

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي



جامعة سبها - كلية الآداب
قسم / الإعلام

بحث مقدم لاستكمال متطلبات الحصول على درجة الليسانس
بعنوان

استخدامات طلبة جامعة سبها للمواقع
الاجبارية العربية والإشباع
المتحققة - دراسة ميدانية

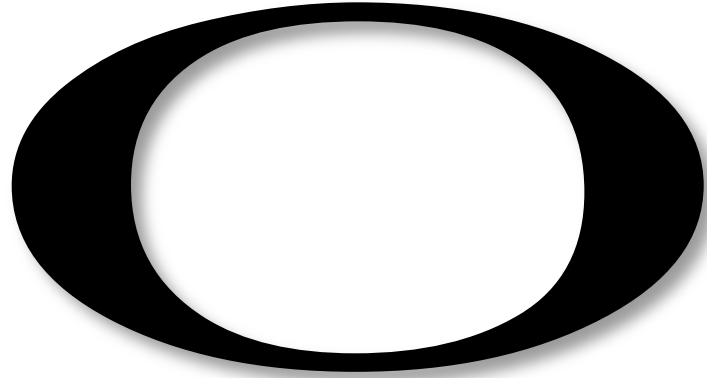
بإعداد الطالبة:

أريج المهدي المبروك الأحول

تحت إشراف:

الدكتور / أحمد جبريل

العام الجامعي
2020 - 2021 م



{خَلَقَ الْإِنْسَانَ مِنْ نُطْفَةٍ
فَإِذَا هُوَ خَصِيمٌ
مُبِينٌ* وَالْأَنْعَامَ خَلَقَهَا
لَكُمْ فِيهَا دِفْءٌ وَمَنَافِعُ
وَمِنْهَا تَأْكُلُونَ}

سورة النمل ، الآيتان (4-5)

د اء

أهدي ثمرة هذا البحث إلى من كان لي دائماً سند وعون إلى من علمني أن الدنيا كفاح، وأن الحياة هي فيما نريد.

(أبي)

إلى من ساندتني بدعواتها ورضاهها ... غلى من سهرت لأجلي ولمجرد تعبي

(أمي)

إلى ثمرات صبري وأكبر فرحة في حياتي فلذات كبدي وروح فؤادي أطفالي

(أحمد ، المهدي ، آدم)

إلى من شاركني الحياة وكان لي رفيق

زوجي أشرف السنني

إلى روح فقيدنا الطاهرة

آدم السنني

إلى من شاركوني أفراحي واحزاني ومن هم معي من مهدي إلى لدي بعون الله

إخوتي وأخواتي

إلى من جمعني بهم مقاعد الدراسة وأسوار الجامعة

صديقاتي

إلى من هم فخري وعزوتي

أعمامي وأخوالي

أهدي جهد هذه الدراسة إلى أرواح فارقتنا ولا يصلها من شيء سوى الدعاء

جدي وجدتي

وإلى كل من عرفني (الباحثة أريج)

كلمة شكر

قال تعالى **وَمَنْ يَشْكُرْ فَإِنَّمَا يَشْكُرُ لِنَفْسِهِ** {سورة لقمان، الآية: 12}

وقال الرسول الكريم **p** (من لم يشكر الناس، لم يشكر الله).

أحمد الله تعالى حمداً كثيراً طيباً مباركاً ملئ السموات والأرض على ما

أكرمني به من إتمام هذه الدراسة التي أرجو أن تنال رضاكم.

أوجه الشكر والامتنان إلى كلاً منكم

الدكتور / أحمد عمر جبريل .
 والأستاذ / خالد رمضان .
 والدكتورة / عائشة العماري .
 وكل أعضاء هيئة التدريس بقسم الإعلام .
 كما أقدم كل الشكر والعرفان إلى الدكتور / وليد فرحات ،
 وإلى كل من علمني حرفاً طيلة مسيرتي التعليمية ... من المرحلة
 الابتدائية إلى المرحلة الجامعية .

الباحثة أريج

فهرس الموضوعات

رقم الصفحة	الموضوع	ت
أ	الآية القرآنية	1
ب	الإهداء	2
ج	كلمة الشكر	3
د	فهرس الموضوعات	4
و	فهرس الجداول	5
الفصل الأول الإطار العام للدراسة		
2	المقدمة	6
3	مشكلة الدراسة	7
3	أهمية الدراسة	8
3	أهداف الدراسة	9
4	تساؤلات الدراسة	10
5	أدوات الدراسة	11
5	منهج الدراسة	12
5	اختبار الصدق والثبات	13
6	حدود الدراسة	14
6	المعاملات الإحصائية المستخدمة في الدراسة	15

6	صعوبات الدراسة	16
7	تحديد المصطلحات والمفاهيم المستخدمة في الدراسة	17
8	الدراسات السابقة	18
الفصل الثاني الإنترنت نشأته وتطوره		
13	تعريف الإنترنت	19
14	نشأة الإنترنت	20
15	توسع مساحه شبكة الإنترنت ومراحل تطورها	21
18	ظهور النشر الإلكتروني وتطوره	22
19	أنواع الصحف والقنوات الإلكترونية	23
20	تصنيف مواقع المؤسسات الإعلامية	24
الفصل الثالث نظرية الدراسة الاستخدامات والإشباع		
23	ظهور النظرية	25
24	مراحل تطور نظرية الاستخدامات والإشباع	26
26	الانتقادات الموجهة إلى نظرية الاستخدامات والإشباع	27
27	مدى استفادة الباحث من مدخل نظرية الاستخدامات	28
الفصل الرابع نتائج الدراسة الميدانية		
29	خصائص عينة الدراسة	29
30	نتائج الدراسة الميدانية	30
39	خاتمه الدراسة	31
40	توصيات الدراسة	32
41	المراجع	33
	الملاحق	34

فهرس الجد اول

رقم الصفحة	الجدول	رقم الجدول
29	عدد أفراد العينة	(1)
29	توزيع عينة الدراسة حسب الأقسام الدراسية بكلية الآداب	(2)
30	مدى امتلاك المبحوثين لجهاز هاتف نقال	(3)
30	مدى تعامل عينة الدراسة مع الإنترنت	(4)
31	الوقت الذي يقضيه أفراد العينة في تصفح الإنترنت	(5)
32	مدى تعامل عينة الدراسة مع المواقع الإخبارية العربية	(6)
32	أهم الحقائق في المواقع الإخبارية التي تتعامل معها عينة الدراسة	(7)
33	طبيعة الأخبار التي تفضل عينة الدراسة متابعتها بالمواقع الإخبارية	(8)
34	مدى تواصل عينة الدراسة مع المواقع الإخبارية التي يتابعونها	(9)
34	طبيعة التواصل عينة الدراسة مع المواقع الإخبارية العربية	(10)
35	الفوائد التي تحققها عينة الدراسة من خلال متابعتها للمواقع الإخبارية العربية	(11)
36	مدى ثقة مفردات العينة الدراسة في الأخبار التي تتابعها في المواقع الإخبارية العربية	(12)
37	كيف تفضل عينة الدراسة الحصول على الاخبار التي تحصل عليها من المواقع الإخبارية	(13)
37	مدى قيام المواقع الإخبارية بالإشباع الاخبار لدى عينة الدراسة	(14)

الفصل الأول

الإطار العام للدراسة

- المقدمة.
- مشكلة الدراسة.
- أهمية الدراسة.
- أهداف الدراسة.
- تساؤلات الدراسة.
- أدوات الدراسة.
- منهج الدراسة.
- اختبار الصدق والثبات.
- حدود الدراسة.
- المعاملات الإحصائية المستخدمة في الدراسة.
- صعوبات الدراسة.
- تحديد المصطلحات والمفاهيم المستخدمة في الدراسة.
- الدراسات السابقة.

المقدمة

تعتمد هذه الدراسة في التفسير للنتائج على مدخل الاستخدامات والإشباعاات والتي يشير وإلى أن جمهور وسائل الإعلام جمهور نشط وذكي وأن التعرض لوسائل الإعلام ما هو إلا محاوله لتلبية حاجات الفرد مع تزايد استخدام تصفح المواقع العربية تأتي هذه الدراسة.

الاستفادة منها كأداة مساعده لتغطية الأخبار أو كمصدر من المصادر الرئيسية لتغطية الأحداث العاجلة الإخبارية وذلك من خلال المواقع الإخبارية الكثيرة سواء للصحف.

أن جماهيرية أنتشار الإنترنت جعل الكثير من أصحاب الأعمال الخاصة في قطاع الإعلام الذين ربما تجاهلوهما في بداية الأولى يعيدون النظر ويضعون الاستراتيجية التي تكفل الافادة من هذه الوسيلة الجديدة.

ترتكز هذه الدراسة على الخدمات التي تقدمها المواقع الإلكترونية الإخبارية إلى طلبة جامعه سبها من مستخدمي شبكة الإنترنت إلى جانب الأخبار والاستفادة من كل ما تقدمه هذه المواقع الإخبارية.

وقد أصبح استخدام الإنترنت وتطوره بصورة مستمرة وتحديثها بما يلام مع المتطلبات بصورة مستمرة، وتحديثها بما يتلاءم مع متطلبات التكنولوجيا وبما يلبي حاجات المستخدم لتحقيق درجة عالية من التفاعل والاندماج بين محتوى المنشور وبين القارئ ليحصل على تجربة استخدام ذات كفاءه عالية داخل المواقع الإخبارية بمختلف أنواعها.

مشكلة الدراسة:

تتبلور مشكله الدراسة في تحديد وتوصيف استخدامات طلبة جامعه سبها للمواقع العربية والإشباعات المتحققة من تلك الاستخدامات طلبة الجامعة لشبكة المعلومات الإلكترونية على استخدامها لوسائل الإعلام الأخرى. وبناء على ذلك فإن التساؤل الرئيسي لمشكلة الدراسة هو:

ما هي استخدامات طلبة جامعه سبها للمواقع الإخبارية الإلكترونية العربية؟ وما هي الإشباعات التي تحققها لهم من خلال هذا الاستخدام؟

أهمية الدراسة:

تتبلور أهمية الدراسة في النقاط الآتية.

