



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة باتنة - 1

كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية

قسم علوم الإعلام و الاتصال و علم المكتبات

تخصص: وسائل الإعلام والمجتمع



تأثير الإنترنت على سلوكيات وقيم الشباب في ضوء نظرية الحتمية القيمية:  
دراسة مسحية لدى أوساط الشباب الجزائري

أطروحة تخرج لنيل شهادة دكتوراه الطور الثالث في علوم الإعلام والاتصال  
تخصص: وسائل الإعلام والمجتمع

إشراف الأستاذ:

د. محمد قارش

إعداد الطالبة:

وهيبة بشريف

لجنة المناقشة:

الاسم واللقب	الدرجة العلمية	الجامعة الأصلية	الصفة
أ. د. حسين قادري	أستاذ	باتنة 1	رئيسا
أ. د. محمد قارش	أستاذ	باتنة 1	مشرفا ومقررا
د. فريدة عكروت	أستاذ محاضر أ	مستغانم	عضو مناقشا
د. رضوان بلخيري	أستاذ محاضر أ	تبسة	عضو مناقشا
د. باديس مجاني	أستاذ محاضر أ	باتنة 1	عضو مناقشا
د. نصر الدين بوزيان	أستاذ محاضر أ	قسنطينة 3	عضو مناقشا

السنة الجامعية: 2018-2019

## الإهداء

إلى من أثبتت لي معنى التضحية ... أمي

إلى من أعطوني درس عن الحياة... أبي و إخوتي و كل فرد من عائلتي

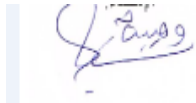
إلى كل شهيد من شهداء أرض مليون ونصف شهيد،

إلى كل طالب علم من أجل العلم والمعرفة وبلد مليون ونصف مليون شهيد

إلى كل الساعين وراء الإنصاف والعمل المتفاني ومنه العطاء

أهدي هذا العمل و الجهد ...

وهيبة بشريف



## الشكر

الحمد و الشكر لله عز وجل، لولا رعايته وحفظه لنا، لما اقتدينا لهذا العمل، وأتمناه، وشكر موصول أيضا إلى أستاذان: الدكتور محمد قارش و البروفسور بدر الدين زواقة، اللذان أناراني بتوجيهاتهما وملاحظتهما لإنجاز هذا العمل.

إلى كل من أساتذتي الكرام: الدكتور فريدة عكروت، حسين قادري، نصير بوعلي، السعيد بومعيزة، بوعبد الله بن عاجمية، غانم عبد الوهاب، مناد سميرة، أحمد بوذراع، شفيق ايكوفان، أحمد عبدلي.  
إلى الأساتذة كل من: محمد فدل، باديس لونيس، باديس مجاني.

إلى زملائي في الدراسة.

إلى كل الذين قدموا لي المساعدة وساهموا في وصولي إلى هذه المرحلة.

إلى كل من حملتهم في ذكراتي و قلبي ولم تسعهم أوراقتي.

## فهرس الجداول

رقم الصفحة	عناوين الجداول	رقم الجدول
24	يوضح توزيع المستجوبين حسب متغير الجنس	01
25	يوضح توزيع المستجوبين حسب السن	02
25	يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى التعليمي	03
26	يبين توزيع المبحوثين حسب متغير المهنة	04
26	يبين الوقت اليومي لاستخدام أفراد العينة للإنترنت	05
27	يبين الاوقات المفضلة لاستخدام المبحوثين للإنترنت	06
27	يبين مع من يستخدم أفراد العينة الإنترنت	07
28	يبين الوسيلة المستخدم لارتباط المبحوثين بالإنترنت	08
29	يبين تصفح المستجوبين للمواضيع على الإنترنت	09
30	يبين تصفح المبحوثين للمواضيع على الإنترنت	10
31	يبين عرض تصفح أفراد العينة للإنترنت	11
32	يبين تأثير محتويات الإنترنت على سلوك المبحوثين	12
33	يبين مساهمة الإنترنت في قيام المبحوثين بهذه السلوكيات	13
35	يبين مساهمة الإنترنت في تثبيت قيم المبحوثين	14
211	يوضح توزيع المؤسسات المزودة عن طريق Cerist	15
222	دليل الأبعاد المختلفة للقيمة وفقا لمقياس ع. س. ن	16
226	يبين توزيع أفراد العينة حسب الجنس	17
227	يبين توزيع المبحوثين حسب متغير السن	18
228	يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى التعليمي	19
229	توزيع أفراد العينة حسب متغير الإقامة	20
230	يبين توزيع أفراد العينة حسب الولاية	21
231	توزيع المبحوثين حسب متغير المهنة	22

