة "الانترنت بالنسبة لي أصبحت إدماناً" بنسبة 51.42% مقارنة بالذين لم يوافقوا بنسبة 48.56%، وعبارة "قل تحصيلي العلمي والمعرفي" بنسبة 51.42% مقارنة بالذين لم يوافقوا على هذه العبارة بنسبة 37.14%، وعبارة "قليل التواصل المباشر مع الآخرين" بنسبة 40.0% مقارنة بالذين لم يوافقوا وكانت نسبتهم 25.71%.

وتجدر الملاحظة إلى أنه ورغم الخصائص التي تميز بها هذه الفئة العمرية من نضج ومستوى جامعي وفي تخصص مرتبط بالوسيلة محل الدراسة، إلا أن أفرادها عبروا بمحايد بخصوص بعض التأثيرات السلبية، وبنسب معتبرة، بل في بعض الأحيان النسبة المعبر عنها بمحايد تفوق نسبة الموافقة أو عدم الموافقة، وهذا يظهر في أربعة حالات وهي: عبارة "تخليت عن مسؤولياتي اتجاه الآخرين" و "أصبحت متعصباً لديني وعقيدتي" بنسبة 60.0%، وعبارة "أقل تذوقاً وإقبالاً على المحتويات الثقافية الرفيعة" بنسبة 65.71%، وعبارة "منعزلاً عن أسرتي وأصدقائي" بنسبة 51.42%.

كما نشير إلى أن بعض التأثيرات السلبية، وبالرغم من أن الاتجاه فيها كان لعدم الموافقة (الاتجاه السالب) إلا أن نسبة "محايد" كانت معتبرة أيضاً، ومنها عبارة "مفتحاً على القيم الغربية" بنسبة 34.28 %، وعبارة "زاد شعفي وتشبهي بالغرب" بنسبة 34.28 %، وعبارة "أعيش عالماً افتراضياً بعيداً عن الواقع المعاش" بنسبة 28.57 %، و"أصبحت بعيداً عن ديني" بنسبة 22.85 %، وعبارة "قلت قدرتي على نقد نفسي أو تغييرها" بنسبة 22.85 %.

ونستج من هذه النتائج أنه كلما كان السن أكبر عند أفراد العينة من الطلبة، إلاً وزادت التأثيرات السلبية عند الذين اعتقدوا أن الانترنت كانت سبباً في جعلهم يقومون بها، أو ساهمت في القيام بها، وهذه التأثيرات، متمثلة في (المشاكل الصحية، الإدمان، التواصل المباشر مع الناس، الشعور بتغير القيم بعد استخدام الانترنت)، لكن نلاحظ أن هذه الأخيرة مرتبطة بالجوانب الاتصالية التي توفرها الانترنت، وبالتالي ينهر بها كبار السن، ويتأثرون بها في هذه الجوانب لكن هذا لا يعني أن سلوكياتهم غير موجهة بالقيم، ولا يعيرون اهتماماً بالبيئة التي يعيشون فيها، و الدين الذي يوجه حياتهم أو العادات والتقاليد التي تعودوا عليها في حياتهم.

إذن، لا يؤثر متغير السن كثيراً في اعتقاد الطلبة الجامعيين بأن الانترنت أكسبتهم بعض التأثيرات السلبية، ولكن تأثيرها يبقى في حدود التفاوت في درجات الاعتقاد ، وقد تخلف هذه الدرجة من تأثير سلبي إلى آخر.



الشكل رقم (91): مخطط راداري لإجابات أفراد العينة حول تأثيرات الانترنت السلبية على أفراد العينة حسب متغير السن. (الفئة العمرية الثالثة).

الجدول (115): يوضح إجابات أفراد العينة حول تأثيرات الانترنت السلبية على أفراد العينة حسب متغير المستوى الجامعي(مستوى الليسانس).

الإجابة(الاتجاهات)										السؤال: هل استخدمك للانترنت جعلك تتأثر وأصبحت؟ :
المستوى الجامعي										
السنة الثالثة ليسانس LMD (149)					السنة الثانية ليسانس LMD (115)					المستوى الجامعي والتكرار والنسبة
1	2	3	4	5	1	4	3	4	5	
ك %	ك %	ك %	ك %	ك %	ك %	ك %	ك %	ك %	ك %	العبارات المتضمنة للتأثيرات السلبية
08 05.37	10 06.71	53 35.57	- -	78 52.34	11 09.56	12 10.43	25 21.73	14 12.17	53 46.08	
- -	11 07.38	25 16.77	37 24.83	76 51.00	11 09.56	04 03.47	34 29.56	21 18.26	45 39.13	2
- -	38 25.50	16 10.73	68 45.63	27 18.12	- -	41 35.65	16 13.91	41 35.65	17 14.78	3
- -	27 18.12	20 13.42	35 23.49	67 44.96	- -	31 26.95	30 26.08	29 25.27	25 21.73	4
- -	38 25.50	16 10.73	76 51.00	19 12.75	- -	31 26.95	08 06.95	59 51.30	17 14.78	5
- -	36 24.16	- -	94 63.08	19 12.75	- -	31 26.95	04 03.47	63 54.78	17 14.78	6
- -	18 12.08	35 23.49	29 19.46	67 44.96	04 03.47	11 09.56	34 29.56	45 39.13	21 18.26	7
- -	34 22.81	21 14.09	75 50.33	19 12.75	- -	31 26.95	20 17.39	55 47.82	09 07.82	8
- -	56 37.58	09 06.04	65 43.62	19 12.75	- -	39 33.91	- -	71 61.74	05 04.34	9

-	62	01	27	59	12	30	04	34	35	10
-	41.61	0.67	18.12	39.59	10.43	26.08	03.47	29.56	30.43	
-	35	28	59	27	11	24	08	45	27	11
-	23.49	18.79	39.59	18.12	09.56	20.87	06.95	39.13	23.47	
-	10	85	35	19	11	04	62	33	05	12
-	06.71	57.04	23.49	12.75	09.56	03.47	53.91	28.70	04.34	
-	61	61	08	19	-	42	38	26	09	13
-	40.93	40.93	05.37	12.75	-	36.52	33.04	22.60	07.82	
08	69	20	34	18	-	74	08	32	01	14
05.37	46.30	13.42	22.81	12.08	-	64.34	06.95	27.82	0.87	
08	73	01	08	59	04	46	10	34	21	15
05.37	48.99	0.67	05.37	39.59	03.47	40.0	08.69	29.56	18.26	
-	10	25	54	60	04	10	30	38	33	16
-	06.71	16.77	36.24	40.26	03.47	08.70	26.08	33.04	28.70	
-	16	77	29	27	11	20	42	26	16	17
-	10.73	51.67	19.46	18.12	09.56	17.39	36.52	22.60	13.91	
-	26	12	84	27	-	20	08	71	16	18
-	17.44	08.05	56.37	18.12	-	17.39	06.95	61.74	13.91	
-	29	26	75	19	-	15	46	38	16	19
-	19.46	17.44	50.33	12.75	-	13.04	40.0	33.04	13.91	
-	27	20	67	35	-	41	18	32	24	20
-	18.12	13.42	44.96	23.49	-	35.65	15.65	33.04	20.87	
-	26	29	75	19	-	31	26	42	16	21
-	17.44	19.46	50.33	12.75	-	26.95	22.60	36.52	13.91	
-	45	48	37	19	-	31	34	24	26	22
-	30.20	32.21	24.83	12.75	-	26.95	29.56	20.87	22.60	
16	10	31	19	73	-	19	44	12	40	23
10.73	06.71	20.80	12.75	48.99	-	16.52	38.26	10.43	34.78	

يظهر من خلال هذا الجدول أن فئة السنة "الثانية ليسانس" أجابت في أغليبتها بعدم الموافقة على كل التأثيرات السلبية باستثناء تأثيرين اثنين، الأول والمتمثل في عبارة: "زادت مشكلاتي الصحية خاصة مع حاسة البصر" الذي وافق عليه أفراد هذه الفئة بنسبة 64.34% مقابل 28.69% بعدم

الموافقة، والتأثير الثاني المتمثل في عبارة "أكثر من مواد الترفيه والتسلية والتواصل" الذي وافق عليه أفراد العينة بنسبة 36.52% مقابل 30.42% بعدم الموافقة، و هما نسبتان متقاربتان، وبالتالي أن أفراد فئة السنة "الثانية ليسانس"، هم، أيضاً، يعتقدون أن استخدام الانترنت جعلهم يشعرون بمشكلات صحية مرتبطة أساساً بحاسة البصر، كما أن الانترنت جعلتهم أكثر استخداماً للمحتويات الترفيهية والتواصلية. كما نلاحظ أن بعض التأثيرات السلبية كانت فيها نسبة "محايد" أكبر من نسبة عدم الموافقة أو الموافقة، وتمثلت أساساً في عبارة "أقل تذوقاً وإقبالاً على المضامين الثقافية الرفيعة" بنسبة 53.91% مقارنة بنسبة عدم الموافقين التي بلغ 33.04%.

كما سجل أفراد العينة من ذوي هذا المستوى الجامعي بعض النسب العالية فيما يتعلق بالذين التزموا ب"محايد" مثل: عبارة "قلت قدرتي على نقد نفسي أو تغييرها" بنسبة 40.03%، وعبارة "أشعر أن قيمي بعد التعامل مع الانترنت تختلف عن قيم المجتمع الذي أعيش فيه" بنسبة 38.26%، وعبارة "أصبحت متعصباً لديني" بنسبة 36.52%، عبارة "تخليت عن مسؤولياتي اتجاه الآخرين" بنسبة 29.56%، وسلوك "أصبحت بعيداً عن ديني" بنسبة 29.56%، وعبارة "الانترنت جعلتني ذو نزعة استهلاكية" بنسبة 29.56%، وعبارة "زاد شغفي بالغرب" بنسبة 26.08%، وعبارة "التعدي على خصوصية الآخرين" بنسبة 26.08%، وعبارة "أصبحت ثقافتي سطحية" بنسبة 22.60%، و"منفتحاً على القيم الغربية" بنسبة 21.45%.

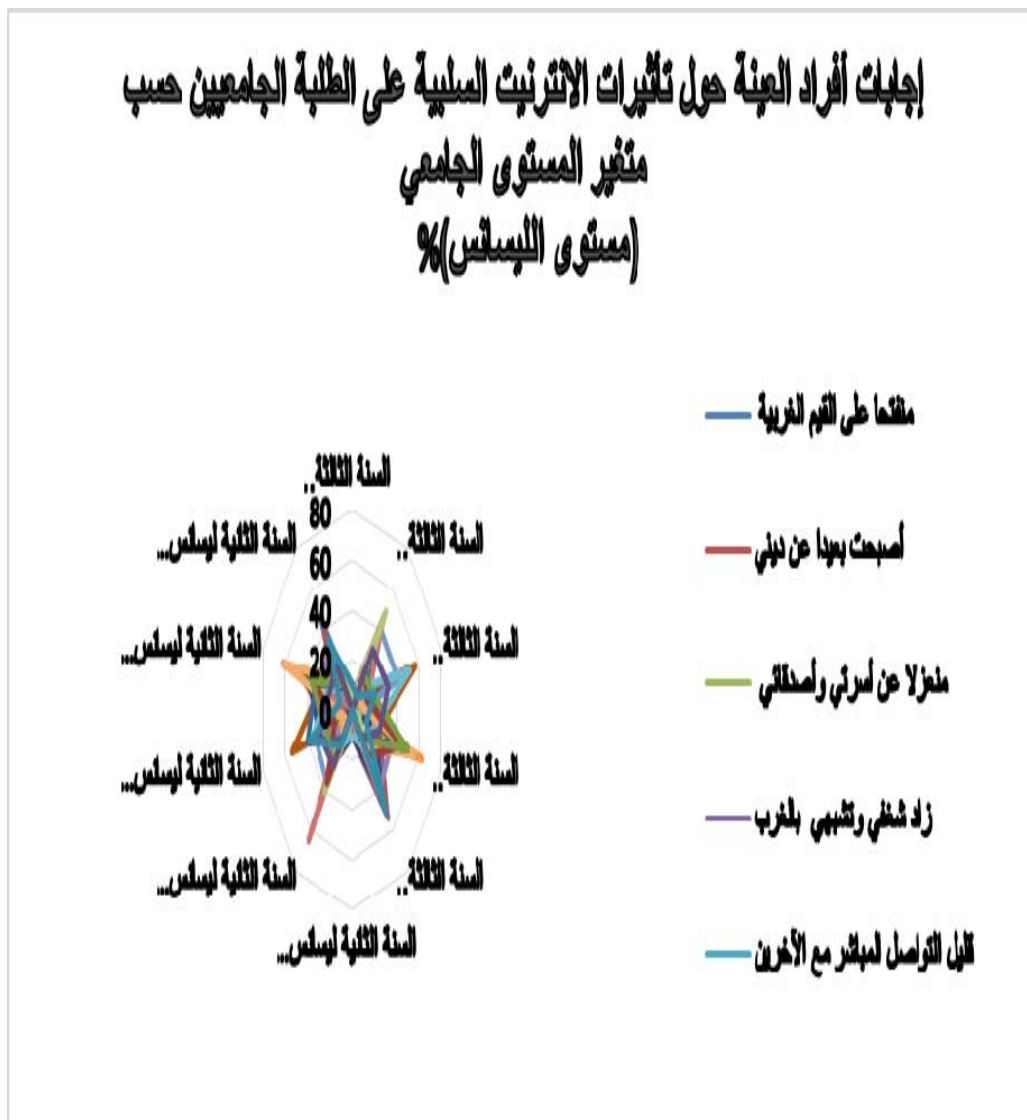
وعليه يمكن أن نفترض بأن إجماع أفراد هذه الفئة على أن الانترنت لا تجعلهم أو تكسبهم بعض التأثيرات السلبية لا يكمن فقط في متغير المستوى الجامعي، و إنما قد توجد تفسيرات أخرى على مستوى السن والنوع ومكان الإقامة ومنطقة السكن، ومتغيرات أخرى قد تكون مرتبطة بدرجة نضج الطلبة وشخصيتهم التي اكتسبوها من مؤسسات التنشئة الاجتماعية المختلفة ومسؤولياتهم وأدوارهم في البيئة والنظام الاجتماعي الذين التي يعيشون فيه .

كما يتضح لنا من خلال هذا الجدول أنه، وعلى غرار فئة السنة "الثانية ليسانس" فإن فئة السنة "الثالثة ليسانس" أجابت في أغليبيتها بعدم الموافقة على أغلب تلك التأثيرات، باستثناء تأثيرات السلبية الثلاث التالية وهي: "أكثر من استخدام مواد الترفيه والتسلية والتواصل" الذي حظي بالموافقة بنسبة 40.93% في مقابل 18.12% بعدم الموافقة، كما حظي تأثير "أصبحت أكثر اهتماماً بمشاهير الفن والرياضة" بالموافقة بنسبة 54.36% في مقابل 44.96% بعدم الموافقة، ونفس الشيء بالنسبة لعبارة "زادت مشكلاتي الصحية خاصة مع حاسة البصر" الذي حظي بالموافقة 51.67% في مقابل 34.89%.

وسجلت حالتين كانت فيهما نسبة "محايد" أعلى من نسبة الموافقة أو عدم الموافقة، وهما: عبارة "أقل تذوقاً وإقبالاً على المضامين الثقافية الرفيعة" الذي سجل نسبة 57.04% في مقابل 36.24% لعدم

الموافقة، وعبارة" أصبحت متعصباً لديني" الذي سجل 51.67% في مقابل 37.58% لعدم الموافقة عليها .

وسجلت هي الأخرى بعض النسب المعتبرة فيما يتعلق بالمحايد مثل: عبارة "منفتحاً على القيم الغربية" بنسبة 35.57%، وعبارة "تخلت عن مسؤولياتي اتجاه الآخرين" بنسبة 32.21%، وعبارة" الانترنت جعلتني ذو نزعة استهلاكية" بنسبة 23.49%، وعبارة "أشعر أن قيمي بعد التعامل مع الانترنت تختلف عن قيم المجتمع الذي أعيش فيه" بنسبة 20.80%.



الشكل رقم (92): مخطط راداري لإجابات أفراد العينة حول تأثيرات الانترنت السلبية على أفراد العينة حسب متغير المستوى الجامعي(مستوى الليسانس).

الجدول (116): يوضح إجابات أفراد العينة حول تأثيرات الانترنت السلبية على أفراد العينة حسب متغير المستوى الجامعي (مستوى الماستر LMD).

الإجابة (الاتجاهات)										السؤال: هل استخدمك للانترنت جعلك تتأثر وأصبحت ؟ : المستوى الجامعي والتكرار والنسبة العبارات المتضمنة للتأثيرات السلبية
المستوى الجامعي					المستوى الجامعي					
السنة الثانية ماستر LMD (69)					السنة أولى ماستر LMD (134)					
1	2	3	4	5	1	4	3	4	5	
ك %	ك %	ك %	ك %	ك %	ك %	ك %	ك %	ك %	ك %	
-	01	18	10	40	-	-	24	23	87	1
-	01.44	26.08	14.49	57.97	-	-	17.91	23.88	64.92	
-	10	20	10	29	-	-	21	07	106	2
-	14.49	28.98	14.49	42.02	-	-	15.67	05.22	79.10	
-	10	22	19	18	-	-	19	83	32	3
-	14.49	31.88	27.53	26.08	-	-	14.17	61.94	23.88	
-	10	27	14	18	01	-	21	17	95	4
-	14.49	39.13	20.28	26.08	0.74	-	15.67	12.68	70.89	
-	24	08	20	17	-	19	01	88	26	5
-	34.78	11.59	28.98	24.63	-	14.17	0.74	65.67	19.40	
-	14	08	20	27	08	-	01	93	32	6
-	20.28	11.59	28.98	39.13	05.97	-	0.74	69.40	23.88	
-	-	22	29	18	-	-	01	48	85	7
-	-	31.88	42.02	26.08	-	-	0.74	35.82	63.43	
-	-	36	16	17	-	-	11	98	25	8
-	-	52.17	23.18	24.63	-	-	08.20	73.13	18.65	
10	20	12	10	17	-	18	01	93	22	9
14.49	28.98	17.39	14.49	24.63	-	13.43	0.74	69.40	16.41	
11	18	08	14	18	-	21	01	27	85	10
15.94	26.08	11.59	20.28	26.08	-	15.67	0.74	20.14	63.43	



-	11	18	25	15	-	-	09	100	25	11
-	15.94	26.08	36.23	21.74	-	-	06.71	74.62	18.65	
-	-	37	15	17	08	-	78	33	15	12
-	-	53.62	21.73	24.63	05.97	-	58.20	24.62	11.19	
-	25	27	-	17	-	28	71	20	15	13
-	36.23	39.13	-	24.63	-	20.89	52.98	14.92	11.19	
10	31	18	04	06	-	81	11	20	22	14
14.49	44.92	26.08	05.79	08.69	-	60.44	08.20	14.92	16.41	
-	29	08	14	18	-	11	19	12	92	15
-	42.02	11.59	20.28	26.08	-	08.20	14.17	08.95	68.65	
-	-	12	20	37	08	-	13	11	102	16
-	-	17.39	28.98	53.62	05.97	-	09.70	08.20	76.11	
-	-	28	24	17	08	11	67	23	25	17
-	-	40.57	34.78	24.63	05.97	08.20	50.0	17.16	18.65	
-	-	18	34	17	08	-	01	89	36	18
-	-	26.08	49.27	24.63	05.97	-	0.74	66.41	26.86	
-	10	12	30	17	-	-	21	98	15	19
-	14.49	17.39	43.47	24.63	-	-	15.67	73.13	11.19	
-	08	10	30	21	08	-	13	98	15	20
-	11.59	14.49	43.47	30.43	05.97	-	09.70	73.13	11.19	
-	-	22	20	27	-	-	31	88	15	21
-	-	31.88	28.98	39.13	-	-	23.13	65.67	11.19	
-	10	09	23	27	-	-	98	11	25	22
-	14.49	13.04	33.33	39.13	-	-	73.13	08.20	18.65	
-	10	26	11	22	09	10	13	01	101	23
-	14.49	37.68	15.94	31.88	06.71	07.46	09.70	0.74	75.37	

من خلال هذا الجدول نلاحظ أن أغلبية أفراد العينة من فئة السنة الأولى ماستر "أجابوا ب"لا أوافق" أو "لا أوافق بشدة"، بحيث أنه عند جمع النسبتين الخاصتين (لا أوافق ولا أوافق بشدة) بكل عبارة نحصل على نسبة تتراوح بين 70% و 100%، وهذا مقارنة بالذين أبدوا موافقتهم بأن الانترنت جعلتهم أو "أكسبتهم" "التأثيرات" المذكورة أعلاه، فكانت أعلى نسبة لعدم الموافقة على عبارة "الانترنت جعلتني ذو نزعة استهلاكية"، حيث بلغت نسبة عدم الموافقة عليها 99.25%، تليها نسبة 93.28% لعبارة " لعبارة غير مهتم بالفكر والعلم والعلماء"، تليها نسبة 93.27% لعبارتي "الانترنت جعلتني ذو نزعة استهلاكية" وعبارة "قل ارتباطي بالعادات والتقاليد والأعراف"، أما أدنى نسبة لعدم الموافقة، فكانت من نصيب عبارة

" أشعر قيمي بعد التعامل مع الانترنت تختلف عن قيم المجتمع الذي أعيش فيه" بنسبة 76.11% . وتبقى نسبة مرتفعة جداً.

كما يظهر من خلال هذا الجدول أن فئة السنة " أولى ماستر" أجابت في أغليتها بعدم الموافقة على كل التأثيرات السلبية باستثناء تأثير واحد، والمتمثل في عبارة: "زادت مشكلاتي الصحية خاصة مع حاسة البصر" الذي وافق عليه أفراد هذه الفئة بنسبة 60.44% مقابل 31.33% أجابوا بعدم الموافقة. و نلاحظ كذلك أن بعض التأثيرات السلبية كانت فيها نسبة "محايد" أعلى من نسبة عدم الموافقة أو الموافقة وتمثلت أساساً في عبارة "أقل تذوقاً وإقبالاً على المضامين الثقافية الرفيعة" بنسبة 58.20% مقارنة بنسبة عدم الموافقين التي بلغت 35.81%، وعبارة "أكثر من استخدام مواد الترفيه والتسلية والتواصل" بنسبة 52.98% مقارنة بنسبة عدم الموافقين التي بلغت 26.11% والموافقين 20.89% وعبارة "تخليت عن مسؤولياتي اتجاه الآخرين" التي بلغت نسبة "محايد" فيها 73.13% في مقابل 26.85% من الذين لم يوافقوا عليها.

كما سجل أفراد العينة من ذوي هذا المستوى الجامعي بعض النسب العالية فيما يتعلق بالذين التزموا ب"محايد" مثل: عبارة "أصبحت ثقافتي سطحية" بنسبة 23.13%، وعبارة "منفتحاً على القيم الغربية" بنسبة 17.1%، وهذا بالإضافة إلى العبارات السابقة التي كانت فيها نسبة محايد أعلى من عدم الموافقة والموافقة.

وعليه يمكن أن نفترض بأن إجماع أفراد هذه الفئة على أن الانترنت لا تجعلهم أو تكسبهم بعض التأثيرات السلبية لا يكمن فقط في متغير المستوى الجامعي، و إنما قد توجد تفسيرات أخرى على مستوى السن والنوع ومكان الإقامة ومنطقة السكن، ومتغيرات أخرى قد تكون مرتبطة بدرجة نضج الطلبة وشخصيتهم التي اكتسبوها من مؤسسات التنشئة الاجتماعية المختلفة ومسؤولياتهم وأدوارهم في البيئة والنظام الاجتماعي الذين يعيشون فيه .

كما يتضح لنا من خلال هذا الجدول أنه، وعلى غرار فئة السنة "أولى ماستر" فان فئة السنة "الثانية ماستر" أجابت في أغليتها بعدم الموافقة على أغلب تلك التأثيرات، وتراوحت نسبة عدم الموافقة بين 40% و 80% وهذا مقارنة بالذين أبدوا موافقتهم على تلك التأثيرات، فكانت أعلى نسبة من عدم الموافقة عند هذه الفئة من نصيب عبارة "التعدي على خصوصية الآخرين" حيث سجلت نسبة 82.6% من عدم الموافقة، تليها نسبة 73.9% لعبارتي " قل ارتباطي بالعادات والتقاليد والعادات والأعراف" وعبارة "أقل حساسية للمضامين الثقافية الهابطة"، أما أدنى نسبة من عدم الموافقة كانت من نصيب ثلاثة عبارات، وبنفس النسبة 46.36% وهي: "زاد شغفي بالغرب"، وعبارة "الانترنت أصبحت بالنسبة لي إدماناً"، وعبارة "أصبحت أكثر اهتماماً بمشاهير الفن والرياضة"، أما الموافقة كانت من نصيب تأثيرين

اثنين فقط هما : تأثير " قل تحصيلي العلمي والمعرفي " الذي حظي بالموافقة بنسبة 43.47% في مقابل 39.12% بعدم الموافقة وهما نسبتين متقاربتين جداً، ونفس الشيء بالنسبة لعبارة "زادت مشكلاتي الصحية خاصة مع حاسة البصر" التي حظي بالموافقة 59.41% في مقابل 14.48%.

وسجلت حالات كانت فيهما نسبة "محايد" أعلى من نسبة الموافقة أو عدم الموافقة، وهي: عبارة " أقل تذوقاً وإقبالاً على المضامين الثقافية الرفيعة" الذي سجل نسبة 53.62% في مقابل 46.36% لعدم الموافقة وهما نسبتين متقاربتين، وعبارة " أعيش عالماً رمزياً بعيداً عن الواقع المعاش" الذي سجل 52.17% في مقابل 47.82% لعدم الموافقة عليها، وعبارة "أكثر من مواد الترفيه والتسلية والتواصل" الذي سجلت 39.13% في مقابل 36.13% للموافقة و 24.63% لعدم الموافقة عليه.

وسجلت هذه الفئة هي الأخرى بعض النسب المعتبرة لعدة تأثيرات فيما يتعلق بنسبة "محايد" مثل: عبارة "منفتحاً على القيم الغربية" بنسبة 26.08%، وعبارة "أصبحت بعيداً عن ديني" بنسبة 28.98% وعبارة "منعزلاً عن أسرتي" بنسبة 31.88% وعبارة " زاد شعفي بالغرب" بنسبة 39.13% وعبارة "الانترنت جعلتني ذو نزعة استهلاكية" بنسبة 31.88%، وعبارة "قلت ثقتي بنفسي" بنسبة 26.08% وعبارة "زادت مشكلاتي الصحية خاصة مع حاسة البصر" بنسبة 26.08% وعبارة "أصبحت متعصباً لديني وعقيدتي" بنسبة 40.57% وعبارة "قل ارتباطي بالعادات والتقاليد والأعراف" بنسبة 26.08% وعبارة "أصبحت ثقافتي سطحية" بنسبة 31.88%، وعبارة "أشعر أن قيمي بعد التعامل مع الانترنت تختلف عن قيم المجتمع الذي أعيش فيه" بنسبة 37.68%.

كما نلاحظ أن هناك فروق فيما يخص الإجابات بين الفئتين تتراوح بين 1-37 درجة مئوية وكانت أعلى الفروق في عبارات: "الانترنت بالنسبة لي أصبحت إدماناً"، وعبارة " زاد شعفي بالغرب" حيث سجل فارق في الفئتين قدر ب37 درجة مئوية، حيث بلغت نسبة عدم الموافقة عند فئة السنة الأولى ماستر" بالنسبة للعبارتين 83.57%، بينما عند فئة السنة "الثانية ماستر" بالنسبة للعبارتين بلغت 46.36%، وعبارة "قلت ثقتي بنفسي" سجلت فارق يقدر ب35 درجة مئوية، حيث بلغت النسبة عند الفئة الأولى 93.27%، بينما الفئة الثانية سجلت نسبة 57.97%، وعبارة " منعزلاً عن أسرتي وأصدقائي " سجلت كذلك فارق قدر ب32 درجة حيث بلغت النسبة عند الفئة الأولى 85.82%، بينما الفئة الثانية 53.61%، وعبارة " قليل التواصل مع الآخرين" سجلت فرق قدر ب31 حيث بلغت النسبة عند الفئة الأولى 85.07%، بينما الفئة الثانية سجلت نسبة 53.61%، وعبارة " الانترنت جعلتني ذو نزعة استهلاكية " سجلت نفس الفرق السابق، حيث بلغت النسبة عند الفئة الأولى 99.25%، بينما الفئة الثانية سجلت نسبة 68.10%، وعبارة " أصبحت أكثر اهتماماً بمشاهير الفن والرياضة" سجلت فرق قدر كذلك ب31 درجة مئوية حيث بلغت النسبة عند الفئة الأولى 77.6%، بينما الفئة الثانية سجلت نسبة

46.36%، وعبارة "أصبحت بعيداً عن ديني" سجلت فارقاً قدر بـ27 درجة مئوية، حيث بلغت نسبة عدم الموافقة عند الفئة الأولى 84.32%، بينما سجلت الفئة الثانية نسبة عدم موافقة تقدر بـ56.51%. وكذلك عبارة "أشعر قيمي بعد التعامل مع الانترنت تختلف عن قيم المجتمع الذي أعيش فيه" سجلت هي الأخرى فارقاً قدر بـ28 درجة مئوية حيث بلغت النسبة عند الفئة الأولى 76.11%، بينما الفئة الثانية سجلت نسبة 47.82% وعبارة "غير مهتم بالفكر والعلم والعلماء" سجلت فارقاً قدر بـ25 درجة، حيث بلغت النسبة عند الفئة الأولى 93.28%، بينما الفئة الثانية سجلت نسبة 68.11% وعبارة "أصبحت متعصبا لديني وعقيدتي" سجلت فارقاً قدر بـ23 درجة، حيث بلغت النسبة عند الفئة الأولى كانت ادني وبلغت نسبة 35.81%، بينما الفئة الثانية سجلت نسبة 59.41%، بينما بعض العبارات سجلت فروقاً تراوحت بين 10 و20 درجة ومنها: "أقل تدوقاً وإقبالاً على المضامين الرفيعة" (بفارق 10 درجة)، وعبارة "أقل حساسية للمضامين الهابطة" (بفارق 10 درجة)، وعبارة "منفتحاً على القيم الغربية" وعبارة "قلت قدرتي على نقد نفسي أو تغييرها" (بفارق 17 درجة) لكل واحدة منها، وعبارة "قل ارتباطي بالعادات والتقاليد والأعراف" (بفارق 19 درجة).

كما نلاحظ توافق بين الفئتين فيما يخص عبارة "التعدي على خصوصية الآخرين" بحيث أن نسبة عدم الموافقة لكليهما كانتا متقاربتين جداً حيث بلغت نسبة عدم الموافقة عند الفئة الأولى 84.31%، بينما الفئة الثانية بلغت 82.6% وهذا فارق ضئيل جداً قدر (1.71 درجة مئوية).



الشكل رقم (93): مخطط راداري لإجابات أفراد العينة حول تأثيرات الانترنت السلبية على أفراد العينة حسب متغير المستوى الجامعي (مستوى ماستر).

الجدول رقم (117): يوضح إجابات أفراد العينة حول تأثيرات الانترنت السلبية على أفراد العينة حسب متغير مكان الإقامة.

الإجابة (الاتجاهات)										السؤال: هل استخدامك للانترنت جعلك تتأثر وأصبحت؟:
مكان الإقامة										
الإقامة الجامعية (189)					مع الأولياء (278)					مكان الإقامة والتكرار والنسبة العبارات المتضمنة للتأثيرات السلبية
1	2	3	4	5	1	4	3	4	5	
ك	ك	ك	ك	ك	ك	ك	ك	ك	ك	
%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	
08	04	47	26	104	11	19	73	21	154	1
04.23	02.11	24.86	13.75	55.02	03.95	06.83	26.25	07.55	55.39	
-	10	59	39	81	11	15	41	36	175	2
-	05.29	31.21	20.63	42.85	03.95	05.39	14.74	12.94	62.94	
-	40	35	71	43	-	49	38	140	51	3
-	21.16	18.51	37.56	22.75	-	17.62	13.66	50.35	18.34	
-	20	45	57	67	01	48	53	38	138	4
-	10.58	23.80	30.15	35.44	0.35	17.26	19.06	13.66	49.64	
-	48	17	95	29	-	64	16	148	50	5
-	25.39	08.99	50.26	15.34	-	23.02	05.75	53.23	17.98	
08	30	09	103	39	-	51	04	167	56	6
04.23	15.87	04.76	54.49	20.63	-	18.34	01.43	60.07	20.14	
-	-	57	75	57	04	29	35	76	134	7
-	-	30.15	39.68	30.15	01.43	10.43	12.59	27.33	48.20	
-	20	61	77	31	-	45	27	167	39	8
-	10.58	32.27	40.74	16.40	-	16.18	09.71	60.07	14.02	
-	58	17	93	21	10	75	05	146	42	9
-	30.68	08.99	49.20	11.11	03.59	26.97	01.79	52.51	15.10	
04	72	09	45	59	19	59	05	57	138	10
02.11	38.09	04.76	23.80	31.21	06.83	21.22	01.79	20.50	49.64	

-	35	43	69	42	11	35	20	160	52	11
-	18.51	22.75	36.50	22.22	03.95	12.59	07.19	57.55	18.70	
08	-	97	63	21	11	14	165	53	35	12
04.23	-	51.32	33.33	11.11	03.95	05.03	59.35	19.06	12.59	
-	72	69	27	21	-	84	128	27	39	13
-	38.09	36.50	14.28	11.11	-	30.21	46.04	09.71	14.02	
08	101	37	37	06	10	154	20	53	41	14
04.23	53.43	19.57	19.57	03.17	03.59	55.39	07.19	19.06	14.74	
08	76	37	19	49	04	83	01	49	141	15
04.23	40.21	19.57	10.05	25.92	01.43	29.85	0.35	17.62	50.71	
08	10	47	57	67	04	10	33	66	165	16
04.23	05.29	24.86	30.15	35.44	01.43	03.59	11.87	23.74	59.35	
08	30	81	28	42	11	17	133	74	43	17
04.23	15.87	42.85	14.81	22.22	03.95	06.11	47.84	26.61	15.46	
08	20	19	100	42	-	26	20	178	54	18
04.23	10.58	10.05	52.91	22.22	-	09.35	07.19	64.02	19.42	
-	18	51	88	32	-	36	54	153	35	19
-	09.52	26.98	46.56	16.93	-	12.94	19.42	55.03	12.59	
08	34	29	70	48	-	42	32	157	47	20
04.23	17.98	15.34	37.03	25.39	-	15.10	11.51	56.46	16.90	
-	20	59	78	32	-	37	49	147	45	21
-	10.58	31.21	41.26	16.93	-	13.30	17.62	52.87	16.18	
-	38	51	48	52	-	48	138	47	45	22
-	20.10	26.98	25.39	27.51	-	17.26	49.64	16.90	16.18	
08	10	63	14	94	17	39	51	29	142	23
04.23	05.29	33.33	07.40	49.73	06.11	14.02	18.34	10.43	51.07	

من خلال هذا الجدول نلاحظ أن أغلبية أفراد العينة من فئة المقيمين "مع الأولياء" أجابوا ب"لا أوافق" أو "لا أوافق بشدة"، بحيث أنه عند جمع النسبتين الخاصتين (لا أوافق ولا أوافق بشدة) بكل عبارة نحصل على نسبة تتراوح بين 60% و 90%، وهذا مقارنة بالذين أبدوا موافقتهم بأن الانترنت جعلتهم أو "أكسبتهم" "التأثيرات" المذكورة أعلاه، فكانت أعلى نسبة لعدم الموافقة على عبارة "قل ارتباطي بالعادات والتقاليد والأعراف"، حيث بلغت نسبة 83.44%، تليها نسبة 83.09% لعبارة "التعدي على خصوصية الآخرين"، تليها نسبة 80.21% لعبارة "غير مهتم بالفكر والعلم والعلماء"، أما أدنى نسبة لعدم الموافقة

فكانت من نصيب عبارة " أشعر أن قيمي بعد التعامل مع الانترنت تختلف عن قيم المجتمع الذي أعيش فيه." بنسبة 61.5% .

من جهة أخرى، فإن التأثير الوحيد الذي أكسبته الانترنت أو ساعدت عليه هو "المشكلات الصحية" إذ كانت أغلبية إجابات أفراد العينة حوله بالإيجاب، وبلغت في المجموع 58.98% مقارنة بالذين أبدوا عدم موافقتهم بنسبة 33.8%.

كما نلاحظ أن هناك نسب عالية للذين أجابوا ب"محايد" فبلغت نسبة 59.35% مع عبارة " أقل تذوقاً وإقبالاً على المضامين الثقافية الرفيعة " في مقابل 31.65% أبدوا عدم موافقتهم على هذا التأثير وبلغت 49.64% مع عبارة " تخليت عن مسؤولياتي اتجاه الآخرين" في مقابل 33.08% لم يوافقوا عليه وبلغت 47.84% مع عبارة " أصبحت متعصباً لديني وعقيدتي." في مقابل 42.07% وهما نسبتي متقاربتين إلى حد بعيد، وبلغت 46.04% مع عبارة "أكثر من مواد التسلية والترفيه والتواصل" في مقابل 23.73% لم يوافقوا عليه و 30.21% ممن وافقوا عليه ، كما أن عبارة " منفتحاً على القيم الغربية" بلغت فيها نسبة الحياد 26.25%، وبطبيعة الحال هذا الحياد وينسب مرتفعة قد يعود إلى بعض العوامل منها السن والمستوى الجامعي و إلى شخصية المبحوث ذاته ومدى اكتمالها ونضجها لتؤدي دورها في المجتمع وفق السلوك السوي المرغوب فيه في البيئة التي يعيش فيها المبحوث، كما يمكن أن يعود السبب إلى نمط استخدام المبحوث للانترنت وطبيعة المحتويات التي يفضلها و يتعرض لها ، كما يمكن أن يعود السبب إلى تهرب المبحوث من الإجابة لأسباب تبقى مجهولة .

وهذه النتائج فيما يتعلق بفئة المقيمين "مع الأولياء" تؤكد افتراضنا بأن سلوكيات، وتصرفات ومواقف الطلبة الجامعيين موجهة أساساً بالقيم، وبالمعايير الاجتماعية التي اكتسبوها بفضل مؤسسات التنشئة الاجتماعية المختلفة انطلاقاً من الأسرة وصولاً إلى الجامعة، وبالتالي فإن التأثيرات تكون محدودة نظراً للحصانة التي يتمتع بها الطلبة، وكذا طبيعة و مستويات استخدامهم للانترنت .