- 1- التعرف على طبيعة استخدام المواقع الإلكترونية العربية من قبل طلبة جامعة سبها.
- 2- التعرف على نوعيه الخدمات التي تقدمها المواقع الإلكترونية العربية.
- 3- المساهمة في إضافة جديدة مفيدة من الناحية العلمية الإعلامية.
- 4- أن هذه الدراسة يمكن أن تكون حافزاً لبحوث علميه مستقبلية تغطي جوانب من استخدامات شبكة المعلومات الدولية الإنترنت.

أهداف الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف تعريف باستخدامات طلبة جامعه سبها للمواقع الإلكترونية العربية والإشباعات التي تتحقق لهؤلاء الطلبة من هذا الاستخدام وهناك جملة من الأهداف تطمح الباحثة إلى التوصل إليها من في إطار المشكلة الخاضعة لمتطلبات البحث وهي:

- 1- التوصل إلى مؤشرات علمية تساهم في تحديد عملية استخدام طلبة الجامعة لمواقع الإخبارية العربية.
- 2- تحديد الإشباعات المتحققة من استخدام طلبة الجامعة للمواقع الإخبارية الإلكترونية العربية.
- 3- تحديد العلاقة بين استخدام عينة الدراسة للمواقع الإخبارية العربية وبين استخدام العينة لوسائل الإعلام التقليدية.
- 4- التوصل إلى مقترحات علمية وتوصيات يمكن أن تساهم في تحديد سبل التعامل مع المواقع الإخبارية العربية في ليبيا.

تساؤلات الدراسة:

تستهدف هذه الدراسة الإجابة عن التساؤلات الآتية.

- 1- ما معدل استخدام عينة الدراسة شبكة المعلومات الدولية الإنترنت؟
- 2- ما معدل استخدام عينة الدراسة للمواقع الإخبارية العربية بشبكة المعلومات الدولية؟
- 3- ما هي الإشباعات التي تتحقق لعينة الدراسة من خلال استخدام المواقع الإخبارية العربية في شبكة المعلومات الدولية الإنترنت؟
- 4- ما مدى وجود صعوبات تواجه عينة الدراسة أثناء استخدام المواقع الإخبارية العربية؟
- 5- ما هي أهم المواقع الإخبارية العربية التي يتم استخدامها من قبل عينة الدراسة؟
- 6- ما هو تأثير استخدام عينة الدراسة في المواقع الإخبارية الإلكترونية العربية على استخدامها لوسائل الإعلام التقليدية؟

أدوات الدراسة:

1- الكتب والدوريات ذات العلاقة بالإنترنت واستخداماتها.

2- استمارة الاستبيان الخاصة بالدراسة الميدانية.

3- ملاحظات الباحثة للظاهرة محل الدراسة.

منهج الدراسة:

استخدم الباحث المنهج الوصفي باعتبار أن ذلك يتناسب مع هذه النوعية من الدراسات التي تقوم على تجميع المعلومات وتصنيفها وتحليلها ومن ثم الوصول إلى نتائج علمية يمكن تعميمها مما يساعد في عملية الارتقاء بالعملية العلمية الإعلامية.

اختبار الصدق والثبات:

1- اختبار الصدق:

قامت الباحثة بالتعاون مع مشرف البحث في إعداد استمارة الاستبيان ثم قامت بعرضها على مجموعة من المحكمين ذوي الخبرة، وبعد ذلك قامت بتصميم الاستمارة في صورتها النهائية التي وزعتها.

2- اختبار الثبات:

يعد اختبار الثبات اختبار بعدي حيث أجرى الباحث إعادة تطبيق صحيفة الاستبيان على مجموعة من مفردات العينة بنسبة 20% بفاصل زمني لمدة أسبوعين بين التطبيق الأول والثاني "اختبار مدى الاتساق بين البيانات التي تم جمعها في التطبيق الأول والأصلي للدراسة وبين تطبيق الثاني البعدي وتم ادخال الاستبيان الأصل وصحيفة الاستبيان عينة الثبات للتحليل بالحاسب الآلي لاستخراج معامل الثبات والتي حققت نسبة قدرها 94% وهي تعتبر معامل الثبات هنا مناسباً وفقاً لما هو متعارف عليه في هذا المجال.

قام السادة المحكمون الآتية اسمائهم بتحكيم استمارة الاستبيان وهم:

- 1- د/ عائشة العماري عضو هيئة التدريس في قسم الإعلام بكلية الآداب.
- 2- د/ عبدالله القيسية عضو هيئة التدريس في قسم الإعلام بكلية الآداب.
- 3- د/ مولود فرحات علي عضو هيئة التدريس في قسم الإعلام بكلية الآداب.

حدود الدراسة:

- الحدود البشرية: طلبت جامعه سبها.
- الحدود المكانية: جامعه سبها بكليات الجامعة داخل مدينه سبها.
- الحدود الزمنية: تم إجراء هذه الدراسة في الفترة من 2021/1/1م إلى 2021/3/30م.

المعاملات الإحصائية المستخدمة في الدراسة:

استخدمت الباحثة المعاملات الإحصائي الآتية في دراستها:

- 1- التكرارات والنسب المئوية.
- 2- المتوسط الحسابي.

صعوبات الدراسة:

واجهت الباحثة عدداً من الصعوبات أثناء إعدادها لهذه الدراسة وتمثلت في:

- 1- قلة المصادر والمراجع التي تتناول المواقع الإخبارية الإلكترونية العربية بالجامعة سواء مكتبة كلية الآداب والمكتب المركزي.

تحديد المصطلحات والمفاهيم المستخدمة في الدراسة:

يشتمل هذا البحث عدداً من المصطلحات والمفاهيم التي تتعلق به، وقد وضعت الباحثة تعريفات لهذه المصطلحات:

1- الإنترنت:

هو الشبكة أو الإنترنت أو شبكية (Internet بالإنجليزية) أو تلقب شبكة المعلومات والشبكة العالمية هو نظام اتصال عالمي يسمح بتبادل المعلومات بين شبكات أصغر تتصل من خلال الحواسيب تعمل وفق أنظمة محددة ويعرف من خلال البروتوكول الموحد، وتشير أيضاً إلى جملة المعلومات المتداولة عبر الشبكة وأيضاً إلى البنية التحتية التي تنقل تلك المعلومات عبر القارات⁽¹⁾.

2- المواقع الإلكترونية:

هي مجموعته من الصفحات المتصلة على الشبكة العالمية والتي تعتبر كياناً واحداً يمتلكها عادة شخص واحد أو منظمة واحدة ويكرس لموضوع واحد أو عدة مواضيع وثيقة الصلة⁽²⁾.

3- الاستخدام:

هو مصطلح يشير إلى الطريقة التي ينفذ فيها النظام عملية محددة خاصة بالشركة لتلبية المتطلبات الموضحة⁽³⁾

4- الإشباع:

إشباع رغبة أو حاجة، تلبية، إرضاء، ارتياح" يعرف الإشباع على أنه "حالة ناتجة عن إرضاء وتلبية ما نطلبه ونرغب فيه"⁽⁴⁾.

⁽¹⁾./https://www.ar.wikipedia.org

⁽²⁾.http://www.bahrweb.com

⁽³⁾.https://www.meemapps.com

⁽⁴⁾ إشباع الحاجات النفس الاجتماعية والمهنية وعلاقته بتكيف الهيئة الإدارية الوسطى مهنيًا، مذكرة ماجستير، إعداد نور الدين تاويريت، 1995، جامعة قسنطينة، ص78 .

5- طلبة جامعه سبها:

الطلبة الذين تخطوا المرحلة الثانوية وصل إلى المستوى الجامعي وهم الذين يطلب ويسعون إلى العلم والتعلم ومصطلح الطالب الجامعي نبه إلى المكان الذي يحصلون منه في العلم.

الدراسات السابقة:

1- دراسة السيد بخيت محمد (2000)⁽¹⁾.

هدفت الدراسة إلى توصيف كيفية استخدام الإنترنت كوسيلة وسيله تعليمية في تدريس علوم الصحافة للطلاب بجامعة الإمارات وقياس معارف واستخدامات اتجاهات طلبة الصحافة إزاء الإنترنت وخدماتها الصحفية وتقويم مدى كفاءة الإنترنت كوسيلة تعليمية في مجال الإعلام.

وتوصلت الدراسة إلى عده نتائج منها كفاءة الإنترنت كوسيله وتحقيق كفاءة الحوار مع الآخرين ومن اهم استخداماتها الاطلاع على الأخبار الجديدة والتصفح والبحث عن المعلومات وقراءة الصحف وإرسال البريد الإلكتروني والتعليم والترفيه والتسليه والمشاركة في جماعات النقاش.

2- دراسة سامي عبد الرؤوف طابع (2000)⁽²⁾.

(1) السيد محمد بخيت، استخدام الإنترنت كوسيلة تعليمية في مجال الصحافة، دراسة تجريبية على طلبة الصحافة بجامعة الإمارات، جامعة القاهرة كلية الإعلام، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد الثامن، 2000، ص86.

(2) سامي طابع، استخدام الإنترنت في المجالات الإعلامية، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد الرابع، 2000، ص53.

استهدفت الدراسة التعرف على استخدام الشباب العربي للإنترنت وأجريت الدراسة على عينة من الشباب من خمس دول عربية (مصر - السعودية - الامارات - الكويت - البحرين) واستخدم المنهج المسحي الإعلامي وأداة الاستبيان.