رقم الصفحة	عناوين الجداول	رقم الجدول
232	يبين توزيع المبحوثين حسب الحالة المدنية	23
233	يبين توزيع المبحوثين حسب الدخل الشهري	24
234	توزيع أفراد العينة وفق الوقت اليومي لاستخدام الانترنت	25
235	توزيع أفراد العينة حسب مكان استخدام الانترنت	26
237	يبين الاوقات المفضلة للمستجوبين لاستخدام الانترنت	27
238	يبين مع من يستخدم المبحوثين الانترنت	28
240	توزيع أفراد العينة حسب الكتابة على الانترنت	29
241	يبين فترات استخدام الانترنت حسب المبحوثين	30
243	يبين الوسيلة المستخدمة للارتباط بالإنترنت	31
244	يبين تصفح أفراد العينة للمواضيع على الانترنت	32
245	يبين تصفح المبحوثين للمواضيع على الانترنت	33
247	توزيع أفراد العينة حسب مدة استخدام الانترنت	34
249	يبين عرض تصفح المستجوبين للإنترنت	35
251	يبين توزيع أفراد العينة وفقا لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي	36
252	يبين مشاركة مستجوبين المحتويات على مواقع التواصل الاجتماعي	37
254	يبين نشر المبحوثين صور عبر مواقع التواصل الاجتماعي	38
255	توزيع أفراد العينة حسب الهوية المستخدمة في مواقع التواصل الاجتماعي	39
256	يبين توزيع أفراد العينة حسب استخدامهم للشخصيات الهوية المستعارة المستخدمة في مواقع التواصل الاجتماعي	40
258	يبين سبب استخدام المبحوثين هوية مستعارة في مواقع التواصل الاجتماعي	41
260	يبين ترتيب المستجوبين للردشة عبر مواقع التواصل الاجتماعي	42
262	يبين موافقة أفراد العينة على طلب الصداقة عبر مواقع التواصل الاجتماعي	43
264	يبين ترتيب المبحوثين لبعث طلبات الصداقة عبر مواقع التواصل الاجتماعي	44
265	توزيع أفراد العينة حسب أصدقائهم من بلدان أجنبية عبر مواقع التواصل الاجتماعي	45

رقم الصفحة	عناوين الجداول	رقم الجدول
266	توزيع أفراد العينة حسب استخدام موقع التواصل الاجتماعي "اليوتيوب"	46
268	يبين المضامين المنشورة في اليوتيوب حسب المبحوثين	47
270	يبين تحميل المبحوثين للفيديوهات عبر موقع اليوتيوب	48
271	يبين الوقت اليومي لاستخدام أفراد العينة للإنترنت حسب الجنس	49
272	يبين مكان استخدام المبحوثين للإنترنت حسب الجنس	50
273	يبين الاوقات المفضلة لاستخدام المستجوبين للإنترنت حسب الجنس	51
274	يبين توزيع أفراد العينة في استخدامهم الانترنت حسب الجنس	52
275	يبين فترات استخدم المبحوثين للإنترنت حسب الجنس	53
276	يبين فترات استخدام أفراد العينة حسب متغير المستوى التعليمي	54
278	يبين تصفح أفراد العينة للمواضيع عبر الانترنت حسب الجنس	55
279	يبين المواضيع المتصفح من قبل المبحوثين عبر الانترنت حسب الجنس	56
280	يبين مدة استخدام أفراد العينة للإنترنت حسب الجنس	57
282	يبين عرض تصفح المبحوثين للإنترنت حسب الجنس	58
284	يبين عرض تصفح المستجوبين للإنترنت حسب متغير المستوى التعليمي	59
295	يبين تأثير محتويات الانترنت على سلوك أفراد العينة	60
296	يبين كيفية تأثير محتويات الانترنت على المبحوثين	61
297	يبين توزيع أفراد العينة حسب سلوك استخدام البريد الالكتروني	62
298	يبين سلوك تعامل المستجوبين عبر مواقع التواصل الاجتماعي	63
300	يبين مساهمة الانترنت على قيام أفراد العينة بهذه السلوكيات	64
301	يبين مساهمة الانترنت على قيام المبحوثين بهذه السلوكيات	65
302	يبين مساهمة الانترنت على قيام المستجوبين بهذه السلوكيات	66
305	توزيع أفراد العينة حسب مساهمة الانترنت على القيام بهذه السلوكيات	67
306	يبين استخدام أفراد العينة للبريد الالكتروني حسب الجنس	68
307	يبين استخدام أفراد العينة للبريد الالكتروني حسب المستوى التعليمي	69