ويمكن القول بخصوص التأثير الذي وافق عليه أفراد العينة من المقيمين "مع الأولياء"، أي "زادت مشكلاتي الصحية"، بأن النتيجة منطقية بالنظر إلى المخاطر الصحية التي تتجر على المستخدم من جراء الاستخدام المتكرر للانترنت فتؤثر على حاسة البصر، وكذا تقوسات العمود الفقري والآلام المصاحبة له.

كما يظهر لنا من خلال الجدول أعلاه أن إجابات أفراد العينة من المقيمين في "الأحياء الجامعية" متقاربة مع إجابات الفئة الأولى، وأغلب إجاباتهم كانت بعدم الموافقة على أن الانترنت أكسبتهم تلك التأثيرات السلبية، إلا في ثلاث حالات: هي عبارة "الانترنت زادت من مشكلاتي الصحية" حيث بلغت نسبة الموافقة عندهم 57.66%، وهذا في مقابل 22.74% ممن لم يوافقوا عليه، وهذا بفارق ضئيل قدر 01 درجة عن موافقة أفراد الفئة الأولى، بالإضافة إلى عبارة "أكثر من استخدام مواد الترفيه والتسلية

والتواصل" حيث بلغت نسبة الموافقة 38.09 %، وهي نسبة أكبر من نسبة عدم الموافقة التي كانت 25.39 %، وأكبر من نسبة الذين التزموا بالحياد بنسبة 36.50 %، وعبارة "أصبحت أكثر اهتماماً بمشاهير الفن والرياضة" حيث بلغت نسبة الموافقة 44.44 % في مقابل 35.97 % ممن لم يوافقوا عليه. كما نلاحظ أن أعلى نسبة لعدم الموافقة بالنسبة لفئة المقيمين في "الأحياء الجامعية" كانت مع عبارة "قل ارتباطي بالعادات والتقاليد والأعراف" بنسبة 75.13 %، تليها عبارة "غير مهتم بالفكر والعلم والعلماء" بنسبة 75.12 %، أما أدنى نسبة عدم موافقة كانت مع عبارة "تخلت عن مسؤولياتي اتجاه الآخرين" بنسبة 52.9 %.

كما نلاحظ أن هناك نسب عالية للذين أجابوا ب"محايد" فبلغت نسبة 24.86 % مع عبارة "منفتحاً على القيم الغربية"، وبلغت 31.21 % مع عبارة "أصبحت بعيداً عن ديني"، وبلغت 23.80 % مع عبارة "زاد شعفي بالغرب"، وبلغت 30.15 % مع عبارة "الانترنت جعلتني ذو نزعة استهلاكية"، كما أن عبارة "أعيش عالماً رمزياً افتراضياً بعيداً عن الواقع المعاش" بلغت فيها نسبة الحياد 32.27 % وبلغت نسبة 22.75 % بالنسبة لعبارة "قلت ثقتي بنفسي" كما أن عبارة "أكثر من مواد الترفيه والتسلية والتواصل" بلغت نسبة 36.50 %، كما أن عبارة "التعدي عن خصوصية الآخرين" تحصلت على نسبة تقدر ب24.6 %، و عبارة "قلت قدرتي عن نقد نفسي أو غيرها" بلغت نسبة الحياد فيها نسبة 26.98 % و عبارة "أصبحت ثقافتني سطحية" بلغت نسبة محايد فيها 31.21 %، أما عبارة "تخلت عن مسؤولياتي اتجاه الآخرين" سجلت نسبة حياد بلغت 26.98 %، وعبارة "أشعر أن قيمي بعد التعامل مع الانترنت تختلف عن قيم المجتمع الذي أعيش فيه" بلغت نسبة محايد فيها 33.33 %.

كما نلاحظ أن هناك عبارتين كانت فيهما نسبة الحياد هي الأعلى وذلك في عبارة: "أقل تذوقاً وإقبالاً على المضامين الثقافية الرفيعة بنسبة 51.32 % في مقابل 44.44 % لم يوافقوا عليه، وعبارة "التعدي على خصوصية الآخرين" بنسبة 42.85 % في مقابل 37.03 % ممن لم يوافقوا عليه.

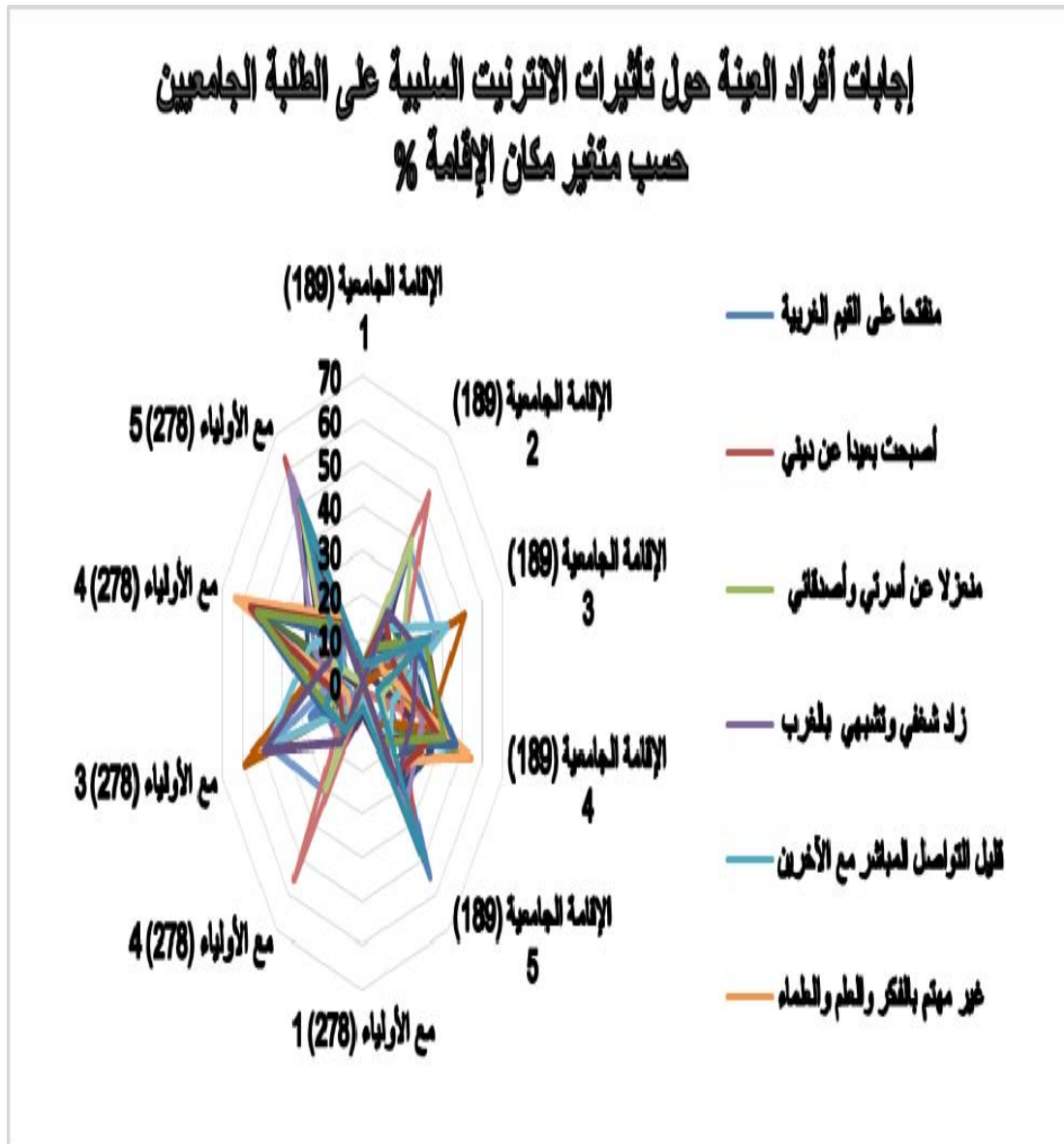
كما نلاحظ أن هناك فروق بسيطة جداً فيما يخص الإجابات بين الفئتين تتراوح بين (2-17) درجة مئوية في عدم الموافقة، وكانت أعلى الفروقات في عبارات: "قلت ثقتي بنفسي" حيث بلغت نسبة عدم الموافقة عند فئة الأفراد المقيمين "مع الأولياء" 76.25 %، بينما نسبة فئة المقيمين في "الأحياء الجامعية" بلغت 58.72 % بفارق قدر ب26 درجة، وعبارة "أعيش عالماً افتراضياً بعيداً عن الواقع المعاش" سجلت فارق قدر ب16 درجة مئوية، حيث بلغت النسبة عند الفئة الأولى 74.09 %، بينما الفئة الثانية سجلت نسبة 57.14 %، وعبارة "الانترنت بالنسبة لي أصبحت إدماناً" سجلت كذلك فارق قدر ب15 درجة حيث بلغت النسبة عند الفئة الأولى 70.14 %، بينما الفئة الثانية 55.01 %، وعبارة "التعدي على خصوصية الآخرين" سجلت فارقاً قدر ب17 درجة مئوية، حيث بلغت النسبة عند الفئة الأولى 83.09 %، بينما الفئة الثانية بلغت النسبة فيها 65.56 %، وعبارة "أصبحت بعيداً عن ديني"



سجلت فارقا قدر ب12 درجة مئوية، حيث بلغت عند الفئة نسبة 75.88% ونسبة 63.48% للفئة الثانية، بينما بعض العبارات سجلت فروقا تراوحت بين (2 و10) درجة مئوية ومنها: "منفتحاً على القيم الغربية" (بفارق 05 درجات مئوية)، وعبارة " منعزلاً عن أسرتي وأصدقائي" وعبارة " قل ارتباطي بالعادات والتقاليد والأعراف " (بفارق 08 درجات مئوية ) لكل واحدة منهما، وعبارة " غير مهتم بالفكر والعلم والعلماء " وعبارة " الانترنت جعلتني ذو نزعة استهلاكية" وعبارة " أعيش عالماً رمزياً بعيداً عن الواقع المعاش " (بفارق 05 درجات) لكل واحدة، وعبارة "قل تحصيلي العلمي والمعرفي" (بفارق 07 درجة)، وعبارة (بفارق 04 درجة) ، وعبارة " أقل حساسية للمضامين الثقافية الهابطة " و" أصبحت ثقافتني سطحية " (بفارق 10 درجات) لكل واحدة منهما، و عبارة " أشعر أن قيمي بعد التعامل مع الانترنت تختلف عن قيم المجتمع الذي أعيش فيه "، و عبارة " قلت قدرتي على نقد نفسي أو تغييرها " (بفارق 04 درجات) لكل واحدة منهما.

كما نلاحظ أن هناك تقارب كبير في عدم الموافقة على عبارة " زاد شعفي وتشبهي بالغرب " حيث بلغت النسبة عند الفئة الأولى 63.3% و65.59% عند الفئة الثانية، أي بفارق درجتين (02.29). وعليه، بالرغم من أن أفراد الفئتين غير موافقون في أغليبتهم على أن الانترنت أثرت عليهم سلبيا في سلوكياتهم ومواقفهم وتصرفاتهم إلا أن درجة عدم الموافقة على تلك التأثيرات السلبية تختلف من فئة إلى أخرى ومن قيمة إلى أخرى، وهي أعلى عند أفراد فئة المقيمين "مع الأولياء"، ويمكن تأويل هذه الفروقات بعدة عوامل منها أن أفراد الفئة الأولى هم أكثر استقراراً و أكثر تفاعلاً واندماجاً من أقرانهم ممن يقيمون في "الأحياء الجامعية"، وهذا راجع لطبيعة الفضاءات التي يتحركون فيها، و هذا التفاعل أكسبهم أدوار اجتماعية سواءً في الواقع الافتراضي أو الحقيقي معززين بتجارب ومعارف ومؤهلات قوت فيهم شخصيتهم وقيمهم التي جعلتهم يرفضون بنسب مرتفعة أن الانترنت أثرت عليهم وأكسبتهم تصرفات ومواقف وسلوكيات سلبية، بينما أفراد فئة المقيمين في "الأحياء الجامعية" كانت نسبة موافقتهم على تلك التأثيرات أكبر وتمثلت في ثلاثة تأثيرات، اثنان منهما كانت فيهما نسبة عدم الموافقة أعلى عن الفئة الثانية، وهما: "منفتحاً على القيم الغربية" وعبارة " زاد شعفي وتشبهي بالغرب " التي كانت أعلى عند فئة المقيمين في "الأحياء الجامعية"، وهذا راجع ربما إلى طابع الفضاء الجامعي وأوقات الفراغ الكبيرة التي تتيح للطلبة الاقامات الجامعية التفاعل مع أناس من ثقافات مختلفة وبالتالي يتأثرون بهم وثقافتهم.

وعليه نستنتج أن متغير مكان الإقامة لا يؤثر كثيراً في اعتقاد الطلبة بمدى قدرة الانترنت على إكسابهم تأثيرات سلبية، حيث جاءت النتائج مقارنة نوعاً ما (مع بعض الفروق)، وفي اتجاه أن الانترنت لا تؤثر بالقدر الكافي على الطلبة في الاتجاه السلبي، ولكن هذا التأثير يبقى في حدود التفاوت في درجات وتختلف هذه الدرجات من تأثير لآخر.



الشكل رقم (94): مخطط راداري لإجابات أفراد العينة حول تأثيرات الانترنت السلبية على أفراد العينة حسب متغير مكان الإقامة.

الجدول رقم (118): يوضح إجابات أفراد العينة حول تأثيرات الانترنت السلبية على أفراد العينة حسب متغير منطقة السكن.

الإجابة (الاتجاهات)										السؤال: هل استخدمك للانترنت جعلك وأصبحت ؟
منطقة السكن					منطقة السكن					
الريف (228)					المدينة (239)					العبارة المتضمنة للتأثيرات السلبية
1	2	3	4	5	1	4	3	4	5	
ك %	ك %	ك %	ك %	ك %	ك %	ك %	ك %	ك %	ك %	
-	10	53	26	139	19	13	67	21	119	1
-	04.38	23.24	11.40	60.96	07.95	05.43	28.03	08.78	49.79	
-	10	54	49	115	11	15	46	26	141	2
-	04.38	23.68	21.49	50.43	04.60	06.27	19.24	10.87	58.99	
-	66	36	95	31	-	23	37	116	63	3
-	28.94	15.78	41.66	13.59	-	09.62	15.48	48.53	26.36	
01	56	29	49	93	-	12	69	46	112	4
0.43	24.56	12.71	21.49	40.78	-	05.02	28.87	19.24	46.86	
-	76	08	115	29	-	36	25	128	50	5
-	33.33	03.50	50.43	12.71	-	15.06	10.46	53.55	20.92	
-	54	08	117	49	08	27	05	153	46	6
-	23.68	03.50	51.31	21.49	03.34	11.29	02.09	64.01	19.24	
-	10	63	71	84	04	19	29	80	107	7
-	04.38	27.63	31.14	36.84	01.67	07.94	12.13	33.47	44.76	
-	45	60	92	31	-	20	28	152	39	8
-	19.73	26.31	40.35	13.59	-	08.36	11.71	63.59	16.31	
10	75	09	113	21	-	58	13	126	42	9
04.38	32.89	03.94	49.56	09.21	-	24.26	05.43	52.71	17.57	

10 04.38	94 41.22	09 03.94	21 09.21	94 41.22	13 05.43	37 15.48	05 02.09	81 33.89	103 43.09	10
-	68	19	114	27	11	02	44	115	67	11
-	29.82	08.33	50.0	11.84	04.60	0.83	18.41	48.11	28.03	
-	10	138	59	21	19	04	124	57	35	12
-	04.38	60.52	25.87	09.21	07.94	01.67	51.88	23.84	14.64	
-	103	93	11	21	-	53	104	43	39	13
-	45.17	40.78	04.82	09.21	-	22.17	43.51	17.99	16.31	
10 04.38	144 63.15	29 12.71	39 17.10	06 02.63	08 03.34	111 46.44	28 11.71	51 21.33	41 17.15	14
-	94	29	21	84	12	65	09	47	106	15
-	41.22	12.71	09.21	36.84	05.02	27.19	03.76	19.66	44.35	
-	20	54	49	105	12	-	26	74	127	16
-	08.77	23.68	21.49	46.05	05.02	-	10.87	30.96	53.13	
-	45	82	51	50	19	02	132	51	35	17
-	19.73	35.96	22.36	21.92	07.94	0.83	55.23	21.33	14.64	
-	45	19	103	61	08	01	20	175	35	18
-	19.73	08.33	45.17	26.75	03.34	0.41	08.36	73.22	14.64	
-	20	47	129	32	-	34	58	112	35	19
-	08.77	20.61	56.57	14.03	-	14.22	24.26	46.86	14.64	
-	56	21	119	32	08	20	40	108	63	20
-	24.56	09.21	52.19	14.03	03.34	08.36	16.73	45.18	26.36	
-	45	32	109	42	-	12	76	116	35	21
-	19.73	14.03	47.80	18.42	-	05.02	31.79	48.53	14.64	
-	55	75	36	62	-	31	114	59	35	22
-	24.12	32.89	15.78	27.19	-	12.97	47.69	24.68	14.64	
17 07.45	30 13.15	75 32.89	18 07.89	88 38.59	08 03.34	19 07.94	39 16.31	25 10.46	148 61.92	23

من خلال هذا الجدول نلاحظ أن أغلبية أفراد العينة من فئة الساكنين في "المدينة" أجابوا ب"لا أوافق" أو "لا أوافق بشدة"، بحيث أنه عند جمع النسبتين الخاصتين (لا أوافق، ولا أوافق بشدة) بكل عبارة نحصل على نسبة تتراوح بين 50% و 90%، وهذا مقارنة بالذين أبدوا موافقتهم بأن الانترنت جعلتهم أو

"أكسبتهم" "التأثيرات" المذكورة أعلاه، فكانت أعلى نسبة لعدم الموافقة على تلك التأثيرات مع عبارة "قل ارتباطي بالعادات والتقاليد والأعراف"، حيث بلغت نسبة 87.86%، تليها نسبة 84.09% لعبارة "التعدي على خصوصية الآخرين"، تليها نسبة 83.25% لعبارة "غير مهتم بالفكر والعلم والعلماء"، أما أدنى نسبة لعدم الموافقة، فكانت من نصيب عبارة "منفتحاً على القيم الغربية" بنسبة 58.57%.

من جهة أخرى، فإن التأثير الوحيد الذي أكسبته الانترنت لأفراد العينة أو ساعدت عليه هو المشكلات الصحية الممثل في عبارة "زادت مشكلاتي الصحية مع خاصة حاسة البصر" إذ كانت أغلبية إجابات أفراد العينة حوله بالإيجاب، وبلغت في المجموع 49.78% مقارنة بالذين أبدوا عدم موافقتهم بنسبة 38.48%، ورغم ذلك تبقى النسبتين متقاربتين بفارق 11 درجة مئوية.

كما نلاحظ أن هناك نسب عالية للذين أجابوا ب"محايد" فبلغت نسبة 55.23% مع عبارة "أصبحت متعصباً لديني وعقيدتي"، وبلغت 51.88% مع عبارة "أقل تنوقاً وإقبالاً على المضامين الرفيعة"، وبلغت 47.69% مع عبارة "تخلت عن مسؤولياتي اتجاه الآخرين"، وبلغت 43.51% مع عبارة "أكثر من مواد التسلية والترفيه والتواصل"، كما أن عبارة "أصبحت ثقافتني سطحية" بلغت فيها نسبة الحياد 31.79%، وبلغت نسبة 28.87% بالنسبة لعبارة "زاد شغفي بالغرب" كما أن عبارة "منفتحاً على القيم الغربية" بلغت نسبة 28.03%، كما أن عبارة "أصبحت أكثر من مواد الترفيه والتسلية والتواصل" تحصلت على نسبة تقدر ب28.74%، كما أن عبارة "قلت قدرتي على نقد نفسي أو تغييرها" بلغت نسبة الحياد فيها نسبة 24.26%، وبطبيعة الحال هذا الحياد، وينسب مرتفعة قد يعود إلى بعض العوامل منها السن والمستوى الجامعي و إلى شخصية المبحوث ذاته ومدى اكتمالها ونضجها لتؤدي دورها في المجتمع وفق السلوك السوي المرغوب فيه في البيئة التي يعيش فيها المبحوث، كما يمكن أن يعود السبب إلى نمط استخدام المبحوث للانترنت وطبيعة المحتويات التي يفضلها و يتعرض لها، كما يمكن أن يعود السبب إلى تهرب المبحوث من الإجابة لأسباب تبقى مجهولة .

وهذه النتائج فيما يتعلق بفئة الساكنين "في المدنية" تؤكد افتراضنا بأن سلوكيات، وتصرفات ومواقف الطلبة الجامعيين موجهة أساساً بالقيم، وبالمعايير الاجتماعية التي اكتسبها بفضل مؤسسات التنشئة الاجتماعية المختلفة انطلاقاً من الأسرة وصولاً إلى الجامعة، وبالتالي فإن التأثيرات تكون محدودة نظراً للحصانة القيمة التي يتمتع بها الطلبة، وكذا طبيعة و مستويات استخدامهم للانترنت.

ويمكن القول بخصوص التأثير الذي وافق عليه أفراد العينة من الساكنين "في المدنية"، أي "زادت مشكلاتي الصحية خاصة مع حاسة البصر"، بأن النتيجة منطقية بالنظر إلى المخاطر الصحية التي تتجر على المستخدم من جراء الاستخدام المتكرر للانترنت فتؤثر على حاسة البصر، وكذا تقوسات العمود الفقري والآلام المصاحبة له .

كما يظهر لنا من خلال الجدول أعلاه أن إجابات أفراد العينة من الساكنين "في الأرياف" متقاربة مع إجابات الفئة الأولى، وأغلب إجاباتهم كانت بعدم الموافقة على أن الانترنت أكسبتهم تلك التأثيرات السلبية، إلا في حالتين: هي عبارة "الانترنت زادت من مشكلاتي الصحية خاصة مع حاسة البصر" حيث بلغت نسبة الموافقة عندهم 67.53%، وهذا بفارق 17 درجة عن موافقة أفراد الفئة الأولى بالإضافة إلى عبارة "أكثر من استخدام مواد الترفيه والتسلية والتواصل" حيث بلغت نسبة الموافقة 45.17%، وهي نسبة أكبر من نسبة عدم الموافقة التي كانت 14.03% وأكبر من نسبة الذين التزموا بالحياد بنسبة 40.78%.

كما نلاحظ أن أعلى نسبة لعدم الموافقة بالنسبة لفئة الساكنين "في الريف" كانت مع عبارة "غير مهتم بالفكر والعلم والعلماء" بنسبة 72.8%، تليها عبارة "منفتحاً على القيم الغربية" بنسبة 72.36% تليها عبارتي "قل ارتباطي بالعادات والتقاليد والأعراف"، وعبارة "أصبحت متعصباً لديني وعقيدتي" بنفس النسبة، وبلغت 71.92%، أما أدنى نسبة عدم موافقة كانت مع سلوك "تخلت عن مسؤولياتي اتجاه الآخرين" بنسبة 42.97%.

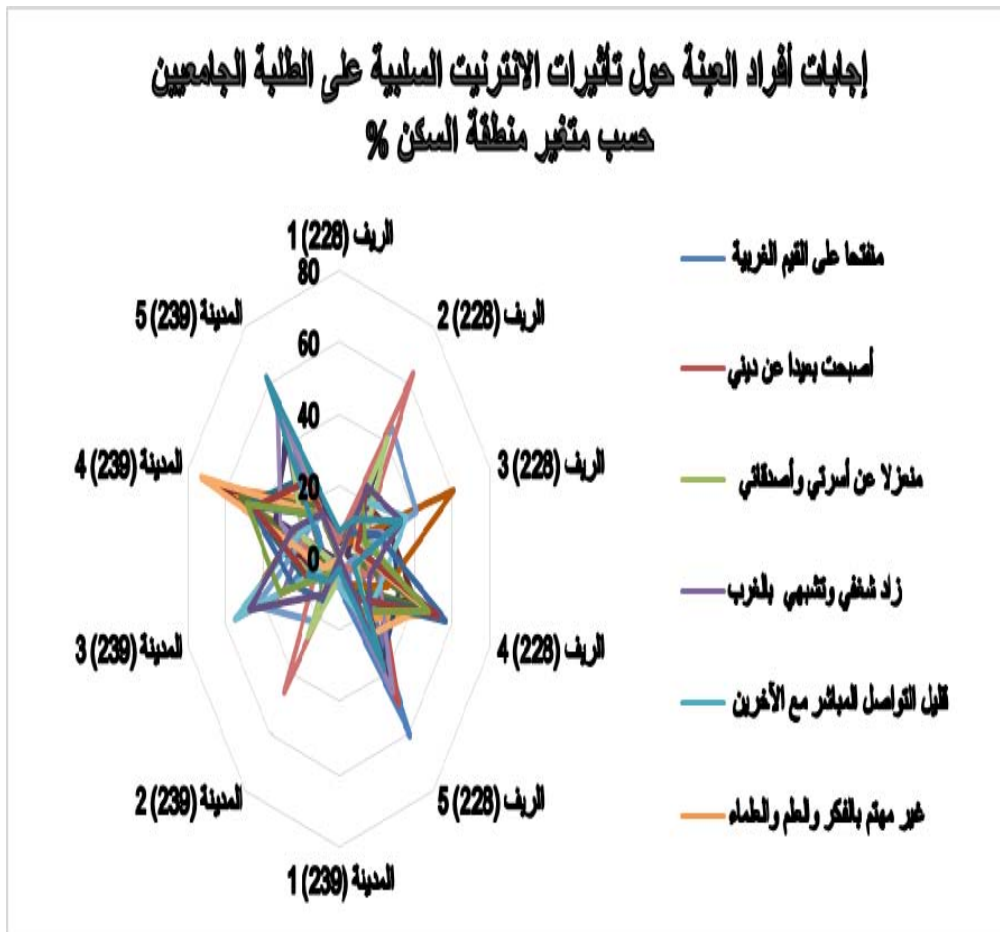
كما نلاحظ أن هناك نسب عالية للذين أجابوا ب"محايد" فبلغت نسبة 60.52% مع عبارة "أقل تذوقاً وإقبالاً على المضامين الرفيعة"، وبلغت 40.78% مع عبارة "أكثر من مواد الترفيه والتسلية والتواصل"، وبلغت 35.96% مع عبارة "أصبحت متعصباً لديني وعقيدتي"، وبلغت 32.89% مع عبارتي "تخلت عن مسؤولياتي اتجاه الآخرين" و"أشعر أن قيمي بعد التعامل مع الانترنت تختلف عن قيم المجتمع الذي أعيش فيه". كما أن عبارة "الانترنت جعلتني ذو نزعة استهلاكية" بلغت فيها نسبة الحياد 27.63%، وبلغت نسبة 26.31% بالنسبة لعبارة "أعيش عالماً رمزياً افتراضياً بعيداً عن الواقع المعاش" كما أن عبارة "التعدي على خصوصية الآخرين" بلغت نسبة 23.68%، كما أن عبارة "أصبحت بعيداً عن ديني" تحصلت على نسبة تقدر بـ 23.68%، كما أن عبارة "منفتحاً على القيم الغربية" بلغت نسبة الحياد فيها نسبة 23.24%، كما عبارة "قلت قدرتي على نقد نفسي أو غيرها" بلغت نسبة 20.61%.

كما نلاحظ أن هناك فروق فيما يخص الإجابات بين الفئتين تتراوح بين (2-26) درجة مئوية وكانت أعلى الفروقات في عبارات: "الانترنت بالنسبة لي أصبحت إدماناً" حيث بلغت نسبة عدم الموافقة عند فئة "ساكن المدينة" 76.98%، بينما عند فئة "ساكن الريف" بلغت 50.43% بفارق يقدر بـ 26 درجة وعبارة "أعيش عالماً افتراضياً بعيداً عن الواقع المعاش" سجلت فارق يقدر بـ 25 درجة مئوية، حيث بلغت النسبة عند الفئة الأولى 79.9%، بينما الفئة الثانية سجلت نسبة 53.94%، وعبارة "أشعر أن قيمي بعد التعامل مع الانترنت تختلف عن قيم المجتمع الذي أعيش فيه" سجلت كذلك فارق قدر بـ 25 درجة حيث بلغت النسبة عند الفئة الأولى 72.38%، بينما الفئة الثانية 46.48%، بينما بعض العبارات

سجلت فروقاً تراوحت بين (10 و 20) درجة مئوية ومنها: "قل ارتباطي بالعادات والتقاليد والأعراف" (بفارق 15 درجة)، وعبارة "التعدي على خصوصية الآخرين" (بفارق درجة 16)، وعبارة "أصبحت أكثر اهتماماً بمشاهير الفن والرياضة" (بفارق 17 درجة)، وعبارة "زادت مشكلاتي الصحية خاصة مع حاسة البصر" (بفارق 18 درجة)، وعبارة "أكثر من استخدام مواد الترفيه والتسلية والتواصل" (بفارق درجة 20) قلت "تفتي بنفسي" (بفارق درجة 14)، وعبارة "قل تحصيلي العلمي والمعرفي" (بفارق 11 درجة)، وعبارة "الانترنت جعلتني ذو نزعة استهلاكية" (بفارق 10 درجة)، وعبارة "غير مهتم بالفكر والعلم والعلماء" (بفارق 10 درجة)، وعبارة "قليل التواصل مع الآخرين" (بفارق 11 درجة)، "أصبحت منعزلاً عن أسرتي" (بفارق 19 درجة)، "منفتحا عن القيم الغربية" (بفارق 13 درجة)، أما باقي التأثيرات السلبية فكانت الفروقات بينها دون 10 درجات مئوية .

كما نلاحظ أن هناك تقارب كبير في عدم الموافقة على عبارة "أصبحت بعيداً عن ديني"، حيث بلغت النسبة عند الفئة الأولى 69.86% و 71.92% عند الفئة الثانية، أي بفارق درجتين (02.06). وعليه، بالرغم من أن أفراد الفئتين غير موافقين في أغليبتهم على أن الانترنت أثرت عليهم سلباً في سلوكياتهم ومواقفهم وتصرفاتهم، إلا أن درجة عدم الموافقة على تلك التأثيرات السلبية تختلف من فئة إلى أخرى ومن قيمة إلى أخرى، وهي أعلى عند أفراد الفئة الأولى، ويمكن تأويل هذه الفروقات بعدة عوامل منها أن أفراد الفئة الأولى من سكان المدن هم أكثر تفاعلاً واندماجاً من أقرانهم ممن يسكنون في الأرياف، وهذا راجع لطبيعة الفضاءات التي يتحركون فيها، و هذا التفاعل أكسبهم أدوار اجتماعية سواءً في الواقع الافتراضي أو الحقيقي معززين بتجارب ومعارف ومؤهلات قوت فيهم شخصيتهم، وقيمهم التي جعلتهم يرفضون بنسب مرتفعة أن الانترنت أثرت عليهم وأكسبتهم تصرفات ومواقف وسلوكيات سلبية بينما فالفئة الثانية كانت نسبة عدم موافقتهم على تلك التأثيرات أقل، إلا في بعض التأثيرات و منها: "منفتحاً على القيم الغربية " التي كانت أعلى عند فئة "سكان الريف"، وهذا راجع إلى الطابع الريفي المتميز بالوحدة والترابط وحب الوطن، وفي بعض الأحيان يصل لحد الانغلاق على الذات وهذا الأمر الذي يتلاشى كلما انتقلنا إلى المدن.

وعليه، نستنتج أن متغير منطقة السكن لا يؤثر كثيراً في اعتقاد الطلبة بمدى قدرة الانترنت على إكسابهم تأثيرات سلبية، حيث جاءت النتائج متباعدة نوعاً ما (بعض الفروق)، وفي اتجاه أن الانترنت لا تؤثر بالقدر الكافي على الطلبة في الاتجاه السلبي، ولكن هذا التأثير يبقى في حدود التفاوت في درجات وتختلف هذه الدرجات من تأثير لآخر.



الشكل رقم (95) : مخطط راداري لإجابات أفراد العينة حول تأثيرات الانترنت السلبية على أفراد العينة حسب متغير منطقة السكن.



## المبحث الثالث: مناقشة النتائج.

## 3. 1- مناقشة نتائج الدراسة في ضوء الدراسات السابقة

## 1- الدراسات الجزائرية:

نحاول أن نناقش نتائج دراستنا بالتركيز على محاور الدراسة:

## أ- محور عادات وأنماط ودوافع الاستخدام:

- من بين نتائج دراسة الباحث الدر محمد أن أغلب الطلبة لا يستخدمون الانترنت بصورة منتظمة، وهذا لعدم توفر الوقت لهم خاصة فئة الإناث، كما أن التزاماتهم الدراسية تصعب عليهم ذلك، وهذا يتعارض مع دراستنا التي كشفت أن أغلبية أفراد العينة يستخدمون الانترنت بصفة غالبية بنسبة تقدر بـ 76.0%، و 20.10 أحيانا، 03.90% نادراً، وهذا يمكن تفسيره بالوقت الذي أجريت فيه الدراسة (2010/2009) ومحدودية انتشار الانترنت في الجزائر، حيث نلاحظ في السنوات الأخيرة انتشار مطرد في استخدام الانترنت وتطبيقاتها المختلفة بفضل توفر الربط بالانترنت بتقنيات متنوعة، وعلى الهواتف المحمولة وبأسعار جد معقولة، هذا ما جعل الطلبة يستخدمون الانترنت دون التقيد بالمكان (مقهي افتراضي)، وهذا ما أكدته دراستنا أن المكان الأكثر استخداماً للانترنت هو البيت، عكس دراسة محمد الدر التي أكدت على المقهى الافتراض كأكثر الأماكن تفضيلاً لاستخدام الانترنت من طرف الطلبة الجامعيين.

كما أكدت دراسة الباحث محمد الدر أن أكثر المجالات إقبالاً من طرف الطلبة في الانترنت كانت المجالات العلمية التي تمثل لهم أهم مصدر علمي ومعرفي وساعدهم في تحصيلهم الدراسي، وهذا عكس دراستنا التي كشفت أن أهم المجالات إقبالاً من قبل الطلبة الجامعيين تلك المتعلقة بالتواصل مع الآخرين (مواقع التواصل الاجتماعي، الاتصالات الهاتفية، skybe، واتساب، watsapp... الخ)، والمجالات المعرفية العلمية احتلت المرتبة الثالثة، وهذا يمكن تفسيره أولاً بتطور الانترنت من حيث هي وسيلة بحوثية معرفية إلى وسيلة تواصل اجتماعي وربط صلات مع الآخرين، خاصة مع الانتشار الكبير لمواقع التواصل الاجتماعي من فايسبوك وتويتر، وزيادة عدد المستخدمين محلياً ودولياً. وهذا ما كشفته دراسة مريم ناريمان نومان حيث أكدت أن أغلبية أفراد العينة يستخدمون الفايسبوك من أجل التواصل مع الأهل والأصدقاء.

## ب- محور القيم:

من بين نتائج دراسة الباحث السعيد بومعيزة أن أغلبية الشباب يعتقدون أن استعمالهم وسائل الإعلام والتعرض لمحتوياتها ساعدهم على الارتباط أكثر بالقيم، وهذا يتوافق مع دراستنا باعتبار أن الانترنت وسيلة اتصالية إعلامية حديثة، حيث أن أغلبية أفراد العينة من الطلبة الجامعيين يعتقدون أن استخدامهم للانترنت والتعرض لمحتوياتها ساعدهم على الارتباط أكثر بالقيم محل الدراسة لكن بدرجات مختلفة حسب طبيعة القيم، وخصوصية الفئة من الطلبة الجامعيين، وهذا ما كشفت عنه دراسة محمد الدر

حيث أكدت على أن غالبية الطلبة يقررون على أن الانترنت تؤثر بصفة ايجابية على القيم العلمية دون قيم الأخلاقية، أما دراسة محمد الفاتح، فأظهرت أن الاستخدام المكثف (المتكرر) للانترنت يزيد من انتشار الرذيلة وفساد الأخلاق وبالتالي فساد القيم، كما أكدت على تضييع الوقت والتشجيع على الكسل والخمول والإصابة بعدد الأمراض النفسية والجسدية، رغم أن دراسته كشفت على إجماع الباحثين على وجود مواقع ومحتويات في شبكة الانترنت تعمل على دعم والقيم السائدة في المجتمع، وهذا ما يتوافق مع دراستنا التي أكدت على أن قيمة "احترام والوقت وتقديره" جاءت في أدنى المراتب رغم اتجاهها الموجب وهذا دليل وإقرار على تضييعها مقارنة بالقيم الأخرى

أما فيما يتعلق بالتأثيرات السلبية، التأثير الوحيد الذي أجاب بشأنه الطلبة بالإيجاب هو عبارة "زادت مشكلاتي الصحية خاصة مع حاسة البصر" وهذا إقرار بتأثيرات الانترنت على صحة المستخدمين النفسية والجسدية، أما دراسة بلقاسم بن روان التي أكدت أن المنظومة الإعلامية تعتمد في بناء خطابها، وتحديد محتواه وترسيخه على المدى الطويل على ترسانة ضخمة من العناصر الثقافية التي توفرها المنظومة القيمة، التي هي في الحقيقة مكانزمات اجتماعية ومبادئ ترسخ عند الأفراد منذ الصغر بفضل مؤسسات التنشئة الاجتماعية المختلفة سواء الرسمية أو غير الرسمية، كما أن قيم الأفراد واتجاهاتهم ومواقفهم وسلوكياتهم تساهم في ترسيخها وبنائها وتحديثها وسائل الإعلام من خلال صيرورة تاريخية، وهذا ما أكدته من خلال دراسة للصورة الذهنية للمرأة الجزائرية عند الجزائريين التي مازالت مستمدة من العادات والتقاليد والفهم الخاطئ للدين التي تعد هي مصدر حكم الأفراد السلبي على المرأة، و أن الإسلام هو القاسم المشترك للجزائريين، و أن الأسرة مهددة ومرهونة بمدى الالتزام بالقيم الأخلاقية والدينية، وتعد وسائل الإعلام و الانترنت إحدى هذه المهددات لكن في دراستنا الحالية الانترنت ليست منظومة فقط بل هي فضاء افتراضي يتفاعل فيه الطلبة فيما بينهم ومع آخرين بمستويات اتصالية مختلفة، عكس الواقع الذي أكدته الباحثة بلقاسم بروان حيث يتحقق التفاعل بين الأنا والأسرة والإنسانية والعقيدة في الواقع المعاش، وقد يكون التفاعل في مستويين متناقضين (الواقعي والافتراضي)، وهذا ما تبين في دراستنا حيث أن أغلبية أفراد العينة من الطلبة يؤكدون على أن الانترنت ساعدتهم على الارتباط أكثر بقيمة "الصدقة"، وهذا جراء الخدمات النوعية التي توفرها الانترنت وتساعدهم على خلق صداقات جديدة لكنهم رفضوا سلوك الصدقة الممثل في عبارة "أفضل الانشغال بأصدقاء الفايسبوك على الخروج مع الأصدقاء الفعليين" لأن حسبهم أن الصدقة هي قيمة في الواقع المعاش، وليست سلوك لعدد الصداقات على منصات التواصل الاجتماعي، كما أن أفراد العينة من الطلبة أكدوا على الارتباط أكثر بقيمة "احترام الأسرة"، وكما أنهم رفضوا التأثير السلبي المتعلق بعدم احترام الأسرة بصورة قطعية، وهذا بالرغم من المنظومة الإعلامية تدخل فيها مجموعة من المتغيرات الذاتية والاجتماعية والسياسية والمهنية المنظمة مسبقاً، عكس الانترنت التي تحوي على مضامين غير مراقبة في الغالب وغير منظمة على الأقل في

الوقت الحالي، وتركيز الاهتمام في الوقت الراهن على المستخدم بدرجة أولى حيث اتجاهاته واهتماماته ورغباته وحاجاته ودوافعه هي المحدد الرئيس في علاقة المستخدم بوسيلة الانترنت، وبالتالي القيم المترتبة عنها من جراء الاستخدام، فقد يكون الأثر ايجابياً أو سلبياً بناء على المحتوى وطبيعته، وهذا ما أكده الباحث عزي عبد الرحمن.