وتوصلت الدراسة إلى عدد نتائج منها أن 72.6% من عينة الدراسة يستخدمون الإنترنت وكان استخدام الإنترنت شائعاً في مقاهي الإنترنت وفي المنزل وحظيت الفترة المسائية على استخدام ثم أثناء فترة النهار وكان الحصول على المعلومات هو أهم فائدة يحصل عليها أفراد العينة من الإنترنت ثم الأخبار ثم التسلية والترفيه.

3- دراسة مايكل بوستر (2002)⁽¹⁾.

تناولت هذه الدراسة أكثر استخدامات الاتصالية الشائعة عن الإنترنت لدى الشباب حيث يتجاوز استخدامهم للإنترنت استخدامهم لوسائل الاتصال الأخرى في التلفزيون والراديو والصحف.

وخلصت الدراسة المسحية التي أجرتها مؤسسة (أمريكا أون لاين) العالمية إلى أن هناك أكثر من 81% من عينة الدراسة يستخدمون الإنترنت للمراسلة بينما يستخدمه 70% منهم لإرسال الرسائل الفورية سواء عبر الكمبيوتر أو الوسائل التي اللاسلكية الأخرى.

4- دراسة جمال النجار (2004)⁽²⁾:

(1) مايكل باستر، الإنترنت كوسيلة اتصالية للشباب - دراسة ميدانية، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد الثامن، أغسطس 2002، ص73.

(2) جمال النجار، استخدامات الشباب الجامعي لشبكة المعلومات الدولية الإنترنت، دراسة ميدانية على طلاب جامعة الأزهر، مجلة الأزهر، القاهرة، العدد (22)، 2004، ص83.

هدفت الدراسة إلى التعرف على استخدامات الشباب الجامعي لشبكة الإنترنت وتعد الدراسة من الدراسات الوصفية واستخدمت منهج المسح الإعلامي وأجريت على عينة إجمالية قوامها (94) مفردة من شباب جامعة الأزهر والأداة المستخدمة صحيفه استقصاء.

وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج منها تأكيد نسبة 66.6% أن الدافع الرئيسي لاستخدام الإنترنت والحصول على المعلومات والأخبار، واعتقد 69.2% من الباحثين أن الإنترنت ترتبط بطبيعة دراستهم وعملهم، وأنها تساهم بشكل كبير في تنمية قدراتهم ومعارفهم من أهم عقبات الاستخدام ببطء عملية الدخول إلى بعض المواقع ووجود مواد منافية للآداب.

5- دراسة هانز باور (2002)⁽¹⁾:

ألقت هذه الدراسة الضوء على بعض الاستخدامات الحديثة للإنترنت لدى الشباب في الولايات المتحدة الأمريكية وعدم الاقتصار على جوانب التسلية والترفيه.

وقد خلصت الدراسة إلى أن 61% من الشباب الذين تتراوح أعمارهم من 18-29 عاماً يستخدمون الإنترنت كوسيلة للحصول على عمل.

6- دراسة نائلة عمار (2005)⁽²⁾:

استهدفت الدراسة التعرف على استخدامات الشباب لشبكة الإنترنت وعلاقة ذلك بالتفاعل الاجتماعي لديهم في محيط الأسرة والأصدقاء وفي ظل ظاهرة إدمان

(1) هانز باور، الشباب والتكنولوجيا الحديثة، مجلة العلوم الاجتماعية جامعة هولنتر، 2002، ص59.

(2) نائلة عمار، استخدامات الإنترنت والتفاعل الاجتماعي لدى الشباب الجامعي، مؤتمر كافة الإنترنت في الوطن العربي- الواقع والتحديات، جامعة الشارقة كلية الاتصال، 2005، ص77.

الإنترنت وتأثيراتها المجتمعية من خلال عينة قوامها (28) مفردة من طلاب جامعه قطر وحلوان.

وتوصلت الدراسة إلى أن استخدام الإنترنت من قبل طلاب الجامعة يتركز على البريد الإلكتروني والدرشة أكثر من الاستخدامات الأخرى.

7- دراسة حاتم عاطف (2006)⁽¹⁾:

استهدفت الدراسة معرفة اللغة الإعلامية المستخدمة بين الشباب الجامعي في الإنترنت وعلاقتها بتشكيل هويتهم الثقافية في ضوء نظرية الغرس الثقافي واستخدمت الدراسة المنهج المسحي وصحيفة الاستقصاء والمقابلة الشخصية في أدوات جمع البيانات، وتوصلت الدراسة إلى أن الشباب الجامعي عينة الدراسة يستخدمون الإنترنت بطريقة تلببته من خلال الدردشة.

التعليق على الدراسات السابقة وأوجه الاستفادة منها:

من خلال عرض الدراسات السابقة حول استخدام الإنترنت لدى الشباب في عدد من المجتمعات في مصر وقطر والامارات والولايات المتحدة أتضح من خلال نتائج هذه الدراسات أن هناك تنوع في الاستخدام حيث يستخدمها البعض لإشباع حاجات تتصل بدوافع نفعية كالحاجة إلى المعرفة ووسيلة للحصول على المعلومات العلمية والسياسية والاقتصادية، وإقامة الصداقات والتسلية والترفيه وقضاء وقت الفراغ.

وقد استفادت الباحثة من هذه الدراسات في الجوانب الآتية:

1- تحديد وتعميق الفهم الجيد للمشكلة البحثية بشكل.

(1) حاتم عاطف، هل تهدد الإنترنت سيادة الدولة أم تعمل على تعزيزها، دراسة حالة مصر، مؤتمر الرابطة الدولية لبحوث الإعلام، الجامعة الأمريكية القاهرة، 2006.

- 2- واسع تحديد أهمية الدراسة وأهدافها وتساؤلاتها.
- 3- تحديد منهج الدراسة وتصميم الاستبيان.
- 4- تحديد المعاملات الإحصائية التي استخدمتها الباحثة في دراستها.

الفصل الثاني

الإنترنت نشأته وتطوره

- تعريف الإنترنت.
- نشأة الإنترنت وتطورها.
- طرق الاتصال بالإنترنت.
- تطور تكنولوجيا الإعلام والمعلومات.
- ظهور الراديو والتلفزيون عبر الإنترنت.

تعريف الإنترنت:

الإنترنت لغوياً مشتقة من شبكة المعلومات الدولية اختصاراً للاسم الإنجليزي (International Net Work) ويطلق عليها عدة تسميات منها Tnewnet أو الشبكة العالمية World net وتم تعريفها عن الكتاب الصادر عن برنامج التنمية التابع للأمم المتحدة 1994م أنها شبكة اتصالات دولية، تتألف من مجموعة من شبكة الحواسيب تربط بين أكثر من 35 ألف شبكة من مختلف شبكات الحاسوب في العالم، وتؤمن الاشتراك فيها حوالي 25 مليون مستخدم من المجاميع أو الرمز، وهناك أكثر من 120 دولة في العالم لديها نوع ما من الارتباط وإمكانية الوصول إلى الشبكة⁽¹⁾.

ولذا فإنها أوسع شبكة حواسيب في العالم تزود المستخدمين بالعديد من الخدمات كالبريد الإلكتروني ونقل الملفات والأخبار والوصول إلى الأهداف من قواعد البيانات كذلك فإنها تزودهم بخدمات الدخول في حوارات مع أشخاص آخرين حول العالم وممارسة الألعاب الإلكترونية والوصول إلى مكتبة إلكترونية كبيرة من الكتب والمجلات والصحف والصور وغيرها من المواد والخدمات الأخرى⁽²⁾.

كما أن هناك تعريفاً آخر للإنترنت وهو أن الإنترنت عبارة عن دائرة معارف علاقه ويمكن للمشاركين فيها أن يحصلوا على المعلومات حول أي موضوع معين

(1) بايت الشرق الأوسط، تعرف على الشبكة المعلوماتية، الإمارات، ط1، 1997، ص ص 8-9.

(2) عامر قدياحي، أنترنت الشبكة العالمية للمعلومات المحوسبة، بيروت، ط1، 2002، ص 48.

في شكل نص مكتوب أو مرسوم أو خرائط أو التراسل عن طريق البريد الإلكتروني لأنها تضم عشرات الملايين من أجهزة الحاسوب تتبادل المعلومات فيما بينها⁽¹⁾.

ويمكن اعتبار الإنترنت أحد التطبيقات الأوسع انتشاراً في العالم لظاهرة اندماج الحواسيب الإلكترونية بأنظمة الاتصالات، ولا تزال نهايتها مفتوحة للمزيد من التوسع ولهذا فإنها أحد الوسائط الفعالة في الكشف عن المعلومات وتقديمها أينما كُنت وبسرعة عالية وعرضها على المشترك بدون حركة أو تنقل من خلال محرك البحث والاستعانة بالعنوان كدليل أي أن الإنترنت توفر لنا علوماً ومعارف بطريقة فاعلة ومؤثرة مستفيدة من الأدوات والوسائل التقنية المتطورة والمواكبة لكل نواحي التقدم التقني على صعيد الأجهزة وبرامج الحواسيب الموصولة بها، وهي تعمل كوسيط نقل اتصالي معلق في الفضاء ووسيلة اتصال متعددة الأبعاد⁽²⁾.

ومن هنا نجد صعوبة تعريف واحد محدد للإنترنت بناء على هذين السببين.

- 1- تنوع الخدمات والوظائف التي تقدم من خلالها.
- 2- اختلاف الأشخاص المستفيدين من خدماتها.