رقم الصفحة	عناوين الجداول	رقم الجدول
308	يبين سلوك تعامل أفراد العينة عبر مواقع التواصل الاجتماعي حسب الجنس	70
309	يبين مساهمة الانترنت على قيام أفراد العينة بهذه السلوكيات حسب الجنس	71
310	يبين مساهمة الانترنت على قيام المبحوثين بهذه السلوكيات حسب الجنس	72
311	يبين مساهمة الانترنت على قيام المستجوبين بهذه السلوكيات حسب الجنس	73
313	يبين مساهمة الانترنت على قيام المبحوثين بهذه السلوكيات حسب العمر	74
314	يبين مساهمة الانترنت على قيام أفراد العينة بهذه السلوكيات حسب متغير العمر	75
315	يبين مساهمة الانترنت على قيام المستجوبين بهذه السلوكيات حسب متغير العمر	76
318	يبين مساهمة الانترنت على قيام أفراد العينة بهذه السلوكيات حسب متغير المستوى التعليمي	77
319	يبين مساهمة الانترنت على قيام المستجوبين بهذه السلوكيات حسب متغير المستوى التعليمي	78
320	يبين مساهمة الانترنت على قيام المبحوثين بهذه السلوكيات حسب المستوى التعليمي	79
323	يبين مساهمة الانترنت على قيام أفراد العينة بهذه السلوكيات حسب متغير الإقامة	80
324	يبين مساهمة الانترنت على قيام المبحوثين بهذه السلوكيات حسب متغير الإقامة	81
325	يبين مساهمة الانترنت على قيام المستجوبين بهذه السلوكيات حسب متغير الإقامة	82
327	يبين مساهمة الانترنت على قيام أفراد العينة بهذه السلوكيات حسب متغير المهنة	83
328	يبين مساهمة الانترنت على قيام المبحوثين بهذه السلوكيات حسب متغير المهنة	84
329	يبين مساهمة الانترنت على قيام المستجوبين بهذه السلوكيات حسب متغير المهنة	85
331	يبين مساهمة الانترنت على قيام أفراد العينة بهذه السلوكيات حسب الحالة المدنية	86
332	يبين مساهمة الانترنت على قيام المبحوثين بهذه السلوكيات حسب الحالة المدنية	87
333	يبين مساهمة الانترنت على قيام المستجوبين بهذه السلوكيات حسب الحالة المدنية	88
335	يبين مساهمة الانترنت على قيام أفراد العينة بهذه السلوكيات حسب الدخل الشهري	89
336	يبين مساهمة الانترنت على قيام المبحوثين بهذه السلوكيات حسب الدخل الشهري	90
337	يبين مساهمة الانترنت على قيام المستجوبين بهذه السلوكيات حسب الدخل الشهري	91
345	يبين مساهمة مضامين الانترنت على تغيير قيم أفراد العينة	92