## 2- الدراسات العربية:

من بين نتائج دراسة الباحث محمد علي رحومة أن الانترنت أفرزت تقاليد بين مستخدميها، وهذه التقاليد تؤثر تأثيراً بالغاً في إكسابهم نظاماً وأليات محددة تملئها التقنيات المستخدمة خاصة، و أن هذه التقنيات تتيح فرصاً جدياً لتشكيل العلاقات الاجتماعية والصدقة والتواصل والتقارب الإنساني ، وقد تصل إلى علاقات عاطفية بالإضافة إلى علاقات علمية وفكرية وتجارية واقتصادية، وهي دراسة تصويرية للمستقبل رغم أن هذه الدراسة ظهرت قبل تطور مواقع التواصل الاجتماعي، وبالتالي فنتائج الدراسة الحالية تختلف مع الدراسة السابقة من حيث نوع الاستخدام وعاداته، وهذا راجع إلى أن الدراسة السابقة تعكس المرحلة السابقة التي أجريت فيها الدراسة، وحادثة الانترنت في الجزائر والبلدان العربية كما أن آلياتها الاتصالية كانت مرتبطة أساساً بالبريد الإلكتروني والمحادثة بعيداً عن منصات التواصل الاجتماعي التي أحدثت ثورة في مجال التفاعل والعلاقات الاجتماعية، كما أكدت دراسة علي رحومة أن الانترنت ليست مجرد تقنية صارمة وعلم مادي بحت، وإنما هي تقنية للمعرفة والمعلومات، فمثل هذه الصورة تغيرت بحيث أصبحت الانترنت مقرونة بالتواصل والتفاعل الإنساني العالمي بفضل التقنيات الحديثة وهذا ما تؤكد دراستنا الحالية التي أثبت أن أهم الموقع استخداماً وتصفحاً من طرف الطلبة الجامعين هي مواقع الاتصال ( بريد اليكتروني، مواقع التواصل الاجتماعي الاتصال الهاتفي المحادثة، الخ)، وحتى أن الدوافع مرتبطة كذلك بدوافع الاتصال والتفاعل في المقام الأول، وهذا ما جعل الانترنت في العديد من الدراسات متهمه بالتأثير السلبى على الأفراد والمجتمعات، و ارتباط التأثير في العديد من النظريات بفعل الاتصال.

كما أن الدراسة تنبأت بظهور بواذر التنشئة الاجتماعية بعيداً عن الواقع المعاش، وهذا بحكم الفضاء الافتراضي الجديد الذي يتفاعل فيه الأفراد، لكن نتائج دراستنا الحالية توضح أنه بالرغم من الانترنت هي فضاء يسعى إليه الكثير من المستخدمين وهذا لتلبية العديد من الحاجات، والعديد من الدوافع والذين هم في تزايد مستمر سواء على المستوى العالمي أو المحلي ، إلا أن تصرفات وسلوكيات الأفراد على مستوى الشبكة في حقيقة الأمر تحكمها التنشئة الاجتماعية الحقيقة المستمدة من الواقع المعاش ( الأسرة، المدرسة، المسجد... الخ) ، وهذا الأمر أكدته دراستنا، حيث أن استخدام الانترنت من قبل الطلبة جعلهم يرتبطون أكثر بالقيم رغم وجود اختلاف في درجات ذلك كما أنهم رفضوا كون الانترنت أكسبتهم تصرفات وسلوكيات ومواقف في شكل تأثيرات لأنهم محصنين بتنشئة اجتماعية منذ الصغر، وبالتالي فإن دراستنا

أكدت أن علاقة استخدام الانترنت بالارتباط أكثر بالقيم و القيم المتضمنة في سلوكيات وتعزيز القيم وتميبتها كانت كلها في **الاتجاه الموجب**، بينما العلاقة بالآثار السلبية من جراء الاستخدام كانت في الاتجاه السالب، وهذا يتفق مع دراسة الباحث **بطرس الحلاق**: " أثر مواقع التواصل الاجتماعي على تنمية القيم والسلوكيات لدى طلبة الجامعة، موقع فيسبوك نموذجاً" حيث كشفت الدراسة أن مواقع التواصل الاجتماعي ومنها موقع فيسبوك لا تستطيع مساعدة الشباب على تجاوز بعض السلوكيات السلبية إذا كانت هذه الأخيرة موجة بالقيم، وتحدث في البيئة الاجتماعية وثقافتها وتقاليدها وليست مواقع التواصل الاجتماعي بشكل عام وموقع فيسبوك بشكل خاص، وهذه النتيجة تتوافق كذلك مع دراسة الباحث **السعيد بومعيرة** المتمثلة في عدم قدرة وسائل الإعلام باختلاف أنواعها على تجاوز بعض السلوكيات السلبية التي تكون موجة بالقيم، وهذا رغم تأكيد الدراساتين على مقدرة وسائل الإعلام المختلفة على تعزيز القيم لدى مستخدميها وهذا إذا كانت محتوياتها لا تتعارض مع موضوع القيم، وهذا كذلك يتوافق مع دراستنا الحالية، وبالتالي فالاعتبارات الاجتماعية والمبادئ المرتبطة بالبيئة الحقيقية هي المسؤولة عن هذا الأمر بالدرجة الأولى، وبالتالي على العموم مازلنا لم نصل إلى تنشئة اجتماعية انترنتية وكأننا نتحرك بين الواقعيين، والقيم والسلوكيات مازلت تضبطها مبادئ حقيقة تنبع من مؤسسات التنشئة الاجتماعية الرسمية تؤثر على الأفراد والطلبة منذ الصغر، أما وسائل الإعلام التقليدية والحديثة (الانترنت مثلاً) فتقوم بدور تكميلي للتعزيز وتنمية القيم إذا كانت محتويات ومضامين هذه الوسائل لا تتعارض مع القيم والمبادئ المكتسبة منذ الصغر.

### 3. 2- مناقشة نتائج الدراسة في ضوء المقترحات النظرية.

#### 1- نظرية الاستخدامات والشباعات

إن نظرية الاستخدامات والشباعات تهتم بدراسة الاتصال الجماهيري دراسة وظيفية، تتمثل في إدراك عواقب الفروق الفردية والتباين الاجتماعي على إدراك السلوك المرتبط بوسائل الإعلام المختلفة و الأصول النفسية والاجتماعية لمنظور الاستخدامات والشباعات، تؤكد أن أفراد الجمهور لا يتعاملون مع وسائل بوصفهم أفراداً معزولين عن واقعهم الاجتماعي (الحقيقي ليس الافتراضي)، وإنما بوصفهم أعضاء في جماعات اجتماعية منظمة، وبذلك فالعوامل الديمغرافية والاجتماعية مثل: النوع والسن والمهنة والمستوى التعليمي، والمستوى الاقتصادي الاجتماعي، الحالة المدنية، مكان السكن، منطقة السكن، الخ لها تأثيرها في استخدام أفراد الجمهور لوسائل الاتصال، كما أن جمهور الوسيلة الإعلامية، ومنها الانترنت بمستوياتها الاتصالية المختلفة (البريد الالكتروني، مواقع التواصل الاجتماعي، المحادثة

الاتصال الهاتفي، مواقع الواب، الخ) وخدماتها، ليس سلبياً يقبل كل ما يتعرض له، بل يملك غاية محددة من تعرضه للوسيلة يسعى إلى تحقيقها، فأعضاء الجمهور بدرجة ما نشطون يبحثون عن المضمون الذي يبدو أكثر إشباعاً لهم، بمعنى أن الأفراد باختلاف مستوياتهم يختارون بوعي وسائل الإعلام التي يتعرضون لها ونوع المضامين والمحتويات والمستويات الاتصالية والمعرفية التي يرغبون في استخدامها وفقاً للحاجات النفسية والاجتماعية المرتبطة بالفئة الاجتماعية وخصائصها المختلفة، وقد توصلت دراستنا الحالية مع فئة الطلبة الجامعيين ومن خلال التحليل الكمي والكيفي، و من خلال الاستخدام أن 76.0% يستخدمون الانترنت غالباً، و 20.10% أحياناً، و 03.90% نادراً مما له دلالة أن أغلبية أفراد العينة من الطلبة الجامعيين يتفاعلون مع الانترنت، وخدماتها المختلفة بمستوياتها الاتصالية المختلفة

وهذا يثبت أن الانترنت بانتشارها استطاعت أن تستأثر اهتمام الطلبة الجامعيين بفضل ما تحويه من مضامين تتوافق مع حاجاتهم كشباب، وحاجاتهم كفئة متعلمة مثقفة كطلبة، حيث تمثلت أهم الخدمات كالاتي: التواصل مع الآخرين (مواقع التواصل الاجتماعي، الاتصالات الهاتفية vibre، السكايب skybe، واتساب wats apps... الخ) 64.0%، استخدام البريد الإلكتروني 29.60%، تحميل الدروس والمحاضرات والبرامج 19.50%، أما أهم الأوقات المفضلة لاستخدام الانترنت من قبل الطلبة هي: في الليل 47.50%، لا توجد فترة محددة 18.40%، كل الأوقات 16.90%، ويرجع أسباب تفضيل هذه الفترات إلى: أن الوقت يساعد على ذلك بنسبة 85.20%، وأسباب متعلقة براحة الاستخدام بنسبة 41.80%، والمكان المفضل لاستخدام وتصفح مواقع الانترنت كانت: المنزل بنسبة 85.40%، مقاهي الانترنت 12.40%، أما الجامعة فحصلت على نسبة ضئيلة قدر ب 02.10%، وطريقة عادة الاستخدام وتصح الانترنت كانت بصفة منفرد نسبة 83.70%، مع أحد أفراد العائلة 12.40%، أما زملاء الدراسة فجاءت بنسبة ضئيلة قدرت ب 03.90%، كما أن أفراد العينة من الطلبة يفضلون تصفح المواقع الثقافية والفنية بنسبة 44.10%، والمواقع الرياضية بنسبة 18.2%، بعده المواقع المعرفية و العلمية بنسبة 15.2%، والمواقع الدينية والإسلامية والفقهية بنسبة 12.6%

كما أن الانترنت تمثل حامل لبعض الوسائل الإعلامية الأخرى مثل القنوات التلفزيونية والجراند حيث صرح بعضهم أنهم يتابعون مضامين وسائل الإعلام المختلفة عبر الانترنت بنسبة 28.7%، وتمثلت متابعتهم لمواقع المجلات بنسبة 44.03%، والصحف 43.28%، و مواقع الفضائيات

بنسبة 12.68%. أما امتلاك المدونات من طرف عينة الدراسة فكانت لنسبة ضئيلة قدرت بنسبة 13.3%، وتمثلت مدوناتهم لمواضيع رياضية بنسبة 69.35%، وسياسية بنسبة 30.64%، أما متابعة المدونات فكانت بنسبة 04.28% بصفة دائمة، و 31.26% بصفة أحيانا، و تمثلت أنواعها في المدونات السياسية 49.59%، و المدونات الرياضية 39.75%، والمدونات الثقافية الفنية 12.65%، لكن أغليبتهم يشتركون في مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة 81.58%، و 18.41% لا يملكون حسابات في هذه المواقع وهي نسبة مرتفعة نوعا ما ، واحتل موقع الفيسبوك المرتبة الأولى بنسبة 62.73%، وتويتر 17.58%، واليوتيوب 12.33%.

## 2- نظرية الحتمية التكنولوجية

إن نظرية الحتمية التكنولوجية تتحدث في إحدى مستوياتها على التعديلات التي تحدثها التقنية والوسيلة التكنولوجية في محيطنا النفسي والاجتماعي والثقافي والقيمي، حيث أن هذه التكنولوجيا تفرض علينا نمط من التصور والتفكير الذي يتغلغل في ادراكاتنا بكيفية لا نكاد ندركها، وهنا على سبيل المثال الطريقة التي دخلت فيها مواقع التواصل الاجتماعي إلى حياتنا، وبالتالي حسب قانون ماركولوهان ما الذي مددته التقنية بالنسبة للفرد والمجتمع؟، وما الشيء الذي جعلته مهجوراً؟ (وهنا نقصد التأثيرات على كل المستويات)، وما الذي يسترجع (الفائدة المرجوة من التكنولوجيا)، وما الذي تعكسه التقنية؟ ( الانعكاسات المختلفة)، وإذا أخذنا الانترنت بالنسبة للطلبة الجامعيين، يمكن أن نقول أنها مددت لهم فرص البحث العلمي من خلال المواقع المعرفية والعلمية، وفرص التواصل مع الأساتذة والآخرين، وكذا توفير بيئات لربط علاقات اجتماعية، والمشاركة في المنتديات الحوارية، وكذا استخدام الانترنت كحوامل للوسائل الإعلامية التقليدية الأخرى كالصحف والمجلات والإذاعة والتلفزيون، وسهولة صناعة وإنشاء فضاءات خاصة بنا(مدونات، مواقع، مواقع التواصل الاجتماعي)، قد تعد كامتداد لأعمالنا وعلاقاتنا، وحتى لحالتنا الاجتماعية وال نفسية. و يوضح الجدول رقم (25) أهم المواقع المفضلة للطلبة: التواصل مع الآخرين 46.0%، استخدام البريد الإلكتروني 29.60%، تحميل الدروس والبرامج والمحاضرات 19.50%، لكنها أثرت مثلاً على الارتباط أكثر بالمكتوب من خلال التعامل بالابتعاد عن استخدام المصادر الورقية في التعامل مع البحوث أو المواد المطبوعة، حيث 02.10% تتابع الصحف والأخبار من خلال الانترنت، لكن رغم هذا نلاحظ و نلمس من خلال النتائج أنه ليس هناك تأثيرات نفسية أو اجتماعية من جراء الاستخدام، وهذا ربما يرجع إلى عدة أسباب منها أن الطلبة ليسوا في حالة إيمان لن بعضهم في الطريق إلى ذلك (شدة الاستخدام ومدة الاستخدام)، حيث أن أغلب أفراد العينة تستخدم الانترنت من ساعة إلى ساعتين 37.30%، من ثلاث ساعات إلى أربع ساعات 27.20%، من أربع ساعات إلى

خمسة ساعات 22.10% وهذا ما يوضحه الجدول رقم (15) كما أن المنظومات الأخرى غير متناغمة مع استخدام التقنية، فينقل الطلبة من استخدام الانترنت إلى البيئة الحقيقية التي مازلت غير انعزالية وانضباطية تراقبها الأسرة والمؤسسات الاجتماعية الأخرى، وبالتالي تقلل من الضرر النفسي والاجتماعي والقيمي، ويظهر ذلك جلياً في دوافع الاستخدام حيث أن دوافعي: "تعلم وإجادة التعامل مع الآخرين" 39.4%، "التعبير عن مشاعر وأراء وسلوكيات افتقدها في الواقع المعاش 49.9% لم تلقوا رواجاً لدى أفراد العينة لأن حسبهم هذه الدوافع تلب في الواقع المعاش الحقيقي، وهذا دليل على اعتبار أن الانترنت هي مجردة بيئة اتصالية معرفية معلوماتية تشاركية ظرفية لتحقيق حاجات متغيرة ومتطورة.

كما أن الدراسة كشفت لنا أن المفاهيم والقيم المجردة يتغير مدلولها أو بالأحرى تفسيراتها لها حسب البيئة الاتصالية، فنجد أن الطلبة أقرروا أن الانترنت ساعدتهم على الارتباط أكثر ب "قيمة الصداقة"، لكن لما سئلوا عن قيمة الصداقة في عبارة ضمنية لطبيعة الصداقة التي تحدث وتنشأ في البيئات الافتراضية (مواقع التواصل الاجتماعي مثلاً) تم رفضها كقيمة وكسلوك، لأن حسبهم الصداقة في الواقع المعاش ليست هي الصداقة في الواقع الافتراضي وبالتالي الدوافع والحاجات والاشباع، وحتى القيم تتغير وتتبدل حسب البيئة الاجتماعية والثقافية والاتصالية التي تحدث فيها، وإذا كنا ننقل من بيئة حقيقية إلى بيئة افتراضية من خلال تصفح الانترنت نصبح أشخاص بأبعاد وقيم متنوعة.

### 3- نظرية الحتمية القيمية

تتعلق نظرية الحتمية القيمية من افتراض أساسي يعتبر الإعلام رسالة و أهم معيار في تقييم الرسالة التي تتبع أساساً من الدين، و أن الأثر يكون سلبياً إذا كان محتوى الرسالة سلبياً، وإيجابي إذا كان المحتوى إيجابياً، في دراستنا الحالية نتائج الدراسة كشفت لنا أن الانترنت بمستوياتها الاتصالية ساعدت على الارتباط أكثر بالقيم مما يوحي أن القيم كمنظومة متجذرة في تكوين وشخصية الطلبة الجامعيين من جهة، وظهر ذلك حلياً فيما يخص القيم المرتبطة بقوة التنشئة الاجتماعية التي لا يمكن أن تأثر عليها وسيلة حديثة ظهرت في الحقيقة بعد صقل تلك القيم منذ الصغر لهؤلاء الطلبة، وهذا رغم التفاوت في الدرجات الذي سجلناه في مختلف القيم، لكن على العموم كانت كلها في الاتجاه الموجب ومن جهة ثانية محتويات الانترنت التي يشاهدها أو يتعرض لها الطلبة لا تتعارض مع قيمهم، وإذا كان هناك تعرض بصفة مقصودة أو غير مقصودة لمحتويات غير أخلاقية تتعارض مع قيمهم يعمل وعي الطلبة وإدراكهم على تجاوزها، خاصة بعد الرجوع إلى الواقع المعاش الحقيقي، وهذا يظهر من خلال نتائج السلوكيات التي كانت متضمنة في عبارات ممثلة للقيم وجاءت متطابقة مع صفات القيم المجردة، كما أن التأثيرات السلبية المقترحة عليهم في شكل عبارات تم رفضها كلها سواء كانت هذه التأثيرات مرتبطة بالمواقف أو الاتجاهات أو السلوكيات أو التصرفات، ولكن رغم هذا الرفض والاتجاه السالب إلا أن هناك تفاوت في درجات الرفض، وهذا يوحي بأن هناك صراعات وأزمات قيمية يتخبط فيها المستخدم بين ما

تمليه عليهم تنشئتهم وتربيتهم، وما يجده في الشبكة من حاجات ورغبات محققة بطريقة سهلة في مواقع الانترنت بعيداً عن الرقابة الاجتماعية التي تمارسها الأسرة ومؤسسات الضبط الأخرى، وقد تم قبول فقط تأثير واحد لا يمكن تجاوزه لأنه مرتبط بالتأثيرات الجسدية والصحية من جراء الإفراط والشدة في الاستخدام.

### 3.3 - مناقشة نتائج الدراسة في ضوء الفرضيات

- الفرضية الأولى: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين طرائق ومستويات استخدام الانترنت عند الطلبة الجامعيين والمغريبات الديمغرافية والاجتماعية (النوع، السن، المستوى الجامعي، منطقة السكن، مكان الإقامة).

- توصلت الدراسة إلى إن الطلبة الجامعيين ذكوراً وإناثاً يستخدمون الانترنت "غالبا" بنسبة 76.0% وهي النسبة الغالبة على عينة الدراسة، نلاحظ وجود فروقات بين الذكور والإناث في درجة استخدام الانترنت في إجاباتهم ب "غالبا"، كما سجلت الدراسة نسبة معتبرة بالنسبة لأفراد العينة الذين يستخدمون الانترنت "أحيانا"، وذلك بنسبة 20.10% من أفراد العينة وهي أعلى عند الإناث مقارنة بالذكور، والملاحظ بصفة عامة أن درجة استخدام أفراد العينة للانترنت بمستوياتها الاتصالية المختلفة هي كبيرة وهذا ما أثبتته نتائج الدراسة، كما أن الذكور هم الأكثر استخداماً للانترنت بصفة غالبية مقارنة بالإناث، الجدول رقم (07) و(08).

- توصلت الدراسة إلى أن أغلبية أفراد العينة من الطلبة يقضون من "ساعة إلى ساعتين" في اليوم في تصفح الانترنت، وذلك بنسبة 37.30% وتعد فئة الإناث هي الأكثر استخداماً للانترنت بمتوسط "ساعة إلى ساعتين" في اليوم بنسبة 41.33%، أما فئة الذكور فيتراوح متوسط الاستخدام من "ساعة إلى ساعتين" ومن "ثلاث ساعات إلى أربع ساعات" وذلك بنسبة 29.94%، الجدول رقم (15) و(16). كما أظهرت الدراسة أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية عالية بين المدة الزمنية التي يقضيها الطلبة الجامعيين أمام شبكة الانترنت، كما كشفت الدراسة أن أغلبية أفراد العينة ليسوا حديثي العهد من حيث استخدامهم للانترنت، حيث سجلنا نسبة 50.50% للذين يستخدمونها منذ ما يزيد عن 7 سنوات، تم يليه أفراد العينة الذين لهم من 6 إلى 7 سنوات في استخدامها بنسبة 22.30%، والملاحظ أن فئة الذكور هي الأكبر من حيث أقدمية استخدام الانترنت مقارنة بفئة الإناث.، كما أظهرت الدراسة أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الجنسين في أقدمية الاستخدام، الجدول رقم (12) و(11).

- كما كشفت الدراسة إلى أن أغلبية أفراد العينة من الطلبة سواء كانوا ذكورا أو إناثا يستخدمون الانترنت "يومية" بنسبة 61.50%، يليه استخدام "حسب الظروف" بنسبة 21.40%، حيث سجلت الدراسة أن الإناث هم أكثر تصفحاً للانترنت "يومية" من الذكور بنسبة 65.66%، بينما الذكور هم الأكثر استخداماً



للاترنيت "حسب الظروف"، والملاحظ أن هناك فروق ذات دلالة إحصائية عالية بين الجنسين. الجدول رقم (13) و(14).

- وأظهرت الدراسة أن المكان الأكثر استخداماً للتصفح الانترنت من قبل الطلبة سواء كانوا ذكوراً أو إناثاً هو المنزل بنسبة 85.40%، تليها مقاهي الانترنت بنسبة 12.40%، والملاحظ أنه هناك فروق بين الجنسين فيما يخص تحديد المكان المفضل لتصفحهم للاترنيت، حيث وجدنا أن المنزل احتل المرتبة الأولى لدى الجنسين، بينما النسبة كانت أعلى عند الإناث بنسبة 87.33%، أما مقهى الانترنت احتل المرتبة الثانية كذلك عند الفئتين، بينما النسبة كانت أعلى عند الذكور و قدرت ب17.96%، مع غياب الجامعة كمكان للاستخدام الانترنت لدى الذكور. الجدول (18) و(17).

- كما أظهرت الدراسة أن الطلبة من أفراد العينة يفضلون استخدام الانترنت بمفردهم، وذلك بنسبة 83.70%، ومع أحد أفراد العائلة بنسبة 12.40%، ونلاحظ وجود فروق ذات دلالة إحصائية عالية بين الذكور والإناث في تفضيل مكان استخدام الانترنت، حيث تعد فئة الذكور هم أكثر استخداماً للاترنيت بمفردهم، كما أن الإناث هن الأكثر استخداماً للاترنيت مع أحد أفراد العائلة. الجدول رقم (19) و(20).

- وكشفت الدراسة أن الفترة المفضلة لاستخدام الانترنت من قبل أفراد العينة هي الفترة الليلية وذلك بنسبة 47.5%، تليها "لا توجد فترة محددة" بنسبة 18.40%، تليها "كل الأوقات" بنسبة 16.90%، والملاحظ أنه هناك اختلاف بين الذكور والإناث فيما يخص الأوقات المفضلة لتصفح الانترنت، حيث وجدنا أن الفترة الليلية تحتل المرتبة الأولى لدى الفئتين، أما الفترة المسائية تحتل المرتبة الثانية بالنسبة للذكور والمرتبة الرابعة بالنسبة للإناث، فيما تحتل عبارة "لا توجد فترة محددة" المرتبة الثانية بالنسبة للإناث. الجدول رقم (21) و(22). كما و أوضحت الدراسة أن الأسباب وراء تفضيل أغلبية أفراد العينة لفترات الاستخدام مرتبطة بالوقت المتوفر للاستخدام (الوقت يناسبك) بنسبة 58.20% في المرتبة الأولى، و يليه السبب المتعلق بالراحة (أسباب متعلقة براحتك) بنسبة 41.80%، ولم نلاحظ وجود فروق ذات دلالة بين الذكور والإناث بحيث أن أسباب اختيار أوقات الاستخدام جاءت متقاربة إلى حد كبير، وهذا يفسر بانشغال الطلبة بالدراسة في أغلب الأوقات. الجدول رقم (23) و(24).

- وأظهرت الدراسة أن اللغة الأكثر استخداماً من طرف أفراد العينة على الانترنت من أجل تصفحها هي اللغة العربية وذلك بنسبة 45.4%، تليها اللغة الفرنسية بنسبة 44.8%، والملاحظ أن هناك اختلاف بين الذكور والإناث فيما يخص اللغة المفضلة في تصفحهم للاترنيت، حيث احتلت اللغة العربية المرتبة الأولى بالنسبة للذكور بنسبة 55.09%، والثانية بالنسبة للإناث بنسبة 40.0%، فيما تفضل فئة الإناث في المرتبة اللغة الفرنسية في تصفح الانترنت بنسبة 50.66%، والذكور بنسبة 34.13% في المرتبة الثانية. الجدول رقم (36)، (37).

- كما توصلت الدراسة إلى أن 28.7% من أفراد العينة يقبل على متابعة ومشاهدة مضامين مواقع وسائل الإعلام المختلفة عبر الانترنت، واحتلت مواقع المجالات المرتبة الأولى بنسبة 44.03%، تليه الصحف في المرتبة الثانية بنسبة 43.28%، والفضائيات في المرتبة الثالثة بنسبة 12.68%، والملاحظ أنه هناك فروق ذات دلالة عالية بين الذكور والإناث في متابعة مضامين مواقع وسائل الإعلام عبر الانترنت حيث أن الإناث يطالعن ويتصفح المجالات في المرتبة الأولى، وذلك بنسبة 56.7%، فيما يطالع الذكور الصحف في المرتبة الأولى بنسبة 43.3%. الجدول رقم (39) و(40) و(41).

وانطلاقاً من القراءة الإحصائية والكيفية والكمية للبيانات يمكن الحكم على أن استخدامات الطلبة الجامعيين للانترنت لمطالعة الصحف ومتابعة برامج القنوات الفضائية تكون محدودة، وهذا راجع لكون أقل من نصف العينة من أفراد العينة صرحوا بذلك حيث كانت أدنى النسب متعلقة بمشاهدة برامج الفضائيات عبر الانترنت، لكن رغم ذلك لاحظنا وجود فروق ذات دلالة عالية بين الجنسين فيما يتعلق بمتابعة مضامين وسائل الإعلام عبر الانترنت.

- إن أغلب أفراد العينة من الطلبة الجامعيين يؤكدون أنهم لا يملكون مدونات بنسبة 86.7%، في مقابل 13.3% يملكون مدونات، الجدول رقم(42)، وتمثلت تلك المدونات بالنسبة لأفراد العينة ممن صرحوا بامتلاكها في مدونات رياضية 69.35%، وسياسية 30.64%، الجدول رقم(44).

- كما أن أغلب أفراد العينة من الطلبة الجامعيين بنسبة 64.45% صرحوا بعدم متابعتهم لمحتوى المدونات، فيما صرح 04.28%، بمتابعتهم للمدونات بصفة دائمة، بينما 31.26% يتابعونها أحياناً. وبالتالي انطلاقاً من القراءات الإحصائية يمكن الحكم على أن الطلبة الجامعيين لا يميلون إلى فتح المدونات أو متابعة محتواها، ولا توجد اختلافات واضحة في ذلك بين الذكور والإناث.

- وبينت الدراسة أن من بين أكثر الاستخدامات التي يقبل عليها الطلبة الجامعيين بكثرة على شبكة الانترنت نجد خدمة التواصل مع الآخرين، وذلك بنسبة 46.0%، ثم تأتي خدمة البريد الإلكتروني وذلك بنسبة 26.6%، ثم خدمة تحميل الدروس في المرتبة الثانية بنسبة 19.50%، والملاحظ أنه لا يوجد اختلاف كبير بين الذكور والإناث فيما يخص تفضيلهم وترتيبهم للخدمات المقدمة من قبل هذه الشبكة حيث وجدنا أن خدمة "التواصل مع الآخرين" بأشكاله المختلفة تحتل المرتبة الأولى لدى كل الفئات ونفس الشيء بالنسبة لباقي الخدمات التي حصلت على نفس الترتيب. الجدول رقم (26).

- كما أوضحت الدراسة أنه يوجد اختلاف بين الفئات العمرية الثلاث فيما يخص تفضيلهم لخدمات الانترنت، حيث أن الفئة الأولى الأقل سناً، والفئة الثالثة الأكبر سناً لا يستخدمون الانترنت من أجل مطالعة الصحف، كما يأتي خدمة التواصل مع الآخرين في المرتبة الأولى، أما الفئة العمرية الثانية فتأتي خدمة التواصل مع الآخرين في المرتبة الثانية بعد خدمة تحميل الدروس والبرامج والمحاضرات، والملاحظ أنه هناك فروق ذات دلالة عالية بين الفئات الثلاث فيما يتعلق بخدمات الانترنت. الجدول رقم (27).

وكشفت الدراسة كذلك انه هناك اختلاف بين فئات المستوى الجامعي ،حيث فئة السنة أولى ماستر يستخدمون البريد الالكتروني في المرتبة الاولى بنسبة تقدر 69.40%، بينما الفئات تستخدم الانترنت بدرجة الأولى من أجل التواصل والتعارف باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي، و جاءت النسبة مرتفعة عند فئة "السنة الثالثة ليسانس" بنسبة 70.46 %، وهي أكبر على التوالي من فئة "السنة الثانية ماستر" و فئة "السنة الثانية ليسانس" بنسب 52.17% و 47.8 %، وأكبر بكثير من "السنة الأولى ماستر" بنسبة 14.17%، ومنه نلاحظ أنه هنالك فروق ذات دلالة عالية بين فئات المستوى الجامعي، وخدمات الانترنت.الجدول رقم (28).

-كما لاحظنا بالنسبة لمتغير مكان الإقامة أن الاختلاف بين الفئتين كان واضحاً فيما يتعلق بخدمة مطالعة الصحف الالكترونية وتطبيقات الأخبار، واحتل المرتبة الخامسة بالنسبة لفئة المقيمين في الأحياء الجامعية، بينما كانت معدومة بالنسبة لفئة المقيمين مع الأولياء، كما أن الفئتين تحصلتا على نفس المرتبة الأولى والثانية، والاختلاف كان كذلك في المرتبة الثالثة والرابعة، حيث جاءت نسبة استخدام الانترنت في تحميل الدروس والبرمجيات والمحاضرات في المترية الثالثة بنسبة 20.63% بالنسبة للمقيمين في الأحياء الجامعية، ونسبة 18.70% بالنسبة للمقيمين مع الأولياء بينما احتلت المشاركة في المنتديات الحوارية في المرتبة الرابعة بنسبة 03.23 % بالنسبة للمقيمين مع الأولياء، و 02.11 % بالنسبة للمقيمين في الأحياء الجامعية بنسبة 01.30%، ومنه فانه هنالك فروق ذات دلالة إحصائية عالية بين متغير الإقامة وخدمات الانترنت.الجدول رقم(29)

- وكشفت الدراسة أن من أكثر المواقع التي يقبل عليها الطلبة الجامعيين بكثرة على شبكة الانترنت هي مواقع الثقافية والفنية بنسبة 44.10%، ثم المواقع الرياضية بنسبة 18.20%، ثم تأتي المواقع العملية والمعرفية بنسبة 15.20%، ثم المواقع الدينية والإسلامية والفقهية بنسبة 12.6%، والملاحظ أن هناك فروق بين الجنسين في تفضيلهم وترتيبهم للمواقع، حيث وجدنا أن المواقع الفنية والثقافية تحل المرتبة الأولى عند الإناث بنسبة 57.0 %، فيما تفضل الإناث في المرتبة الأولى المواقع الرياضية بنسبة 40.71%، أما المرتبة الثانية عند الذكور تمثلت في المواقع الثقافية والفنية بنسبة 20.95%، فيما تفضل الإناث في المرتبة الثانية المواقع العلمية والمعرفية بنسبة 17.33%، واحتلت المواقع العلمية والمعرفية المرتبة الثالثة لكلى الجنسين، الجدول رقم (31) و(32).

و انطلاقاً من القراءات الإحصائية والكيفية والكمية للبيانات، فإن الطلبة الجامعيين يستخدمون محتويات الانترنت التي تميل إلى التواصل و الحوار أكثر من المحتويات العلمية والمعرفية.(استخدامات الطلبة الجامعيين للانترنت للتحميل الدروس والبرامج العلمية والاستماع إلى المحاضرات قليلة جداً)، وهذا بالرغم من أن الطلبة لديهم مستوى جامعي وأهداف دراسية من المفروض أن تشجعهم على استخدام

الانترنت لأغراض معرفية وعلمية تتوافق مع حاجاتهم كطلبة، كما أن الفروق بين الجنسين واضحة لما يتعلق بالمواقع المفضلة وضعيفة جداً في مجالات الاستخدام.

- كما كشفت الدراسة أغلبية الطلبة الجامعيين ذكوراً وإناثاً يملكون حسابات لمواقع التواصل الاجتماعي بنسبة 81.58%، ونسبة معتبرة تقدر بـ 18.41% لا تملك أي حسابات في المواقع التي تسمح بذلك والملاحظ أن الذكور هم الأكثر امتلاكاً لمواقع التواصل الاجتماعي بنسبة قدرتها 91.61%. الجدول رقم (50) و(51).

- وكشفت الدراسة أن مواقع التواصل الاجتماعي التي يقبل عليها الطلبة الجامعيين بكثرة هي موقع فايسبوك بنسبة 62.73%، يليه موقع تويتر بنسبة 17.58%، كما أظهرت الدراسة أنه هناك فروق ذات دلالة عالية بين الجنسين، حيث وجدنا أن موقع فايسبوك احتل المرتبة الأولى لدى الفئتين بنسبة 69.28% عند الذكور و 58.33% لدى الإناث، و احتل موقع تويتر المرتبة الثانية كذلك بنسبة 19.73% عند الإناث 14.37% لدى الذكور، بينما الاختلافات كانت جوهريّة بين الجنسين في موقعي ماسنجر وانستغرام، حيث احتل موقع ماسنجر المرتبة الرابعة بنسبة 08.77% عند الإناث، بينما النسبة كانت معدومة عند الذكور، فيما يفضل الذكور في المرتبة الرابعة موقع انستغرام بنسبة 05.22%، بينما النسبة كانت معدومة عند الإناث. الجدول رقم (52) و(53).

وبالتالي فالفرضية الأولى محققة.

-الفرضية الثانية: تختلف درجة دوافع تعرض الطلبة الجامعيين لمحتويات الانترنت تبعاً لاختلاف المتغيرات الديمغرافية والاجتماعية.

- تمثلت أهم دوافع استخدام الانترنت بالنسبة لأفراد العينة من الطلبة الجامعيين في دوافع: "اكتساب معارف جديدة في مجالات مختلفة" و "التواصل مع الآخرين" و "المرح، التسلية والترفيه" وهذا بدرجة كبيرة، بينما الدوافع التي احتلت المراتب الأخيرة بالنسبة لأفراد العينة تمثلت في: "تعلم وإجادة التعامل مع الآخرين" و "الشعور بالوحدة" وهذا بدرجة "إلى حد ما"، و ودافع "التعبير عن مشاعر وآراء وسلوكيات افتقدتها في الواقع المعاش" الذي تم رفضه من قبل أفراد العينة، أما النتيجة الكلية فكانت بمتوسط حسابي قدر بـ 02.17 و وزن نسبي قدر بـ 72.32 الذي يقع في مجال درجة "إلى حد ما". الجدول (60).

- ترتيب الدوافع ودرجاتها بالنسبة لمتغير النوع.