نشأة الإنترنت:

نشأة الإنترنت في ظل الحرب الباردة بين الولايات المتحدة الأمريكية والاتحاد السوفيتي سابقاً كتحوط استراتيجي في وزاره الدفاع الأمريكية وذلك تحسباً من تدمير أي مركز من مراكز الاتصال الحاسوبي الأمريكي في ضربة صاروخية سوفيتية مما يؤدي إلى حرمان القيادة العسكرية الأمريكية من الأسناد المعلوماتي فقامت الحكومة الأمريكية بإنشاء شبكة الإنترنت في 1969/1/2 وربطت وزارة الدفاع الأمريكية بين

(1) علي الشاطر، نظرة في مستقبل الاتصالات، مجلة الموقف الثقافي، بغداد، العدد (2)، 1999، ص 40.

(2) فارس اثني، الإعلام العالمي، مؤسساته وطريقة عمله، بيروت، دار أمواج، 2002، ص 29.

أربعة معامل أبحاث حتى يستطيع العلماء تبادل المعلومات والنتائج وقامت تخطيط مشروع شبكة اتصال من حواسيب يمكنها الصمود أمام أي هجمة سوفيتية محتملة بحيث إذا تعطل جزء من الشبكة تتجح البيانات في تجنب الجزء المعطل وتصل إلى هدفها وأطلق على هذه الشبكة أريانت (Arpanet)⁽¹⁾.

توسع مساحه شبكة الإنترنت ومراحل تطورها:

مرت شبكة الإنترنت بعدد من المراحل منذ بداية ظهورها في سبعينيات القرن الماضي وحتى يومنا هذا ويمكن لنا أن نحدد أهم المراحل التي مرت بها بالتالي.

- 1- في عام 1957 أمر الرئيس الأمريكي ايزنهاور بإيجاد قاعدة بيانات وتأمين عدم إتلافها إذا ما قامت حرب نووية.
- 2- في عام 1969 تم إنشاء وكالة البحوث المتقدمة الأمريكية.
- 3- في عام 1971 تم ربط 15 هيئه وجامعة بالإنترنت بما فيها وكالة الفضاء الأمريكية "ناسا".
- 4- في عام 1972 عقد المؤتمر الدولي لاتصالات الحاسوب، وظهرت خدمة البريد الإلكتروني (E-mail) على Arpanet.
- 5- في عام 1976 ظهر بروتوكول uusp الذي أتاح للحواسيب التخاطب بنظام يونكس "unix".
- 6- في عام 1979 برزة خدمة المجموعات الإخبارية.
- 7- في عام 1993 توفرت إمكانية نقل الصورة عالية الجودة والصوت عبر مسارات اتصال عالية السرعة.

⁽¹⁾ هيثم تيازي مصطفي، رحلة عبر الشبكة الدولية، ط1، القاهرة، مطبعة الزهراء، 1998، ص 92.

8- في عام 1994 بدأ استخدام الإنترنت بشكل واسع وفي عام 1995 بدأ تواجد الإنترنت في الدول العربية بشكل تجاري.

كانت الإنترنت في البداية مقتصرة على النخب العلمية والجهات الأمنية فقط وبعد فترة من الزمن تحولت إلى وسيلة شعبية متاح استخدامها لعامة الناس مثل قراءه الصحيفة أو متابعة برامج الإذاعة والتلفزيون وأصبح تجاهلها يعني عدم مواكبه العصر، وترتبط الخدمات المباشرة للإعلام ارتباطاً وثيقاً بالإنترنت ودورها كوسيلة إعلام متعددة الوظائف مماثلة للتلفزيون مع إضافة جديدة هو أنها أصبحت جهازاً إعلامياً متفاعلاً لا يكفي فيمن يستخدمها بدور المتلقي السلبي للمادة الإعلامية المنشورة بل يمكن أن يتجاوز معها ويحدد بنفسه ما يريده من معلومات وي طرح وجهة نظره أمام الآخرين⁽¹⁾.

ولا يختلف أثنان على أن الإنترنت مفيدة ولها العديد من الاستخدامات في مناحي الحياة المختلفة ولا تقتصر منافعها على اختصاص أو مجال معين بذاته، وتستخدم الإنترنت في كل المؤسسات العامة والجامعات ووسائل الإعلام المختلفة والأفراد ال عاديين لأن المعلومات المتوفرة عليها غير محصورة في مجال محدد بل تحوي معلومات عن مختلف المجالات والأنشطة الحياتية العلمية والتجارية والاجتماعية والاقتصادية والسياسية... الخ.

وتشير أغلب الأبحاث التي تجري حول هذا الموضوع أن مجال استخدام الإنترنت غير محدد ومنها على سبيل المثال⁽²⁾:

1- يرتبط مئات الملايين من المشتركين في كاهه أنحاء العالم في الإنترنت بهدف الاتصال الشخصي والجماعي ونقل الملفات.

⁽¹⁾ هيثم تيازي مصطفى، رحلة عبر الشبكة الدولية، مرجع سابق، ص 98.

⁽²⁾ فاروق حسين، الإنترنت، الشبكة الدولية للمعلومات، ط1، القاهرة، دار الفكر العربي، ص 50.

- 2- يحتل الأكاديميون المرتبة الأولى في استخدام الإنترنت على مستوى العالم.
- 3- يعد البريد الإلكتروني من أبرز استخدامات الإنترنت.
- 4- تقديم الخدمات الإعلامية المختلفة من خلال قراءة الصحف والمجلات الإلكترونية ومتابعه برامج المحطات الإذاعية والتلفزيونية.

دخل الإنترنت مجال الإذاعة المسموعة والمرئية والصحافة ووكالات الأنباء في أغلب دول العالم حيث تختلف هذه الوسائل الإعلامية في نظامها عن الوسائل التقليدية المعروفة حيث يستطيع المتلقي وبكل سهولة التعامل مع هذه الوسائط في مختلف الظروف، ويطلق بعض الباحثين على هذه الفترة الزمنية المعاصرة التي يمر بها العالم الفترة التفاعلية حيث تفاعل الجمهور مع هذه الوسائط وحقت هذه الوسائط تنمية معرفية كبيرة من خلال تنمية مشاركة الجمهور في النقاش والحوار وإبداء الرأي والتعليق على كل ما تقدمه هذه الوسائل.

وقد حول الإنترنت عالمنا إلى شاشة صغيرة يمكن التنقل بين أجزائها المختلفة عبر جهاز التحكم حيث لا توجد بقعة في الأرض لا يصل إليها الإنترنت بفعل الحاسبات الإلكترونية والأقمار الصناعية الرقمية التي تلتقي لتتيح شبكة اتصالات دولية تغطي الدول مثلما يغطيها الغلاف الجوي بالكامل كما أحرزت هذه التكنولوجيا مستوى آخر من مستويات الاتصال وهو الاتصال المقر والصحف الإلكترونية.

وتتميز آلية البث عبر شبكة الإنترنت ظاهرتين مهمتين وهما الانتشار العالمي والتفاعلية الحقيقية. وتتمثل الظاهرة الأولى في أنه بإمكان المستمع أو المشاهد عبر شبكة الإنترنت اختيار مئات بل آلاف القنوات المرئية والمسموعة من جميع أنحاء العالم وهو في مكانه بكل اللغات المتاحة. أما الظاهرة الثانية وهي عملية التفاعل بين المرسل والمستقبل فتعني إمكانية الحصول على المعلومة وإرسالها إلى أي موقع آخر أو شخص آخر على الشبكة؟

وقد أتاح البث عبر الويب وجود ما عرف بالمضمون التفاعل الذي يمكن المشاهدين من التنقل بين الوسيلتين أي بين التلفزيون والإنترنت بكل سهولة ويتيح التلفزيون الويب (Wap-TV) الذي أنتجته مايكروسوفت صورة داخل صورة والتي تتيح مشاهدة التلفزيون في قطاع من الشاشة ومشاهدة الإنترنت في الجزء الآخر.

ظهور النشر الإلكتروني وتطوره:

بدأت عملية النشر الإلكتروني عام 1971 عندما قام مكتب البريد العام في بريطانيا بالعمل في ما يطلق عليها خدمة البرستيل واتيحت هذه الخدمة للجمهور عام 1979 حيث قدمت هذه الخدمة نشرات أخبار وتم إيقاف هذه الخدمة عام 1983 نظراً للتكاليف العالية التي تستخدمها وتحتاجها هذه الخدمة، وبعد ذلك طورت شركه (IBM) وشركه سيرز (Sears) شبكة للأخبار والاتصالات باسم الرودجي وقد توافق بدء هذه الخدمة عام 1987 في نشوء الحاسب الآلي الشخصي والربط المتزايد مع أجهزة الكمبيوتر ولم تتخذ الصحافة المواقع الإلكترونية المختلفة شكلاً واحداً بل كأن نتيجة طبيعية لبيئة الإنترنت وهي جزء من منظومة الإعلام الإلكتروني في الحديث وهي تتضمن مزيجاً من الرسائل الإخبارية والقصص والتعليقات والصور والخدمات المرجعية.

ويعتبر العام 1994 هو بداية الانطلاق القوية والحقيقية للصحافة الإلكترونية والمواقع الإخبارية الإلكترونية بعد أن أصبح الإنترنت مجاناً في الولايات المتحدة وبلاد العالم المتقدم بحيث أصبحت وسائل الإعلام الإلكترونية جزء من تطور وتوزيع شبكة الإنترنت.

أنواع الصحف والقنوات الإلكترونية:

كأنت الصحف الإلكترونية الأولى على الإنترنت عبارة عن نسخة مطابقة لتلك الورقية المطبوعة ثم تطورت بعد ذلك لتستغل الإمكانيات التي يتيحها الإنترنت كالتحديث المستمر للأخبار وقت وقوعها واستخدام الروابط التفاعلية وساحات النقاش وإمكانية التعليق على الأخبار والتقارير المنشورة وإمكانية تحليل مقاطع فيديو للأحداث الجارية إلى جانب العديد من المميزات الأخرى. فقد صنفنا الصحف والمواقع الإلكترونية الإذاعية والتلفزيونية على شبكة الإنترنت إلى عدد من الفئات وهي.