رقم الصفحة	عناوين الجداول	رقم الجدول
347	يبين العلاقة بين محتويات الانترنت و تثبيت قيم أفراد العينة	93
348	يبين العلاقة بين محتويات الانترنت و تثبيت قيم المبحوثين	94
349	يبين مساهمة الانترنت في تثبيت قيم المستجوبين	95
351	يبين العلاقة بين مضامين الانترنت و تغيير قيم المبحوثين	96
352	يبين العلاقة بين مضامين الانترنت و تغيير قيم أفراد العينة	97
353	يبين العلاقة بين مضامين الانترنت و تغيير قيم المستجوبين	98
355	يبين مساهمة الانترنت في تغيير قيم المبحوثين	99
356	يبين مساهمة مضامين الانترنت في تغيير قيم أفراد العينة حسب الجنس	100
357	يبين مساهمة مضامين الانترنت في تغيير قيم أفراد العينة حسب متغير المستوى التعليمي	101
358	يبين مساهمة الانترنت في تثبيت قيم المبحوثين حسب الجنس	102
359	يبين مساهمة الانترنت في تثبيت قيم أفراد العينة حسب الجنس	103
361	يبين مساهمة الانترنت في تثبيت قيم المبحوثين حسب متغير العمر	104
362	يبين مساهمة الانترنت في تثبيت قيم أفراد العينة حسب متغير العمر	105
364	يبين مساهمة الانترنت في تثبيت قيم أفراد العينة حسب متغير المستوى التعليمي	106
365	يبين مساهمة الانترنت في تثبيت قيم المبحوثين حسب متغير المستوى التعليمي	107
367	يبين مساهمة الانترنت في تثبيت قيم المبحوثين حسب مكان الإقامة	108
368	يبين مساهمة الانترنت في تثبيت قيم أفراد العينة حسب مكان الإقامة	109
370	يبين مساهمة الانترنت في تثبيت قيم المبحوثين حسب متغير المهنة	110
371	يبين مساهمة الانترنت في تثبيت قيم أفراد العينة حسب متغير المهنة	111
373	يبين مساهمة الانترنت في تثبيت قيم المبحوثين حسب الحالة المدنية	112
374	يبين مساهمة الانترنت في تثبيت قيم أفراد العينة حسب الحالة المدنية	113
376	يبين مساهمة الانترنت في تثبيت قيم المبحوثين حسب الدخل الشهري	114
377	يبين مساهمة الانترنت في تثبيت قيم أفراد العينة حسب الدخل الشهري	115
379	يبين مساهمة الانترنت في تغيير قيم أفراد العينة حسب الجنس	116



رقم الصفحة	عناوين الجداول	رقم الجدول
380	يبين مساهمة الانترنت في تغيير قيم المبحوثين حسب الجنس	117
382	يبين مساهمة الانترنت في تغيير قيم أفراد العينة حسب متغير العمر	118
383	يبين مساهمة الانترنت في تغيير قيم المبحوثين حسب متغير العمر	119
385	يبين مساهمة الانترنت في تغيير قيم أفراد العينة حسب متغير المستوى التعليمي	120
386	يبين مساهمة الانترنت في تغيير قيم المبحوثين حسب متغير المستوى التعليمي	121
388	يبين مساهمة الانترنت في تغيير قيم المبحوثين حسب مكان الإقامة	122
389	يبين مساهمة الانترنت في تغيير قيم أفراد العينة حسب مكان الإقامة	123
391	يبين مساهمة الانترنت في تغيير قيم المبحوثين حسب متغير المهنة	124
392	يبين مساهمة الانترنت في تغيير قيم أفراد العينة حسب متغير المهنة	125
394	يبين مساهمة الانترنت في تغيير قيم المبحوثين حسب الحالة المدنية	126
395	يبين مساهمة الانترنت في تغيير قيم أفراد العينة حسب الحالة المدنية	127
397	يبين مساهمة الانترنت في تغيير قيم المبحوثين حسب الدخل الشهري	128
398	يبين مساهمة الانترنت في تغيير قيم أفراد العينة حسب الدخل الشهري	129

## فهرس الأشكال

رقم الصفحة	عنوان الشكل	رقم الشكل
178	تلخيص مفهوم الثقافة حسب " عبد الرحمن عزي "	01
226	توزيع العينة حسب الجنس	02
227	يوضح توزيع أفراد العينة حسب السن	03
228	يوضح توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي	04
229	يوضح توزيع أفراد العينة حسب مكان الإقامة	05
230	يوضح توزيع أفراد العينة حسب الولاية	06
231	يوضح توزيع أفراد العينة حسب المهنة	07
232	يوضح توزيع أفراد العينة حسب الحالة المدنية	08
233	يوضح توزيع أفراد العينة حسب الدخل الشهري	09
234	يوضح توزيع أفراد العينة حسب الوقت اليومي في استخدام الانترنت	10
237	يوضح توزيع أفراد العينة حسب الاوقات المفضلة لاستخدامهم للإنترنت	11
238	يوضح مع من يستخدم أفراد العينة الانترنت	12
242	يوضح توزيع أفراد العينة حسب فترات استخدام الانترنت	13