فئة الذكور:

- الدوافع بالنسبة لمتغير النوع حيث تمثلت الدوافع الأكثر أهمية وبدرجة كبيرة بالنسبة لفئة الذكور في: دافع "اكتساب معارف جديدة في مجالات مختلفة" و "التواصل مع الآخرين" و "المرح، التسلية والترفيه"، بينما الدوافع التي احتلت المراتب الأخيرة وبدرجة "إلى حد ما"، تمثلت في دوافع: "تعلم وإجادة التعامل مع

الآخرين" و "التعبير عن مشاعر وأراء وسلوكيات افتقدها في الواقع المعاش" و "الشعور بالوحدة"، والنتيجة الكلية بالنسبة للذكور كانت بمتوسط حسابي قدر ب02.30 ووزن نسبي قدر 76.90% الذي يقع في مجال "إلى حد ما"، الجدول(62)،(61).

#### فئة الإناث:

- وتمثلت الدوافع الأكثر أهمية وبدرجة كبيرة بالنسبة لفئة الإناث في دوافع: "اكتساب معارف جديدة في مجالات مختلفة" و "المرح، التسلية والترفيه" و بدرجة "إلى حد ما" بالنسبة لدافع "التواصل مع الآخرين" بينما المراتب الأخيرة تمثلت في الدوافع التالية: "الشعور في بالوحدة" و "تعلم وإجادة التعامل مع الآخرين" وهذا بدرجة إلى حد ما و دافع "التعبير عن مشاعر وأراء وسلوكيات افتقدها في الواقع المعاش" تم رفضه من طرف فئة الإناث، والنتيجة النهائية بالنسبة لفئة الإناث كانت بمتوسط حسابي قدر ب02.09 ووزن نسبي قدر 69.77% الذي يقع في مجال "إلى حد ما"، الجدول(62)

وانطلاقاً من هذه البيانات الكيفية والإحصائية يتبين لنا أنه توجد اختلافات في ترتيب الدوافع ودرجاتها بالنسبة لفئتي النوع، كما أن هذه النتائج تقارب نتائج العينة الكلية من حيث الدرجات وترتيب الدوافع.

- ترتيب الدوافع ودرجاتها بالنسبة لمتغير السن، الجدول (64)، (63):

#### الفئة العمرية (17-23 عاماً):

الدوافع الأعلى درجة: "المرح، التسلية والترفيه" و "اكتساب معارف جديدة في مجالات مختلفة" و "التواصل مع الآخرين" بتقدير درجة كبيرة.

الدوافع الأدنى درجة: "فهم الكثير من أمور الحياتية" و "الشعور بالوحدة" بتقدير "إلى حد ما" و تم رفض "التعبير عن مشاعر وأراء وسلوكيات افتقدها في الواقع المعاش".

وكانت النتيجة النهائية لمجل إجابات الفئة العمرية (17-23 عاماً) بمتوسط حسابي 02.18 ووزن نسبي 72.96%، وبالتالي يقع في مجال "إلى حد ما".

#### الفئة العمرية (24-29 عاماً):

الدوافع الأعلى درجة هي: "اكتساب معارف جديدة في مجالات مختلفة" و "التواصل مع الآخرين" و "مناقشة بعض الأمور مع الآخرين من خلال المنتديات، الشات والتواصل الاجتماعي" بتقدير "درجة كبيرة".

الدوافع الأدنى درجة: "التعبير عن مشاعر وأراء وسلوكيات افتقدها في الواقع المعاش" بتقدير "إلى حد ما" و تم رفض كل من دافع "تعلم وإجادة التعامل مع الآخرين" و "الشعور بالوحدة".

وكانت النتيجة النهائية لمجل إجابات الفئة العمرية (24-29 عاماً) بمتوسط حسابي قدر ب02.09 ووزن نسبي قدر ب69.71%، وبالتالي يقع في مجال "إلى حد ما"

**الفئة العمرية (أكثر من 29 عاماً)**

الدوافع الأعلى درجة: "اكتساب معارف جديدة في مجالات مختلفة" و "تمضية وقت الفراغ" و "التواصل مع الآخرين" بتقدير "درجة كبيرة".

الدوافع الأدنى درجة: "البحث عن الرفقة" و "التعبير عن مشاعر وأراء وسلوكيات افتقدها في الواقع المعاش" و " مناقشة بعض الأمور مع الآخرين من خلال المنتديات، الشات والتواصل الاجتماعي" و "تعلم وإجادة التعامل مع الآخرين" بتقدير "إلى حد ما".

وكانت النتيجة النهائية لمجمل إجابات الفئة العمرية (أكثر من 29 عاماً) بمتوسط حسابي قدر ب02.26 ووزن نسبي قدر ب75.32% و تقع في مجال "إلى حد ما".

وانطلاقاً من هذه البيانات الكمية والكيفية يتضح أن هناك اختلافات بسيطة في ترتيب الدوافع ودرجاتها حيث تمثلت أهم الاختلافات في تصدر دافع "تمضية وقت الفراغ" مرتبة متقدمة لدى الفئة العمرية الثالثة في حين لم تكن من الدوافع الأكثر درجة لدى الفئتين الأولى والثانية، كما أن هذه الفئة لم ترفض أي دافع عكس الفئة الأولى التي رفضت دافع "التعبير عن مشاعر وأراء وسلوكيات افتقدها في الواقع المعاش". والفئة الثانية التي رفضت دافعين هما: دافع "تعلم وإجادة التعامل مع الآخرين" و دافع "الشعور بالوحدة".

كما أن دافع "البحث عن الرفقة" احتل مراتب متأخرة عند الفئة الثالثة عكس الفئتين الأولى والثانية، لكن النتيجة النهائية للإجابات كانت متشابهة ومقاربة نوعاً ما.

وانطلاقاً من هذه البيانات الكيفية والإحصائية يتبين لنا أنه توجد اختلافات واضحة في ترتيب الدوافع ودرجاتها بالنسبة لفئات السن، كما أن هذه النتائج تقارب نتائج العينة الكلية من حيث الدرجات وترتيب الدوافع.

**- ترتيب الدوافع ودرجاتها بالنسبة لمتغير المستوى الجامعي (مستوى ليسانس)****فئة السنة الثانية ليسانس:**

- الدوافع الأعلى درجة: "اكتساب معارف جديدة في مجالات مختلفة" و "التواصل مع الآخرين" و " مناقشة بعض الأمور مع الآخرين من خلال المنتديات، الشات، التواصل الاجتماعي" بتقدير درجة كبيرة.

- الدوافع الأدنى درجة: "التعبير عن مشاعر وأراء وسلوكيات افتقدها في الواقع المعاش" و "البحث عن الرفقة" بتقدير إلى حد ما، وتم رفض دافع "الشعور بالوحدة".

**فئة السنة الثالثة ليسانس:**

- الدوافع الأعلى درجة: "المرح، التسلية والترفيه" و "اكتساب معارف جديدة في مجالات مختلفة" و "تمضية وقت الفراغ" بتقدير درجة كبيرة.

- الدوافع الأدنى درجة: "الشعور بالوحدة" و "تعلم وإجادة التعامل مع الآخرين" بتقدير إلى حد ما، وتم رفض دافع "التعبير عن مشاعر وأراء وسلوكيات افتقدها في الواقع المعاش"، الجدول رقم (65) و (66).  
ونلاحظ اختلاف في ترتيب الدوافع ومستوياتها ودرجاتها عند فئتي مستوى الليسانس.

- ترتيب الدوافع ودرجاتها بالنسبة لمتغير المستوى الجامعي (مستوى ماستر).

**فئة السنة الأولى ماستر:**

- الدوافع الأعلى درجة: "البحث عن الرفقة" و "اكتساب معارف جديدة في مجالات مختلفة" و "مناقشة بعض الأمور مع الآخرين من خلال المنتديات، الشات، التواصل الاجتماعي" بتقدير درجة كبيرة  
- الدوافع الأدنى درجة: "فهم الكثير من الأمور الحياتية" و "الشعور بالوحدة" بتقدير إلى حد ما، وتم رفض دافعين "التعبير عن مشاعر وأراء وسلوكيات افتقدها في الواقع المعاش" و "تعلم وإجادة التعامل مع الآخرين".

**فئة السنة الثانية ماستر:**

- الدوافع الأعلى درجة: "المرح، التسلية والترفيه" و "التواصل مع الآخرين" و "تمضية وق الفراغ" و "اكتساب معارف جديدة في مجالات مختلفة" بتقدير درجة كبيرة.  
- الدوافع الأدنى درجة: "التعبير عن مشاعر وأراء وسلوكيات افتقدها في الواقع المعاش" "تسيان الهموم والهروب من المشاكل" و "تعلم وإجادة التعامل مع الآخرين" بتقدير إلى حد ما.  
نلاحظ اختلاف في ترتيب الدوافع ومستوياتها ودرجاتها عند فئة المستوى الجامعي (الماستر)، الجدول رقم (68) و (67).

وانطلاقاً من هذه البيانات الكيفية والإحصائية يتبين لنا أنه توجد اختلافات واضحة في ترتيب الدوافع ودرجاتها بالنسبة لفئات المستوى الجامعي، كما أن هذه النتائج تقارب نتائج العينة الكلية من حيث الدرجات وترتيب الدوافع.

- ترتيب الدوافع ودرجاتها بالنسبة لمتغير مكان الإقامة:

**فئة الساكنين مع الأولياء:**

- الدوافع الأعلى درجة: "اكتساب معارف جديدة في مجالات مختلفة" و "التواصل مع الآخرين" و "تمضية وقت الفراغ".  
- الدوافع الأدنى درجة: "الشعور بالوحدة"، "التعلم وإجادة التعامل مع الآخرين" و "التعبير عن مشاعر وأراء وسلوكيات افتقدها في الواقع المعاش".

**فئة الساكنين في الإقامة الجامعية**

- الدوافع الأعلى درجة: "اكتساب معارف جديدة في مجالات مختلفة"، "المرح، التسلية والترفيه" و "التواصل مع الآخرين"

- الدوافع الأدنى درجة: "تعلم وإجادة التعامل مع الآخرين"، "الشعور بالوحدة" و "التعبير عن مشاعر وأراء وسلوكيات افتقدها في الواقع المعاش". الجدول (69) و(70) .

وانطلاقاً من هذه البيانات الكيفية والإحصائية نلاحظ وجود اختلاف في الدوافع الأعلى درجة بالنسبة للفئتين ممثلة في دافع "تمضية الوقت" الذي كان في المراتب الأولى بالنسبة لفئة الساكنين "مع الأولياء" وكان يقابله دافع "المرح والتسلية والترفيه" بالنسبة للساكنين "في الأحياء الجامعية". أما الدوافع الأدنى درجة فكانت نفسها لكن ترتيباتها كانت مختلفة، وبالتالي على العموم يوجد اختلاف في الدرجات والترتيب بين فئتي "مكان الإقامة".

- ترتيب الدوافع ودرجاتها بالنسبة لمتغير منطقة السكن:

**فئة القاطنين في المدينة:**

- الدوافع الأعلى درجة : "اكتساب معارف جديدة في مجالات مختلفة" و "التواصل مع الآخرين" و"تمضية وقت الفراغ"

- الدوافع الأدنى درجة: "تعلم وإجادة التعامل مع الآخرين" و"التعبير عن مشاعر وأراء وسلوكيات افتقدها في الواقع المعاش" و"الشعور بالوحدة".

**فئة القاطنين في الريف:**

- الدوافع الأعلى درجة: "اكتساب معارف جديدة في مجالات مختلفة"، و"المرح، التسلية والترفيه" و "التواصل مع الآخرين"

- الدوافع الأدنى درجة: "الشعور بالوحدة" و"تعلم وإجادة التعامل مع الآخرين" و"التعبير عن مشاعر وأراء وسلوكيات افتقدها في الواقع المعاش" .

وانطلاقاً من هذه البيانات الكيفية والإحصائية نلاحظ وجود اختلاف في الدوافع الأعلى درجة بالنسبة للفئتين ممثلة في دافع "المرح، التسلية والترفيه" الذي كان في المراتب الأولى بالنسبة لفئة القاطنين في "المدينة" وكان يقابله دافع "تمضية الوقت" بالنسبة للقاطنين "في المدينة". أما الدوافع الأدنى درجة فكانت نفسها لكن ترتيباتها كانت مختلفة، وبالتالي على العموم يوجد اختلاف في الدرجات والترتيب بين فئتي "منطقة السكن". الجدول رقم(71) و(72).

- ترتيب الدوافع ودرجاتها بالنسبة لمتغير الحالة المدنية:

**فئة العزاب:**

- الدوافع الأعلى درجة: "اكتساب معارف جديدة في مجالات مختلفة" و "المرح، التسلية والترفيه" و"التواصل مع الآخرين".

- الدوافع الأدنى درجة: "تعلم وإجادة التعامل مع الآخرين" و"الشعور بالوحدة" و"التعبير عن مشاعر وأراء وسلوكيات افتقدها في الواقع المعاش".



**فئة المتزوجين:**

- الدوافع الأعلى درجة: "اكتساب معارف جديدة في مجالات مختلفة" و "تمضية وقت الفراغ" "التواصل مع الآخرين"
  - الدوافع الأدنى درجة: "التعبير عن مشاعر وأراء وسلوكيات افنقدها في الواقع المعاش" و "تعلم وإجادة التعامل مع الآخرين" و "البحث عن الرفقة"
- فئة المطلقين:** هذه الفئة لقلّة مفرداها كانت دوافعها تقريبا بنفس الدرجات لكل الملاحظ أن أدى الدوافع درجةً تمثلت في "الشعور بالوحدة"، و"التعلم وإجادة التعامل مع الآخرين"، "التعبير عن مشاعر وأراء وسلوكيات افنقدها في الواقع المعاش"، وذلك بنفس النسب المئوية، ولهذا نستنتجها من المقارنة بين فئات الحالة المدنية.

وانطلاقا من هذه البيانات الكيفية والإحصائية نلاحظ وجود اختلاف في الدوافع الأعلى درجة بالنسبة لفئات الحالة المدنية ممثلة أساسا في دافع "المرح، التسلية والترفيه" الذي كان في المراتب الأولى بالنسبة لفئة "العزاب" وكان يقابله دافع "تمضية الوقت" بالنسبة لفئة المتزوجين". أما الدوافع الأدنى درجة فكانت نفسها لكن ترتيباتها كانت مختلفة، وبالتالي على العموم يوجد اختلاف في الدرجات والترتيب بين فئات الحالة المدنية.

وانطلاقا من البيانات الإحصائية والكيفية يمكن الحكم على صحة الفرضية الثانية

- الفرضية الثالثة: يساعد استخدام الطلبة الجامعيين الجزائريين للانترنت على ارتباطهم أكثر بالقيم.

**أولاً : القيم**

- الاتجاه الغالب لأفراد العينة حول سؤال هل استخدامك لانترنت ساعدك على الارتباط بالقيم؟ هو الاتجاه الموجب، الجدول رقم(75).
- والاتجاهات كلها ايجابية مع جميع المتغيرات الشخصية نحو السؤال المطروح عليهم مع اختلافات في الدرجات والأوزان النسبية والمتوسطات الحسابية.الجدول رقم (75).
- إن أغلبية أفراد العينة يعتقدون أن استخدامهم للانترنت والتعرض لمحتوياتها ساعدتهم على الارتباط أكثر بالقيم محل الدراسة، حيث أن المتوسط الحسابي المرجح العام للإجابات قدر ب04.20، ووزن نسبي كلي قدر ب79.40% الذي يقع في مجال "أوافق بشدة"، أما فيما يتعلق بأعلى النسب فكانت من نصيب قيم: "حسن التواصل مع الآخر" و "التعاون" و "احترام الأسرة" و "طلب العلم" و "الحرية"، أما أدنى النسب فكانت من نصيب قيم: "الالتزام الديني" و "الابتكار" و "احترام الوقت وتقديره" و "التفوق".الجدول رقم (75).

- كما أن أغلبية أفراد العينة ذكورا وإناثا يوافقون على أن استخدام الانترنت يساعدهم على الارتباط أكثر بالقيم، حيث سجلت الإناث المراتب الأولى لقيم: "حسن التواصل مع الآخر"، "التعاون"، "طلب العلم"،

"احترام الأسرة"، "الحرية"، "الصدافة"، في مقابل قيم: "التعاون"، "حسن التواصل مع الآخر"، "احترام الأسرة"، "السامح"، "طلب العلم"، "الحرية" عند الذكور، وبالتالي الإناث كن أكثر اعتقاداً بقدرة الانترنت على جعلهن يرتبطن أكثر بقيمة "التسامح"، كما سجل توافق بين الذكور والإناث فيما يتعلق بالمراتب الأخيرة التي تمثلت في: "احترام الوقت وتقديره" و"الابتكار" و"التفوق"، لكن بدرجات مختلفة، لهذا النتائج الإحصائية بينت وجود فروق ذات دلالة إحصائية لمجمل القيم ما عدا قيمة "الصدافة". الجدول (76)، (77)، (78).

- كما أن الدراسة كشفت أن الفئة العمرية الأقل سناً، أي الفئة العمرية (17-23 عاماً) هي أقل اعتقاداً باستخدام الانترنت يرتبط بقيمة التفوق عكس الفئة العمرية (24-29 عاماً) التي كانت نسبتها مرتفعة في هذا الاعتقاد، بينما الفئة الثالثة (أكثر من 29 عاماً) كانت نسبتها متوسطة في حدود الخمسين بالمائة. وهذا يمكن تفسيره، إما بعدم معرفة كيفية تطويع إمكانيات الانترنت في تحقيق سبل النجاح أو أن الطلبة الأقل سناً مازالوا لم يتأقلموا بعد مع أجواء الدراسة في الجامعة أو أنهم يدخلون إلى الجامعة بروح انهزامية تضبط لهم إمكانيات النجاح، عكس أفراد الفئة الثانية الذين يعدون أكثر نضجا، وبالتالي أكثر تعلقاً بسبل النجاح ومنها الاعتماد على الانترنت و ما تقدمه من مزايا من اجل تحقيق ذلك . الجدول رقم(79)، (80)، (81).

- و كشفت الدراسة أن "قيمة احترام وتقدير الوقت" لم تحظ بالموافقة من طرف الفئة العمرية الأولى والثالثة، حيث أن النسبة عند الفئة الأولى (17-23 عاماً) بلغت 40.58% (غير الموافقين بلغت 47.72 % )، بينما بلغت نسبة 37.13% (غير الموافقين بلغت 62.85%)، وهي نسبة قريبة من نسبة الفئة الأولى وضعيفة جداً من نسبة الفئة الثانية التي حظيت بموافقة الفئة الثانية (24-29 عاماً) التي بلغت 88.70% (79).

#### ثانياً: العبارات المتضمنة للقيم:

- أن أغلبية أفراد العينة لا يعتقدون أن استخدام الانترنت جعلهم يقومون بسلوكيات سلبية (المتضمنة لقيم محل الدراسة)، وإنما سلوكياتهم بقيت ايجابية بعد الاستخدام تتوافق مع قيمهم الموجبة. وهذا باستثناء سلوك واحد، وهو سلوك الصداقة الذي لم يوافق عليه أفراد العينة بنسبة 60.38% في مقابل 24.83% بالنسبة للذين وافقوا عليه. الجدول (97).

-وسجلت أعلى لعبارة "أقول الصدق أثناء حواراتي على الانترنت" 75.79% ، و 73.44% بخصوص عبارة "لا أتداول صوراً ومعلومات عن الآخرين عبر الانترنت دون علمهم"، وهذا مقابل نسبتي الذين أبدوا عدم الموافقة بشدة وعدم الموافقة على التوالي: 14.56% و 09.21%.

- وسجلت أدنى النسب لعبارة "ساعدتني الانترنت على تنظيم وقتي من خلال مزايا التطبيقات التي اشترك فيها" بنسبة 45.82%، وعبارة "أحب المشاركة في الحملات التطوعية التي يروج لها على

الانترنت" بنسبة 46.25 %، وعبارة "الانترنت لم تجعل أتحدث في الموضوعات المخلة بالآداب والأخلاق" بنسبة 48.82 %، وهذا في مقابل نسب الذين أبدوا عدم الموافقة بشدة و عدم الموافقة على التوالي: 32.75 % و 39.6 % و 34.89 % . الجدول رقم (97).

- كما إن الاتجاهات بقيت موجبة مع متغيري النوع والسن مع اختلافات بسيطة في الدرجات والترتيب. الجدول رقم (98). (99).

وانطلاقاً من البيانات الإحصائية والكيفية يمكن الحكم على صحة الفرضية الثانية

**-الفرضية الرابعة: يساهم استخدام الانترنت على تعزيز وتنمية القيم لدى الطلبة الجامعيين الجزائريين.**

- أن جل أفراد العينة يعتقدون أن استخدامهم للانترنت والتعرض لمحتوياتها عزز لديهم القيم محل الدراسة، الجدول (103)، وبالتالي الانترنت لا تؤثر سلباً على قيم أفراد العينة من الطلبة الجامعيين، وإنما تعززها وهذا يعود إلى عدة أسباب، منها أن الطلبة مزودين بمكانزمات نفسية واجتماعية وثقافية ودينية تجعلهم يستخدمون الانترنت بصفة انتقائية، ولا يتعرضون إلى المحتويات التي تتنافى مع معتقداتهم وقيمهم الراسخة منذ الصغر (بفضل مؤسسات التنشئة الاجتماعية)، كما أن الطلبة الجامعيين الذين يعدون فئة اجتماعية مثقفة تستخدم الانترنت بطريقة الرقابة الذاتية، دون الحاجة إلى الضبط الاجتماعي الذي تمارسه الأسرة أو المجتمع بمؤسساته المختلفة.

- يرى أفراد العينة أن القيم الأكثر تعزيزاً وتنميةً عند استخدامهم للانترنت هي: قيمة "حسن التواصل مع الآخر" ب 88.9 %، وتليها قيمتي "التسامح" و "التعاون" بنسبة 85.2 % لكل منها، والأقل تنميةً كانت من نصيب قيمة "الابتكار" بنسبة 50.1 % . الجدول رقم (103)

- وتأكيداً لما سبق فقد أجاب أغلبية أفراد العينة بعبارة "لا أوافق بشدة" و "لا أوافق" فيما يخص السؤال المطروح عليهم فيما يخص التأثيرات السلبية جراء استخدام الانترنت، إلا في حالة واحدة، بمعنى أن استخدامهم للانترنت لم ينقل لهم، ولم يكسبهم التأثيرات السلبية المقترحة عليهم. الجدول (111). بمعنى أن استخدام الانترنت من قبل أفراد العينة من الطلبة الجامعيين لم يترك لهم تأثيرات سلبية على سلوكياتهم ومواقفهم وتصرفاتهم.

- و إن التأثير السلبي الذي أجاب بشأنه أفراد العينة "بموافق بشدة" و "موافق"، هو عبارة "زادت مشكلاتي الصحية خاصة مع حاسة البصر"، (الجدول رقم 111)، وهذا ما يدعم الفرضية الرابعة التي تؤكد على دور الانترنت في تعزيز القيم وتميئتها لدى الطلبة الجامعيين أثناء الاستخدام (الاتجاه الموجب)، بعيداً عن الآثار السلبية (الاتجاه السالب).

وانطلاقاً من البيانات الإحصائية والكيفية والكمية يمكن الحكم على صحة الفرضية الرابعة.

# نتائج الدراسة

## نتائج الدراسة :

استهدفت الدراسة التعرف على استخدام الطلبة الجامعيين للانترنت وأثرها على القيم لديهم، وقد أجريت الدراسة على عينة من طلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة المسيلة، قوامها 467 مفردة، وكانت النتائج كالتالي:

## 1- نتائج محور عادات وأنماط استخدام أفراد العينة للانترنت.

1 - توصلت الدراسة إلى أن أغلبية أفراد العينة من الطلبة الجامعيين يستخدمون الانترنت بصفة "غالبية" بنسبة 76.0%، و 20.10% "أحياناً"، وهذا لأن الطلبة لديهم إمكانيات لغوية، وعلمية تسمح لهم بذلك، كما أن الدراسة وما تفرضه عليهم من استخدام خدمات الانترنت المتنوعة من أجل الدراسة والتحصيل العلمي واستخدامها من أجل التفاعل والتواصل باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي أو البريد الإلكتروني، وغيرها.

2- توجد فروق ذات دلالة بين الذكور والإناث في مدى استخدام الانترنت، حيث أن الذكور يستخدمون الانترنت "غالباً" أكثر من الإناث، و النسبة هي على التوالي: 80.83% و 73.3%، وهذا يمكن تفسيره بالحرية والاستقلالية التي يتمتع بها الذكور فتجدهم يستخدمون الانترنت في أوقات فراغهم خاصة بعد عودتهم إلى البيت مساءً أو ليلاً، بينما الإناث ينهمك في الأعمال المنزلية بعد عودتهن من مقاعد الجامعة.

3 - كما إن متغير الفئة العمرية له علاقة ترابطية باستخدام الانترنت في هذه الدراسة حيث أن الفئة العمرية (أكثر من 29 عاماً) يستخدمون الانترنت "غالباً" أكثر من الفئة العمرية (17-23 عاماً)، والفئة العمرية (24-29 عاماً)، والنسب هي على التوالي 100.0% و 76.62% و 67.74%

4- كما أن متغير المستوى الجامعي له علاقة ترابطية في هذه الدراسة حيث أن فئة "السنة أولى ماستر" يستخدمون الانترنت "غالباً" بنسبة 87.31%، وهي نسبة متقاربة من نسبة فئة "السنة الثانية ماستر" التي بلغت 85.50%، ولكن أكثر من فئة "السنة الثالثة ليسانس"، وفئة "السنة الثانية ليسانس" والنسب على التوالي: 53.91% و 78.52%، وبالتالي وجود فروق بين مستوى الليسانس ومستوى الماسر.

5- وفيما يتعلق بأقدمية الاستخدام فإن نتائج الدراسة بينت أن ما يفوق 50 بالمائة من أفراد العينة، أي 50.50% بدأوا في تصفح الانترنت منذ ما يزيد عن "أكثر من أربع سنوات" خلت، كما لاحظنا وجود فروق ذات دلالة بين الذكور والإناث فيما يتعلق بأقدمية استخدام الانترنت، وهذا بالرغم من أن أغلبية أفراد الفئتين لهم أقدمية تفوق أربع سنوات، إلا أن، الذكور نسبة أقدميتهم أكثر من الإناث والنسب على التوالي: 58.68% و 46.0%.

6- وفيما يتعلق بعدد أيام الاستخدام في الأسبوع، حيث تظهر نتائج الدراسة أن أغلبية أفراد العينة يستخدمون الانترنت "يوميًا" بنسبة 61.50%، ولاحظنا وجود فروق ذات دلالة فيما يخص عدد أيام

الاستخدام أسبوعياً، حيث أن الإناث يستخدمن الانترنت "يومية" أكثر من الذكور، والنسبة هي على التوالي: 65.66% و53.89%.

7- وكشفت الدراسة أن المدة الزمنية التي تستخدم فيها الانترنت في اليوم من قبل أفراد العينة هي مدة طويلة نوعاً ما، حيث أن أكثر من 50 بالمائة تستخدم الانترنت أكثر ثلاث ساعات يومياً، فنجد أعلى نسبة 37.30% من "ساعة إلى ساعتين"، ثم 27.20% من "ثلاث ساعات إلى أربع ساعات"، ثم 22.10% من "خمسة إلى ست ساعات". أما فيما يتعلق بمتغير النوع فنجد أن أغلبية الإناث يستخدمن الانترنت يومياً من "ساعة إلى ساعتين" بنسبة 41.33%، وهي نسبة أعلى من خيار كل أفراد العينة (37.30%)، و هي كذلك أعلى من نسبة الذكور التي سجلت أعلى نسبة بالتساوي من "ساعة إلى ساعتين" ومن "ثلاث ساعات إلى أربع ساعات" بنسبة 29.94%.

8- كما توصلت نتائج الدراسة أن أغلبية أفراد العينة بنسبة 85.40% يستخدمون الانترنت في البيت بالدرجة الأولى، ثم تأتي مقهى الانترنت في المرتبة الثانية، وهذا يعود إلى عدة اعتبارات أهمها توفر الاشتراك بالانترنت حالياً في أغلبية الأسر الجزائرية بطرق مختلفة، أو نظراً لأن أغلب الطلبة الجامعيين يملكون هواتف نقالة تتوفر على تطبيقات تتيح لهم استخدام الانترنت في أي مكان.

9- و كشفت الدراسة أن الانترنت هي وسيلة- فردية وشخصية بامتياز-، حيث أن 83.70% يستخدمونها بصفة فردية مقابل 12.40% مع أحد أفراد العائلة، و 03.90% مع أحد زملاء الدراسة، ومثل هذه النتائج تكشف دور البيئة الاجتماعية وعلاقتها بالمحتويات والخدمات التي يتعرض لها المستخدم والاستقلالية والحرية التي يتمتع بها أثناء تعامله مع محتويات الانترنت الأمر الذي قد يدفعه إلى الابتعاد عن السياق ألقيمي الذي يعيش فيه، وهذا ربما على العكس عندما ما يتعرض لمحتويات الانترنت مع أحد الأصدقاء أو الزملاء.

10- وجود فروق ذات دلالة عالية في طريقة وعادة استخدام الانترنت في هذه الدراسة، حيث أن الذكور سيخدمونها بصفة منفردة أكثر من الإناث، والنسبة على التوالي هي: 90.42% و 80.0%، بينما تبقى وسيلة "تشاركية" مع أحد أفراد العائلة عند الإناث بنسبة 16.66%، و 03.33% مع أحد زملاء الدراسة، وهذا ربما عندما يتعلق الأمر ببعض المحتويات التي لا تسبب الإحراج أو تخدش الحياء أو تمس بخصوصية المستخدم أو بعض المحتويات المرتبطة ارتباطاً مباشراً بالدراسة عندما يتعلق الأمر بمشاركة مواد الانترنت مع أحد زملاء الدراسة، وهذا التشارك يظهر بنسبة أعلى عند الإناث من الذكور، وهذا يرتبط ارتباطاً وثيقاً بخصوصيتهن التفاعلية والاندماج والحميمية أكثر من الذكور الذين يفضلون الاستقلالية الذاتية والخصوصية في التعامل مع الموضوعات والقضايا بصفة عامة، كما أن ذلك التشارك يمكن أن يكون مرتبطاً بمكان الاستخدام خاصة إذا كان مثلاً في الجامعة حيث أن الطلبة يتشاركون الحاسب الواحد للبحث في الشبكة العنكبوتية .

11- و فيما يتعلق بأوقات استخدام الانترنت فإن نتائج هذه الدراسة تؤكد ما توصلت إليه الدراسات السابقة أي أن أوقات الاستخدام بالنسبة لمعظم أفراد العينة تتم في الفترة الليلية بنسبة 47.5% ثم "لا توجد فترة محددة" بنسبة 18.40%، و هذا يفسر أساساً بما توصلت إليه أغلب الدراسات حيث أن الاستخدام يتم في أوقات الفراغ المتاحة التي تكون في الغالب في الليل بالنسبة للفئات التي تعمل وتدرس، حيث صرح أغلبية أفراد العينة 58.20% سبب اختيارهم لهذه الفترات مرتبط بأوقات الفراغ ثم 41.80%، أسباب متعلقة براحة الاستخدام، خاصة و أن الطلبة الجامعيين يكرسون معظم وقتهم للدراسة وبعضهم للدراسة والعمل، وبالتالي يكونون منشغلين طوال اليوم، بالإضافة إلى أن هذه الفترات يكون فيها الطلبة عينة الدراسة بعيدين عن الرقابة الأبوية خاصة، وأنهم يفضلون تصفح الانترنت في البيت بالدرجة الأولى.

12- كما أن النوع يدخل كمتغير مهم في أوقات الاستخدام، حيث تبقى الفترة الليلية هي الفترة المفضلة لاستخدام الانترنت عند الفئتين، وذلك بنسبتين متقاربتين مع تفوق بسيط للإناث، هما على التوالي: 44.31% عند الذكور و 49.33% عند الإناث، إلا أن الاختلاف يكمن في التفضيل الثاني الذي ارتبط عند الذكور بالفترة المسائية (بعد الدخول من الدراسة والعمل)، وذلك بنسبة 17.36% و"كل الأوقات" بنسبة قريبة قدرت ب 16.76%، أما الإناث فتفضلهن الثاني مرتبط ب" لا توجد فترة محددة" بنسبة 22.33%، و"كل الأوقات" بنسبة 17.0%، وهذا منطقي لأن الذكور بعد عودتهم إلى البيوت فيجدون من يخدمهم، وبالتالي يجدون الفرصة المناسبة لتصفح الانترنت، عكس الإناث اللاتي ينتقلن للبيت مساءً من أجل مشاغل البيوت وما أكثرها، وبالتالي يتحيزن الفرص المناسبة التي يكن فيهن مرتاحات من أجل تصفح الانترنت، ثم "كل الأوقات" بالنسبة لكلا الفئتين مرتبط باستخدام الانترنت سواءً في البيت أو الجامعة المهم توفر الوقت المناسب.

13- أما فيما يتعلق بمجالات استخدام الانترنت فكشفت الدراسة أن 46.0% من أفراد العينة تستخدم الانترنت للتواصل مع الآخرين باستخدام المستويات الاتصالية المحققة المتاحة، ومنها- مواقع التواصل الاجتماعي-، ثم البريد الإلكتروني بنسبة 29.60%، ثم تحميل الدروس والبرامج والمحاضرات بنسبة 19.50%، وهذا يدل على أن ثلثي أفراد العينة يستخدمون الانترنت من أجل التواصل والتفاعل مع الآخرين سواءً باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي أو البريد الإلكتروني أو تطبيقات ومواقع اتصالية أخرى، وفي المستوى الثاني تستخدم من أجل الدراسة والبحث والتحصيل العلمي، ولم نلاحظ وجود فروق ذات دلالة بين الذكور والإناث في مجالات استخدام الانترنت.

14- أما فيما يتعلق بمتغير السن، فلاحظنا وجود علاقة ذات دلالة إحصائية عالية، حيث أن أفراد الفئة العمرية (17-23 عاماً) يستخدمون الانترنت في المقام الأول من أجل "التواصل مع الآخرين" بنسبة 53.90%، ثم استخدام البريد الإلكتروني بنسبة 29.5%، ثم تحميل الدروس والبرامج والمحاضرات

بنسبة ضعيفة قدرت ب12.30%، بينما الفئة العمرية(24-29 عاماً) يستخدمون الانترنت في المقام الأول من أجل "تحميل الدروس والبرامج والمحاضرات"، وخدمة البريد الالكتروني بنفس النسبة، أي 34.7%، و في المقام الثاني "التواصل مع الآخرين" بنسبة 22.6%، بينما الفئة العمرية (أكثر من 29 عاماً) فتفضل في المقام الأول "التواصل مع الآخرين" بنسبة مرتفعة مقارنة بالفئتين السابقتين قدرت ب60.0%، ثم "تحميل الدروس والبرامج والمحاضرات" بنسبة 28.5%، ثم "استخدام البريد الالكتروني" بنسبة 11.7%.

15- أما متغير المستوى الجامعي في التحليل، فنلاحظ وجود علاقة ذات دلالة عالية فيما يخص مجالات استخدام الانترنت، حيث أن ذوي المستوى السنة الثانية ليسانس يفضلون خدمات "التواصل مع الآخرين" بنسبة 47.80%، ثم "تحميل الدروس والبرامج والمحاضرات" بنسبة 18.26%، ثم خدمة "البريد الالكتروني" بنسبة 13.90%، بينما أفراد فئة السنة الثالثة ليسانس يستخدمون الانترنت في المقام الأول "للتواصل مع الآخرين" لكن بنسبة مرتفعة عن الفئة الأولى، وذلك بنسبة 70.46%، ثم "تحميل الدروس والبرامج والمحاضرات" في المقام الثاني بنسبة 20.13%، ثم استخدام "البريد الالكتروني" بنسبة 9.40%، بينما أفراد فئة السنة أولى ماستر يستخدمون الانترنت ويفضلون في المقام الأول خدمة "البريد الالكتروني" بنسبة مرتفعة قدرت ب69.40%، ثم من أجل "تحميل الدروس والبرامج والمحاضرات" بسنة 16.41%، ثم من أجل التواصل مع الآخرين بنسبة 14.17%، أما أفراد فئة السنة الثانية ماستر فيستخدمون الانترنت في المقام الأول من أجل "التواصل مع الآخرين" بنسبة 52.17%، ثم "تحميل الدروس والبرامج والمحاضرات" بنسبة 26.08%، ثم خدمة "البريد الالكتروني" بنسبة 21.73%، وهذا خلافاً لبعض الدراسات التي كشفت أن متغير التعليم محدد رئيسي في تحديد طبيعة الاستخدام في الشبكة، فأصحاب الدرجات العملية المرتفعة والمستويات الجامعية يستخدمون الانترنت في البحث عن المعلومات والبحث العلمي بصفة عامة أكثر من الأفراد الذين يحملون مستويات علمية أدنى فإنهم يميلون إلى الاستخدامات الترفيهية وللاتصالات الهاتفية والبريد الالكتروني و الدردشة، ولكن بالرغم من ذلك فيجب أن نشير إلى أن مستوى التعليم الجامعي، لا يعكس بالضرورة مستوى من الوعي النوعي للمستخدمين، كما أن مجالات الاستخدام اليومية تفرز للمستخدم مجالات جديدة ربما لم تكن عند الأقل تعليماً أو الأقل في المستوى، وكذلك تفرز مجالات استخدام مرتبطة بالطبيعة البشرية(النفسية والاجتماعية) لا علاقة لها بالمستوى الجامعي.

16- أما فيما يتعلق بالمواقع الأكثر تفضيلاً عند أفراد العينة، فكشفت الدراسة أن 44.1% يفضلون المواقع الفنية والثقافية، ثم المواقع الرياضية بنسبة 18.20%، ثم المواقع العلمية والمعرفية بنسبة 15.20%، ثم المواقع الإسلامية والدينية والفقهية بنسبة 12.60%



17- أما فيما يتعلق بالنوع فلاحظنا وجود فروق ذات دلالة عالية فيما يخص المواقع المفضلة بين الذكور والإناث، حيث أن أغلبية الذكور يفضلون المواقع الرياضية بنسبة 40.71%، ثم المواقع الثقافية والفنية بنسبة 20.95%، ثم المواقع العلمية والمعرفية بنسبة 15.56%، أما أغلبية الإناث يفضلن المواقع الثقافية والفنية بنسبة 57.0%، ثم المواقع الإسلامية والدينية بنسبة 17.33%، ثم المواقع العلمية والمعرفية بنسبة 15.0%.