الفئة الأولى: هي المواقع التابعة لمؤسسات صحفية تقليدية الصحف وبعض الفضائيات وتعد امتداداً لها وهذه تعد نسخة إلكترونية من الصحف المطبوعة تحتوي على معظم ما ينشر على صفحات الصحف ومن النادر أن يتم تحديد تلك المواقع خلال اليوم ولا يعمل بها الصحفيون وإنما مبرمجون ينقلون ما في الصحيفة المطبوعة إلى الموقع الإلكتروني.

الفئة الثانية: المواقع الإخبارية كالبوابات الإعلامية مثل اريبيا أون لاين (Areaba on Line) ونسيج (Nassaj) وهي مواقع إلكترونية متخصصة تنشر أخباراً وتحليلات وتحقيقات معدة خصيصاً للنشر ويتم تحديث المواد على مدار الساعة ويعمل في هذه البوابات محررون ومراسلون مهنيون يمكن تسميتهم بصحفي الإنترنت.

الفئة الثالثة: الصحف الإلكترونية البحتة التي لها صحيفه مطبوعة وتدار بجهد فردي وتغطي مجالات الأخبار كافة من سياسية واقتصادية ورياضية وسينمائية وموسيقية ... الخ، وتحاول هذه الصحف أن تستفيد من تقنيات تصميم الصحيفة لمزيد من التنوع وهي صحف يومية يتم تحديث موادها الإخبارية وصفحتها يومياً.

وقد حدث تغير مهم في مفهوم الصحف والمواقع والقنوات التلفزيونية حيث تطورت هذه الوسائل وأصبحت بوابة تعليمية واخبارية وترفيهية ذات شخصية مستقلة.

تصنيف مواقع المؤسسات الإعلامية:

ومن امثلتها مواقع وكالات الأنباء ومحطات التلفزيون وغيرها ومنها ما يلي.

1- موقع بي بي سي اريك (BBC): كإن أول ظهوره في عام 1977 وتحددت مهمته الأساسية في التعريف هيئة الإذاعة البريطانية التي تقدم خدماتها للمنطقة العربية منذ عام 1938 ويضم الموقع نصوصاً لنشرات الأخبار التي تبثها هيئة الإذاعة البريطانية بالإضافة إلى بث مباشر للبرامج الإذاعية ومن 3 نوفمبر 1999 اصبح له طاقم تحريري مستقل يعمل على تجديد محتوى البرامج بصورة فورية على مدار ساعات اليوم.

2- موقع الجزيرة نت (Aljazera net): وقد تم افتتاحه في يناير 2001 ويعتبر من أشهر المواقع الإخبارية العربية على شبكة الإنترنت وجاءت شهرته في شهرة قناة الجزيرة الفضائية القطرية وتم تطويره في سبتمبر 2004 و يقدم خدمات مميزة.

3- موقع إيلاف (Elaf): يعتبر الموقع من أوائل الصحف الإلكترونية وقد تصدر في لندن في 21 مايو 2001 كما أنه من أكبر المواقع الإخبارية العربية ويقوم على الموقع شركه إيلاف القابضة المساهمة في لندن و شركه إيلاف للنشر المحدودة في لندن وشركه بيت إيلاف للنشر المحدودة في المملكة العربية السعودية وشركه أنتوسول في المملكة العربية السعودية.

4- موقع العربية نت (Al-Arabiya net): ويعتبر من بين أهم المواقع الإخبارية العربية وتم إطلاقه في مارس 2004 وهو امتداد لقناة العربية الفضائية التي بدأت بثها اليومي في مارس 2003 والموقع يتضمن النصوص الكاملة بكل

برامج العربية ويسعى لتقديم إضافة في مسيرة الصحافة الإلكترونية في العالم العربي.

الفصل الثالث

نظرية الدراسة الاستخدامات والإشباع

- ظهور النظرية.
- مراحل تطورها.

- فروض النظرية.
- الانتقادات الموجهة للنظرية.
- مدى استفادة الباحثة من النظرية في دراستها

ظهور النظرية:

أختلف التسمية نظرية لاستخدامات والإشباع حيث من هم من أطلق عليها مسمى نموذج ومنهم من اعتبرها نظرية ويعد أول من أظهر النظرية في كتاب متكامل لولو مر في عام 1974ف. في كتابيها استخدام وسائل الاتصال الجماهيري حيث صور الكتاب الوظائف التي تقوم عليها وسائل الإعلام ودوائرها اختيار أو لم تلقي لها والمحتوى التي تقوم بعرضه واستندت النظرية على مجموعة من الفروض وفقاً لكاتز وبلومر وهي استخدام الأفراد لوسائل الإعلام يحقق لهم أهداف المقصودة قلبي ما يطمحون إليه وأن الجمهور وعنصر فعال في عملية الاتصال.

استخدام الأفراد لوسائل الإعلام يحق لهم أهدافاً سوده تلبي لهم ما يطمحون إليه وأن الجمهور وهو عنصر فعال في عملية الاتصال.

تعود الرغبة في اختيار الوسيلة الإعلامية لإشباع حاجات محددة إلى الجمهور نفسه وتختلف تلك الرغبات بين الأفراد وفقاً لاحتياجاتهم.

الأفراد هم يختارون وسائل الإعلام التي تشبع رغباتهم في الوسيلة الإعلامية لا تستخدم الجمهور بل الجمهور هو من يستخدمها.

يتم التعرف على القيم السائدة في المجتمع وفقاً للمحتوى الذي تقدمه وسائل الإعلام. تسعى نظرية الاستخدامات والإشباع التي تحقيق أهدافاً محددة، في مقدمتها التعرف على كمية استخدام الجمهور لوسائل الإعلام.

تستند هذه الدراسة في تناول المشكلة البحثية على بعض الأسس النظرية لمدخل الاستخدامات والإشباع التي ساد الدراسات الأمريكية الأوروبية منذ بداية السبعينات في القرن الماضي.

ويمثل منهج الاستخدامات والإشباع محاولة لتفسير طريقة استخدام الأفراد لوسائل الإعلام كمصدر هام وحيوي إلى إشباع حاجاتهم ومتطلباتهم وتشير إلى أن الجمهور لديه واقع يستند إليها في سلوكه الاتصالي وفي علاقاته مع وسائل الإعلام، ويشير وارند جيمس عالم الاتصال إلى أن النظرية تؤكد على الجمهور حين يتعرض لوسائل الاتصال إنما يسعى لتحقيق شفاعات محددة أو لحل مشكلات مثل الاتصال الاجتماعي والتعليم والتنمية أو البحث عن المعلومات ومن هنا يختار الأفراد من مضامين وسائل الاتصال ما يتناسب مع رغباتهم وما يشبع حاجاتهم إلى الإعلام والتسلية والترفيه والتعليم⁽¹⁾.

مراحل تطور نظرية الاستخدامات والإشباع:

- 1- المرحلة الأولى: مرحله الأربعينيات والخمسينيات من القرن العشرين وركزت على حصر الأنشطة التي تمارسها وسائل الإعلام والوظائف التي تقدمها.
- 2- المرحلة الثانية: بدأت في فترة الستينيات وركزت على التحليل الوظيفي لوسائل الإعلام وما تقدمه من خدمات لجمهوريه.

(1) سامي عبد الرؤوف طابع، استخدامات الإنترنت والتفاعل الاجتماعي لدى الشباب الجامعي، مرجع سابق، ص 23.

3- المرحلة الثالثة: بدأت في فترة السبعينيات بالتأكيد على أن الجمهور ليس سلبياً وإنما جمهور نشط له دوافعه واحتياجاته⁽¹⁾.

ومن مميزات مدخل الاستخدامات والإشباعات تحقق لنا معرفة كيفية استخدام الأفراد لوسائل الاتصال لإشباع حاجاتهم إضافة إلى توضيح دوافع التعرض وأشكال وأنماط التعرض وبالتالي معرفة تأثيرات الاستخدامات على الجوانب الاجتماعية والثقافية للأفراد بما يمكننا منها.

أيضاً من تفهم أهمية ومعنى استخدام وسيلة الاتصال لاختيار سلوك الاتصال الشباب الجامعي وتبعات هذا الاستخدام على البناء الثقافي والسياسي والاجتماعي للأفراد أو المجتمع في ليبيا. ويفترض مدخل الاستخدامات والإشباعات أن هناك عدة متغيرات اجتماعية ونفسية واقتصادية تعمل بطرق متعددة ليؤثر على استخدام وسائل الاتصال الجماهيري وإشباعاتها التي صنفها روبن إلى نوعين هما⁽²⁾:

- 1- الدوافع النفعية وهي تتم عادة لتلبية حاجات الإنسان من المعلومات.
- 2- الدوافع الطقوسية وهي تتم عادة لأسباب هروبية لشخصية الوقت والاسترخاء والتسوق من خلال الإنترنت لسماع وتحميل الأغاني والموسيقى.

فروض مدخل الاستخدامات والإشباعات:

1- تؤكد الدراسات أن مدخل الاستخدامات والإشباعات يعتمد على خمس فروض هي:

- 2- الجمهور مشاركة فعالة يستخدم وسائل الاتصال لتحقيق أهداف مقصودة.
- 3- إدراك الجمهور لحاجاته من وسائل الإعلام يتوقف على الفروق الفردية وعملية التفاعل الاجتماعي.

(1) حسين علي محمد، استخدام الشباب الجامعي القنوات الفضائية الغنائية والإشباعات المتحققة، مجله بحوث الإعلام جامعه القاهرة، كلية العلوم، العدد (46)، أكتوبر 2008، ص 811.

(2) حسين علي محمد، استخدام الشباب الجامعي القنوات الفضائية الغنائية والإشباعات المتحققة، مرجع سابق، ص 826.