رقم الصفحة	عنوان الشكل	رقم الشكل
247	يوضح توزيع أفراد العينة حسب مدة استخدام الانترنت	14
255	يوضح الهوية المستخدمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي حسب المبحوثين	15
257	يوضح استخدام شخصيات في الهوية المستعارة عبر مواقع التواصل الاجتماعي حسب المبحوثين	16
258	يوضح سبب استخدام الهوية المستعارة في مواقع التواصل الاجتماعي حسب المبحوثين	17
265	يوضح أصدقاء المبحوثين من بلدان أجنبية عبر مواقع التواصل الاجتماعي	18
266	يوضح استخدام اليوتيوب حسب المبحوثين	19
295	يوضح تأثير محتويات الانترنت على السلوك حسب المبحوثين	20
297	يوضح استخدام البريد الالكتروني حسب المبحوثين	21
299	يوضح سلوك تعامل المبحوثين عند استخدام مواقع التواصل الاجتماعي	22
305	يوضح مساهمة محتويات الانترنت على قيام المبحوثين بهذه السلوكيات	23
345	يوضح مساهمة مضامين الانترنت في تغيير قيم المبحوثين	24
350	يوضح مساهمة محتويات الانترنت في تثبيت قيم المبحوثين	25
355	يوضح مساهمة مضامين الانترنت في تثبيت قيم أفراد العينة	26

## فهرس المحتويات

الإهداء

الشكر

فهرس الجداول

فهرس الأشكال

ملخص.

1. ملخص باللغة العربية
2. ملخص باللغة الفرنسية
3. ملخص باللغة الانجليزية

خطة الدراسة

مقدمة.....أ

### 1. الجانب المنهجي للدراسة

- 1.1. إشكالية الدراسة و أهميتها.....7
- 2.1. فرضيات الدراسة.....9
- 3.1. أسباب اختيار الدراسة.....10
- 4.1. أهداف الدراسة.....10
- 5.1. حدود الدراسة.....11
- 6.1. بعض الدراسات المشابهة للدراسة و مراجعتها.....11
- 1.6.1. بعض الدراسات المشابهة للدراسة.....11
- 1.1.6.1. بعض الدراسات المشابهة الوطنية.....11
- 2.1.6.1. بعض الدراسات المشابهة الأجنبية.....17
- 2.6.1. مراجعة بعض الدراسات المشابهة.....18
- 7.1. الخلفية النظرية و إسقاطها على الدراسة.....21
- 1.7.1. الخلفية النظرية المفسرة للدراسة.....21
- 2.7.1. إسقاط النظرية على الدراسة.....21
- 8.1. صعوبات الدراسة.....22

9.1	البحث الاستطلاعي الدراسة و نتائجه	24
10.1	مصطلحات الدراسة	37
1.10.1	مفهوم التأثير والمفاهيم المرتبطة به	37
2.10.1	مفهوم السلوك والمفاهيم المرتبطة به	37
3.10.1	مفهوم الإنترنت والمفاهيم المرتبطة به	40
4.10.1	مفهوم القيم والمفاهيم المرتبطة به	42
5.10.1	مفهوم الشباب والمفاهيم المرتبطة به	44
6.10.1	مفهوم الاستعمال والمفاهيم المرتبطة به	46
2	الجانب النظري للدراسة: تأثير الانترنت وعلاقته بثنائية القيم والسلوكيات	
1.2	دراسات التأثير ونظرياته	
1.1.2	نظريات التأثير القوي	57
1.1.1.2	نظرية الطلقة الرصاصية	57
2.1.2	نظريات التأثير غير مباشرة	58
1.2.1.2	نظرية سريان المعلومات على مرحلتين	58
2.2.1.2	مدخل الاستخدامات والإشباع	58
3.2.1.2	نظرية الانتشار و الابتكارات (Diffusion of Innovation)	59
3.1.2	نظريات التأثير في حالات	59
1.3.1.2	نظرية الاختلافات الفردية	60
2.3.1.2	نظرية العلاقات الاجتماعية	60
3.3.1.2	نظرية الطبقات الاجتماعية أو الفئات الاجتماعية "Social catégories"	60
4.3.1.2	نظرية التأثير الانتقائي: the selective and limited influences theory	60
4.1.2	نظريات التأثير التراكمي	60
1.4.1.2	نظرية دوامة الصمت (theory silence of spiral)	60
2.4.1.2	نظرية الغرس الثقافي	61