18- أما فيما يتعلق باللغة المفضلة لتصفح الانترنت عند أفراد العينة، فكشفت الدراسة أن 45.4% يفضلون اللغة العربية، أما 44.8% يفضلون اللغة الفرنسية، ولا حظنا وجود فروق ذات دلالة عالية بين الذكور والإناث فيما يخص اللغة المفضلة لاستخدام الانترنت، حيث أن أغلبية الذكور يتصفحون الانترنت باللغة الغربية بنسبة 55.09%، ثم 34.13% باللغة الفرنسية، بينما أغلبية الإناث يستخدمن اللغة الفرنسية في التصفح، وذلك بنسبة 50.66%، 40.0% باللغة العربية.

19- أما فيما يخص متابعة مضامين وسائل الإعلام المختلفة عبر الانترنت كشفت الدراسة أن 28.7% من أفراد العينة يتابعون برامج ومضامين وسائل الإعلام المختلفة من خلال الانترنت فيما أجاب 71.3% بالنفي، ولاحظنا وجود فروق ذات دلالة إحصائية عالية بين الذكور والإناث فيما يخص متابعة مضامين وسائل الإعلام عبر الانترنت، حيث تبين لنا 35.92% من الذكور أجابوا بأنهم يتابعون محتويات وسائل الإعلام عبر الانترنت، في حين أجاب 64.07% بالنفي، أما 24.66% من الإناث أجبن "نعم" أما 75.33% أجبن بالنفي.

20- وتوصلت الدراسة إلى أن مواقع الوسائل الإعلامية التي تتابع عبر منصات الانترنت بالنسبة لأفراد العينة الذين اجابوا ب"نعم"، تمثلت في مواقع المجلات بنسبة 44.03%، ثم الصحف بنسبة 43.28%، ثم الفضائيات 12.86%، ولاحظنا وجود فروق ذات دلالة إحصائية عالية بين الذكور والإناث فيما يخص مواقع الوسائل الإعلامية التي تتابع عبر الانترنت، حيث أن 43.33% من الذكور يتابعون الصحف، في حين 28.33% من أفراد العينة يطالعون المجلات ويشاهدون الفضائيات، أما 56.75% من الإناث يطالعن المجلات، و 43.24% يطالعن الصحف، أما الفضائيات فجاءت نسبتها معدومة.

21- كما توصلت الدراسة إلى أن 86.7% من أفراد العينة لا يملكون مدونات، في حين نسبة ضئيلة قدرت ب 13.3% تملك مدونات، ولاحظنا وجود فروق ذات دلالة إحصائية عالية بين الذكور والإناث فيما يتعلق بامتلاك مدونات، حيث فنجد أن 90.66% من الإناث لا يملكن مدونات في حين 09.33% يملكن مدونات أم الذكور 79.64% لا يملكون مدونات، أما 20.36% يملكون مدونات.

22- وتوصلت الدراسة إلى أن نوعية المدونات التي يملكها من صرح بامتلاكها منها: 69.35% مدونات رياضية و 30.64% مدونات سياسية، أما فيما يتعلق بمغير النوع فلاحظنا وجود فروق بين الجنسين،

حيث نجد أن 76.47% من الذكور فتحوا مدونات رياضية، في حين 23.53% فتحوا مدونات سياسية، أما الإناث فتحن مدونات رياضية بنسبة 60.71 و 39.28 فتحن مدونات سياسية. 23- من حيث متابعة المدونات تكشف هذه الدراسة، وبالرغم من أن العينة المكونة من الطلبة الجامعيين إلا أن 64.45% لا يتابعون محتوى المدونات، و 31.26% يتابعونها "أحياناً"، و 04.28% يتابعونها "دائماً".

24- ولاحظنا وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث فيما يتعلق بمتابعة المدونات، حيث أن الإناث لا يتابعن المدونات أكثر من الذكور، والنسبة هي على التوالي: 71.33% و 52.09%، وهذا يمكن تفسيره بطبيعتهم، والذكور يتابعونها "أحياناً" بنسبة 38.92%، في حين نسبة الإناث بلغت 27.0%، ومتابعة الذكور للمدونات "دائماً" بلغت 08.98%، في بلغت عند الإناث 01.66%.

25- وتوصلت الدراسة من حيث نوع المدونات التي تتم متابعتها من طرف أفراد العينة الذين صرحوا أنهم يتابعونها 47.59% مدونات سياسية، ثم 39.45% مدونات رياضية، ثم 12.65% مدونات فنية، ولاحظنا وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث فيما يتعلق نوع المدونات المتابعة من طرف أفراد العينة، حيث أن الذكور أكثر متابعة للمدونات السياسية من الإناث، وهي على التوالي 48.75% و 46.51%، كما أن الرياضية أكثر متابعة عند الذكور بنسبة 50.0% في مقابل 30.23%، أما المدونات الثقافية فهي أعلى عند الإناث بنسبة 23.25% في مقابل 01.25% عند الذكور.

26- و توصلت الدراسة إلى أن 81.58% من أفراد العينة يملكون حسابات في مواقع التواصل الاجتماعي، في حين نسبة ضئيلة قدرت ب 18.41% لا يملكون اشتراكات في هذه المواقع، وهذا يمكن تفسيره بأهمية هذه المواقع بالنسبة للطلبة الجامعيين، وما تتيحه من فائدة في التواصل أو إقامة العلاقات والصدقات، و حتى فيما يتعلق بالبحث العلمي والدراسة، أما فيما يتعلق بمتغير النوع فنجد أن الذكور يملكون حسابات في مواقع التواصل الاجتماعي أكثر من الإناث ، وذلك على التوالي : 91.61% و 76.0%. وبالتالي توجد فروق ذات دلالة بين الذكور والإناث فيما يخص الاشتراك وأمالك حسابات عبر الانترنت.

27- فيما يتعلق بمواقع التواصل الاجتماعي الأكثر اشتراكاً عند أفراد العينة ممن صرحوا بامتلاكهم لمثل هذه المواقع، فكشفت الدراسة أن 62.72% يملكون حسابات في موقع فايسبوك، ثم 17.58% تويتر، 12.33% يوتيوب، ولاحظنا وجود فروق ذات دلالة إحصائية عالية بين الذكور والإناث فيما يتعلق بالمواقع الأكثر اشتراكاً عند أفراد العينة.

## II- نتائج محور دوافع استخدام الانترنت.

1- كشفت الدراسة أن الدوافع الرئيسية وراء استخدام الطلبة الجامعيين للانترنت بالدرجة الأولى "اكتساب معارف جديدة في مجالات مختلفة" بوزن نسبي قدر ب 86.65%، تم في المرتبة الثانية "التواصل مع

الآخرين" بوزن نسبي قدر بـ 81.32%، تم يليه في المرتبة الثالثة «المرح، التسلية والترفيه» بوزن نسبي قدر بـ 80.10%، أما المراتب الأخيرة كانت من نصيب دوافع التالية: "تعلم وإجادة التعامل مع الآخرين" بوزن نسبي قدر بـ 61.10% و "الشعور بالوحدة" بوزن نسبي قدر بـ 60.10%،

2- رفض دافع واحد من قبل أفراد العينة وهو "التعبير عن مشاعر وأراء وسلوكيات افتقدتها في الواقع المعاش" بوزن نسبي قدر بـ 54.32%.

3- توجد اختلافات في الدرجات بين مختلف متغيرات الشخصية في علاقتها بدوافع الاستخدام، لكنها اتفقت في نتائجها النهائية بتقدير درجة كبيرة، والى حد ما، بمعنى قبول الدوافع لكن بدرجات متفاوتة في الاتجاه الموجب.

### III- نتائج محور القيم.

1- إن أغلبية أفراد العينة من الطلبة الجامعيين يوافقون على أن استخدامهم للانترنت والتعرض لمحتوياتها ساعدهم على الارتباط أكثر بالقيم، وهذا يناقض الكثير من الدراسات القائلة بأن الانترنت بمستوياتها الاتصالية المختلفة لا تقوم بنشر القيم وتعزيزها وتميئتها لدى الشباب بصفة عامة والطلبة الجامعيين بصفة خاصة بالقيم، وتوافقت مع دراسة الباحث **السعيد بومعيزة**، ودراسة **الباحث بطرس الحلاق**.

2- وتوصلت الدراسة إلى تصدر قيم: "حسن التواصل مع الآخر"، "التعاون"، "احترام الأسرة"، "طلب العلم"، "الحرية"، "الصدقة"، "التسامح"، "احترام خصوصية الآخرين" المراتب الأولى من حيث موافقة أفراد العينة عليها بأوزان نسبية مرتفعة، ومن جهة أخرى احتلت قيم: "الالتزام الديني"، "الابتكار"، "احترام الوقت وتقديره"، قيمة "التفوق" المراتب الأخيرة من حيث مقدرة الانترنت على مساعدة أفراد العينة على الارتباط أكثر بهذه القيم

3- الاتجاه العام لكل إجابات أفراد العينة كان في الاتجاه الموجب حيث بلغ المتوسط الحسابي الكلي 04.20 الذي يقع في مجال " أوافق بشدة".

4 - كما أن أغلبية أفراد العينة ذكوراً وإناثاً يوافقون على أن استخدام الانترنت يساعدهم على الارتباط بالقيم، حيث سجلت الإناث المراتب الأولى لقيم: "حسن التواصل مع الآخر"، "التعاون"، "طلب العلم"، "احترام الأسرة"، "الحرية"، "الصدقة"، في مقابل قيم: "التعاون"، "حسن التواصل مع الآخر"، "احترام الأسرة"، "التسامح"، "طلب العلم"، "الحرية" عند الذكور، وبالتالي الإناث كن أكثر اعتقاداً بقدره الانترنت على جعلهن يرتبطن أكثر بقيمة "التسامح"، كما سجل توافق بين الذكور والإناث فيما يتعلق بالمراتب الأخيرة التي تمثلت في: "احترام الوقت وتقديره" و"الابتكار" و"التفوق"، لكن بدرجات مختلفة، لهذا النتائج الإحصائية بينت وجود فروق ذات دلالة إحصائية لمجمل القيم ما عدا قيمة "الصدقة".

5- كما أن الدراسة كشفت أن الفئة العمرية الأقل سناً، أي الفئة العمرية (17-23 عاماً) هي أقل اعتقاداً باستخدام الانترنت يرتبط بقيمة التفوق عكس الفئة العمرية (24-29 عاماً) التي كانت نسبتها مرتفعة في هذا الاعتقاد، بينما الفئة الثالثة (أكثر من 29 عاماً) كانت نسبتها متوسطة في حدود الخمسين بالمائة وهذا يمكن تفسيره، إما بعدم معرفة كيفية تطويع إمكانيات الانترنت في تحقيق سبل النجاح أو أن الطلبة الأقل سناً مازالوا لم يتأقلموا بعد مع أجواء الدراسة في الجامعة أو أنهم يدخلون إلى الجامعة بروح انهزامية تضبط لهم إمكانيات النجاح، عكس أفراد الفئة الثانية الذين يعدون أكثر نضجاً، وبالتالي أكثر تعلقاً بسبل النجاح، ومنها الاعتماد على الانترنت و ما تقدمه من مزايا من أجل تحقيق ذلك .

6- وكشفت الدراسة أن "قيمة احترام وتقدير الوقت" لم تحظ بالموافقة من طرف الفئة العمرية الأولى والثالثة، حيث أن النسبة عند الفئة الأولى (17-23 عاماً) بلغت 40.58% (غير الموافقين بلغت 47.72 % )، بينما بلغت نسبة 37.13% (غير الموافقين بلغت 62.85%)، وهي نسبة قريبة من نسبة الفئة الأولى وضعيفة جداً من نسبة الفئة الثانية التي حظيت بموافقة الفئة الثانية (24-29 عاماً) التي بلغت 88.70%.

7- الاتجاه العام لكل المتغيرات (النوع، السن، المستوى الجامعي، منطقة السكن، الحالة المدنية) في علاقاته بإجاباتهم حول مقدرة الانترنت على جعلهم يربطون أكثر بالقيم محل الدراسة في الاتجاه الموجب على مع اختلافات في الدرجات (موافق بشدة، و موافق).

- أن أغلبية أفراد العينة لا يعتقدون أن استخدام الانترنت جعلهم يقومون بسلوكيات سلبية (المتضمنة لقيم محل الدراسة)، وإنما سلوكياتهم بقيت ايجابية بعد الاستخدام تتوافق مع قيمهم الموجبة. وهذا باستثناء سلوك واحد، وهو السلوك المعبر عن قيمة الصداقة.

8- وسجلت السلوكيات الأعلى لعبارة "أقول الصدق أثناء حواراتي على الانترنت"، وعبارة "لا أتداول صوراً ومعلومات عن الآخرين عبر الانترنت دون علمهم"، وهي السلوكيات المقابلة لقمي الصدق، واحترام خصوصية الآخرين على التوالي.

9- وسجلت أدنى النسب لعبارة "ساعدتني الانترنت على تنظيم وقتي من خلال مزايا التطبيقات التي اشترك فيها"، وعبارة "أحب المشاركة في الحملات التطوعية التي يروج لها على الانترنت"، وعبارة "الانترنت لم تجعلن أتحدث في الموضوعات المخلة بالأداب والأخلاق"، وهي سلوكيات مقابلة لقيم: احترام الوقت وتقديره، التعاون، الاحتشام.

10- إن أغلبية أفراد العينة من الطلبة الجامعيين يوافقون على أن استخدامهم للانترنت والتعرض لمحتوياتها عزز لديهم القيم محل الدراسة.

11- إن دور الانترنت في تعزيز القيم في اعتقاد الطلبة الجامعيين ايجابي، لكن يختلف من قيمة إلى أخرى من حيث الدرجات.

12- يرى أفراد العينة أن القيم الأكثر تعزيزاً وتنميةً من طرف الانترنت هي قيم: حسن التواصل مع الآخر، التسامح، والتعاون، أما أدنى قيمة فهي: قيمة الابتكار.

13- الاتجاه العام لكل المتغيرات (النوع، المستوى الجامعي، منطقة السكن، مكان الإقامة، الحالة المدنية) في علاقاتها بمقدرة الانترنت على إضعاف القيم أو تعزيزها كان في الاتجاه الموجب رغم وجود اختلافات في الدرجات.

#### IV- نتائج محور تأثيرات الانترنت السلبية على الطلبة الجامعيين :

1- أن استخدام الانترنت من طرف الطلبة الجامعيين لا يجعلهم يكتسبون بعض التأثيرات السلبية، وهذا لأن الطلبة الجامعيين طبقة واعية من المجتمع تستخدم الانترنت من أجل الدراسة، وكذا التواصل الايجابي الذي يهدف ربط صداقات واحترام الآخرين وتقبلهم، وهذا راجع لكون السلوكيات والتصرفات ومواقف موجهة بالقيم، وتحدث في البيئة الاجتماعية التي ينتمي إليها الطلبة الجامعيين ويعيشون فيها، وبالتالي فالسلوكيات والتصرفات والمواقف هي نتاج القيم، فما يمنع من القيام بالسلوكيات السلبية هي مؤسسات التنشئة الاجتماعية المختلفة والثقافة والتقاليد والأعراف، وليست الانترنت بشكل عام، خاصة إذا كان المحتوى يتوافق مع التنشئة الاجتماعية والنسق القيمي للفرد، وهذا ما أشار إليه الباحث عززي عبد الرحمن.

2- وكشفت الدراسة أن هناك اتجاه عام بعدم الموافقة بشكل كبير على قائمة التأثيرات السلبية المطروحة عليهم، بحيث أن أغلبية أفراد العينة أجابوا "لا أوافق بشدة" و"لا أوافق" فيما يخص السلوكيات السلبية المطروحة عليهم، إلا في أربعة حالات، بمعنى أن استخدامهم للانترنت لم ينقل لهم بعض التأثيرات السلبية، ولقد تراوحت النسب بين القيم العليا، "غير مهم بالعلم والفكر" و عبارة "أصبحت بعيداً عن ديني"، عبارة "الانترنت جعلني ذو نزعة استهلاكية"، ويمكن تأويل هذه النتائج أن قيم الطلبة تمنعهم من التأثير خاصة لما يتعلق الأمر الجوانب المرتبطة بالدين والاهتمام بالعلم والعلماء لهذا فإن عدم الموافقة كانت في المستويات العليا.

3- أما فيما يتعلق القيم الدنيا فسجلت بشأن عبارة "تخليت عن مسؤوليتي اتجاه الآخرين" وعبارة "أصبحت مهتماً بنجوم الفن و المشاهير"، وهذا يمكن تأويله بالاستغراق في استخدام الانترنت ما سيدفع الطلبة إلى التخلي عن بعض مسؤولياتهم سواء اتجاه الوالدين أو الآخرين بصفة عامة، كما أن المسائل الثقافية والفنية المرتبطة بالثقافة الجماهيرية مازالت تستأثر اهتمام الطلبة باعتبارهم فئة شبانية، وبالتالي مستويات عدم الموافقة كانت منخفضة.

4- أما التأثير السلبي الذي أجاب بشأنه أفراد العينة "بموافق بشدة" و"موافق"، هو عبارة "زادت مشكلاتي الصحية خاصة مع حاسة البصر"، وهذا مرتبط بالتأثيرات والأضرار الحسية التي يمكن أن يشعر بها المستخدم لما تصبح له أقدمية في تصفح الانترنت.

5- إن نسبة "محايد" كانت هي الأعلى من نسبة الموافقة وعدم الموافقة في بعض التأثيرات السلبية، وهي: "أقل تذوقاً وإقبالاً للمحتويات الثقافية الرفيعة"، وعبارة "أكثر من استخدام مواد الترفيه والتسلية والتواصل"، وعبارة "أصبحت متعصبا لديني وعقيدتي"، وقد يعود هذا إلى عوامل تنشئتهم، و إلى طبيعة شخصيتهم وظروفهم الاجتماعية أم أن الطلبة يعتقدون أن هذه التأثيرات تتحكم فيه عوامل أخرى بالإضافة إلى الانترنت.

6- الاتجاه العام لكل المتغيرات (النوع، المستوى الجامعي، منطقة السكن، مكان الإقامة، الحالة المدنية ) في علاقاتها بالتأثيرات السلبية كانت في الاتجاه السالب، رغم وجود اختلافات في الدرجات (لا أوافق بشدة و أوافق).

الخاتمة

لقد حاولنا في هذه الدراسة معالجة إحدى أهم المواضيع في كل المجتمعات والدول، وهي فئة الطلبة الجامعيين باعتبارهم فئة مميزة، بل هم أكثر فئات المجتمع حركة ونشاطاً وإبداعاً، وحتى تمرداً، كما أنهم يعدون من أهم مصادر التغيير الاجتماعي والقيمي والثقافي والسياسي لكل المجتمعات، كما أنهم يتصفون بالإنتاج والعطاء والفتوة والإبداع في كافة المجالات، و نظراً لما يمثلونه علمياً معرفياً واجتماعياً وسياسياً وهذا بحكم أنهم يتواجدون في الجامعات بأعداد هائلة لتحصيل العلم والمعرفة وتنمية وتعزيز قدراتهم وخبراتهم التي تؤهلهم للنهوض بمسؤولياتهم في بناء المجتمع بعد التخرج والالتحاق بمناصب عملهم، وبالتالي فهم موضوع سياسات وانشغالات وإشكالات في أغلب الدول و البلدان، والانشغال بقضايا الطلبة الجامعيين مرده إلى السلوكيات غير السوية التي قد تنتج عنهم نتيجة تعاملهم مع وسائل الإعلام المختلفة سواء التقليدية أو الحديثة، وخاصة الانترنت ومواقع التواصل الاجتماعي، وهذه السلوكيات غير السوية تؤدي لمحالة إلى فقدان الطلبة لقيمهم ومعاييرهم الاجتماعية والانسلاخ عن هويتهم وثقافتهم.

والقيم تعد هي الضابط والموجه الأساسي للسلوك الفردي والاجتماعي لهؤلاء الطلبة، ولا يمكن تحديد أهدافهم إلا عن طريق القيم الأمر الذي يؤكد الحاجة إلى أهمية القيم وتنميتها لدى الطلبة ومعرفة ما قد يؤثر عليها، خاصة و أن هذه القيم أصبحت تواجه في الآونة الأخيرة تحديات متنوعة متمثلة أساساً في ثورة المعلومات والانترنت في مقابل تراجع مؤسسات التنشئة الاجتماعية على أداء دورها كما ينبغي الأمر الذي أدى إلى اهتزاز بعض القيم أو إهدارها (قيمة احترام الوقت وتقديره مثلاً)، واضطراب المعايير الاجتماعية والأخلاقية التي تحكمها، كما عملت من جهة أخرى على تنمية وتعزيز بعضها بما يتوافق مع خصوصياتهم وخصوصيات الوسائل التي يستخدمونها (قيمة الحرية مثلاً).

وتعد الانترنت في الوقت الراهن من المحددات الرئيسية لإنتاج سلوك الشباب وقيمهم، ومنهم الطلبة الجامعيين في وقت تراجعت أدوار المؤسسات الاجتماعية التقليدية كالأسرة والمدرسة والمسجد والجامعة التي كانت فقط في الوقت القريب المسؤولة عن صقل قيمهم وتوجيه سلوكياتهم، كما أن التطور المتسارع للانترنت بمستوياتها الاتصالية والمعرفية المتعددة وتطبيقاتها المختلفة، و اتساع دائرة استخدامها محلياً ودولياً، خاصة عند الطلبة الذين يعدون من أكثر الفئات الاجتماعية إقبالاً على هذه الوسيلة سواء من أجل البحث العلمي وتحصيل المعرفة أو توظيفها من أجل التفاعل الاجتماعي عن طريق ربط صداقات اجتماعية مختلفة عن طريق منصات مواقع التواصل الاجتماعي، الأمر الذي ينطوي عليه الكثير من الآثار سواء على المستوى الفردي أو الاجتماعي، فبدأ الكل يقلق من الوقت الذي يقضيه الطلبة في استعمالهم للانترنت لمواقعها المختلفة، وما قد يتركه ذلك على تصرفاتهم و مواقفهم و سلوكهم وقيمهم.

ومن منظور هذه الإشكالية حاولنا معالجة "أثر استخدام الانترنت على قيم لدى الطلبة الجامعيين الجزائريين، عينة من طلبة جامعة المسيلة"، ولتناول هذا الموضوع قمنا بتفكيك هذا التساؤل إلى أربعة



فرضيات رئيسية تمحورت حول عادات وأنماط استخدام الطلبة الجامعيين الجزائريين للانترنت، ودوافع استخدامهم لها والآثار السلبية المترتبة عن ذلك، بالإضافة إلى القيم في علاقتها باستخدام الطلبة الجامعيين للانترنت.

ولفهم الإشكالية قمنا بالرجوع إلى الأدبيات والدراسات السابقة التي تناولت الموضوع في بصفة كلية أو جزئية، كما حاولنا التأسيس للجانب النظري من خلال التطرق إلى جوانب نظرية مهمة مرتبطة أساساً بمفاهيم القيم والانترنت والطلبة الجامعيين والعلاقة بينهم.

و لتأسيس العلاقة بين الطلبة الجامعيين والانترنت اعتمدنا على ثلاث مقتربات نظرية، أولها مقتربات الاستخدامات والشباعات، لأننا لا نستطيع فهم علاقة الطلبة الجامعيين بالانترنت دون طرح السؤال عليهم حول كيف يتعاملون مع شبكة الانترنت، وماذا يفضلون في محتوياتها ومضامينها ودرجات دوافع استخدامهم لها، كما اعتمدنا على مقتربات الحتمية التكنولوجية لمارشال مكلوهان **Marchal Macluhan** ، وهذا باعتبار أن المقتربات يرتكز على مبدأ الوسيلة هي الرسالة، و أن كل وسيلة جديدة قد تحدث تعديلاً في محيطنا النفسي والاجتماعي، وبالتالي فقد تنتج قيماً جديدة وسلوكيات يتبناها الطلبة الجامعيين المستخدمين لمحتويات الانترنت، وأنماطها الاتصالية، وصولاً إلى منظور الحتمية القيمية لعزى عبد الرحمن الذي يعطينا تصوراً عن كون القيم مصدرها الدين الإسلامي، و أن السلوكيات هي نتاج القيم، و أن العلاقة بين القيم والانترنت هي علاقة محتوى فإذا كانت المحتويات ايجابية فقد تعزز القيم وتنتج سلوكيات ايجابية والعكس صحيح.

كما أن الطلبة الجامعيين باعتبارهم فئة اجتماعية شبانية يميلون إلى المحتويات التي تتماشى مع خصوصياتهم، كالنقل والتماثل والهروب وغيرها، لكن يجب أن نشير أن الطلبة بحكم تكوينهم العلمي والمعرفي، وكذا تشتتاتهم في بيئة جزائرية يمكن القول أنها تستند إلى الدين الإسلامي في ترسيخ قيمهم أو العادات والتقاليد المتعارف عليها في مجتمعاتنا، وبالتالي سيوظفون قدراتهم والإدراكية، مهارتهم الفكرية واللغوية ويتعاملون مع محتويات الانترنت ومستوياتها الاتصالية بما يتوافق ويتناغم مع ما تعلموه في مؤسسات التنشئة الاجتماعية المختلفة منذ الصغر.

وعليه من أجل القيام بالدراسة اعتمدنا على قائمة قيم تضمن 17 قيمة موجبة استقيناها من الطلبة أنفسهم تتلاءم مع خصوصياتهم كشباب وطلبة جامعيين، وتتقاطع مع خصوصيات الانترنت كوسيلة اتصالية وإعلامية مميزة .

وكانت نتائج دراستنا في عدة مستويات منها أن هناك فروق واضحة في عادات وأنماط استخدام الطلبة الجامعيين للانترنت باختلاف المتغيرات الشخصية والديمغرافية، واستنتجنا كذلك أن دوافع العليا لاستخدام الانترنت تركزت في الأساس على: اكتساب معارف جديدة في مجالات مختلفة، والتواصل مع

الآخرين، والمرح والتسلية والترفيه، أما الدوافع الدنيا تركزت على تعلم وإجادة التعامل مع الآخرين والشعور بالوحدة، وتم رفض دافع التعبير عن مشاعر وآراء افتقدها في الواقع المعاش.

أما فيما يتعلق بالقيم فإن أغلبية أفراد العينة من الطلبة الجامعيين يعتقدون أن الانترنت بمستوياتها الاتصالية والمعرفية المختلفة ساعدهم على الارتباط أكثر بالقيم محل الدراسة، وهذا يدل على أن الطلبة يتعاملون مع محتويات الانترنت ومضامينه بما يتلاءم مع قيمهم، يرفضون مع يعارضها، تلك القيم التي صفقتها فيهم مؤسسات التنشئة الاجتماعية، ومنها الأسرة التي قيل بأنها استقلت عن أداء دورها، وتركتها لوسائل الإعلام والاتصال المختلفة سواء التقليدية أو الحديثة، وهذا يقودنا إلى القول بأن المحدد الرئيس لقيم الطلبة الجامعيين ليس الانترنت بمستوياتها المختلفة، وإنما مؤسسات التنشئة الاجتماعية التي عملت على ترسيخ فيهم هذه القيم في بداية تنشئهم منذ الصغر، واستمرارها في أداء دورها حتى صاروا شباباً جامعيين، أما الانترنت كوسيلة إعلامية اتصالية ومعرفية تقوم بتعزيز وتنمية القيم التي كانت موجودة عندهم أصلاً، بالرغم من أن دراستنا كشفت أن استخدام الانترنت من قبل الطلبة عزز القيم لديهم، إلا أن درجاته تختلف حسب المتغيرات الديمغرافية والشخصية لهم، وفي سياق حديثنا عن التأثيرات السلبية وعلى خلاف القيم أوردناها بصيغة السالب، أي تلك التأثيرات على المواقف والتصرفات والسلوكيات التي لا تقبلها المؤسسات الاجتماعية المختلفة، و اكتشفنا من خلال الدراسة أن الطلبة الجامعيين في هذه الدراسة لا يعتقدون أن الانترنت أكسبتهم تلك الآثار السلبية، وهذا مرده إلى أن المحدد الرئيس لسلوكياتهم هي قيمهم، والآثار السلبية تنشأ لما تغيب القيم كرقيب.

وفي الأخير يجب أن نشير أن الانترنت كوسيلة إعلامية واتصالية في تطور مطرد لا أحد يستطيع أن يتنبأ لما تؤول إليه في المستقبل، وبالتالي قد تكون لها تأثيرات سلبية على سلوكيات الطلبة الجامعيين، لا تستطيع أن تصدها القيم المرسخة للأفراد من قبل مؤسسات التنشئة الاجتماعية التي هي الأخرى أصبحت تعاني بفعل ظروف اقتصادية واجتماعية وسياسية مختلفة وتعاني كذلك بفضل الانترنت في حد ذاتها، هذا ما يدعو إلى مواصلة البحث في هذه الإشكالات لتكون مساهمة للتحويلات التكنولوجية والاتصالية التي عرفتها مجتمعاتنا.

قائمة المصادر

المراجع

قائمة المصادر و المراجع:

- 1- القرآن الكريم
- 2- الأحاديث النبوية
- 1- المراجع باللغة العربية:
- 1- القواميس والمعاجم:
- 1- ابن منظور: لسان العرب المحيط، المجلد 4، دار الفكر، بيروت، لبنان، ط1، 1990م.
- 2- ابن منظور: لسان العرب، المجلد 09، دار الكتب العلمية، بيروت، لبنان، ط1، 2003م.
- 3- ابن فارس احمد: معجم مقاييس اللغة، تحقيق عبد السلام هارون، ج1، دار إحياء الكتب العربية القاهرة، 1935م.
- 4- احمد مختار عمر: اللغة العربية المعاصرة، عالم الكتب، مصر، ط1، 2008م.
- 5- الفيروز آبادي، محمد الدين محمد بن يعقوب: القاموس المحيط، دار إحياء التراث العربي، بيروت لبنان، ط2، 2003م.
- 6- الخفني عبد المنعم: المعجم الشامل للمصطلحات الفلسفية، مكتبة مدبولي، القاهرة، ط1، 2000م.
- 7- الكيالي عبد الوهاب: الموسوعة السياسية، ج4، المؤسسة العربية للدراسات والنشر، عمان، الأردن ط3، 1995م.
- 8- بدوي احمد زكي: معجم مصطلحات العلوم الاجتماعية، مكتبة لبنان، لبنان، 1986م.
- 9- بدوي احمد زكي: معجم مصطلحات العلوم الاجتماعية، انجليزي فرنسي عربي، مكتبة لبنان ساحة رياض الصلح، بيروت، 1982م.
- 10- حجاب محمد منير: المعجم الإعلامي، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، ط1، 2004م.
- 11- حجاب محمد منير: الموسوعة الإعلامية، المجلد الرابع، دار الفجر للنشر والتوزيع، 2003م.
- 12- خليل عمر: مناهج البحث في علم الاجتماع، دار الشروق، مصر، دط، 1995م.
- 13- زيدان عبد الباقي: قواعد البحث العلمي، دون دار نشر، دون بلد نشر، ط1، 1972م.
- 14- رولان دورون، فرنسوا بارو: موسوعة علم النفس (ترجمة : فؤاد شاهين )، عويدات للنشر والطباعة بيروت، لبنان، ط1، 1997م.
- 15- شاعر مصطفى سليم: قاموس الانثروبولوجيا ( انجليزي -عربي ) ، جامعة الكويت، الكويت، ط1، 1981م.
- 16- صليبا جميل: المعجم الفلسفي، الجزء الأول، دار الكتاب اللبناني، بيروت، 1982م.
- 17- غريب عبد الكريم: المنهل التربوي، معجم موسوعي في المصطلحات والمفاهيم البيداغوجية والديداكتيكية والسيكولوجية، دس.

- 18- علي عويس خير الدين : دليل البحث العلمي، دار الفكر العربي، القاهرة، ط1، 1988م.
- 19- غيث محمد عاطف: قاموس علم الاجتماع، دار الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، د ط 1979م.
- 20- عيث محمد عاطف: قاموس علم الاجتماع، مطابع الهيئة المصرية للكتاب، الإسكندرية، مصر 1989م.
- 21- محمد عبد الحميد: البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، عالم الكتب، القاهرة، مصر، ط2 2004م.
- 22- محمد علي محمد وآخرون: المرجع في مصطلح العلوم الاجتماعية، دار المعرفة الجامعية الإسكندرية، د ط، 1985م.
- 23- مذكور إبراهيم وآخرون: معجم العلوم الاجتماعية، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، ط1 1985م.
- 24- المنجد في اللغة والإعلام، منشورات دار المشرق، بيروت، لبنان، 1986م.
- 25- قاموس عام: عربي فرنسي، دار الكتب العلمية، بيروت، د ط، 2005م.
- 26- مجمع اللغة العربية: المعجم الوسيط، مكتبة الشروق الدولية، المجلد1، ط4، 2004م.

#### ب- الكتب:

- 1- إحسان محمد الحسن : تأثير الغزو الثقافي على سلوك الشباب العربي، أكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض، ط1، 1998م.
- 2- احداون زهير: مدخل لعلوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ط2، 2002م.
- 3- أديب غنم: مقاربة منهجية حول إشكالية دراسة وسائل الإعلام وتأثيرها في المجتمع العربي المعاصر، في: وسائل الإعلام والمجتمع العربي المعاصر، المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، تونس 1992م.
- 4- إقبال محمد بشير وأخريات: ديناميكية العلاقات الأسرية، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية مصر، دس.
- 5- إمام إبراهيم: الإعلام والاتصال بالجماهير، مكتبة الأنجلو-المصرية، القاهرة، ط2، 1985م.
- 6- البكدي فؤاد عبد المنعم : الاتصال الشخصي في عصر تكنولوجيا الاتصال، عالم الكتب، القاهرة، ط2 2005م.

- 7- البرغي وفاء: دور الجامعة في مواجهة التطرف الفكري، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، مصر ط1، 2002م.
- 8- البطريق نسمة احمد: نظرية الإعلام المرئي السمعي، دراسة في المدخل الاجتماعي، ط2، 1989م.
- 9- التيجاني ثريا: القيم الاجتماعية والتلفزيون في المجتمع الجزائري، دار الهدى، عين مليلة، الجزائر دط، 2011م.
- 10- الجلاد ماجد زكي: تعلم القيم وتعليمها، دار المسيرة، الأردن، ط2، 2007م.
- 11- الجموسي جوهري: المجتمع الافتراضي، "توفابرنانت" للطباعة والنشر، تونس، ط1، 2007م.
- 12- الجميل سيار: العولمة والمستقبل- إستراتيجية تفكير -، الأهلية للنشر والتوزيع، عمان، 1999م.
- 13- الجولاني فادية عمر: التغير الاجتماعي، مدخل النظرية الوظيفية لتحليل التغير، مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية، 1993م.
- 14- الخزاولة عبد الله عقلة مجلي: الصراع بين القيم الاجتماعية والقيم التنظيمية في الإدارة التربوية دار الحامد، الأردن، 2009م.
- 15- الخصيف محمد بن عبد الرحمن: كيف تؤثر وسائل الإعلام؟ -دراسة في النظريات والأساليب مكتبة العبيكان، الرياض، ط2، 1998م.
- 16- الخولي سناء: الزواج والأسرة في عالم متغير، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، د ط، 1989م.
- 17- الدليمي محمد عبد الرزاق: مدخل إلى وسائل الإعلام الجديد، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان الأردن، ط1، 2012م.
- 18- الدندانى عبد الملك ردمان: الوظيفة الإعلامية للشبكة الانترنت، دار الراتب الجامعية، بيروت لبنان ط1، 2000م.
- 19- الدسق محمد: التغير الاجتماعي بين النظرية والتطبيق، دار المجدلاوي للنشر والتوزيع، عمان 1987م.
- 20- الرومي نورية: التواصل الثقافي والعولمة (مفاهيم وآليات ورؤى) في التواصل والثقافة، منشورات عالم التربية، المغرب، ط1، 2010م.
- 21- الرشيد عماد الدين: الإعلام المعاصر رؤية نقدية-المحطات المتفجرة نموذجا-، نحو القمة للطباعة والنشر، سوريا، ط1، 2009م.
- 22- الرشدان عبد الله: علم اجتماع التربية، دار الشروق، عمان، الأردن، د ت، ط1، 1953م.
- 23- الزيني محمود محمد: سيكولوجية النمو والدافعية، دار الكتاب الجامعية، دون بلد نشر، 1969م.
- 24- الزويغي بشرى محمود: العولمة الثقافية -المخاطر وأساليب المواجهة - في التواصل والثقافة منشورات عالم التربية، الدار البيضاء، المغرب، ط1، 2010م.

- 25- السيد أحمد مصطفى عمر: البحث العلمي (مفهومه، إجراءاته، ومناهجه)، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، الكويت، ط3، 2008م.
- 26- السويدي محمد: مفاهيم علم الاجتماع الثقافي ومصطلحاته، المؤسسة الوطنية، الجزائر، ط1 1991م.
- 27- السالمي علاء عبد الرزاق: تكنولوجيا المعلومات، دار المنهاج، عمان، ط1، 2000 م.
- 28- السيد يسين: المعلوماتية وحضارة العولمة (رؤية نقدية عربية)، نهضة مصر للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة، 2001 م.
- 29- السيد عبد العاطي السيد: المجتمع والثقافة والشخصية، دار المعرفة الجامعية، القاهرة، بدون سنة نشر.
- 30- الساعاتي سامية: الشباب العربي والتغيير الاجتماعي، الدار المصرية اللبنانية، مصر، 2003م.
- 31- الشحات أحمد حسن: الصراع القيمي لدى الشباب، دار الفكر العربي، القاهرة، 1988م.
- 32- الصادق رابح: الإعلام والتكنولوجيا الحديثة، دار الكتاب الجامعي، الإمارات العربية المتحدة، ط1 2004م.
- 33- الصرامي ناصر صالح: الانترنت نحو فهم مجتمعنا العالمي الجديد، شركة مطابع اليمامة، الرياض ط1، 1999م.
- 34- الطرابيشي ميرفت، السيد عبد العزيز: نظريات الاتصال، دار النهضة العربية، القاهرة، مصر، ط1 2006م.
- 35- الطنوبي محمد عمر: التغير الاجتماعي، منشأة المعارف بالإسكندرية، جامعة عمر المختار، ليبيا 1996م.
- 36- العادلي مرزوق عبد الحكيم: الإعلانات الصحفية دراسة في الاستخدامات والأشباع، دار الفجر القاهرة، مصر، ط1، 2004م.
- 37- الصغير احمد حسين: التعليم الجامعي في الوطن العربي: عالم الكتب للنشر والتوزيع، القاهرة ط1، 2005م.
- 38- العنتيل فوزي: الفلكلور ما هو ؟، دراسات في التراث الشعبي، دار المسيرة ، القاهرة ، د ط 1987م.
- 39- الغلابيني محمد موفق: وسائل الإعلام وأثرها في وحدة الأمة، دار المنارة، السعودية، 1985م.
- 40- الفيصل عبد الرحمن: العرب وتكنولوجيا الاتصال: تحدي الثورة المعلوماتية، دار النهضة العربية القاهرة، 2001م.
- 41- الفوال صالح محمد: مناهج البحث في العلوم الاجتماعية، مكتبة غريب، القاهرة، مصر، 1982م.