- 4- الجمهور هو من يختار الوسائل والمضمون الذي يناسبه ويشبع حاجاته.
- 5- التنافس بين وسائل الإعلام ووسائل الاتصال الأخرى مثل الاتصال الشخصي والمؤسسات وغيرها تجعل الجمهور هو القادر على تحديد المطلوب.
- 6- الاستدلالات على المعايير الثقافية السائدة من خلال استخدام الجمهور لوسائل إعلام وليس من خلال محتوى الرسائل التي تقدمها وسائل الإعلام⁽¹⁾.

وإذا كانت فروض النظرية تشير إلى نشاط جمهور وسائل الإعلام والاستخدام الموجه لتحقيق أهداف معينة فإن فئات جمهور مستخدمي الشبكة أكثر نشاطاً ومشاركة في العملية الاتصالية بتأثير التفاعلية التي يتميز بها الاتصال الرقمي وبالتالي فإنه من المتوقع أن يتخذ الفرد قراره بالاستخدام عن وعي كامل بالحاجات ومدى إشباعها من استخدام الاتصال الرقمي مقارنة بوسائل الإعلام والمصادر الأخرى⁽²⁾.

ويخرج من إطار المصادر المواقع الإعلامية الموجودة على الشبكة التي تنتشر أو تبث مواد إعلامية موازية لما تنتشره أو تبثه الوسائل التقليدية نظراً لخصائصها وسلوك التعرض المرتبط بها ولذلك فإن الاستخدام يتمثل في الاتجاهين التاليين:

- 1- الاتصال بالغير من خلال الوسائل المتاحة على شبكة الإنترنت سواء كان المستخدم مرسلًا أو مستقبلًا.
- 2- التجول بين المواقع المتعددة على شبكة الإنترنت لتلبية الحاجات المستهدفة والتي يتصدرها الحاجات المعرفية سواء كانت من خلال المواقع الإعلامية التابعة للمؤسسات الإعلامية أو المواقع التعليمية أو المواقع العلمية أو المكتبات

⁽¹⁾ ليلي حسين السيد، استخدامات الأسرة الفلسطينية لوسائل الاتصال الإلكتروني ومدى الإشباع الذي تحققه رساله دكتوراه غير منشوره كليه الإعلام جامعه القاهرة 1993، ص 87.

⁽²⁾ محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، القاهرة، عالم الكتب، 2004، ص 183.

الرقمية بالإضافة إلى الحاجة إلى التسلية والترفيه أو الحاجة إلى الإعلان والتسويق... الح⁽¹⁾.

الانتقادات الموجهة إلى نظرية الاستخدامات والإشباعات:

حالتها كحال باقي النظريات فقد وجهه نظرية الاستخدامات والإشباعات انتقادات وإشكاليات من وجهة نظر المختصين في الدراسات الإعلامية، وفي بداية الانتقالات كانت صعوبة تفسير العلاقة بين الجمهور ووسائل الاتصال الجماهيري بسبب أختلاف الظروف الاجتماعية لديهم ومن أهم الظروف القدرات الاقتصادية لذا كان من الاجدر وضع التصنيفات الاجتماعية إلى جانب الحاجات.

وفي انتقادات موجهة إلى النظرية يرى دينيس ماكويل بأن بعض الحاجات قد تكون ذريعة على بعض الوسائل الإعلامية لتقديم المحتوى الهابط أخلاقياً وذلك يعد مبرراً لإنتاج مثل هذا النوع من المحتوى ويرى آخرون بأن النظرية قائمة على مصطلحات مرنة مثل الدوافع والحاجات والإشباعات ما يشكل صعوبة في تحديد ناتج ثابت يفسر العلاقة بين بعضها البعض.

مدى استفادة الباحث من مدخل نظرية الاستخدامات:

استفادت الباحثة من هذا المدخل في بتوظيفه في ما يلائم عينة البحث خلال الاتي.

- 1- تحديد دوافع استخدام عينة الدراسة للمواقع الإلكترونية الإخبارية العربية.
- 2- تحديد أهم استخدامات عينة الدراسة للمواقع الإلكترونية.
- 3- تحديد أهم الإشباعات التي تحققها المواقع الإخبارية لعينة الدراسة.

(1) سامي طابع، استخدام الشبكة الإنترنت في الحملات الإعلامية، مرجع سابق ، ص 98.

الفصل الرابع

نتائج الدراسة الميدانية

- أولاً: خصائص عينة الدراسة.
- ثانياً: نتائج الدراسة.
- خاتمة الدراسة.

- توصيات الدراسة.

- المراجع.

أولاً: خصائص عينة الدراسة:

جدول رقم (1) يوضح عدد أفراد العينة

النسبة المئوية	التكرار	الجنس
50%	30	ذكور
50%	30	إناث
100%	60	الإجمالي

يوضح الجدول رقم (1) عدد أفراد عينة الدراسة حيث تم اختيار هذه العينة عشوائياً بواقع (60) مفردة عدد الذكور من (30) مفردة بنسبة 50% وعدد الإناث (50) مفردة بنسبة (50%). وذلك لإتاحة الفرصة بالتساوي للذكور والإناث لأن مجتمع الدراسة يتكون من طلبة الجامعة التي تضم الجنسين كما أن استخدام شبكة المعلومات الدولية يتم من قبل الجميع.

جدول رقم (2) يوضح توزيع عينة الدراسة حسب الأقسام الدراسية بكلية الآداب

القسم	الذكور	النسبة المئوية	الإناث	النسبة المئوية
-------	--------	----------------	--------	----------------

اللغة العربية	3	%5	3	%5
اللغة الانجليزية	3	%5	3	%5
اللغة الفرنسية	3	%5	3	%5
علم الاجتماع	3	%5	3	%5
علم النفس	3	%5	3	%5
التخطيط والإدارة	3	%5	3	%5
الفلسفة	3	%5	3	%5
التاريخ	3	%5	3	%5
الجغرافيا	3	%5	3	%5
الإعلام	3	%5	3	%5
الاجمالي	30	%50	30	%50

يوضح الجدول رقم (1) توزيع مفردات عينة الدراسة حسب الأقسام الدراسية في كليه الآداب حيث تم اختيار عدد (6) طالبة من كل قسم ثلاثة طالبة وثلاثة طالبات. وذلك بحيث شملت عينة الدراسة جميع الاقسام الدراسية مع تساوي الفرصة او تمثيل مجتمع الدراسة من خلال الاختيار العشوائي.

ثانياً: نتائج الدراسة الميدانية:

الجدول رقم (3) يوضح مدى امتلاك المبحوثين لجهاز هاتف نقال

النسبة المئوية	التكرار	مدى امتلاك الجهاز
%100	60	نعم
%0	0	لا
%100	60	الإجمالي

يوضح الجدول رقم (3) أن جميع مفردات العينة البالغ عددهم (60) مفردة يمتلكون أجهزة هاتف نقال متطورة تحتوي على أغلب التطبيقات المعروف الفيسبوك،

والفايبر، والواتسأب مما يعني أن كل أفراد العينة يتعاملون مع التطبيقات الموجودة بالجهاز ويستخدمونها وبالتالي هم يتفاعلون مع هذه التطبيقات وما توفره من إمكانيات التواصل مع الآخرين سواء كانوا أفراداً أو مواقع إلكترونية لمجموعات أو جهات متعددة اجتماعية وسياسية ودينية وثقافية ورياضية... الخ.

الجدول رقم (4) يوضح مدى تعامل عينة الدراسة مع الإنترنت

النسبة المئوية	التكرار	مدى التعامل
100%	60	نعم
0%	0	لا
100%	60	الإجمالي

تعزز بيانات الجدول رقم (4) ما جاء في بيانات الجدول رقم (3) من أن جميع مفردات عينة الدراسة تتعامل مع الإنترنت حيث يمتلك كل أفراد العينة أجهزة هاتف نقال متطورة تحتوي على كل التطبيقات التي من شأنها التعامل والتواصل مع الآخرين والتفاعل معهم لمختلف أشكال التفاعل المعروفة من تعارف وصدقات وتبادل وجهات النظر وتناول مختلف الموضوعات التي يهتمون بها.

جدول رقم (5) يبين الوقت الذي يقضيه أفراد العينة في تصفح الإنترنت.

النسبة المئوية	التكرار	الوقت
0%	0	أقل من ساعة
33.3%	20	من ساعة إلى ساعتين
50%	30	من ساعتين على ثلاث ساعات
16.7%	10	أكثر من ثلاث ساعات
100%	60	الإجمالي

توضح بيانات الجدول رقم (5) أن نصف أفراد العينة أي (30) مفردة من العينة يقضون من ساعتين إلى ثلاث ساعات في تصفح الإنترنت بينما يقضي (20)

مفردة ما نسبته (33.3%) من ساعه إلى ساعتين في تصفح الإنترنت بينما يقضي (10) مفردات من العينة ما نسبته (16.7%) من العينة أكثر من ثلاث ساعات في تصفح الإنترنت وتدل هذه البيانات على مدى ما شغله الإنترنت من وقت لعينة الدراسة.

وتتفق هذه النتيجة مع ما توصلت اليه دراسة مايكل باستر⁽¹⁾ من أن أكثر من 60% من عينة الدراسة يتصفحون الإنترنت بواقع ساعتين إلى ثلاث ساعات بشكل يومي.

جدول رقم (6) مدى تعامل عينة الدراسة مع المواقع الإخبارية العربية

النسبة المئوية	التكرار	مدى امتلاك الجهاز
66.7%	40	نعم
33.3%	20	إلى حد ما
-	-	لا
100%	60	الإجمالي

يوضح الجدول رقم (6) أن عدد (40) مفردة من عينة الدراسة ونسبة (66.3%) يتعاملون مع المواقع الإخبارية بنعم، وأن (20) مفردة ونسبة (33.3%) من عينة الدراسة يتعاملون مع المواقع الإخبارية إلى حد ما ويعني هذا أن جميع مفردات عينة الدراسة يتعاملون مع المواقع الإخبارية العربية ويدل ذلك على اهتمام عينة الدراسة بمتابعة الأخبار بهذه المواقع، كما يدل على أن متابعة الأخبار بمختلف أنواعها السياسية والاقتصادية والثقافية... الخ. هو من أهم دوافع استخدام عينة الدراسة لهذه المواقع حيث يتم تداول الأخبار في هذه المواقع.