## 2.2. الإنترنت

- 64..... 1.2.2. الإنترنت: لمحة تاريخية
- 68..... 2.2.2. وسيلة الإنترنت: إدارتها وسماتها
- 68..... 1.2.2.2. إدارة شبكة الانترنت
- 68..... 2.2.2.2. سمات الإنترنت ومستلزماتها
- 70..... 3.2.2. خدمات شبكة الانترنت بين الإيجابيات والسلبيات
- 70..... 1.3.2.2. الخدمات التي تتيحها شبكة الإنترنت
- 88..... 2.3.2.2. ايجابيات الإنترنت وسلبياتها
- 88..... 1.2.3.2.2. ايجابيات الإنترنت
- 88..... 2.2.3.2.2. سلبيات الإنترنت
- 91..... 4.2.2. خصائص التلقي عبر شبكة الإنترنت و مخاطرها وسبل مواجهتها
- 91..... 1.4.2.2. خصائص التلقي عبر شبكة الإنترنت
- 93..... 2.4.2.2. مخاطر الإنترنت وسبل مواجهتها
- 93..... 1.2.4.2.2. مخاطر الإنترنت
- 106..... 2.2.4.2.2. سبل مواجهة مخاطر الإنترنت
- 129..... 3.2. القيم والسلوكيات
- 131..... 1.3.2. مميزات القيم و تصنيفاتها
- 131..... 1.1.3.2. مميزات القيم
- 131..... 1.1.1.3.2. مميزات القيم من منظور غربي
- 132..... 2.1.1.3.2. مميزات القيم من منظور عربي إسلامي
- 132..... 2.1.3.2. معايير تصنيف القيم
- 132..... 1.2.1.3.2. المنظور الغربي و تصنيف القيم
- 134..... 2.2.1.3.2. تصنيف القيم وفقا للمنظور الإسلامي
- 136..... 2.3.2. وظائف وأهمية القيم في الحياة
- 136..... 1.2.3.2. وظائف وأهمية القيم في حياة الفرد و المجتمع
- 136..... 1.1.2.3.2. وظائف القيم
- 136..... 2.1.2.3.2. أهمية القيم في حياة الفرد و المجتمع

136.....	1.2.1.2.3.2 أهمية القيم بالنسبة للفرد
136.....	2.2.1.2.3.2 أهمية القيم بالنسبة للمجتمع
138.....	2.2.3.2 مصادر القيم في الجزائر
140.....	3.3.2 أنواع وسمات السلوك وعلاقته بالقيم
140.....	1.3.3.2 أنواع السلوك
142.....	2.3.3.2 سمات السلوك
143.....	2.4.3 علاقة السلوك بالقيم
<b>4.2. الحتمية القيمية وتأثير الإنترنت على الشباب</b>	
151.....	1.4.2 الشباب وعلاقته بالإنترنت
151.....	1.1.4.2 مراحل فترة الشباب وخصائصها
151.....	1.1.1.4.2 مراحل فترة الشباب
151.....	2.1.1.4.2 سمات الشباب
153.....	2.1.4.2 الشباب: بين المتطلبات والاهتمامات
153.....	1.2.4.2 متطلبات الشباب
154.....	2.2.4.2 اهتمامات الشباب
	3.1.4.2 مكونات الشخصية الشابة و صراع الأدوار التربوية بين شبكة الإنترنت و مؤسسات التنشئة الاجتماعية للشباب
155.....	1.3.1.4.2 مكونات الشخصية الشابة
157.....	2.3.1.4.2 صراع الأدوار التربوية بين شبكة الانترنت ومؤسسات التنشئة الاجتماعية للشباب
157.....	2.3.1.4.2 1. المؤسسة الأولى: الأسرة
157.....	2.3.1.4.2 2. الشارع
158.....	2.3.1.4.2 3. مؤسسة المدرسة
158.....	2.3.1.4.2 4. المسجد
158.....	2.3.1.4.2 5. جماعة الأنداد
159.....	2.3.1.4.2 6. وسائل الإعلام و شبكة الإنترنت
160.....	4.4.2 مشكلات الشباب ومقترحات لحلها
160.....	1.4.1.4.2 مشكلات الشباب