- 42- اللبان شريف درويش: تكنولوجيا الاتصال: المخاطر والتحديات والتأثيرات الاجتماعية، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، ط1، 2000م.
- 43- اللوزي موسى: التنمية الإدارية، دار وائل للنشر، عمان، 2006م.
- 44- النجيجي محمد لبيب: الأسس الاجتماعية في التربية، المكتبة الأنجلو-مصرية، مصر، ط4 2000م.
- 45- النكلاوي احمد: التغير والبناء الاجتماعي، مكتبة القاهرة الحديثة، القاهرة، 1968م.
- 46- العايد حسن عبد الله: مستقبل الثقافة العربية في عالم متغير ما بعد العولمة، وزارة الثقافة، المملكة الأردنية الهاشمية، عمان، 2002م.
- 47- المناعسة أسامة أحمد وآخران: جرائم الحاسب الآلي والانترنت، (دراسة تحليلية)، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2001م.
- 48- الهاشمي محمد الهاشم: الإعلام الكوني وتكنولوجيا المستقبل، دار المستقبل للنشر والتوزيع، عمان ط1، 2001م.
- 49- الكناني محسن: القيم والنسق القيمي..التعريف والمفهوم، كلية الإعلام بجامعة بغداد، بغداد 2009م.
- 50- بيومي محمد أحمد: علم اجتماع القيم، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 1990م.
- 51- بيومي محمد أحمد: ظاهرة التطرف، الأسباب والعلاج، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية 1992م.
- 52- بن روان بلقاسم: وسائل الإعلام والمجتمع-دراسة في الأبعاد الاجتماعية والمؤسسية-، دار الخلدونية للنشر والتوزيع، الجزائر، ط1، 2007م.
- 53- بن حالة فؤاد: صدمة الاتصال الشمولي "الأنظمة والمجتمعات العربية في مواجهة التحدي، ترجمة من الفرنسية(د:احمد عظيمي )، منشورات المؤسسة الوطنية للنشر والتوزيع، الجزائر، 2005 م.
- 54- بن مرسللي احمد: مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية الجزائر، ط04، 2010م.
- 55- بلفقيه محمد: العلوم الاجتماعية ومشكلة القيم، تأصيل الصلة ، منشورات المعارف، الرباط المغرب 2007م.
- 56- بوجلال عبد الله وآخرون: الفتوات الفضائية وتأثيراتها على القيم الاجتماعية والثقافية والسلوكية لدى الشباب الجزائري، دراسة نظرية، دار الهدى، عين مليلة، منشورات فرق البحث، كلية أصول الدين والشريعة والحضارة الإسلامية، دس.
- 57- بوجلال عبد الله : الدور الوظيفي لوسائل الإعلام "في عالم الاتصال "، ديوان المطبوعات الجامعية الجزائر، 1994م.



- 58- بوعلي نصير: الإعلام والقيم قراءة المفكر الجزائري عبد الرحمان عزي، دار الهدى للطباعة والنشر الجزائر، ط1، 2005م.
- 59- تهامي حسن عبد الحميد الكيال: الثقافة والثقافات الفرعية ، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية 1997م.
- 60- جابر سامية محمد: الاتصال الجماهيري، والمجتمع الحديث، النظرية والتطبيق، دار المعارف الجامعية، القاهرة، د ط، 1998م.
- 61- جلال عبد الوهاب: العلاقات الإنسانية والإعلام، ذات السلاسل، الكويت، دط، 1984م.
- 62- جهان أحمد رشتي: الآثار الثقافية عبر الأعمار الصناعية ، المنظمة العربية للتربية والثقافة، القاهرة د ط، 1991م.
- 63- حسين عبد الجبار: اتجاهات الإعلام الحديث والمعاصر، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن ط1، 2009م.
- 64- حجازي عزت: الشباب العربي والمشكلات التي يواجهها ، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب الكويت، جوان 1978.
- 65- حجازي عبد الفتاح البيومي: الأحداث والانترنت، دراسة معمقة عن أثر الانترنت في انحراف الأحداث، دار الفكر الجامعي ط1، 2002م.
- 66- حافظ أسماء حسين: تكنولوجيا الاتصال التفاعلي في عصر الفضاء الإلكتروني المعلوماتي الرقمي الدار العربية للنشر والتوزيع، مصر، ط1، 2005م.
- 67- حامد زهران: علم النفس الاجتماعي، عالم الكتاب، القاهرة، ط5، 1984م.
- 68- حسان هشام: مدخل لعلم اجتماع التربوي، مطبعة النقطة، د ط، 2008م.
- 69- خليفة عبد اللطيف محمد: ارتقاء القيم، عالم المعرفة، الكويت، 1992م.
- 70- دياب فوزية: القيم والعادات الاجتماعية، دار النهضة العربية، بيروت، د ط، 1980م.
- 71- دليو فضيل: الانترنت ..سلبياتها ووسائل الوقاية منها، في التحديات المعاصرة (العولمة الانترنت اللغة، الفقر)، ملتقى جامعة منتوري، قسنطينة، 2002م.
- 72- دليو فضيل: مقدمة في وسائل الاتصال الجماهيرية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر 1998م.
- 73- ربيع ميمون: نظرية القيم في الفكر المعاصر بين النسبية والمطلقية، الشركة الجزائرية للنشر والتوزيع الجزائر، 1980م.
- 74- رضوان زيادة، كيفن جيه أوتول: صراع القيم بين الإسلام والغرب، دار الفكر، دمشق، سوريا 2010م.

- 75- زايد احمد، اعتماد علامة: التغيير الاجتماعي، مكتبة الانجلو-المصرية، القاهرة، 2000م.
- 76- زكريا عبد العزيز محمد: التلفزيون والقيم الاجتماعية للشباب والمراهقين، مركز الإسكندرية للكتاب الإسكندرية، د ط، 2002م.
- 77- زيدان عبد الباقي: علم النفس الاجتماعي في المجالات الإعلامية، مكتب غريب، القاهرة، د ط 1975م.
- 78- زهران حامد عبد السلام: علم النفس الاجتماعي، دار الكتب الحديثة، الإسكندرية، 2000م.
- 79- سعد إبراهيم جمعة: الشباب والمشاركة السياسية، دار الثقافة للنشر والتوزيع، القاهرة، د ط، 1984م.
- 80- سعد عبد الرحمن: السلوك الإنساني، مكتبة الفلاح، الكويت، ط 3، 1983م.
- 81- سمير غريب سمير: كتابات الزمن الآخر، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، مصر، 2002م.
- 82- شاهين بهاء الدين: الدليل العلمي لاستخدام الانترنت، 2005م.
- 83- شفيق محمد: علم النفس الاجتماعي بين النظرية والتطبيق، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، د ط، 2005م.
- 84- شبنون ماكبرايد وآخرون: أصوات متعددة وعالم واحد: الاتصال والمجتمع اليوم وغدا، الشركة الوطنية للنشر والتوزيع، الجزائر، 1981م.
- 85- شرف عبد العزيز: الإعلام الإسلامي وتكنولوجيا الاتصال، دار قباء للطباعة والنشر والتوزيع القاهرة، 1998م.
- 86- شقرة علي خليل: الإعلام الجديد، شبكات التواصل الاجتماعي، دار أسامة، الأردن، ط1، 2014م.
- 87- صبحي محمد فنوص: علم دراسة المجتمع، الدار الجماهيرية للنشر والتوزيع والإعلان، مصراتة ليبيا، 1989م.
- 88- صاحب محسن: دور وسائل الإعلام في التغيير القيمي في مرحلة الشباب -دراسة ميدانية في بعض معاهد هيئة التعليم التقني المعهد التقني، الكوفة، العراق، 1999م.
- 89- ضياء زاهر: القيم في العملية التربوية، في معالم تربوية، مطبعة نهضة مصر، مصر، 1984م.
- 90- طه نجم: علم اجتماع المعرفة، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، مصر، ط1، 1996م.
- 91- عبد السلام سامية عبد الرحمن: القيم الأخلاقية، مكتبة النهضة المصرية، القاهرة، 1992م.
- 92- عبد إله عبد الرحمن و محمد علي بدوي: مناهج وطرق البحث الاجتماعي، دار المعرفة الجامعية الإسكندرية، مصر، 2002م.
- 93- عبد الباسط محمد عبد الوهاب: استخدام تكنولوجيا الاتصال في الإنتاج الإذاعي والتلفزيوني المكتب الجامعي الحديث، القاهرة، ط1، 2005م.
- 94- عبيد عاطف: نظريات الإعلام والرأي العام، دار الفكر العربي، القاهرة، ط1، 2002م.

- 95- عوجة علي: العلاقات العامة وقضايا الشباب في مصر، ندوة الإعلام والشباب، كلية الإعلام جامعة القاهرة، القاهرة، 1983م.
- 96- عطية عز الدين جميل: تفسير الناس للسلوك والمواقف من منظور علم النفس المعاصر، عالم الكتب، القاهرة، ط1، 1999م.
- 97- علي عبد الفتاح كنعان: نظريات الإعلام، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ط1 2004م.
- 98- علي ليلة: الشباب في عالم متغير: تأملات في ظواهر الأحياء والعنف، دار المعرفة، الإسكندرية 1995م.
- 99- علي خليل مصطفى أبو العينين: القيم الإسلامية والتربية -دراسة في طبيعة القيم ومصادرها ودور التربية الإسلامية في تكوينها وتنميتها، مكتبة إبراهيم حليبي، المدينة المنورة، 1988م.
- 100- علي أسعد وطفة: علم الاجتماع التربوي، مطبعة الاتحاد ، منشورات جامعة دمشق، سوريا 1992م.
- 101- عنان إبراهيم احمد، محمد احمد الشافعي: علم اجتماع التربوي والأنساق الاجتماعية التربوية جامعة سبها، ليبيا، 2001م.
- 102- عزب حسام الدين محمود: إدمان الانترنت وعلاقته ببعض أبعاد الصحة النفسية لدى طلاب المرحلة الثانوية، المؤتمر العلمي السنوي لطفل والبيئة، 2001م.
- 103- عرابي محمود: تأثير العولمة على ثقافة الشباب، الدار الثقافية للنشر، القاهرة، 2006م.
- 104- عزي عبد الرحمن وآخرون: حوارات أكاديمية حول نظرية الحتمية القيمة في الإعلام، دار الورسم للنشر والتوزيع، الجزائر، 2010م.
- 105- عزي عبد الرحمن: دعوة إلى فهم نظرية الحتمية القيمة، دار المتوسط للنشر، تونس ط1، 2011م.
- 106- عقيل حسين، عزالدين أبو التمن: التصنيف القيمي للعولمة، منشورات دار ELGA، مالطا 2001م.
- 107- عقل محمود عطا محمود حسين: القيم السلوكية لدى طلبة المرحلتين المتوسطة والثانوية في دول الخليج العربية، مكتب التربية العربي لدول الخليج، ط1، 2001م.
- 108- غريب السيد أحمد محمد: علم الاجتماع ودراسة المجتمع، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية مصر، 1997م.
- 109- غيث محمد عاطف: التغير الاجتماعي والتخطيط، دار المعارف، الإسكندرية، ط2، 1966م.

- 110- فرح الكامل: بحوث الإعلام والرأي العام، تصميمها وإجرائها وتحليلها، دار النشر للجامعات القاهرة، 2001م.
- 111- فهمي محمد السيد: تكنولوجيا الاتصال في الخدمة الاجتماعية، دار المعرفة الجامعية الإسكندرية، مصر، 1995م.
- 112- قباري محمد إسماعيل: علم الاجتماع والإيديولوجيات ، الهيئة المصرية العامة للكتاب، مصر 1988م.
- 113- قباري محمد إسماعيل: أسس البناء الاجتماعي- دراسة تكاملية للنظم الاجتماعية-، منشأة المعارف الإسكندرية، مصر، دس.
- 114- قنصوة صلاح: نظرية القيم في الفكر المعاصر، دار الثقافة للطباعة والنشر، 1980م.
- 115- كاظم محمد إبراهيم: تطورات في قيم الطلبة، دراسة تتبعية لقيم الطلبة في خمس سنوات، مكتبة الانجلو-المصرية، القاهرة، 1962م.
- 116- كشيح منى: القيم الغائبة في الإعلام، دار فرحة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2003م.
- 117- كنعان علي عبد الفتاح: نظريات الإعلام، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن ط1، 2004م.
- 118- كفي ريمون وكمنهود لوك فان: دليل الباحث في علم الاجتماع، (ترجمة يوسف الجباعي) المكتبة العصرية، بيروت، لبنان، 1997م.
- 119- لعقاب محمد: الانترنت وثورة المعلومات، دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، ط1 1999م.
- 120- لعقاب محمد: وسائل الإعلام والاتصال الرقمية، دار هومة، الجزائر، ط1، 2007م.
- 121- مايكل هيل: اثر استخدام المعلومات في المجتمع "دراسة لطبيعتها وقيمتها واستعمالها"، (دراسة مترجمة)، ابوظبي، ط1، 2004م.
- 122- محمد السيد أبو النبيل: علم النفس الاجتماعي، الجزء الأول، دار النهضة العربية، بيروت 1985م.
- 123- محي الدين أحمد حسين: القيم الخاصة لدى المبدعين، دار المعارف، القاهرة، 1981م.
- 124- محمد عبد الحميد: الاتصال والإعلام على شبكة الانترنت، الشركة السعودية للأبحاث، جدة السعودية، دسن.
- 125- محمد عبد الحميد: نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، عالم الكتب للنشر والتوزيع والطباعة القاهرة، ط3، 2004م.

- 126- محمد عبد الحميد: دراسات الجمهور في بحوث الإعلام، عالم الكتب، القاهرة، مصر، ط1 1993م.
- 127- محمد عبد القادر: طرق تعليم التربية الإسلامية، مكتبة النهضة المصرية، القاهرة، 1980م.
- 128- محمد علي محمد: الشباب العربي والتغير الاجتماعي، دار النهضة العربية، بيروت، لبنان، ط2 1985م.
- 129- محمد محفوظ: تكنولوجيا الاتصال (دراسة في الأبعاد النظرية والعلمية لتكنولوجيا الاتصال)، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 2005م.
- 130- محمد فرغلي فراج وآخرون: السلوك الإنساني: نظرة علمية، دار الكتب الجامعية، د ط 1997م.
- 131- محمود سعود قطام السرحان: الصراع القيمي لدى الشباب العربي-دراسة حالة الأردن، وزارة الثقافة الأردنية، عمان، الأردن، د ط، 1994م.
- 132- مرسي أبو بكر مرسي محمد: أزمة الهوية في المراهقة والحاجة إلى الإرشاد النفسي، مكتبة النهضة المصرية، مصر، ط1، 2002م.
- 133- مرسي محمد منير: الاتجاهات الحديثة في التعليم الجامعي المعاصر وأساليب التدريس، عالم الكتب، القاهرة، 2002م.
- 134- مكايي حسين عماد، السيد ليلي حسين: الاتصال ونظراته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية، ط2 القاهرة، 2001م.
- 135- مكايي حسين عماد، سامي شريف: نظريات الإعلام، مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح، القاهرة 2000م.
- 136- مكايي حسين عماد، محمود علم الدين: تكنولوجيا المعلومات والاتصال، القاهرة، ط1، 2000م.
- 137- مكايي حسين عماد: الاتصال ونظرياته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، مصر، ط1 2006م.
- 138- مكايي حسين عماد: تكنولوجيا الاتصال الحديثة في عصر المعلومات، الدار المصرية اللبنانية القاهرة، ط2، 1997م.
- 139- ملفين ل.ديفيلير، سندرا بول روكيتش: نظريات وسائل الإعلام، (ترجمة كمال عبد الرؤوف ) الدار الدولية للنشر والتوزيع، القاهرة، د س.
- 140- متولي آمال سعد: مبادئ الاتصال بالجمهور ونظرياته، دار ومكتبة الإسراء للطبع والنشر والتوزيع، القاهرة، ط1، 2007م.

- 141- نجيب اسكندر وآخرون: قيمتنا الاجتماعية وأثرها في تكوين الشخصية، مكتبة النهضة، القاهرة 1962م.
- 142- نوال محمد عمر: دور الإعلام الديني في تغيير بعض قيم الأسرة الريفية، مكتبة نهضة الشرق جامعة القاهرة، القاهرة، د ط، 1984م.
- 143- وحيد أحمد عبد اللطيف: علم النفس الاجتماعي، دار المسيرة للنشر والتوزيع، ط1، عمان، الأردن 2001م.
- 144 - وهبي سحر محمد: دور وسائل الإعلام في تقديم القدوة للشباب الجامعي، دار الفجر للنشر والتوزيع، ط1، 1996م.
- 145- يوسف ميخائيل سعد: الثقافة ومستقبل الشباب ، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة 1962م.

#### ج-الدوريات:

- 1- أبو شريخ شاهر: اثر المنظومة الجامعية في تشكيل الهوية الثقافية الإسلامية لدى طلبة مساق التربية الإسلامية وأساليب تدريسها في الجامعات الأردنية، مجلة اتحاد الجامعة، العدد 2011، 57م.
- 2- إحسان محمد حسن: التراث أقيمي في المجتمع العربي بين الماضي والحاضر، مجلة دراسات عربية عدد 02، بيروت 1990م.
- 3- احمد أبو زيد: قيم جديدة لعصر جديد، مجلة العربي، الكويت، العدد 580 مارس، 2007م.
- 4- احمد أبو زيد: الوضع الإنساني في عصر التكنولوجيا، مجلة العربي، العدد 578، جانفي 2007م.
- 5- احمد أبو زيد: التكنولوجيا الرقمية والإعلام الجديد، مجلة العربي، العدد 577، الكويت، ديسمبر 2006م.
- 6- احمد أبو زيد: الانترنت..الساحة الأخيرة للديمقراطية الرقمية، كتاب العربي، المعرفة وصناعة المستقبل، العدد 61، 2005م.
- 7- أحمد كمال أبو المجد: أزمة القيم وأثرها على الأسرة العربية والمسلمة، مطبوعات أكاديمية، المملكة المغربية، في: أزمة القيم ودور الأسرة في تطوير المجتمع المعاصر، سلسلة الدوريات، مطبعة المعارف الجديدة، الرباط، 2002م.
- 8- احمد محمد صالح: الحياة على شاشة الانترنت (الاكتئاب والعزلة الاجتماعية والفحش)، مجلة العربي، العدد 515، الكويت، أكتوبر 2001م.
- 9- أحمد محمد صالح: سيكولوجية البريد الإلكتروني، كتاب العربي، العدد 55، الكويت، ط1 2004م.

- 10- البشير محمد: قصور النظرية في الدراسات الإعلامية، المجلة العربية للعلوم الإنسانية، العدد 83، 2003م.
- 11- البوطي محمد توفيق: الانترنت من وجهة نظر إسلامية، مجلة المجمع الفقهي الإسلامي، السنة الثامنة، العدد 10، 1996م.
- 12- الجابري محمد عبد: قضايا في الفكر المعاصر، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، لبنان 1997م.
- 13- أحمادي الصادق: المجال الإعلامي العربي، إرهابات نموذج تواصل جديد، المستقبل العربي العدد 335، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، دط، جانفي 2007م.
- 14- الخميسي أحمد حسن: نظرات في غرس القيم، مجلة الفيصل، العدد 232، الرياض، السعودية 1996م.
- 15- الخولي أسامة: تكنولوجيا الاتصال: مابين التهويل والتهويل، في "العرب وثورة المعلومات" المستقبل العربي، العدد 44، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، ط1، 2005م.
- 16- أحمادي نديم: الإعلام العربي وانهايار السلطات اللغوية، مركز الدراسات العربية، بيروت، ط1 2005م.
- 17- الرشيد حمد فالح: بعض العوامل المرتبطة بالقيم التربوية لدى طلاب كلية التربية بجامعة الكويت دراسة ميدانية، المجلة التربوية العدد 56، 2000م.
- 18- السباطي إبراهيم وآخرون: إدماج الانترنت ودوافع استخدامه في علاقتهما بالتفاعل الاجتماعي لدى طلبة الجامعة، المجلة العلمية لجامعة الملك فيصل، المجلد الحادي عشر، العدد الأول، 2010م.
- 19- السيد بخيت محمد: نقمة ثورة المعلومات، كتاب العربي 45، ط 1، الكويت، أبريل 2000م.
- 20- الشاروني يوسف: الثقافة الكونية، هل هي تهديد للهوية الأضعف؟، مجلة العربي، بيروت، العدد 527، أكتوبر 2002م.
- 21- الصاوي احمد حسين: نحو سياسية عربية قومية، مجلة العربي، العدد 307، جويلية، 1984م.
- 22- الصفتي نوال: مفهوم الصحافة الدولية وبنيتها على الانترنت، المجلة المصرية لبحوث الإعلام جامعة القاهرة، العدد 9، أكتوبر-ديسمبر 2000م.
- 23- الطراح علي: دور التعليم ومؤسسات المجتمع المدني في تطوير منظومة القيم في المجتمع الكويتي في كتاب: القيم والتعليم، الهيئة اللبنانية للعلوم التربوية، بيروت، نوفمبر 2001م.
- 24- الطيار فهد بن علي: شبكات التواصل الاجتماعي وأثرها على القيم لدى طلاب الجامعة تويتر نموذجا" دراسة تطبيقية على طلاب جامعة الملك سعود، المجلة العربية للدراسات الأمنية التدريب المجلد 31 العدد 61، الرياض، السعودية، 2013م.

- 25- العسكري سليمان: إعلام العولمة، قيم جديدة أم انكفاء على الذات، مجلة العربي، العدد 517 الكويت، 2001م.
- 26- العقون هاجر، بن عمر سامية: استخدامات الانترنت وتأثيرها على القيم الاجتماعية لدى المراهقين، مجلة العلوم الاجتماعية العدد 27، جامعة عمار ثلجي، الأغواط، الجزائر، نوفمبر 2017م.
- 27- المياح عبد اللطيف علي حسين: الوطن العربي وإشكالية العلاقة بين العولمة والإقليمية الجديدة. مجلة دراسات وبحوث الوطن العربي، دس ن.
- 28- إلهام التعويضي: وسائل الاتصال الحديثة وتأثيرها على الأسرة، مجلة البيان، العدد 13، 2012م.
- 29- بلعسلة فتيحة: إشكالية القيم لدى الشباب الجامعي بين المتغيرات العالمية ووسائل التنشئة، في التربية على القيم، مجلة عالم التربية، منشورات عالم التربية، المغرب، العدد 21، 2012م.
- 30- بلغيث سلطان: تمظهرات أزمة الهوية لدى الشباب، مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة تيسة، 2012م.
- 31- بوجلال عبد الله: أثر التلفزيون على الأطفال، مجلة بحوث، العدد 1، جامعة الجزائر، 1993/1992م.
- 32- بوحنية قوي: وسائل الإعلام والاتصال وحتمية التغير السوسيو-ثقافي، مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة باتنة، العدد 14، جوان 2006م.
- 33- بوخوفة عبد الوهاب: الأطفال و الثورة المعلوماتية: التمثل و الاستخدامات، مجلة اتحاد الدول العربية ( النسخة الالكترونية ) العدد 2، 2007م. في الموقع التالي: [www.asbu.fr.net](http://www.asbu.fr.net)
- 34- بوزيان نصر الدين: الإعلام والتغير القيمي: بين الموجود والمنشود، مجلة الآداب و العلوم الاجتماعية مجلة محكمة، جامعة سطيف، العدد 08، ماي، 2009م.
- 35- بوعلي نصير: مفاهيم نظرية الحتمية القيمية في الإعلام عند عزي عبد الرحمن : مقارنة نقدية مجلة المستقبل العربي، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، لبنان، ع 422، افريل 2014م.
- 36- بومعيزة السعيد: الأثر - السوسيو-ثقافي لتكنولوجيات الاتصال الحديثة في الجزائر، المجلة الجزائرية للاتصال، جامعة الجزائر، العدد 14، جويلية، 1999م.
- 37- بومهرة الدين، ماجدة حجار: الانترنت: مفهومها وتجلياتها والآثار المترتبة عليها، مجلة محكمة سداسية، جامعة باتنة، العدد 12، جوان 2005م.
- 38- تركي مصطفى: وسائل الإعلام وأثرها في شخصية الغزو، مجلة الفكر، ج 14، الكويت، وزارة الإعلام الكويتية، 1984م.
- 39- جمال محمد عيطاس: أزمة العقل المعلوماتي العربي، مجلة العربي، العدد 571، يوليو، 2006م.



- 40- حسين علي محمد: استخدامات الشباب الجامعي للفتوات الغنائية والإشباع المحققة، في "الإعلام المعاصر والهوية العربية" الجزء الثاني، القاهرة، مصر، 2006م.
- 41- حمدي حسن أبو العينين: الإعلام الجديد في العالم الإسلامي (إشكالية الثقافة والتكنولوجيا والاستخدام) مجلة الدراسات الإعلامية القيمة المعاصرة، دورية أكاديمية حضارية محكمة، العدد 1 المجلد 1، دار الورسم للنشر والتوزيع، القبة القديمة، الجزائر، 2012م.
- 42- حسن علوز: أزمة القيم في عالم متغير-ملاحظات نقدية- في التربية على القيم، مجلة محكمة عالم التربية، منشورات عالم التربية، المغرب، العدد 21، 2012م.
- 43- حسن سمير: الثورة المعلوماتية عواقبها وآفاقها، مجلة الجامعة، دمشق، المجلد 18، العدد 1، 2002م.
- 44- حنا جريس: الهيبرتكست عصر الكلمة الإلكترونية، مجلة العربي، الكويت، العدد 527، أكتوبر 2002م.
- 45- خليفة عبد اللطيف محمد: ارتقاء القيم، سلسلة عالم المعرفة، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب العدد 160، الكويت، 1992م.
- 46- رحومة علي محمد: الانترنت والمنظومة التكنو-اجتماعية، بحث تحليلي في الآلية التقنية للانترنت مركز الدراسات العربية، بيروت، العدد 53، ط1، 2005م.
- 47- رياض قاسم: الثقافة والمثقف في الوطن العربي، المستقبل العربي، بيروت، ط1، العدد 10 ديسمبر 1992م.
- 48- ريان عادل: الحاسوب وأمراضه، في كتاب العربي: "مستقبل الثورة الرقمية عند العرب والتحدي القادم" الكويت، العدد 55، ط1، 2004م.
- 49- زاهر ضياء الدين: القيم في العملية التربوية، سلسلة معالم تربوية، مركز الكتاب للنشر، القاهرة 1996م.
- 50- سامية خضر صالح: الشباب الجامعي بين الأمية الثقافية والفراغ الإيديولوجي، دراسة تطبيقية على عينة من طلاب وطالبات عين الشمس، مجلة كلية التربية، العدد 15، 1991م.
- 51- سعاد جابر سعيد: القيم العالمية وأثرها في السلوك الإنساني، في عالم التربية، مجلة محكمة العدد 21، منشورات عالم التربية المغرب، 2012.
- 52- سكرين المشهدي ، سهام أبو عطية: علاقة الانترنت بالقيم والاتجاهات العلمية لدى طلبة كلية العلوم التربوية في الجامعة الهاشمية، مجلة مركز البحوث التربوية، السنة الثالثة عشر، العدد 26 جامعة قطر، يوليو 2004م.

- 53- طبال لطيفة:التغير الاجتماعي ودوره في تغير القيم الاجتماعية، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية العدد الثامن، جوان 2012م.
- 54- عادل عبد الصادق: الشبكات الاجتماعية والقيم المحلية بين الثابت والمتغير، مجلة لغة العصر المركز العربي لأبحاث الفضاء الإلكتروني عدد ديسمبر 2016م.
- 55- عبد الرؤوف فضل الله:القيم هل تحافظ على مكانتها؟، مجلة العربي، بيروت، العدد 529، ديسمبر 2002م.
- 56- عبد الله عبد الخالق:العولمة جذورها وفروعها وكيفية التعامل معها، مجلة عالم الفلك، مجلد 28 العدد 2، الكويت، 1999م.
- 57- عدنان سليمان:مقاربة أولية لتداعيات العولمة على المجتمع العربي، مجلة الفكر العربي العدد 93، 1998م.
- 58- عزت السيد احمد:الثورة التكنولوجية وأثرها في تغير القيم، مجلة جامعة دمشق، المجلد 29، العدد 3 و4، 2013م.
- 59- عزي عبد الرحمن: الإعلام والبعد الثقافي: من القيمي إلى المرئي، المجلة الجزائرية للاتصال العدد 13، 1996م.
- 60- عزي عبد الرحمن: الزمن الإعلامي والزمن الاجتماعي: قراءة في تفكك بنية التحول الثقافي بالمنطقة العربية، المستقبل العربي، العدد 321، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، لبنان، جويلية 2005م.
- 61- عزي عبد الرحمن: عولمة المكان الرمزي، وتفكك العلاقة القيمية والتاريخية مع الأرض في المنطقة العربية، المستقبل العربي، العدد 352، مركز الوحدة العربية، بيروت، لبنان، جويلية 2008م.
- 62- عزي عبد الرحمن : دعوة إلى فهم نظرية الحتمية القيمية في الإعلام، الدار المتوسطية للنشر تونس ط1، 2011.
- 63- عزي عبد الرحمن:الثقافة وحتمية الاتصال نظرة قيمية، مجلة المستقبل العربي، العدد 295 سبتمبر 2003م.
- 64- عزي عبد الرحمن: ثقافة الطلبة والوعي الحضاري ووسائل الاتصال: حالة الجزائر، مجلة المستقبل العربي، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، لبنان، عدد 164، أكتوبر 1992م.
- 65- عزي عبد الرحمن: دراسات في نظرية الاتصال، نحو فكر إعلامي متميز، سلسلة كتب المستقبل العربي 28، ط2، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، لبنان، 2009م.
- 66- عزي عبد الرحمن: دراسات في نظرية الاتصال، نحو فكر إعلامي مميز، سلسلة كتب المستقبل العربي، العدد 68، بيروت:مركز دراسات الوحدة العربية، ط1، ديسمبر 2003.

- 67- عزبي عبد الرحمن: الرأي العام والعصبية والشورى، دراسة نقدية، المستقبل العربي، عدد149 مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، جويلية، 2012 م.
- 68- غريب عبد الكريم: التربية على القيم -المرجعيات والمقاربات- في عالم التربية، مجلة محكمة منشورات عالم المعرفة، العدد21، 2012م.
- 69- غزلان نبيل: سيناريوهات الأفق الرقمي، مجلة العربي، الكويت، العدد 524، يوليو 2002م.
- 70- قسايسية علي: السمات السوسيوولوجية للجمهور، في الوسيط في الدراسات الجامعية، الجزء الرابع دار هومة، الجزائر 2003م.
- 71- ميشال سينيكال: التفاعلية مسألة اخذ وعطاء، مجلة الرسالة، القاهرة، مصر، فيفري، 1995م.
- 72- محمد علي جبره: وسائل الإعلام تغيير أم تخدير، مجلة الوعي الإسلامي، العدد 275، 1987م.
- 73- محمد عبد الرزاق إبراهيم و هاني محمد يونس: القيم لدى شباب الجامعة في مصر ومتغيرات القرن الحادي والعشرين، في التربية المعاصرة، العدد64، السنة20، 2003م.
- 74- محمود خليل أبو دف، محمد عثمان الأغا: التلوث الثقافي لدى الشاب في المجتمع الفلسطيني ودور التربية في مواجهته، مجلة الجامعة الإسلامية، المجلد التاسع، العدد الثاني، غزة، فلسطين 2001م.
- 75- مسعود ضاهر: خصوصية الثقافة في مواجهة الثقافة الكونية، مجلة العربي، بيروت، العدد 437 ماي 1995م.
- 76- مسمودي مصطفى: المجموعة العربية والطريق السريع للمعلومات، مجلة العربي، العدد 440 يوليو 1995م .
- 77- مصطفى محمود منجود: القيم والنظام المعرفي في الفكر السياسي، رؤية مقارنة في إسهامي الغزالي ومكافيللي، إسلامية المعرفة، المعهد العالمي للفكر الإسلامي، السنة الخامسة، العدد التاسع عشر، دس.
- 78- موسى عصام سليمان: الثقافة الإعلامية، مجلة العلوم الاجتماعية، جامعة الكويت، العدد48 1988م.
- 79- موسى عبد الرحيم حلس وناصر علي مهدي : دور وسائل الإعلام في تشكيل الوعي الاجتماعي لدى طلبة الجامعات، مجلة جامعة الأزهر بغزة، سلسلة العلوم الإنسانية، المجلد12، العدد2، 2010م.
- 80- نبيل علي: الثقافة العربية وعصر المعلومات (رؤية لمستقبل الخطاب الثقافي العربي)، سلسلة عالم المعرفة، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، مطابع الوطن، الكويت، 2001م.
- 81- نوال محمد عمر: الفيديو والناس، كتاب الهلال، العدد 471، مارس، 1990م.

- 82- هوفمان: المعالجة بالواقع الافتراضي، مجلة العلوم، مؤسسة الكويت للتقدم العلمي، المجلد 20 العددان 9/8، أغسطس /ديسمبر 2004م.
- 83- وطفة علي: الثقافة العربية وأزمة القيم في الوطن العربي، مجلة المستقبل العربي، العدد 192 مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، 1995م.
- 84- وليد احمد المصري: الأسرة العربية وهوس الانترنت، مجلة العربي، العدد 573، أغسطس 2007م.
- 85- يوسف سيد محمود: تغير قيم طلاب الجامعة، سلسلة قضايا تربوية، رقم 06، عالم الكتب، القاهرة 1991م.
- د- الأطروحات والرسائل:
- 1- أبو يوسف إيناس محمد: صحافة الشباب في مصر (1952-1985)، رسالة ماجستير غير منشورة كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 1987م.
- 2- الخولي محمد محمود: القيم لدى فئات إكلينيكية مختلفة، رسالة دكتوراه، كلية الآداب، جامعة عين الشمس، 1994م.
- 3- الدنداني عبد الملك ردمان: الوظيفة الإعلامية لشبكة الانترنت، رسالة ماجستير، قسم الإعلام جامعة بغداد، بغداد، 2001 م.
- 4- الدر محمد: آليات الانترنت ومسألة أزمة القيم الاجتماعية لطلاب الجامعة- دراسة ميدانية بجامعة عمار ثلجي الاغواط، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علم الاجتماع تخصص سوسيولوجيا التنظيمات جامعة قاصدي مرباح ، ورقلة، 2010/2009م.
- 5- الشكعة علي عادل: تعبير القيم الاجتماعية والتوافق النفسي عند الشباب الفلسطيني في جامعات الضفة الغربية وقطاع غزة رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الآداب، جامعة عين الشمس، 1986م.
- 6- العزام عبد الباسط: صراع القيم لدى الشباب في الريف الأردني- قضاء الوسطية حالة دراسية- رسالة ماجستير غير منشورة، الجامعة الأردنية، 1998م.
- 7- العويضي الهام بنت فريح بن سعيد: اثر استخدام الانترنت على العلاقات الأسرية بين أفراد الأسرة السعودية في محافظة جدة رسالة ماجستير غير منشورة، كلية التربية للاقتصاد المنزلي والتربية الفنية جامعة جدة المملكة العربية السعودية، 2004م.
- 8- المجالي عبد الغني أحمد: دور المعلم في تنمية القيم الخلقية لدى تلاميذ مرحلة التعليم الأساسي بالجمهورية اليمنية، رسالة ماجستير منشورة في أصول التربية، كلية التربية، صنعاء، 2007م.

- 9- بكار بنت طاعة الله: قراءة الصحف اليومية والقيم الشخصية - دراسة تحليلية وتطبيقية لقيم شوارترز وقراء عاصمة الأغواط، رسالة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، قسم علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر، 2001م.
- 10- بلعباس عبد الحميد بلعباس: إتاحة واستخدام مصادر المعلومات، دراسة لاستخدام مصادر المعلومات من قبل طلبة الدراسات العليا بالمكتبة الجامعية محمد بوضياف، مذكرة لنيل شهادة الماجستير قسم علم المكتبات والتوثيق، جامعة المسيلة 2005/2006م.
- 11- بن روان بلقاسم: المنظومة الإعلامية وعلاقتها بالقيم، دراسة ميدانية في القيم على عينة من الجامعيين والإعلاميين الجزائريين، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، قسم علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والإعلام جامعة الجزائر، 2003/2004م.
- 12- بوجلال عبد الله: الإعلام والوعي الاجتماعي لدى الشباب الجزائري، أطروحة دكتوراه غير منشورة كلية الإعلام، جامعة القاهرة 1989م.
- 13- بومعيزة السعيد: أثر وسائل الإعلام على السلوكيات والقيم لدى الشباب، دراسة استطلاعية بمنطقة البلدية، رسالة دكتوراه، قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2004/2005.
- 14- بومدين مخلوف: المنظومة القيمية في ظل تكنولوجيا الإعلام والاتصال-الانترنت بمدينة المسيلة أنموذجاً- أطروحة دكتوراه علوم في علم الاجتماع، 2016/2017م.
- 15- حميدة راضية: المسلسلات المدبجة وتأثيرها على القيم والسلوكيات لدى الجمهور الجزائري رسالة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر 2005/2006م.
- 16- خدنة ياسمين: واقع تكوين طلبة الدراسات العليا في الجامعة الجزائرية، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علم الاجتماع، جامعة منتوري، قسنطينة، 2008م.
- 17- رباب راف محمد جمال: اثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على تشكيل النسق القيمي الأخلاقي للشباب السعودي-دراسة ميدانية-، جامعة الملك عبد العزيز، السعودية، دس.
- 18- رحومة محمد علي: الانترنت والمنظومة التكنو-اجتماعية: بحث تحليلي في الآلية التقنية للانترنت و نمذجة منظومتها الاجتماعية، أطروحة دكتوراه، جامعة الفاتح في طرابلس ليبيا 2003/2004م.
- 19- زيود زينب: أهداف التربية النظامية في سوريا، أطروحة دكتوراه غير منشورة، جامعة دمشق 2006م.