جدول رقم (7) يوضح أهم المواقع الإخبارية التي تتعامل معها عينة الدراسة.

(1) مايكل باستر، مرجع سابق، ص 78.

النسبة المئوية	التكرار	المواقع الإخبارية
27.4%	16	الجزيرة نت
20%	12	العربية نت
16.3%	10	بي بي سي عربية
16.3%	10	فرنسا 24
20%	12	ليبيا الوطنية
100%	60	الإجمالي

توضح بيانات الجدول رقم (7) أن عينة الدراسة تتابع أغلب المواقع الإخبارية العربية حيث يتعامل (16) مفردة وما نسبته (27.4%) مع موقع الجزيرة نت، ويتعامل (12) مفردة وما نسبته (20%) من مفردات عينة البحث وبالتساوي مع موقعي العربية نت وليبيا الوطنية ويتعامل (10) مفردات من عينة الدراسة وما نسبته (16.3%) من عينة الدراسة بالتساوي مع موقعي البي بي سي وفرنسا 24. وترى الباحثة أن هذه النسب تشير إلى أن إلى قوة قناة الجزيرة واستحواذها على نسبة كبيرة من المتابعين في أغلب الدول العربية بفضل ما تتمتع به من قوة وشهرة على الصعيد الإعلامي خاصة في مجال الأخبار.

جدول رقم (8) يوضح طبيعة الأخبار التي تفضل عينة الدراسة متابعتها بالمواقع الإخبارية.

النسبة المئوية	التكرار	طبيعة الأخبار
27.4%	16	سياسية
27.4%	16	رياضية
11.8%	8	ثقافية
16.7%	10	اقتصادية
16.7%	10	فنية

الإجمالي	60	%100
----------	----	------

يتضح من خلال بيانات الجدول رقم (8) أن (16) مفردة ونسبة (27.4%) من عينة الدراسة تفضل متابعة الأخبار السياسية والرياضية بالمواقع الإخبارية العربية، ثم تأتي الأخبار الاقتصادية متساوية مع الأخبار الفنية بعدد (10) مفردات ونسبة (16.7%) في المرتبة الثانية، ثم أخيراً الأخبار الثقافية بعدد (8) مفردات ونسبة (11.8%).

وترى الباحثة أن هذه النتيجة تعكس حقيقة مفادها أن نسبة كبيرة من أفراد المجتمع وخاصة الشباب يهتمون بالأمر السياسي، كما أنهم يتابعون ما يحدث في مجال الرياضة من أحداث ويقل اهتمامهم كما تلاحظ الباحثة بالأخبار الاقتصادية والثقافية.

جدول رقم (9) يبين مدى تواصل عينة الدراسة مع المواقع الإخبارية التي يتابعونها.

النسبة المئوية	التكرار	مدى التواصل
%75	45	نعم
%25	15	لا
%100	60	الإجمالي

توضح بيانات الجدول رقم (9) أن عدد (45) مفردة ونسبة (75%) من مفردات عينة الدراسة يتواصلون مع المواقع الإخبارية التي يتبعونها، وأن (15) مفردة ونسبة (25%) من العينة لا يتواصلون مع المواقع الإخبارية، وتعكس هذه النتيجة مدى تفاعل عينة الدراسة مع هذه المواقع وما تحمله من أهمية لدى العينة. وقد أوضحت الجداول رقم (4) و (5) ذلك من خلال الوقت الذي تقضيه أفراد العين في

تصفح المواقع الإلكترونية، كما أن هذه النسبة تعزز الفرضيات التي تقوم عليها نظريه الاستخدامات والاشباع التي تستند عليها هذه الدراسة.

جدول رقم (10) يوضح طبيعة التواصل عينة الدراسة مع المواقع الإخبارية العربية

النسبة المئوية	التكرار	طبيعة التعامل
50%	30	التعليق على الأخبار
33.7%	20	تبادل وجهات النظر
16.3%	10	طرح الأسئلة والاستفسارات
100%	60	الإجمالي

يتضح من خلال بيانات الجدول رقم (10) أن (30) مفردة ونسبته (50%) من عينة الدراسة يتعاملون مع المواقع الإخبارية العربية بالتعليق على الأخبار الواردة في هذه المواقع، وأن (20) مفردة ونسبته (33.7%) من عينة الدراسة يتبادلون وجهات النظر مع محرري ومشرفي هذه المواقع، وأن (10) مفردات ونسبة (16.3%) من عينة الدراسة يقومون بطرح الأسئلة والاستفسارات على مشرفي محرري هذه الرسائل، وتؤكد هذه النتائج الواردة في الجدول السابق صحة فرضيات نظرية الاستخدامات والاشباع التي تعتمد عليها هذه الدراسة في أن التفاعل بين جمهور وسائل الإعلام وبين هذه الوسائل هو الأساس في وجود هذه الوسائل والأهداف التي تسعى إلى تحقيقها.

جدول رقم (11) يوضح الفوائد التي تحققها عينة الدراسة من خلال متابعتها للمواقع الإخبارية العربية.

النسبة المئوية	التكرار	الفائدة
20%	12	التعليم
13.4%	8	الثقافة
33.3%	20	الإلمام بالأحداث

الترفيه والتسلية	20	33.3%
الإجمالي	60	100%

توضح بيانات الجدول رقم (11) أن الإمام بالأحداث والترفيه والتسلية تأتي في مقدمه الفوائد التي تحققها عينة الدراسة من خلال متابعتها للمواقع الإخبارية العربية بعدد (20) مفردة ونسبة (33.3%)، ثم يأتي التعامل بعدد (12) مفردة ونسبة (20%)، وأخيراً الثقافة بعد (8) مفردات ونسبة (13.4%).

وترى الباحثة أن طبيعة المواقع الإخبارية وما تقدمه من مواد إخبارية وتغطية للأحداث هي من أهم دوافع استخدام الجمهور لها وبالتالي تعكس هذه النتيجة حقيقة ما تقدمه هذه المواقع كما تعكس طبيعة اهتمام الجمهور المتابع لها.

جدول رقم (12) مدى ثقة مفردات العينة الدراسة في الأخبار التي تتابعها في المواقع الإخبارية العربية.

مدى الثقة	التكرار	النسبة المئوية
اثق فيها جداً	20	33.3%
أثق فيها	30	50%
لا أثق فيها	10	16.7%
الإجمالي	60	100%

توضح بيانات الجدول رقم (12) مدى ثقة مفردات عينة الدراسة في الأخبار التي تتابعها في المواقع الإخبارية العربية، حيث أوضحت البيانات أن عدد (30) مفردة ونسبة (50%) من العينة يثقون في هذه الأخبار، وأن عدد (20) مفردة ونسبة (33.3%) من العينة يثقون جداً في هذه الأخبار، وأن عدد (10) مفردات ونسبة (16.7%) من العينة لا يثقون في هذه الأخبار.

وترى الباحثة أن ارتفاع نسبة ثقة أفراد العينة في هذه الأخبار التي يتابعونها في المواقع الإخبارية العربية تدل على حجم المتابعة والحرص والاهتمام من قبل أفراد العينة في هذه الأخبار وتؤكد هذه النتيجة ما جاء في بيانات الجدول السابق.

جدول رقم (13) يوضح كيف تفضل عينة الدراسة الحصول على الاخبار التي تحصل عليها من المواقع الإخبارية.

النسبة المئوية	التكرار	كيفية التفضيل
%33.3	20	صور
%16.7	10	خبر
%50	30	خبر وصورة
%0	-	غير ذلك
%100	60	الإجمالي

أوضحت بيانات الجدول السابق رقم (13) أن عدد (30) مفردة ونسبة (50%) من عينة الدراسة يفضل الحصول على الأخبار مدعمة بالصور، وأن عدد (20) مفردة ونسبة (33.3%) من العينة تفضل الصور بدون أخبار، وأن نسبة (16.7%) وعدد (10) مفردات يفضلون الأخبار بدون صور.

وتدل هذه النسب على أن أغلب العينات تفضل الأخبار مدعمة بالصور وهي نتيجة منطقية حيث أن الأخبار المدعمة بالصور هي أقوى وأبلغ تأثيراً في المتلقي من الأخبار المجردة، وأن الأخبار المصورة كذلك أكثر تأثيراً في المتلقي من الأخبار المجردة وهو ما تؤكدته الدراسات والبحوث الإعلامية في هذا الصدر.

جدول رقم (14) يوضح مدى قيام المواقع الإخبارية بالإشباع الاخبار لدى عينة الدراسة.

النسبة المئوية	التكرار	مدى الإشباع
50%	30	نعم تقوم بالإشباع
33.3%	20	إلى حد ما
16.7%	10	لا تقوم بالإشباع
100%	60	الإجمالي

أوضحت بيانات الجدول رقم (14) مدى قيام المواقع الإخبارية بالإشباع الإخباري لدى عينة الدراسة وبينت أن عدد (30) مفردة ونسبة (50%) من العينة أجابت بأن المواقع الإخبارية العربية التي تتابعها تحقق الإشباع الإخباري لديها، وأن عدد (20) مفردة ونسبة (33.3%) من العينة أجابت بأن المواقع الإخبارية تقوم بالإشباع الإخباري لديها إلى حد ما، وأن عدد (10) مفردات ونسبة (16.7%) أجابت بأن المواقع الإخبارية العربية التي تتابعها لا تقوم بالإشباع الإخباري لها.