- 163.....مقترحات لحل مشاكل الشباب 2.4.1.4.2
- 165.....الحتمية القيمية في الإعلام 2.4.2
- 165.....نظرية الحتمية القيمية في الإعلام و إسهامات الباحثين فيها 1.2.4.2
- 165.....تسمية الحتمية القيمية في الإعلام 1.1.2.4.2
- 165.....بروز نظرية القيمية في الإعلام و تطورها 2.1.2.4.2
- 168.....إسهامات الباحثين في النظرية القيمية 2.2.4.2
- 169.....التعريف بصاحب النظرية القيمية وأشهر نتاجاته 3.2.4.2
- 169.....التعريف بمنظر نظرية الحتمية القيمية الإعلامية 1.3.2.4.2
- 169.....أشهر نتاجات "عبد الرحمن عزي" 2.3.2.4.2
- 172.....مصادر الحتمية القيمية: الافتراضات و أهم الركائز والمفاهيم 2.2.4.2
- 172.....مصادر نظرية الحتمية القيمية الإعلامية ومفاتيح قراءتها 1.2.2.4.2
- 172.....مصادر نظرية الحتمية القيمية الإعلامية 1.1.2.2.4.2
- 172.....مفاتيح قراءة الحتمية القيمية 1.1.2.2.4.2
- 174.....افتراضات نظرية القيمية و أهم ركائزها 2.2.2.4.2
- 174.....افتراضات نظرية القيمية في الإعلام 1.2.2.2.4.2
- 174.....أهم ركائز الحتمية القيمية في الإعلام 2.2.2.2.4.2
- 175.....مفاهيم الحتمية القيمية في الإعلام 3.2.2.4.2
- 180.....منظور النظرية القيمية لأخلاقيات المهنة الإعلامية والرؤى العربية والغربية لها 3.2.4.2
- 180.....أخلاقيات الإعلام: الاختلاف بين المنظور القيمي والغربي 1.3.2.4.2
- 180.....المنظور القيمي لأخلاقيات المهنة الإعلامية 1.1.3.2.4.2
- 182.....الاختلاف بين المنظور القيمي والغربي لأخلاقيات الإعلام 2.1.3.2.4.2
- 184.....الرؤية الغربية والعربية حول نظرية الحتمية القيمية في الإعلام 2.3.2.4.2
- 184.....الرؤية العربية للنظرية القيمية 1.2.3.2.4.2
- 184.....الرؤية الغربية حول نظرية القيمية 2.2.3.2.4.2



186	4.2.4.2. الانتقادات المصوبة للنظرية الحتمية القيمة والرد عليها
186	1.4.2.4.2. الانتقادات الموجهة للنظرية القيمة
187	2.4.2.4.2. الرد على الانتقادات المصوبة لنظرية القيمة الإعلامية
187	1.2.4.2.4.2. نظرة الدكتور نصير بوعلي للانتقادات
188	2.2.4.2.4.2. رد منظر النظرية الدكتور عبد الرحمن عزي على الانتقادات
189	3.4.2. ثلاثية الإنترنت والحتمية القيمة والشباب: قراءة في التأثير
189	1.3.4.2. التأثيرات الايجابية
192	2.3.4.2. التأثيرات السلبية
<b>3. الجانب الميداني لدراسة</b>	
210	1.3. استخدام الانترنت: حالة الجزائر
210	1.1.3. دخول الإنترنت للجزائر
210	2.1.3. تطور استخدام الإنترنت في الجزائر
216	2.3. تحليل نتائج الدراسة الميدانية
216	1.2.3. مجتمع الدراسة وعينته
216	1.1.2.3. مجتمع الدراسة
216	2.1.2.3. عينة الدراسة
218	2.2.3. منهج الدراسة وأدواته
218	1.2.2.3. منهج الدراسة
219	2.2.2.3. أدوات الدراسة
223	3.2.3. الإطار الزمكاني للدراسة
223	1.3.2.3. الإطار الزمني للدراسة
223	2.3.2.3. الإطار المكاني للدراسة
225	4.2.3. تحليل نتائج الاستخدام. و التأثير
226	1.4.2.3. التحليل الكمي لنتائج الاستخدام و التأثير
227	2.4.2.3. التحليل الكيفي لنتائج الاستخدام و التأثير
286	3.4.2.3. النتائج الأولية لاستخدام الإنترنت
294	5.2.3. تحليل نتائج السلوك