- 20- سناء عادل إبراهيم كباجة: التغير أقيمي وعلاقته بهوية الذات والاعتراب النفسي لدى طلبة الثانوية العامة في قطاع غزة، ماجستير منشورة في كلية التربية قسم علم النفس -إرشاد نفسي، الجامعة الإسلامية غزة، 2015م.
- 21- عاطف مطر: دور التلفزيون في تشكيل الوعي الاجتماعي لطلاب الجامعات، رسالة ماجستير غير منشورة، معهد البحوث والدراسات العربية، القاهرة، 2003م.
- 22- عبدلي أحمد: مستخدمو الانترنت، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماجستير، قسم الإعلام والاتصال جامعة منتوري قسنطينة، 2013/2012م.
- 23- محي الدين أحمد حسين: القيم الخاصة لدى المبدعين ، رسالة دكتوراه ، كلية الآداب ، جامعة القاهرة 1987م.
- 24- مساعد بن عبد الله المحيا: القيم في المسلسلات التلفازية (دراسة تحليلية وصفية مقارنة لعينة من المسلسلات التلفازية العربية)، دار العاصمة للنشر والتوزيع ، الرياض، ط 1، 1994م.
- 25- مصطفى حمدي أحمد: استخدامات المراهقين للقنوات الفضائية والإشباع المحققة : دراسة مسحية مقارنة على عينة من المراهقين في المنيا والقاهرة، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الآداب جامعة المنيا، المنيا، 2002م.
- 26- نرمين سيد حنفي: أثر استخدام تكنولوجيات الاتصال الحديثة على أنماط الاتصال الأسري في مصر رسالة ماجستير غير منشورة، القاهرة، كلية الإعلام، 2003م.
- 27- نعيمة عبد الله حسين: التغير الاجتماعي والتباين أقيمي بين الأجيال في المجتمع القطري، دراسة ميدانية لعينة من سكان مدينة الدوحة، رسالة ماجستير كلية الآداب، جامعة عين الشمس، 1994م.
- 28- هبة شاهين: استخدامات الجمهور المصري للقنوات العربية المصرية، دراسة تحليلية ميدانية رسالة دكتوراه، كلية الإعلام القاهرة، مصر، 2000م.

#### ه- الوثائق الرسمية:

- 1- ليلي عبد الحميد: مستقبل القرية المصرية - قضايا القرية المصرية في وسائل الإعلام الواقع والتطور والمستقبل، المركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية، التقرير الأول 1993م.
- 2- تقرير: "نظرة على الإعلام الاجتماعي في الوطن العربي 2014"، الصادر عن كلية محمد بن راشد للإدارة الحكومية ونادي دبي للصحافة.
- 3- برنامج الأمم المتحدة الإنمائي: الصدوق العربي للإنماء الاقتصادي والاجتماعي، تقرير التنمية العربية لعام 2003، نحو إقامة مجتمع المعرفة، المكتب الإقليمي للدول العربية، الأردن، 2003م.

4- مركز الدراسات السياسية والإستراتيجية: التقرير الغربي الاستراتيجي 1999، مركز الأهرام، القاهرة 2000م.

هـ- دراسات غير منشورة:

1- الغرابية فيصل محمود: الثقافة العربية في عصر الاتصالات والعولمة، ندوة إستراتيجية الثقافة والتنمية جامعة الكويت، ورقة بحثية.

2- القضاة محمد أحمد: الثقافة كمتغير في الاتصال التفاعلي عبر وسائل الإعلام الجديدة، أبحاث المؤتمر الدولي الإعلام الجديد تكنولوجيا جديدة لعالم جديد، جامعة البحرين، دس

3- الكحلي عزة مصطفى: استخدام الانترنت وعلاقته بالوحدة النفسية وبعض العوامل الشخصية لدى عينة من جمهور دولة قطر في أبحاث المؤتمر الدولي الأول (الإعلام الجديد: تكنولوجيا جديدة لعالم جديد)، جامعة البحرين، 7-9 أبريل، 2009م

4- حامد عمار: الجامعة رسالة ومؤسسة، مؤتمر التعليم العربي وتحديات مطلع القرن الواحد والعشرين جامعة الكويت، الكويت، 1994م.

5- معمريه بشير: التغير في ارتقاء القيم لدى مجموعات عمرية مخلفة من الجنسية، ورقة بحثية غير منشورة جامعة بانتة، 2001م.

6- مغربي عبد الغني وآخرون: علم اجتماع المنظمات (مطبوعة لطلبة المدرسة الوطنية لدراسات مهندس بالروبية)، غير منشورة، الجزائر، 2002م.

7- نائلة عمارة: الاتجاهات الحديثة في الدراسات البينية في مجال علم النفس الإعلامي، دراسة غير منشورة، كلية الآداب، جامعة حلوان، القاهرة، 2000م.

و- الجرائد واليوميات:

1- زواغي عبد العالي: الحتمية القيمية في الإعلام لعبد الرحمن عزي: الملامح والإضافات، جريدة الخبر العدد 8452، الجمعة 17 مارس 2017م.

2- عمران رنا: الانترنت ودوره في تغيير القيم لدى الشباب، يومية الوحدة، العدد 6760، الاثنين 17 آذار، اللاذقية، سوريا، 2008م.

3- غرابية إبراهيم: القيم من المطبعة إلى الانترنت، جريدة الغد، عمان، السبت 17 حزيران/يونيو 2017م.

4- الاتصالات والانترنت تنتشر بقوة في الجزائر، أسبوعية الهاتف الجوال، العدد 02، من 07 إلى 13 مارس 2007م.

ي- مواقع الانترنت:

- 1- الانترنت والاتجاهات السلوكية للفتاة: [www.moumineen.org/ae/najm.htm](http://www.moumineen.org/ae/najm.htm)
  - 2- أخلاقيات الانترنت: متاح في موقع ويكيبيديا الموسوعة الحرة: [On ar.m.wikipedia.org/wiki](http://ar.m.wikipedia.org/wiki)
  - 3- <http://weedoo.tech/> 2017
  - 4- [internet world stats-www.internetworldstats.com/stats1.htm](http://www.internetworldstats.com/stats1.htm)
- II- باللغة الأجنبية:

### Références :

- 1-André koun et Pierre Ansart : **Dictionnaire de Sociologie**, paris le Robert et le Souil,1999.
- 2- Benot Aubet : **Les technologies l'information et de l'organisation**, Goetan marin, Quebec, canada, 1991.
- 3- Bernard Lamazit, Ahmed Slimane : Dictionnaire encyclopédique de sciences de l'information et la communication, ellipses, paris, 1997.
- 4- Bernard Hennessy : **Public Opinion** ,4<sup>th</sup> ed (U.S wodsworth Inc, 1981).
- 5- Brake (M): **the sociology of youth culture and youth subcultures**, routledge and keganpaul, London, 1980.
- 6- Breton Philippe : **La tribu informatique**, ed1, Métailié, paris, 1990.
- 7-Dominick, Josef R: **The Dynamic Of Mass Communication**, McGraw-Hill Publishing Company, New York, 1990.
- 8-David Crowley and David Mitchell : **communication theory today** , polity press, Black Well,Cambridge,1994
- 9-Edmond Lipianski : **Pour une psychologie de la communication** ,revue de la communication, édition des science humaines, Auxerre,1998.
- 10-François Leslé et Nicolas Macarez : **Le multimédia**, Edition que sais-je 1ere édition paris ,1998 .
- 11-Harvey Pierre -léonard : **Cyberespace et communautique**, presses de l'université Laval, Québec, 1995.



- 12-Herbert.I.Schiller : **Des prêtres branchés de l'ère numérique**, Le monde diplomatique, 1996.
- 13-Gumpert g and cathcart,R,ed,Tour inter media,2<sup>nd</sup>,Ed,london,oxford university press,1982.
- 14-Guy Rocher, **l'action sociale** (introduction a la sociologie générale) Edition HMH, PARIS,1968.
- 15-Guegen Nicolas et Tobin laurance:**Communication, Société, Internet, Édition** hamarttan, paris. 1998 .
- 16-lazar Judith Lazar : **la science de la communication**, Ed, Que sais-je Dahleb,h.DEY.Algerie,1990.
- 17-Lazar Judith : **sociologie de communication de masse**, Armand collin, paris, 1991 .
- 18-Lemos.R.M.: **The nature of Value**, FI.University press, Florida, M.S.A, 1995, p.17.
- 19-Mills,C.R: **The power elite**, oxford university, London, 1969
- 20-Murray, T: Teaching **Values Through General Education**, New Directions for Community Colleges, 1999.
- 21-Odile Ambry : **l'Internet le réseau en 10 questions**, Culture et société, RFI, 1998.
- 22-Scot G.McNall: **The Sociological Perspective**, Introductory Readings, Boston, MA .Little, Brown, 1968.
- 23-Dr.Jaros: **Socialization of politics**, praeger publisher, Inc,U. S.A,1973.
- 24- Watson James: **Media Communication; an introduction to Theory and Process**, Hong Kong: MacMillan Press Ltp, 1998.
- 25-Wolton Dominique : Internet et après, Théorie Des Nouveaux Medias, Flammarin, paris.
- 26- LAROUSSE: **Dictionnaire LAROUSSE** : Ed, Larousse, 26eme Ed paris, 2006.

## فهرس الجداول

الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
225	أفراد العينة حسب متغير النوع.	01
226	أفراد العينة حسب متغير السن.	02
227	أفراد العينة حسب متغير المستوى الجامعي.	03
229	أفراد العينة حسب متغير مكان الإقامة.	04
230	أفراد العينة حسب متغير منطقة السكن.	05
231	أفراد العينة حسب متغير الحالة المدنية.	06
232	توزيع أفراد العينة حسب متغير مدى استخدام الانترنت.	07
233	توزيع أفراد العينة حسب مدى استخدام الانترنت وفقاً لمتغير النوع.	08
234	مدى استخدام الانترنت حسب متغير السن.	09
236	مدى استخدام الانترنت حسب متغير المستوى الجامعي.	10
238	توزيع أفراد العينة حسب متغير أقدمية استخدام الانترنت.	11
239	توزيع أفراد العينة وفقاً لأقدمية استخدام الانترنت حسب متغير النوع.	12
241	توزيع أفراد العينة حسب متغير عدد أيام استخدامهم للانترنت أسبوعياً.	13
242	توزيع أفراد العينة وفقاً لعدد أيام استخدامهم للانترنت أسبوعياً حسب النوع.	14
243	توزيع أفراد العينة حسب متغير كثافة استخدام الانترنت خلال اليوم.	15
245	توزيع أفراد العينة وفقاً لكثافة استخدام الانترنت خلال اليوم حسب النوع.	16
246	توزيع أفراد العينة حسب متغير المكان المفضل لاستخدام الانترنت.	17
248	توزيع أفراد العينة وفقاً للمكان المفضل لاستخدام الانترنت حسب متغير النوع.	18
249	توزيع أفراد العينة حسب متغير طريقة وعادة استخدام الانترنت.	19
250	توزيع أفراد العينة وفقاً لطريقة وعادة استخدام الانترنت حسب متغير النوع.	20
251	توزيع أفراد العينة حسب متغير الوقت المفضل لاستخدام الانترنت.	21
253	توزيع أفراد العينة وفقاً للوقت المفضل لاستخدام الانترنت حسب متغير النوع.	22
254	توزيع أفراد العينة وفقاً لمتغير أسباب تفضيل فترات الاستخدام.	23
255	توزيع أفراد العينة وفقاً لأسباب تفضيل فترات الاستخدام حسب متغير النوع.	24
257	توزيع أفراد العينة وفقاً لمتغير مجالات استخدام الانترنت.	25
259	مجالات استخدام الانترنت حسب متغير النوع.	26
262	مجالات استخدام الانترنت حسب متغير السن.	27
265	مجالات استخدام الانترنت حسب متغير المستوى الجامعي.	28
267	مجالات استخدام الانترنت حسب متغير مكان الإقامة.	29
269	مجالات استخدام الانترنت حسب متغير منطقة السكن.	30

271	مجالات استخدام الانترنت حسب متغير الحالة المدنية.	31
273	توزيع أفراد العينة وفقاً للمواقع التي يفضلون تصفحها على الانترنت.	32
274	توزيع أفراد العينة وفقاً للمواقع التي يتصفحونها على الانترنت حسب متغير النوع.	33
277	توزيع أفراد العينة وفقاً للمواقع التي يتصفحونها على الانترنت حسب متغير السن.	34
280	توزيع أفراد العينة وفقاً للمواقع التي يتصفحونها على الانترنت حسب متغير المستوى الجامعي.	35
282	توزيع أفراد العينة وفقاً للغة التي يستخدم بها الانترنت غالباً.	36
283	توزيع أفراد العينة وفقاً للغة التي يستخدم بها الانترنت حسب متغير النوع.	37
284	توزيع أفراد العينة وفقاً لمتابعة مضامين مواقع وسائل الإعلام عبر الانترنت.	38
285	توزيع أفراد العينة وفقاً لمتابعة مضامين مواقع وسائل الإعلام عبر الانترنت حسب متغير النوع.	39
287	توزيع أفراد العينة وفقاً لمواقع وسائل الإعلام التي تتابع عبر الانترنت.	40
288	توزيع أفراد العينة وفقاً لمواقع وسائل الإعلام التي تتابع عبر الانترنت حسب متغير النوع.	41
289	توزيع أفراد العينة وفقاً لمدى امتلاكهم لمدونة على الانترنت.	42
291	توزيع أفراد العينة وفقاً لمدى امتلاكهم لمدونة على الانترنت حسب متغير النوع.	43
292	توزيع أفراد العينة وفقاً لنوعية المدونات التي قاموا بفتحها.	44
293	توزيع أفراد العينة وفقاً لنوعية المدونات التي قاموا بفتحها حسب متغير النوع.	45
294	توزيع أفراد العينة وفقاً لمدى متابعتهم للمدونات على الانترنت.	46
295	توزيع أفراد العينة وفقاً لمدى متابعتهم للمدونات على الانترنت حسب متغير النوع.	47
297	توزيع أفراد العينة وفقاً لنوعية المدونات التي يتابعونها.	48
298	توزيع أفراد العينة وفقاً لنوعية المدونات التي يتابعونها حسب متغير النوع.	49
299	توزيع أفراد العينة وفقاً لفتحهم لحسابات خاصة على الانترنت في مختلف المواقع.	50
300	توزيع أفراد العينة وفقاً لفتحهم لحسابات خاصة على الانترنت في مختلف المواقع حسب متغير النوع.	51
302	توزيع أفراد العينة وفقاً للحسابات التي يملكونها على الانترنت.	52
304	توزيع أفراد العينة وفقاً للحسابات التي يملكونها على الانترنت حسب متغير النوع.	53
305	توزيع أفراد العينة وفقاً لفتحهم لحسابات خاصة على الانترنت في مختلف المواقع حسب متغير السن.	54
307	توزيع أفراد العينة وفقاً للحسابات التي يملكونها على الانترنت حسب متغير السن.	55
309	توزيع أفراد العينة وفقاً لفتحهم لحسابات خاصة على الانترنت في مختلف المواقع حسب متغير مكان الإقامة.	56
311	توزيع أفراد العينة وفقاً للحسابات التي يملكونها على الانترنت حسب متغير مكان الإقامة.	57
313	توزيع أفراد العينة وفقاً لفتحهم لحسابات خاصة على الانترنت في مختلف المواقع حسب متغير منطقة السكن.	58
314	توزيع أفراد العينة وفقاً للحسابات التي يملكونها على الانترنت حسب متغير منطقة السكن.	59
316	توزيع أفراد العينة وفقاً لدوافع الاستخدام.	60

320	توزيع دوافع استخدام الانترنت وفقاً لمتغير النوع .	61
323	ترتيب دوافع استخدام الانترنت وفقاً لمتغير النوع.	62
326	توزيع دوافع استخدام الانترنت وفقاً لمتغير السن.	63
329	ترتيب دوافع استخدام الانترنت وفقاً لمتغير السن.	64
332	توزيع دوافع استخدام الانترنت وفقاً لمتغير المستوى الجامعي ( مستوى الليسانس).	65
334	ترتيب دوافع استخدام الانترنت وفقاً لمتغير المستوى الجامعي(مستوى الليسانس).	66
336	توزيع دوافع استخدام الانترنت وفقاً لمتغير المستوى الجامعي( مستوى الماستر).	67
339	ترتيب دوافع استخدام الانترنت وفقاً لمتغير المستوى الجامعي(مستوى الماستر).	68
341	توزيع دوافع استخدام الانترنت وفقاً لمتغير مكان الإقامة.	69
343	ترتيب دوافع استخدام الانترنت وفقاً لمتغير مكان الإقامة.	70
345	توزيع دوافع استخدام الانترنت وفقاً لمتغير منطقة السكن.	71
348	ترتيب دوافع استخدام الانترنت وفقاً لمتغير منطقة السكن .	72
350	توزيع دوافع استخدام الانترنت وفقاً لمتغير الحالة المدنية.	73
353	ترتيب دوافع استخدام الانترنت وفقاً لمتغير الحالة المدنية.	74
357	توزيع إجابات أفراد العينة على سؤال، هل استخدام الانترنت ساعدك على الارتباط أكثر بالقيم التالية؟.	75
362	توزيع إجابات أفراد العينة ومدى ارتباطهم بالقيم حسب متغير النوع.	76
367	إحصائيات اختبار بيرسون Tests du khi-deux de Pearson لوجود فروق بين ذكور وإناث العينة لإجاباتهم عن سؤال، هل استخدام الانترنت ساعدك على الارتباط أكثر بالقيم التالية؟.	77
369	ترتيب القيم والوزن النسبي والمتوسط الحسابي لإجابات أفراد العينة وفقاً لمتغير النوع.	78
372	توزيع إجابات أفراد العينة ومدى ارتباطهم بالقيم حسب متغير السن.	79
377	إحصائيات اختبار بيرسون Tests du khi-deux de Pearson لسؤال، هل استخدام الانترنت ساعدك على الارتباط أكثر بالقيم التالية؟ حسب متغير السن.	80
378	ترتيب القيم والوزن النسبي والمتوسط الحسابي لإجابات أفراد العينة وفقاً لمتغير السن.	81
380	توزيع إجابات أفراد العينة ومدى ارتباطهم بالقيم حسب المستوى الجامعي(مستوى الليسانس).	82
385	إحصائيات اختبار " بيرسون" Tests du khi-deux de Pearson لإجابات سؤال، هل استخدام الانترنت ساعدك على الارتباط بالقيم التالية؟ حسب المستوى الجامعي(الليسانس).	83
386	ترتيب القيم والوزن النسبي والمتوسط الحسابي لإجابات أفراد العينة وفقاً لمتغير المستوى الجامعي(مستوى الليسانس).	84
388	توزيع إجابات أفراد العينة ومدى ارتباطهم بالقيم حسب المستوى الجامعي(مستوى الماستر).	85
392	إحصائيات اختبار بيرسون Tests du khi-deux de Pearson لسؤال، هل استخدام الانترنت ساعدك على الارتباط أكثر بالقيم التالية؟ حسب متغير المستوى الجامعي(الماستر).	86
393	ترتيب القيم والوزن النسبي والمتوسط الحسابي لإجابات أفراد العينة وفقاً لمتغير المستوى	87

	الجامعي(مستوى الماجستير).	
396	توزيع إجابات أفراد العينة ومدى ارتباطهم بالقيم حسب الحالة المدنية.	88
401	إحصائيات اختبار بيرسون Tests du khi–deux de Pearson لسؤال، هل استخدام الانترنت ساعدك على الارتباط أكثر بالقيم التالية؟ حسب متغير الحالة المدنية.	89
402	ترتيب القيم والوزن النسبي والمتوسط الحسابي لإجابات أفراد العينة وفقاً لمتغير الحالة المدنية.	90
405	توزيع إجابات أفراد العينة ومدى ارتباطهم بالقيم حسب مكان الإقامة.	91
411	إحصائيات اختبار بيرسون Tests du khi–deux de Pearson لسؤال، هل استخدام الانترنت ساعدك على الارتباط أكثر بالقيم التالية؟ حسب متغير مكان الإقامة.	92
412	ترتيب القيم والوزن النسبي والمتوسط الحسابي لإجابات أفراد العينة وفقاً لمتغير مكان الإقامة.	93
414	توزيع إجابات أفراد العينة ومدى ارتباطهم بالقيم حسب منطقة السكن.	94
418	إحصائيات اختبار بيرسون Tests du khi–deux de Pearson لسؤال، هل استخدام الانترنت ساعدك على الارتباط أكثر بالقيم التالية؟ حسب متغير منطقة السكن.	95
419	ترتيب القيم والوزن النسبي والمتوسط الحسابي لإجابات أفراد العينة وفقاً لمتغير منطقة السكن.	96
422	توزيع إجابات أفراد العينة على سؤال هل استخدامك للانترنت جعلك تمارس القيم التالية في شكل سلوكيات؟.	97
427	توزيع إجابات أفراد العينة على سؤال هل استخدامك للانترنت جعلك تمارس القيم التالية في شكل سلوكيات؟ حسب متغير النوع(الذكور).	98
431	توزيع إجابات أفراد العينة على سؤال هل استخدامك للانترنت جعلك تمارس القيم التالية في شكل سلوكيات؟ حسب متغير النوع(الإناث).	99
435	توزيع إجابات أفراد العينة على سؤال هل استخدامك للانترنت جعلك تمارس القيم التالية في شكل سلوكيات؟ حسب متغير السن(الفئة العمرية الأولى).	100
438	توزيع إجابات أفراد العينة على سؤال هل استخدامك للانترنت جعلك تمارس القيم التالية في شكل سلوكيات؟ حسب متغير السن(الفئة العمرية الثانية).	101
441	توزيع إجابات أفراد العينة على سؤال هل استخدامك للانترنت جعلك تمارس القيم التالية في شكل سلوكيات؟ حسب متغير السن(الفئة العمرية الثالثة).	102
445	توزيع إجابات أفراد العينة على سؤال، هل استخدام الانترنت أضعف القيم أو عززها أو بقيت محايدة عند أفراد العينة؟.	103
447	توزيع إجابات أفراد العينة على سؤال، هل استخدام الانترنت اضعف القيم أو عززها أو بقيت محايدة؟، حسب النوع.	104
451	توزيع إجابات أفراد العينة على سؤال، هل استخدام الانترنت اضعف القيم أو عززها أو بقيت محايدة؟، حسب متغير السن.	105
458	توزيع إجابات أفراد العينة على سؤال، هل استخدام الانترنت اضعف القيم أو عززها أو بقيت محايدة؟، حسب المستوى الجامعي (مستوى الليسانس).	106
462	توزيع إجابات أفراد العينة على سؤال ، هل استخدام الانترنت اضعف القيم أو عززها أو بقيت	107

	محايدة؟، حسب المستوى الجامعي(مستوى الماجستير).	
465	توزيع إجابات أفراد العينة على سؤال، هل استخدام الانترنت اضعف القيم أو عززها أو بقيت محايدة؟ حسب الحالة المدنية.	108
470	توزيع إجابات أفراد العينة على سؤال، هل استخدام الانترنت اضعف القيم أو عززها أو بقيت محايدة؟ حسب مكان الإقامة.	109
474	توزيع إجابات أفراد العينة على سؤال، هل استخدام الانترنت اضعف القيم أو عززها أو بقيت محايدة حسب منطقة السكن.	110
479	توزيع إجابات أفراد العينة حول تأثيرات الانترنت السلبية على أفراد العينة.	111
484	توزيع إجابات أفراد العينة حول تأثيرات الانترنت السلبية حسب النوع.	112
488	توزيع إجابات أفراد العينة حول تأثيرات الانترنت السلبية حسب السن(الفئة العمرية الأولى والثانية).	113
492	توزيع إجابات أفراد العينة حول تأثيرات الانترنت السلبية حسب متغير السن.(الفئة العمرية الثالثة).	114
496	توزيع إجابات أفراد العينة حول تأثيرات الانترنت السلبية حسب متغير المستوى الجامعي(مستوى الليسانس).	115
500	توزيع إجابات أفراد العينة حول تأثيرات الانترنت السلبية حسب متغير المستوى الجامعي (مستوى الماجستير).	116
505	توزيع إجابات أفراد العينة حول تأثيرات الانترنت السلبية حسب متغير مكان الإقامة.	117
511	توزيع إجابات أفراد العينة حول تأثيرات الانترنت السلبية حسب متغير منطقة السكن.	118

## فهرس الأشكال

رقم الشكل	عنوان الشكل	الصفحة
01	توزيع أفراد العينة وفق متغير النوع.	225
02	توزيع أفراد العينة وفق متغير السن.	227
03	توزيع أفراد العينة وفق متغير المستوى الجامعي.	228
04	توزيع أفراد العينة وفق متغير مكان الإقامة.	229
05	توزيع أفراد العينة وفق متغير منطقة السكن.	230
06	توزيع أفراد العينة وفق متغير الحالة المدنية.	231
07	توزيع أفراد العينة حسب متغير مدى استخدام الانترنت.	232
08	توزيع أفراد العينة حسب مدى استخدام الانترنت وفقاً لمتغير النوع.	234
09	مدى استخدام الانترنت حسب متغير السن.	235
10	مدى استخدام الانترنت حسب متغير المستوى الجامعي.	237
11	توزيع أفراد العينة حسب متغير أقدمية استخدام الانترنت.	239
12	توزيع أفراد العينة وفقاً لأقدمية استخدام الانترنت حسب متغير النوع.	240
13	توزيع أفراد العينة حسب متغير عدد أيام استخدامهم للانترنت أسبوعياً.	241
14	توزيع أفراد العينة وفقاً لعدد أيام استخدامهم للانترنت أسبوعياً حسب النوع.	243
15	توزيع أفراد العينة حسب متغير كثافة استخدام الانترنت خلال اليوم.	244
16	توزيع أفراد العينة وفقاً لكثافة استخدام الانترنت خلال اليوم حسب النوع.	246
17	توزيع أفراد العينة حسب متغير المكان المفضل لاستخدام الانترنت.	247
18	توزيع أفراد العينة وفقاً للمكان المفضل لاستخدام الانترنت حسب متغير النوع.	249
19	توزيع أفراد العينة حسب متغير طريقة وعادة استخدام الانترنت.	250
20	توزيع أفراد العينة وفقاً لطريقة وعادة استخدام الانترنت حسب متغير النوع.	251
21	توزيع أفراد العينة حسب متغير الوقت المفضل لاستخدام الانترنت.	252
22	توزيع أفراد العينة وفقاً للوقت المفضل لاستخدام الانترنت حسب متغير النوع.	254
23	توزيع أفراد العينة وفقاً لمتغير أسباب تفضيل فترات الاستخدام.	255
24	توزيع أفراد العينة وفقاً لأسباب تفضيل فترات الاستخدام حسب متغير النوع.	256
25	توزيع أفراد العينة وفقاً لمتغير مجالات استخدام الانترنت.	258
26	مجالات استخدام الانترنت حسب متغير النوع.	261
27	مجالات استخدام الانترنت حسب متغير السن.	264
28	مجالات استخدام الانترنت حسب متغير المستوى الجامعي.	267
29	مجالات استخدام الانترنت حسب متغير مكان الإقامة.	269
30	مجالات استخدام الانترنت حسب متغير منطقة السكن.	271

273	مجالات استخدام الانترنت حسب متغير الحالة المدنية.	31
274	توزيع أفراد العينة وفقاً للمواقع التي يفضلون تصفحها على الانترنت.	32
276	توزيع أفراد العينة وفقاً للمواقع التي يتصفحونها على الانترنت حسب متغير النوع.	33
279	توزيع أفراد العينة وفقاً للمواقع التي يتصفحونها على الانترنت حسب متغير السن.	34
282	توزيع أفراد العينة وفقاً للمواقع التي يتصفحونها على الانترنت حسب متغير المستوى الجامعي.	35
283	توزيع أفراد العينة وفقاً للغة التي يستخدم بها الانترنت غالباً.	36
284	توزيع أفراد العينة وفقاً للغة التي يستخدم بها الانترنت حسب متغير النوع.	37
285	توزيع أفراد العينة وفقاً لمتابعة مضامين مواقع وسائل الإعلام عبر الانترنت.	38
287	توزيع أفراد العينة وفقاً لمتابعة مضامين مواقع وسائل الإعلام عبر الانترنت حسب متغير النوع.	39
288	توزيع أفراد العينة وفقاً لمواقع وسائل الإعلام التي تتابع عبر الانترنت.	40
289	توزيع أفراد العينة وفقاً لمواقع وسائل الإعلام التي تتابع عبر الانترنت حسب متغير النوع.	41
290	توزيع أفراد العينة وفقاً لمدى امتلاكهم لمدونة على الانترنت.	42
292	توزيع أفراد العينة وفقاً لمدى امتلاكهم لمدونة على الانترنت حسب متغير النوع.	43
293	توزيع أفراد العينة وفقاً لنوعية المدونات التي قاموا بفتحها.	44
294	توزيع أفراد العينة وفقاً لنوعية المدونات التي قاموا بفتحها حسب متغير النوع.	45
295	توزيع أفراد العينة وفقاً لمدى متابعتهم للمدونات على الانترنت.	46
296	توزيع أفراد العينة وفقاً لمدى متابعتهم للمدونات على الانترنت حسب متغير النوع.	47
298	توزيع أفراد العينة وفقاً لنوعية المدونات التي يتابعونها.	48
299	توزيع أفراد العينة وفقاً لنوعية المدونات التي يتابعونها حسب متغير النوع.	49
300	توزيع أفراد العينة وفقاً لفتحهم لحسابات خاصة على الانترنت في مختلف المواقع.	50
301	توزيع أفراد العينة وفقاً لفتحهم لحسابات خاصة على الانترنت في مختلف المواقع حسب متغير النوع.	51
303	توزيع أفراد العينة وفقاً للحسابات التي يملكونها على الانترنت.	52
305	توزيع أفراد العينة وفقاً للحسابات التي يملكونها على الانترنت حسب متغير النوع.	53
307	توزيع أفراد العينة وفقاً لفتحهم لحسابات خاصة على الانترنت في مختلف المواقع حسب متغير السن.	54
309	توزيع أفراد العينة وفقاً للحسابات التي يملكونها على الانترنت حسب متغير السن.	55
310	توزيع أفراد العينة وفقاً لفتحهم لحسابات خاصة على الانترنت في مختلف المواقع حسب متغير مكان الإقامة.	56
312	توزيع أفراد العينة وفقاً للحسابات التي يملكونها على الانترنت حسب متغير مكان الإقامة.	57
314	توزيع أفراد العينة وفقاً لفتحهم لحسابات خاصة على الانترنت في مختلف المواقع حسب متغير منطقة السكن.	58
315	توزيع أفراد العينة وفقاً للحسابات التي يملكونها على الانترنت حسب متغير منطقة السكن.	59
319	توزيع أفراد العينة وفقاً لدوافع الاستخدام.	60



325	مخطط راداري لدوافع استخدام الانترنت وفقاً لمتغير النوع.	61
313	مخطط راداري لدوافع استخدام الانترنت وفقاً لمتغير السن.	62
336	مخطط راداري لدوافع استخدام الانترنت وفقاً لمتغير المستوى الجامعي (مستوى الليسانس).	63
341	مخطط راداري لدوافع استخدام الانترنت وفقاً لمتغير المستوى الجامعي (مستوى الماجستير).	64
345	مخطط راداري لدوافع استخدام الانترنت وفقاً لمتغير مكان الإقامة.	65
350	مخطط راداري لدوافع استخدام الانترنت وفقاً لمتغير منطقة السكن.	66
355	مخطط راداري لدوافع استخدام الانترنت وفقاً لمتغير الحالة المدنية.	67
361	مخطط راداري لإجابات أفراد العينة على سؤال، هل استخدام الانترنت ساعدك على الارتباط أكثر بالقيم التالية؟.	68
371	مخطط راداري لإجابات أفراد العينة ومدى ارتباطهم بالقيم حسب النوع.	69
380	مخطط راداري لإجابات أفراد العينة ومدى ارتباطهم بالقيم حسب السن.	70
388	مخطط راداري لإجابات أفراد العينة ومدى ارتباطهم بالقيم حسب المستوى الجامعي.	71
395	مخطط راداري لإجابات أفراد العينة ومدى ارتباطهم بالقيم حسب المستوى الجامعي.	72
404	مخطط راداري لإجابات أفراد العينة ومدى ارتباطهم بالقيم حسب الحالة المدنية.	73
414	مخطط راداري لإجابات أفراد العينة ومدى ارتباطهم بالقيم حسب مكان الإقامة.	74
421	مخطط راداري لإجابات أفراد العينة ومدى ارتباطهم بالقيم حسب منطقة السكن.	75
426	مخطط راداري لإجابات أفراد العينة على سؤال، هل استخدامك للانترنت جعلك تمارس القيم التالية في شكل سلوكيات؟.	76
430	مخطط راداري لإجابات أفراد العينة على سؤال، هل استخدامك للانترنت جعلك تمارس القيم التالية في شكل سلوكيات؟ حسب متغير النوع (الذكور).	77
434	مخطط راداري لإجابات أفراد العينة على سؤال، هل استخدامك للانترنت جعلك تمارس القيم التالية في شكل سلوكيات؟ حسب متغير النوع (الإناث).	78
437	مخطط راداري لإجابات أفراد العينة على سؤال، هل استخدامك للانترنت جعلك تمارس القيم التالية في شكل سلوكيات؟ حسب متغير السن (الفئة العمرية الأولى).	79
440	مخطط راداري لإجابات أفراد العينة على سؤال، هل استخدامك للانترنت جعلك تمارس القيم التالية في شكل سلوكيات؟ حسب متغير السن (الفئة العمرية الثانية).	80
444	مخطط راداري لإجابات أفراد العينة على سؤال، هل استخدامك للانترنت جعلك تمارس القيم التالية في شكل سلوكيات؟ حسب متغير السن (الفئة العمرية الثالثة).	81
446	مخطط راداري لإجابات أفراد العينة على سؤال، هل استخدام الانترنت من طرف أفراد العينة أضعف القيم أو عززها أو بقيت محايدة؟.	82
450	مخطط راداري لإجابات أفراد العينة على سؤال، هل استخدام الانترنت من طرف أفراد العينة أضعف القيم أو عززها أو بقيت محايدة؟، حسب النوع.	83
457	مخطط راداري لإجابات أفراد العينة على سؤال، هل استخدام الانترنت من طرف أفراد العينة أضعف القيم أو عززها أو بقيت محايدة؟ ، حسب متغير السن.	84

461	مخطط راداري لإجابات أفراد العينة على سؤال، هل استخدام الانترنت من طرف أفراد العينة اضعف القيم أو عززها أو بقيت محايدة؟، حسب المستوى الجامعي(مستوى الليسانس).	85
464	مخطط راداري لإجابات أفراد العينة على سؤال، هل استخدام الانترنت من طرف أفراد العينة اضعف القيم أو عززها أو بقيت محايدة؟، حسب المستوى الجامعي(مستوى الماستر).	86
469	مخطط راداري لإجابات أفراد العينة على سؤال، هل استخدام الانترنت من طرف الطلبة اضعف القيم أو عززها أو بقيت محايدة؟ حسب الحالة المدنية.	87
473	مخطط راداري لإجابات أفراد العينة على سؤال، هل استخدام الانترنت من طرف أفراد العينة أضعف القيم أو عززها أو بقيت محايدة؟ حسب مكان الإقامة.	88
477	مخطط راداري لإجابات أفراد العينة على سؤال، هل استخدام الانترنت من طرف الطلبة اضعف القيم أو عززها أو بقيت محايدة حسب منطقة السكن.	89
483	مخطط راداري لإجابات أفراد العينة حول تأثيرات الانترنت السلبية على أفراد العينة.	90
495	مخطط راداري لإجابات أفراد العينة حول تأثيرات الانترنت السلبية على أفراد العينة حسب متغير السن.(الفئة العمرية الثالثة ).	91
499	مخطط راداري لإجابات أفراد العينة حول تأثيرات الانترنت السلبية على أفراد العينة حسب متغير المستوى الجامعي(مستوى الليسانس).	92
504	مخطط راداري لإجابات أفراد العينة حول تأثيرات الانترنت السلبية على أفراد العينة حسب متغير المستوى الجامعي(مستوى الماستر).	93
510	مخطط راداري لإجابات أفراد العينة حول تأثيرات الانترنت السلبية على أفراد العينة حسب متغير مكان الإقامة.	94
516	مخطط راداري لإجابات أفراد العينة حول تأثيرات الانترنت السلبية على أفراد العينة حسب متغير منطقة السكن.	95

الملاحق

## جامعة قسنطينة -3-

كلية علوم الإعلام والاتصال والسمعي البصري

قسم علوم الإعلام والاتصال

### استمارة استبيان

بعد التحية والتقدير،

هذه الاستمارة خاصة ببحث علمي ميداني لتحضير شهادة دكتوراه علوم تخصص وسائل الإعلام والمجتمع حول موضوع: "أثر استخدام الانترنت على القيم لدى الطلبة الجامعيين الجزائريين: دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة المسيلة." فالرجاء منك الإجابة على هذه الأسئلة بدقة وتركيز حسب رأيك الخاص، ونحيطك علماً بأن المعلومات المقدمة من طرفك ستظل في كنف السرية، ولن تستعمل إلا لأغراض علمية.

إشراف الأستاذ:

أ.د. الطاهر أجمعيم

إعداد الطالب:

بورحلة سليمان

السنة الجامعية 2017 / 2018

المحور الأول: محور عادات وأنماط استخدام الطلبة الجامعيين للانترنت .

01. هل تستخدم الانترنت ؟

- 1- غالباً
- 2- أحياناً
- 3- نادراً

02. منذ متى و أنت تستخدم الانترنت ؟

- 1- منذ 2-3 سنوات
- 2- منذ 4-5 سنوات
- 3- منذ 6-7 سنوات
- 4- منذ أكثر من 7 سنوات

03. كم من يوم تستخدم الانترنت في الأسبوع؟

- 1- يوماً
- 2- ثلاثة أيام
- 4- يومياً
- 4- حسب الظروف

04 . ما هي المدة الزمنية اليومية التي تستخدم فيها الانترنت ؟

- 1- أقل من ساعة
- 2- من ساعة إلى ساعتين
- 3- من ثلاث ساعات إلى أربع ساعات
- 4- من خمس ساعات إلى ست ساعات
- 5- أكثر من ست ساعات

05 . ما هو المكان المفضل لاستخدام الانترنت لديك ؟

- 1- المنزل
- 2- مقهى الانترنت
- 3- الجامعة

- أماكن أخرى، اذكرها.....