وتنشر هذه النتيجة إلى مدى اهتمام مفردات العينة بمتابعه المواقع الإخبارية

العربية وحرص على تقييم أداء ومدى جودتها.

خاتمة الدراسة وتوصياتها

أولاً: خاتمة الدراسة:

أوضحت هذه الدراسة التي قام بها الباحثون التي أجريت على عينة من طلبة وطالبات كلية الآداب جامعته سبها حول استخدام هؤلاء الطلبة للمواقع الإخبارية العربية بشبكة المعلومات الدولية (الإنترنت) أن كل الطلبة والطالبات الذين أجريت عليهم الدراسة يستخدمون شبكة المعلومات الدولية كما أنهم جميعاً يستخدمون المواقع الإخبارية العربية التابعة للقنوات الفضائية العربية أو التي تبث باللغة العربية كقناة البي بي سي الإنجليزية وقناة فرنسا 24 الفرنسية وخرجت الدراسة بعدة مؤشرات أهمها:

- 1- تعامل طلبة وطالبات كلية الآداب جامعته سبها مع شبكة المعلومات الدولية بشكل يومي.
- 2- استخدام طلبة وطالبات كلية الآداب بجامعة سبها المواقع الإخبارية العربية في شبكة المعلومات الدولية بمعدلات مرتفعة وبمتوسط ثلاث ساعات يومياً.
- 3- تعامل أكثر من ثلاث يا عينة الدراسة مع المواقع الإخبارية العربية.
- 4- تنوعت المواقع الإخبارية العربية التي يتعامل معها أفراد العين ما بين مواقع القنوات الليبية و قنوات عربييه و قنوات أجنبييه ناطقة باللغة العربية.
- 5- وتراوحت اهتمامات أفراد العينة بجميع انواع الاخبار السياسية والرياضية والفنية.

6- أوضحت الدراسة ان هناك تفاعل لأفراد عينة الدراسة مع مثبت والمواقع الإخبارية التي يتابعونها من خلال تعليقاتهم تواصلهم مع هذه المواقع وتفضيلهم بأشكال معينة من اشكال بث الاخبار.

7- اكثر الدراسة اكدت الدراسة صحة فرضيات نظريه الاستخدامات والإشباعات من ان وسائل الإعلام تقوم بعملية الدفاع الإشباع الإخباري والثقافي وجميع أشكال الإشباع لدى المتلقين لرسائلها.

ثانياً: توصيات الدراسة:

بناء على ما توصلت إليه هذه الدراسة من نتائج ميدانية وعلى ضوء أهمية هذه الدراسة فإن الباحثة نصيب ما.

1- ضرورة ايجاد قاعات إنترنت مجهزة بكلية الآداب جامعه سبها وإتاحة استخدامها أمام الطلبة للاستفادة منها.

2- ضرورة ترشيد الطلبة والطالبات للاستخدام الصحيح المفيد لشبكة المعلومات الدولية.

3- التوسع في إجراء الدراسات الميدانية على طلبة جامعه سبها التي تتعلق بالاستخدامات المتعددة على شبكة المعلومات الدولية.

4- اقتراح إجراء دراسة متعمقة على طلبة جامعه سبها حول استخدامات الإنترنت الإعلامية والتعليمية.

5- توظيف نتائج الدراسة الميدانية التي تجري على طلبة جامعه سبها حول استخدامات شبكة المعلومات الدولية بما يفيد في تطور العملية التعليمية بالجامعة.

المراجع

- 1- إشباع الحاجات النفس الاجتماعية والمهنية وعلاقته بتكيف الهيئة الإدارية الوسطى مهنيًا، مذكرة ماجستير، إعداد نور الدين تاويريت، 1995، جامعة قسنطينة، ص 78 .
- 2- بايت الشرق الأوسط، تعرف على الشبكة المعلوماتية، الإمارات، ط1، 1997.
- 3- جمال النجار، استخدامات الشباب الجامعي لشبكة المعلومات الدولية الإنترنت، دراسة ميدانية على طلاب جامعة الأزهر، مجلة الأزهر، القاهرة، العدد (22)، 2004.
- 4- حاتم عاطف، هل تهدد الإنترنت سيادة الدولة أم تعمل على تعزيزها، دراسة حالة مصر، مؤتمر الرابطة الدولية لبحوث الإعلام، الجامعة الأمريكية بالقاهرة، 2006.
- 5- حسين علي محمد، استخدام الشباب الجامعي القنوات الفضائية الغنائية والإشباع المتحققة، مجله بحوث الإعلام جامعه القاهرة، كلية العلوم، العدد (46)، اكتوبر 2008.
- 6- سامي طابع، استخدام الإنترنت في المجالات الإعلامية، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد الرابع، 2000.
- 7- السيد محمد بخيت، استخدام الإنترنت كوسيلة تعليمية في مجال الصحافة، دراسة تجريبية على طلبة الصحافة بجامعة الإمارات، جامعة القاهرة كلية الإعلام، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد الثامن، 2000.
- 8- عامر قدياحي، أنترنت الشبكة العالمية للمعلومات المحوسبة، بيروت، ط1، 2002.

- 9- علي الشاطر، نظرة في مستقبل الاتصالات، مجلة الموقف الثقافي، بغداد، العدد (2)، 1999.
- 10- فارس اثني، الإعلام العالمي، مؤسساته وطريقة عمله، بيروت، دار أمواج، 2002.
- 11- فاروق حسين، الإنترنت، الشبكة الدولية للمعلومات، ط1، القاهرة، دار الفكر العربي.
- 12- ليلي حسين السيد، استخدامات الأسرة الفلسطينية لوسائل الاتصال الإلكتروني ومدى الإشباع الذي تحققه رساله دكتوراه غير منشوره كليه الإعلام جامعه القاهرة 1993.
- 13- مايكل باستر، الإنترنت كوسيلة اتصالية للشباب - دراسة ميدانية، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد الثامن، أغسطس 2002.
- 14- محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، القاهرة، عالم الكتب، 2004.
- 15- نائلة عمارة، استخدامات الإنترنت والتفاعل الاجتماعي لدى الشباب الجامعي، مؤتمر كافة الإنترنت في الوطن العربي - الواقع والتحديات، جامعة الشارقة كلية الاتصال، 2005.
- 16- هانز باور، الشباب والتكنولوجيا الحديثة، مجلة العلوم الاجتماعية جامعة هولنتر، 2002.
- 17- هيثم تيازي مصطفى، رحلة عبر الشبكة الدولية، ط1، القاهرة، مطبعة الزهراء، 1998.
- 18- www.ar.wikipedia.org
- 19- www.bahrweb.com
- 20- www.meemapps.com

الملاحق

جامعة سبها - كلية الآداب

قسم / الإعلام

السيد /

.....

السيدة /

.....

أتقدم إليكم بهذه الاستمارة لمساعدتي في الدراسة البحثية وأرجو منكم
الاطلاع عليها وتحكيمها.

علماً بأن موضوع البحث هو: (استخدامات طلبة جامعة سبها للمواقع
الإخبارية العربية والإشباع المتحققة - دراسة ميدانية).

ولكم مني جزيل الشكر

الباحثة

أريج المهدي الأحول

قسم / الإعلام

جامعة سبها - كلية الآداب

قسم / الإعلام

أخي الطالب.

أختي الطالبة.

أرجو منكم التكرم بالإجابة على أسئلة هذه الاستمارة ولا داعي لذكر الاسم مع العلم أن بيانات هذه الاستمارة سرية ولن تستغل إلا لأغراض علمية بحثية.

ولكم مني جزيل الشكر

الباحثة

أريج المهدي الأحول

قسم / الإعلام

أولاً: البيانات الشخصية:

الجنس ذكر أنثى

ثانياً: الأسئلة:

1- هل تمتلك جهاز هاتف نقال؟

نعم

لا

2- هل تتعامل مع الانترنت؟

نعم

لا

3- إذا كنت تتعامل مع الإنترنت فكم من الوقت تقضيه في تصفح الإنترنت؟

أقل من ساعة

من ساعة إلى ساعتين

من ساعتين إلى ثلاث ساعات

أكثر من ثلاث ساعات

4- هل تتعامل مع المواقع الإخبارية العربية؟

نعم

إلى حد ما

لا

5- إذا كنت تتعامل مع المواقع الاخبارية العربية فما هي أهم المواقع التي تتعامل معها؟

العربية نت

الجزيرة نت

أخرى تذكر:

6- ما هي طبيعة الاخبار التي تفضل متابعتها بالمواقع الاخبارية؟

الاخبار السياسية

الاخبار الرياضية

الاخبار الاقتصادية

عامة

أخرى تذكر:

7- هل تتواصل مع المواقع الاخبارية التي تتابعها؟

نعم اتواصل

لا اتواصل

8- إذا كنت تتواصل مع المواقع الاخبارية العربية فما هي طبيعة هذا التواصل؟

أعلق على الأخبار الواردة بهذه المواقع

أتبادل وجهات النظر مع محرري ومشرفي هذه المواقع

أخرى تذكر:

9- ما هي الأشياء التي تحققها من خلال متابعتك للمواقع الاخبارية العربية؟

التعلم

الثقافة

الإلمام بالأحداث وفهمها

أخرى تذكر:

10- ما مدى ثقتك في الأخبار التي تتابعها بالمواقع الإخبارية العربية حسب رأيك؟

أثق فيها جداً

أثق فيها

لا أثق فيها

11- كيف تفضل الحصول على الأخبار التي تحصل عليها من المواقع الإخبارية؟

صور

خبر

غير ذلك

12- هل تقوم هذه المواقع الإخبارية بالإشباع الإخباري لديك كمستخدم لها؟

نعم تقوم بالإشباع

لا تقوم بالإشباع