**06. هل تستخدم الانترنت ؟**

- 1- بمفردك  
 2- مع زملائك في الجامعة  
 3- أحد أفراد عائلتك  
- أخرى، اذكرها.....

**07. ما هي الفترة التي تفضلها لاستخدام الانترنت؟**

- 1- الفترة الصباحية  
 2- فترة الظهر  
 3- الفترة المسائية  
 4- في الليل  
 6- كل الأوقات  
 7- لا توجد فترة محددة  
- فترات أخرى، اذكرها....

**08. لماذا تفضل هذه الفترة بالذات؟**

- 1- الوقت يناسبك  
 2- أسباب متعلقة بالمال  
 3- أسباب متعلقة براحتك  
- أسباب أخرى، اذكرها....

**09. ما هي مجالات استخدامك للانترنت (تحديد المجال الأكثر استخداماً) ؟**

- 1- استخدام البريد الإلكتروني  
 2- المشاركة في المنتديات الحوارية  
 3- تحميل الدروس والبرامج والاستماع للمحاضرات  
 4- خدمات التواصل مع الآخرين (مواقع التواصل الاجتماعي، الاتصالات الهاتفيةvibre، السكايب skybe، ...)  
 5- مطالعة الصحف الإلكترونية ومتابعة الأخبار.  
- خدمات أخرى، اذكرها...

10. ما هي المواقع التي تفضل تصفحها على الانترنت (المواقع الأكثر تصفحاً) ؟

- 1- مواقع علمية و معرفية  
 2- مواقع إخبارية و صحفية  
 3- مواقع إسلامية دينية وفقهية  
 4- مواقع ثقافية وفنية  
 7- مواقع تجارية واقتصادية  
 8- مواقع رياضية  
- مواقع أخرى، اذكرها.....

11. ما هي اللغة التي تستخدم بها الانترنت (اللغة الغالبة في الاستخدام) ؟

- 1- اللغة العربية  
 2- اللغة الفرنسية  
 3- اللغة الانجليزية  
 4- مزيج لغوي  
- أخرى، اذكرها....

12. هل تتابع مضامين مواقع وسائل الإعلام الأخرى عبر الانترنت ؟

- 1- نعم  
 2- لا

- إذا كانت إجابتك بنعم، فما هي المواقع التي تتابعها ( تحديد المواقع الأكثر تصفحاً)؟

- 1- مواقع الفضائيات  
 2- مواقع الصحف  
 3- مواقع المجلات

- مواقع وسائل إعلامية أخرى، اذكرها.....

13- هل لديك مدونة على الانترنت ؟

- 1- نعم  
 2- لا

- إذا كانت الإجابة بنعم، ما مضمونها ؟

.....

14. هل تتابع ما ينشر في المدونات ؟

- 1- دائماً  
2- أحياناً  
3- لا أتابع

- إذا كنت تتابع، ما مضمون هذه المدونات ؟

.....

15. هل قمت بفتح حسابات خاصة بك على الانترنت في مختلف المواقع التي تسمح بذلك ؟

- 1- نعم  
2- لا

- إذا كانت الإجابة بنعم، ما هي أهم هذه المواقع ؟

- 1- الفايسبوك face book  
2- تويتر twitter  
3- اليوتيوب YouTube  
4- ماسنجر Messenger  
5- انستغرام Instagram  
- مواقع أخرى، اذكرها.....



## المحور الثاني: دوافع استخدام الطلبة الجامعيين للانترنت

16 . أحب بأمانة على المحور التالي الذي يتناول دوافع استخدامك للانترنت ؟

ضع علامة (X) في الخيارات التي تتوافق مع استخداماتك			دوافع استخدام الانترنت	الدوافع
لا	إلى حد ما	بدرجة كبيرة		
			1 الشعور بالوحدة	
			2 البحث عن الرفقة	
			3 نسيان الهموم و الهروب من المشكلات	
			4 تمضية وقت الفراغ	
			5 التعبير عن مشاعر وآراء وسلوكيات افنقدتها في الواقع الحقيقي المعاش.	
			6 المرح، التسلية والترفيه	
			7 اكتساب معارف جديدة في مجالات مختلفة	
			8 التواصل مع الآخرين	
			9 فهم الكثير من الأمور الحياتية	
			10 اكتساب صداقات جديدة على الانترنت	
			11 مناقشة بعض الأمور مع الآخرين من خلال المنتديات ،الشات، مواقع التواصل الاجتماعي	
			12 تعلم وإجادة التعامل مع الناس	

## المحور الثالث: قياس القيم

17. هل استخدامك للانترنت ساعدك على الارتباط أكثر بالقيم التالية ؟

الإجابة					السؤال:
أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق	لا أوافق بشدة	هل استخدامك للانترنت ساعدك على الارتباط أكثر بالقيم التالية: ؟
					1 التوفيق (النجاح)
					2 احترام وتقدير الوقت (استغلال وقت الفراغ)
					3 الاحتشام
					4 الالتزام الديني
					5 الاستقلالية (الاستقلال الذاتي)
					6 تحمل المسؤولية (الإحساس بالمسؤولية)
					7 التسامح
					8 احترام خصوصية الآخرين
					9 الحرية (حرية التعبير، التعبير بحرية)
					10 التعاون
					11 طلب العلم
					12 حسن التواصل مع الآخر (التعامل بالحسنى)
					13 الانتماء وحب الوطن
					14 الصداقة
					15 الصدق
					16 الابتكار (الإبداع، الخيال الأبتكاري)
					17 احترام الأسرة

18- هل استخدامك للانترنت جعلك تمارس القيم التالية في شكل سلوكيات؟

الإجابة					السؤال:	
					هل استخدامك للانترنت جعلك تمارس القيم السابقة في شكل سلوكيات؟	
أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق	لا أوافق بشدة		
					1	أتواصل في الانترنت مع أناس يشجعون على التفوق والنجاح.
					2	ساعدتني الانترنت على تنظيم وقتي من خلال مزايا التطبيقات التي اشترك فيها.
					3	الانترنت لم تجعلني أتحدث في الموضوعات المخلة بالآداب والأخلاق.
					4	جعلتني الانترنت أكثر التزاماً و معرفة بقضايا الدين الإسلامي.
					5	تجاري على الانترنت جعلتني أشعر بالاستقلالية.
					6	عندما أشارك في الحوارات عبر الانترنت أرغب في أن أتحمل مسؤولية آرائي و موافقي .
					7	أتواصل في الانترنت مع أصحاب الديانات الأخرى بما يتفق وسماحة الإسلام.
					8	لا أتداول صور ومعلومات عن الآخرين عبر الانترنت دون علمهم.
					9	أقبل رأي الآخر وسمح له بتوضيحه بكل حرية في مواقع الانترنت.
					10	أحب المشاركة في الحملات التطوعية التي يروج لها على الانترنت ومواقع التواصل الاجتماعي
					11	أتعلم، و زادت معارفي كثيراً من استخدامي للانترنت.
					12	أتفاعل بايجابية واحترام مع مستخدمي الانترنت.
					13	الانترنت زادت من ارتباطي واعتزازي بوطني.

					أفضل الانشغال بأصدقاء الفايسبوك على الخروج مع الأصدقاء الفعليين.	14
					أقول الصدق أثناء حواراتي على الانترنت.	15
					زادت قدراتي الابتكارية والإبداعية في حياتي الجامعية بفضل الانترنت .	16
					لا أرفض طلبات والدي اليومية بسبب انشغالي باستخدام الانترنت.	17

19. هل تعتقد أن استخدامك للانترنت عزز القيم لديك أو أضعفها أو بقيت محايدة على النحو التالي:

الإجابة			القيمة	
بقيت محايدة	أضعفت القيمة	تعززت القيمة		
			التفوق (النجاح)	1
			احترام وتقدير الوقت (استغلال وقت الفراغ)	2
			الاحتشام	3
			الالتزام الديني	4
			الاستقلالية (الاستقلال الذاتي)	5
			تحمل المسؤولية (الإحساس بالمسؤولية)	6
			التسامح	7
			احترام خصوصية الآخرين	8
			الحرية (حرية التعبير، التعبير بحرية)	9
			التعاون	10
			طلب العلم	11
			حسن التواصل مع الآخر (التعامل بالحسنى)	12
			الانتماء وحب الوطن	13
			الصدقة	14
			الصدق	15
			الابتكار (الإبداع، الخيال الابتكاري)	16
			احترام الأسرة	17

المحور الرابع:آثار استخدام الانترنت على عادات الطلبة الجامعيين وسلوكياتهم.

20. هل استخدامك للانترنت أكسبك التأثيرات التالية:

الإجابة					السؤال: هل استخدامك للانترنت أكسبك التأثيرات التالية وأصبحت:
أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق	لا أوافق بشدة	التأثيرات السلبية على المواقف والعادات والتصرفات والسلوكيات
					1 منفتحاً على القيم الغربية.
					2 أصبحت بعيداً عن ديني.
					3 منعزلاً عن أسرتي وأصدقائي.
					4 زاد شعفي وتشبهي بالغرب.
					5 قليل التواصل المباشر مع الآخرين.
					6 غير مهتم بالفكر والعلم والعلماء.
					7 الانترنت جعلتني ذو نزعة استهلاكية.
					8 أعيش عالماً افتراضياً بعيداً عن الواقع المعاش.
					9 قل تحصيلي العلمي والمعرفي .
					10 الانترنت بالنسبة لي أصبحت إدماناً.
					11 قلت ثقفتي بنفسي.
					12 أقل تذوقاً وإقبالاً على المضامين الثقافية الرفيعة.
					13 أكثر من استخدام مواد الترفيه والتسلية والتواصل.
					14 زادت مشكلاتي الصحية الجسدية والنفسية.
					15 أصبحت أكثر اهتماماً بمشاهير الفن والرياضة.

					التعدي على خصوصية الآخرين.	16
					أصبحت متعصباً لديني وعقيدتي.	17
					قل ارتباطي بالعادات والتقاليد والأعراف.	18
					قلت قدرتي على نقد نفسي أو تغييرها.	29
					أقل حساسية للمضامين الثقافية الهابطة.	20
					أصبحت ثقافتي سطحية.	21
					تخلّيت عن مسؤولياتي اتجاه الآخرين.	22
					قيمي بعد التعامل مع الانترنت تختلف عن قيم المجتمع الذي أعيش فيه.	23

## المحور الخامس: البيانات الشخصية

أ- الجنس:

1- ذكر

2- أنثى

ب- السن:

1- من 17-23 سنة

2- 24-29 سنة

3- أكثر من 29 سنة

ج- المستوى جامعي

- مستوى ليسانس LMD

1 - سنة ثانية

2 - سنة ثالثة

- مستوى ماستر LMD

1- سنة أولى

2- سنة ثانية

د- مكان الإقامة

1- مع الأولياء (البيت)

2- الإقامة الجامعية

هـ- منطقة السكن

1- المدينة

2- الريف

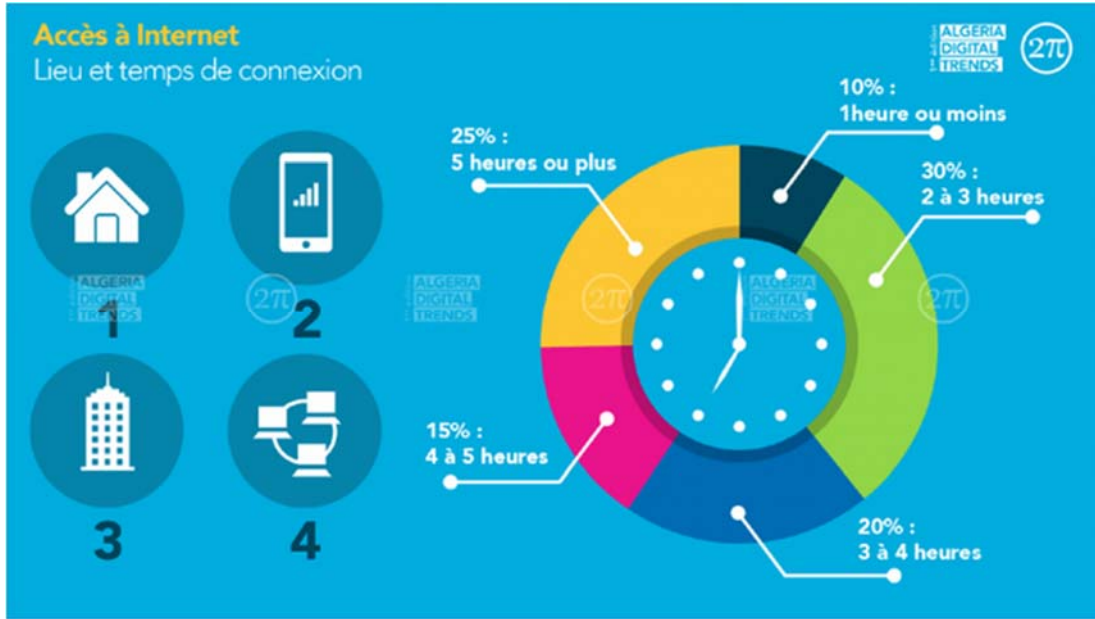
و- الحالة المدنية

1- أعزب(ة)

2- متزوج(ة)

3- مطلق(ة)

الصورة الاولى توضح :الانترنت المنزلي دائماً الاكثر استخداماً من الهاتففي(2018)



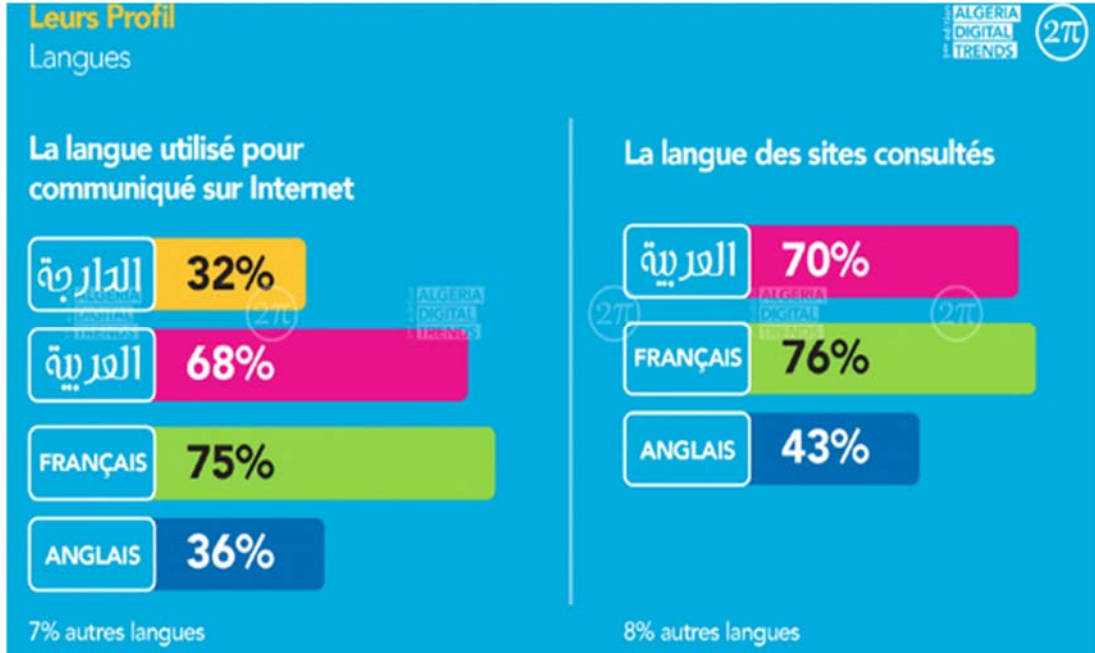
الصورة الثانية توضح :الفيسبوك يحافظ على مكانته كأفضل شبكة اجتماعية في الجزائر(2018)



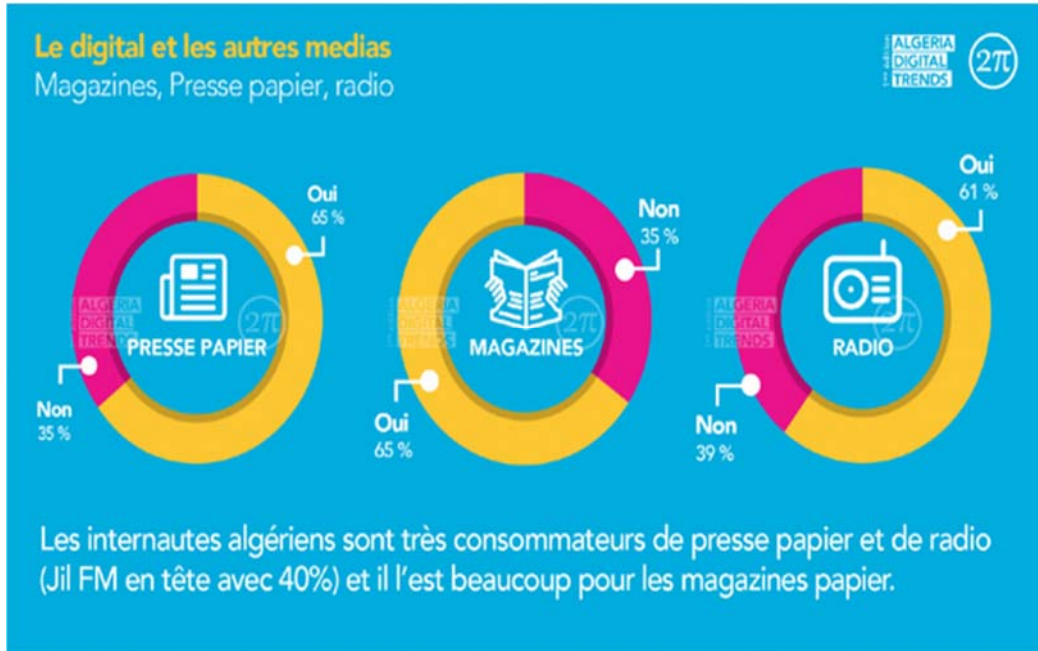
المصدر: <https://www.android-dz.com/ar/> / إحصائيات-الإنترنت-الجزائر-مدمنون



## الصورة الثالثة توضح: اللغة العربية تواصل التطور (2018)



## الصورة الرابع توضح: الانترنت لا تزيح وسائل الاعلام الاخرى



الجدول: يوضح تزايد عدد الطلبة منذ 1962-2015.

/2014 2015	1165040	76510	1241550
/2013 2014	1119515	70734	1190249
/2012 2013	1124434	67671	1192105
/2011 2012	1090592	64212	1154804
/2010 2011	1077945	60617	1138562
/2009 2010	1034313	58975	1093288
/1999 2000	407995	20846	428841
/1989 1990	181350	13967	195317
/1979 1980	57445	3965	61410
/1969 1970	12243	317	12560
/1962 1963	2725	156	2881
عدد الطلبة المسجلين في التدرج		عدد الطلبة المسجلين في ما بعد التدرج	المجموع

المصدر: مجموعة حوليات صادرة عن وزارة التعليم العالي الجزائرية

الجدول: يوضح عدد مستخدمي الانترنت مقارنة بعدد السكان في القارة الإفريقية

## Internet Users Statistics for Africa

(Africa Internet Usage, 2018 Population Stats and Facebook Subscribers)

AFRICA 2018 POPULATION AND INTERNET USERS STATISTICS						
AFRICA	Population (2018 Est.)	Internet Users 31-Dec-2000	Internet Users 31-Dec-2017	Penetration (% Population)	Internet Growth % 2000 - 2017	Facebook subscribers 31-Dec-2017
<a href="#">Algeria</a>	42,008,054	50,000	<b>18,580,000</b>	44.2 %	37,060 %	19,000,000
<a href="#">Angola</a>	30,774,205	30,000	<b>5,951,453</b>	19.3 %	19,738 %	3,800,000
<a href="#">Benin</a>	11,458,674	15,000	<b>3,801,758</b>	33.1 %	25,245 %	920,000
<a href="#">Botswana</a>	2,333,201	15,000	<b>923,528</b>	39.6 %	6,057 %	830,000
<a href="#">Burkina Faso</a>	19,751,651	10,000	<b>3,704,265</b>	18.8 %	36,942 %	840,000
<a href="#">Burundi</a>	11,216,450	3,000	<b>617,116</b>	5.5 %	20,470 %	450,000
<a href="#">Cabo Verde</a>	553,335	8,000	<b>265,972</b>	48.1 %	3,225 %	240,000
<a href="#">Cameroon</a>	24,678,234	20,000	<b>6,128,422</b>	24.8 %	30,542 %	2,700,000
<a href="#">Central African Rep.</a>	4,737,423	1,500	<b>256,432</b>	5.4 %	16,995 %	96,000
<a href="#">Chad</a>	15,353,184	1,000	<b>768,274</b>	5.0 %	76,727 %	260,000
<a href="#">Comoros</a>	832,347	1,500	<b>130,578</b>	15.7%	8,605 %	120,000
<a href="#">Congo</a>	5,399,895	500	<b>650,000</b>	12.0 %	129,900 %	600,000
<a href="#">Congo, Dem. Rep.</a>	84,004,989	500	<b>5,137,271</b>	6.1 %	1,027,354 %	2,100,000
<a href="#">Cote d'Ivoire</a>	24,905,843	40,000	<b>6,318,355</b>	26.3 %	16,246 %	3,800,000
<a href="#">Djibouti</a>	971,408	1,400	<b>180,000</b>	18.5 %	12,757 %	180,000
<a href="#">Egypt</a>	99,375,741	450,000	<b>49,231,493</b>	49.5 %	10,840 %	35,000,000
<a href="#">Equatorial Guinea</a>	1,313,894	500	<b>312,704</b>	23.8 %	62,441 %	67,000
<a href="#">Eritrea</a>	5,187,948	5,000	<b>71,000</b>	1.4 %	1,320 %	63,000
<a href="#">Ethiopia</a>	107,534,882	10,000	<b>16,437,811</b>	15.3 %	164,278 %	4,500,000
<a href="#">Gabon</a>	2,067,561	15,000	<b>985,492</b>	47.7 %	6,470 %	620,000
<a href="#">Gambia</a>	2,163,765	4,000	<b>392,277</b>	18.1 %	9,707 %	310,000
<a href="#">Ghana</a>	29,463,643	30,000	<b>10,110,000</b>	34.3 %	33,600 %	4,900,000
<a href="#">Guinea</a>	13,052,608	8,000	<b>1,602,485</b>	12.3 %	19,931 %	1,500,000

<a href="#">Guinea-Bissau</a>	1,907,268	1,500	<b>120,000</b>	6.3 %	7,900 %	110,000
<a href="#">Kenya</a>	50,950,879	200,000	<b>43,329,434</b>	85.0 %	21,564 %	7,000,000
<a href="#">Lesotho</a>	2,263,010	4,000	<b>627,860</b>	27.7 %	15,596 %	310,000
<a href="#">Liberia</a>	4,853,516	500	<b>395,063</b>	8.1 %	78,912 %	330,000
<a href="#">Libya</a>	6,470,956	10,000	<b>3,800,000</b>	58.7 %	37,900 %	3,500,000
<a href="#">Madagascar</a>	26,262,810	30,000	<b>1,900,000</b>	7.2 %	6,233 %	1,700,000
<a href="#">Malawi</a>	19,164,728	15,000	<b>1,828,503</b>	9.5 %	12,090 %	720,000
<a href="#">Mali</a>	19,107,706	18,800	<b>12,480,176</b>	65.3 %	66,283 %	1,500,000
<a href="#">Mauritania</a>	4,540,068	5,000	<b>810,000</b>	17.8 %	16,100 %	770,000
<a href="#">Mauritius</a>	1,268,315	87,000	<b>803,896</b>	63.4 %	824 %	700,000
<a href="#">Mayotte (FR)</a>	259,682	n/a	<b>107,940</b>	41.6 %	n/a	71,000
<a href="#">Morocco</a>	36,191,805	100,000	<b>22,567,154</b>	62.4 %	22,467 %	15,000,000
<a href="#">Mozambique</a>	30,528,673	30,000	<b>5,279,135</b>	17.3 %	17,497 %	1,800,000
<a href="#">Namibia</a>	2,587,801	30,000	<b>797,027</b>	30.8 %	2,557 %	570,000
<a href="#">Niger</a>	22,311,375	5,000	<b>951,548</b>	4.3 %	18,931 %	440,000
<a href="#">Nigeria</a>	195,875,237	200,000	<b>98,391,456</b>	50.2 %	49,096 %	17,000,000
<a href="#">Reunion (FR)</a>	883,247	130,000	<b>480,000</b>	54.3 %	269 %	420,000
<a href="#">Rwanda</a>	12,501,156	5,000	<b>3,724,678</b>	29.8 %	74,393 %	490,000
<a href="#">Saint Helena (UK)</a>	4,049	n/a	<b>2,200</b>	54.3 %	n/a	1,700
<a href="#">Sao Tome &amp; Principe</a>	208,818	6,500	<b>57,875</b>	27.7 %	790 %	52,000
<a href="#">Senegal</a>	16,294,270	40,000	<b>9,749,527</b>	59.8 %	24,274 %	2,900,000
<a href="#">Seychelles</a>	95,235	6,000	<b>67,119</b>	70.5 %	1,018 %	61,000
<a href="#">Sierra Leone</a>	7,719,729	5,000	<b>902,462</b>	11.7 %	17,949 %	450,000
<a href="#">Somalia</a>	15,181,925	200	<b>1,200,000</b>	7.9 %	599,900 %	1,100,000
<a href="#">South Africa</a>	57,398,421	2,400,000	<b>30,815,634</b>	53.7 %	1,184 %	16,000,000
<a href="#">South Sudan</a>	12,919,053	n/a	<b>2,229,963</b>	17.3 %	n/a	180,000
<a href="#">Sudan</a>	41,511,526	30,000	<b>11,816,570</b>	28.5 %	39,288 %	2,600,000
<a href="#">Swaziland</a>	1,391,385	10,000	<b>446,051</b>	32.1 %	4,360 %	170,000
<a href="#">Tanzania</a>	59,091,392	115,000	<b>23,000,000</b>	38.9 %	19,900 %	6,100,000
<a href="#">Togo</a>	7,990,926	100,000	<b>899,956</b>	11.3 %	800 %	560,000
<a href="#">Tunisia</a>	11,659,174	100,000	<b>7,898,534</b>	67.7 %	7,798 %	6,400,000
<a href="#">Uganda</a>	44,270,563	40,000	<b>19,000,000</b>	42.9 %	47,400 %	2,600,000
<a href="#">Western Sahara</a>	561,257	n/a	<b>28,000</b>	5.0 %	n/a	24,000
<a href="#">Zambia</a>	17,609,178	20,000	<b>7,248,773</b>	41.2 %	36,144 %	1,600,000
<a href="#">Zimbabwe</a>	16,913,261	50,000	<b>6,796,314</b>	40.2 %	13,492 %	880,000

<b>TOTAL AFRICA</b>	1,287,914,329	4,514,400	453,329,534	35.2 %	9,942 %	177,005,700
<b>Rest of World</b>	6,346,844,099	83.1 %	3,703,602,606	58.4 %	89.1 %	1,942,054,452
<b>WORLD TOTAL</b>	7,634,758,428	100.0 %	4,156,932,140	54.4 %	100.0 %	2,119,060,152

NOTES: (1) Africa Internet Statistics were updated in December 31, 2017. (2) Africa Facebook subscribers are estimated in December 31, 2017. (3) CLICK on each country name for further data on individual countries and regions. (4) Africa Population numbers are mid-year 2018 estimates, based on data from the [United Nations Population Division](#). (5) For definitions, navigation help and methodology, see the [site surfing guide](#). (6) Africa Internet usage information comes from, among others, data published by [WWW](#), [ITU](#), [Facebook](#), and other trustworthy sources. (7) For Internet growth comparison purposes, baseline Internet usage data for the year 2000 is also displayed. (8) Data from this table may be cited, giving the due credit to Internet World Stats and establishing a link back to [internetworldstats.com](#) Copyright 2018, © Miniwatts Marketing Group. All rights reserved worldwide.

Source : internet world stats–[www.internetworldstats.com/stats1.htm](#)

الجدول : يوضح عدد مستخدمي الانترنت في الجزائر مقارنة بعدد السكان

AFRICA 2018 POPULATION AND INTERNET USERS STATISTICS						
AFRICA	Population (2018 Est.)	Internet Users 31-Dec-2000	Internet Users 31-Dec-2017	Penetration (% Population)	Internet Growth % 2000 - 2017	Facebook subscribers 31-Dec-2017
<a href="#">Algeria</a>	42,008,054	50,000	18,580,000	44.2 %	37,060 %	19,000,000

Source: internet world stats–[www.internetworldstats.com/stats1.htm](#)

### Algerian Internet Usage and Population Growth:

YEAR	Users	Population	% Pen.	Usage Source
2000	50,000	31,795,500	0.2 %	ITU
2005	1,920,000	33,033,546	5.8 %	ITU
2007	2,460,000	33,506,567	7.3 %	ITU
2008	3,500,000	33,769,669	10.4 %	ITU
2009	4,100,000	34,178,188	12.0 %	ITU
2010	4,700,000	34,586,184	13.6 %	ITU
2012	5,230,000	37,367,226	14.0 %	IWS
2013	6,404,264	38,813,722	16.5 %	ITU
2014	6,669,927	38,813,722	17.2 %	ITU
2015	11,000,000	39,542,166	27.8 %	IWS
2016	15,000,000	40,263,711	37.3 %	IWS
2017	18,580,000	41,063,753	45.2 %	IWS

Source: internet world stats–[www.internetworldstats.com/stats1.htm](#)

## المخلص

يعتبر الطلبة فئة مميزة في أي مجتمع، بل هم أكثر فئات المجتمع حركة ونشاطا وابتكاراً ومصدراً من مصادر التغيير الاجتماعي والثقافي والسياسي، كما تتصف هذه الفئة الاجتماعية بالإنتاج والعطاء والإبداع في كافة المجالات، وهذا بحكم أنهم يتواجدون في الجامعات بأعداد هائلة لتحصيل العلم والمعرفة و تنمية وتطوير الخبرات التي تؤهلهم للنهوض بمسؤوليات بناء المجتمع في المستقبل كما تعد القيم الضابط والمعيار الأساسي للسلوك الفردي والاجتماعي لهؤلاء الطلبة، ولا يمكن تحديد أهدافهم إلا عن طريق القيم، الأمر الذي يؤكد الحاجة إلى أهمية القيم وتنميتها لدى الطلبة.

خاصة وأن هذه القيم أصبحت تواجه في الآونة الأخيرة تحديات متنوعة متمثلة أساساً في ثورة المعلومات والانترنت، في مقابل تراجع الأسرة ومؤسسات التنشئة الاجتماعية الأخرى عن أداء دورها كما ينبغي، الأمر الذي أدى إلى اهتزاز بعض القيم واضطراب المعايير الاجتماعية والأخلاقية التي تحكمها (قيمة الاحتشام مثلاً)، وعملت كذلك على تنمية البعض الآخر (قيمة الحرية مثلاً)، كما يعد الطلبة من أكثر الفئات الاجتماعية إقبالاً على هذه الوسيلة سواءً من أجل البحث العلمي وتحصيل المعرفة أو توظيفها من أجل التفاعل الاجتماعي عن طريق ربط صداقات اجتماعية مختلفة، الأمر الذي ينطوي عليه الكثير من الآثار سواءً على المستوى الفردي أو الجماعي، وهذا ما دفعنا في هذه الدراسة إلى البحث عن أثر استخدام الانترنت على القيم لدى الطلبة الجامعيين ممثلين في طلبة جامعة المسلية، واستخدم الباحث المنهج الوصفي معتمداً بالأساس على تصميم استمارة الاستبيان من أجل جمع المعلومات والحقائق المرتبطة بالدراسة وهذا بالإضافة إلى أدواتي الملاحظة والمقابلة.

وخلصت الدراسة إلى عدة نتائج أبرزها انتشار استخدام الانترنت بين الطلبة الجامعيين، وأن الانترنت بمستوياتها الاتصالية المختلفة أصبحت تشكل مصدراً من مصادر حصولهم على المعلومات والأخبار، ومصدراً من مصادر التفاعل الاجتماعي، كما توظف بمستوى أقل في البحث العلمي والتحصيـل الدراسي، وهذا ما انعكس على منظومة القيم، لكن لم تؤثر عليها سلباً وإنما أكدت الدراسة على مقدرتها (أي الانترنت) على الارتباط بالقيم محل الدراسة إذا كانت محتويات الاستخدام ايجابية، وسلبية إذا كانت أنماط التعرض سلبية، لكنها أثرت على إعادة ترتيبها للقيم لديهم تبعاً لأفضليتها ومستوى أهميتها في الوقت الراهن، أي بما يتوافق مع ثقافة العصر (إعادة صياغة النسق القيمي الخاص بالشباب بصفة عامة والطلبة بصفة خاصة).

**الكلمات الدالة:** الأثر، الاستخدام، الانترنت، القيم، النسق القيمي، الطلبة.



## Résumé :

Les Etudiants sont considérés comme une catégorie privilégiée de la société, ils sont plutôt la classe de la société qui est la plus active et la plus créative et sont une source de changement social, culturel et politique. Cette catégorie sociale a aussi pour caractère la production le don et la créativité dans tous les domaines. Vu qu'ils se retrouvent en grands nombres dans les universités, dans le but d'acquérir le savoir et la connaissance et de développer les expériences qui vont les qualifier pour prendre en charge les responsabilités de la construction de la société dans l'avenir et vu que les valeurs sont considérées comme critère de base du comportement individuel et social de ses dits étudiants, leur objectifs ne peuvent être atteints qu'à travers la promotion des valeurs, chose qui confirme le besoin de ses valeurs et l'importance de leur développement pour les étudiants .

De plus les valeurs ont été confrontées, ses derniers temps, à des défis multiples représentés, notamment, dans la révolution de l'information et de l'internet.

En contrepartie, on constate une régression de la famille et des autres institutions de socialisation dans la conduite de leur rôle comme il se devrait d'être.

Ceci a conduit à la déstabilisation de certaines valeurs et au bouleversement des normes sociales et morales guidées par (la Valeur de la modestie par exemple) et a conduit au développement d'autres valeurs (celle de la liberté à titre d'exemple).

Les étudiants sont considérés comme la première catégorie qui va recourir à ce moyen, ou bien afin de faire des recherches scientifiques et afin d'acquérir l'information ou afin de l'utiliser pour les interactions sociales, à travers la création de relations sociales diverses. Ceci résulte en de nombreuses implications aussi bien au niveau individuel que social.

C'est en principal , ce qui nous a poussés a faire cette étude afin rechercher **l'effet de l'utilisation de l'internet sur les valeurs parmi les étudiants de l'université**. Le chercheur a utilisé l'approche analytique descriptive, basée principalement sur la création d'un questionnaire pour collecter les informations et les faits liés à l'étude, en lui ajoutant les outils de l'observation et de la comparaison.

Cette étude a abouti à plusieurs résultats dont les plus éminents sont, la prévalence de l'utilisation de l'internet parmi les étudiants des universités et que l'internet avec ses divers niveaux de communication, est devenue une source parmi d'autres pour obtenir les connaissances et les l'informations. Elle est aussi une source d'interaction sociale mais est utilisée à un niveau inférieur dans la recherche scientifique et l'acquisition scolaire.

L'utilisation de l'internet à eut un impact sur le système des valeurs mais elle ne l'affecte pas d'une façon négative. L'étude a plutôt prouvé sa capacité (c'est-à-dire l'internet) à se lier aux valeurs quant les contenus de son utilisation sont positives, elle est par contre négative, si les manières d'utilisations sont négatives. Elle a toutefois influencé chez les étudiants, la réorganisation des valeurs suivant leurs préférences et leurs niveaux d'importance dans les temps courants., C'est-à-dire , selon ce qui convient à la culture du temps présent ( la reformulation du système des valeurs spécifique au jeunes, de manière générale, et des étudiants de façon spécifique).

**Mots clés :** Effet, Utilisation, Internet, Valeurs, Style de Valeur, Etudiants.

## **Abstract:**

Students are considered as a privileged class of society; they are rather the class of society that is most active and creative and are a source of social, cultural and political change.

This social category also has the character of production, gift, and creativity in all fields, and because they are found in large numbers in universities with the aim of acquiring science and knowledge and developing the experiences that qualify them for the responsibilities of building the society in the future and since values are considered as basic criteria of the individual and social behaviour of students, their objectives can only be achieved through the promotion of values, which confirms the need for the importance of values and their development among students.

Especially, since these values have been confronted, in recent times, with multiple challenges represented, in particular, by the revolution of the information and the Internet.

In return, there is a regression of the family and other institutions of socialization in the conduct of their role as it should be.

This has led to the destabilization of certain values and the disruption of social and moral norms guided by (the Value of Modesty for example) and led to the development of other values (that of freedom as an example).

Students are considered the first category that will use this medium, either to do scientific research and to acquire information or to use it for social interactions, through the creation of a variety of social relationships.

This has resulted in many implications at both the individual and the social level.

That's what led us in this study, **to search the effect of the use of the internet on the values among the students of the university**. The researcher used the descriptive analytic approach, based, principally, on the creation of a questionnaire in order to collect the information and the facts linked to the study, adding to it the tools of observation and comparison.

This study has come out with several results, the most prominent of which are the prevalence of internet use among university students. The internet, with its various levels of communication, has become one of many other sources for obtaining knowledge and information; it is also a source of social interaction but is used at a lower level in scientific research and academic achievement.

The use of the internet has had an impact on the values system but it does not affect it only in a negative way. The study has rather proved its capacity (that is to say the Internet) to be bound to the values when the contents of its use are positive and has a negative impact, if the ways of use are negative. For them, however, it has influenced the reorganization of values according to their preferences and to levels of importance in current times. That is, according to what is appropriate for the culture of the present time (the reformulation of the system of values specific to young people, in general, and students in a specific way).

**Keywords:** Effect, Usage, Internet, Values, Values System, Students.