295	1.5.2.3. التحليل الكمي والكمي لنتائج السلوك
295	1.1.5.2.3. التحليل الكمي لنتائج السلوكيات
396	2.1.5.2.3. التحليل الكمي لنتائج السلوكيات
339	3.1.5.2.3. النتائج الأولية لسلوكيات
344	2.5.2.3. التحليل الكمي والكمي لنتائج القيم
344	1.2.5.2.3. التحليل الكمي لنتائج القيم
345	2.2.5.2.3. التحليل الكمي لنتائج القيم
401	3.2.5.2.3. النتائج الأولية للقيم
406	3.3. النتائج والاستنتاجات العامة
407	1.3.3. النتائج العامة للاستخدام
409	2.3.3. النتائج العامة لسلوكيات
410	3.3.3. النتائج العامة للقيم
412	4.3. نتائج الدراسة وعلاقتها بافتراضات و نظرية القيمة والدراسات المشابهة
413	1.4.3. نتائج على أساس فرضيات الدراسة
415	2.4.3. نتائج على أساس الدراسات المشابهة للدراسة
419	3.4.3. نتائج على أساس نظرية الحتمية القيمة في الإعلام
420	خاتمة
422	قائمة الببلوغرافيا
448	قائمة الملاحق

# تأثير الانترنت على سلوكيات الشباب وقيمه في ضوء النظرية القيمية في الإعلام: دراسة ميدانية لدى أوساط الشباب الجزائري

أ. وهيبة بشريف

جامعة باتنة 1

## ملخص:

تهدف هذه الدراسة إلى معرفة تأثير مضامين الانترنت المختلفة على الشباب الجزائري ومنه تعزيز أو تحييد سلوكيات أو قيم محددة لديهم، و نظرا لتأثيرات المختلفة للشبكة العنكبوتية على الشباب، اخترنا معالجة تلك التأثيرات التي تحدثها وسيلة الوسائل على سلوكيات و قيم الشباب الجزائري، خاصة وأن هذه التأثيرات تتجسد في سوك الشباب و تظهر في قيمه، حيث أن نظرية القيمية في الإعلام ترى أن محتويات الوسيلة الاتصالية و الإعلامية إذا ارتبطت بالقيمة و اقترب منها، فسوف ينعكس هذا على احداث تأثير ايجابي على الشباب، و إذا ابتعدت عن القيمة، فإنها سوف تحدث تأثير سلبي على تلك الفئة، و هو ما سمي بتحبيد القيم من طرف وسيلة الإنترنت، و بناء على ما تم ذكره، طرحنا الاشكال التالي: ما هو تأثير الإنترنت على سلوكيات و قيم الشباب الجزائري؟

اتبعت هذه الدراسة المنهج الوصفي المسحي، حيث اعتمد على أداة الاستمارة في الحصول على معلومات تفيد تأثير الشبكة على سلوكيات الشباب وقيمه، و التي اشتملت الشباب في كل من ولايات الأربع: الجزائر، بسكرة، وهران، باتنة، و بالاعتماد على العينة القصدية و الحصصية، حيث بلغ حجم عينة الدراسة 518 مفردة، التي توصلت إلى مجموعة من النتائج تمثلت في:

- يستخدم أغلبية أفراد العينة مضامين الإنترنت في أي وقت.
- يتصفح الشباب الجزائري الانترنت من أجل مواضيع التسلية في المرتبة الأولى، ثم المواضيع الثقافية و رياضية.
- تساعد مضامين الإنترنت الشباب على قيامهم بالسلوكيات التالية: القلق و التوتر، عدم الالتزام بالوقت، اللامبالاة، البحث عن الحبيب، الكذب، إهمال الفرائض الدينية، عدم الاهتمام بالعمل، الاعجاب بالنجوم و اللاعبين الرياضيين و تقليدهم، عدم المثابرة، عدم التزام بالوقت و عدم المواظبة، سلوك التواصل و الدردشة مع الاخرين.
- تساهم مضامين الإنترنت على تجاوز الشباب لسلوك الابتعاد عن النميمة و الابتعاد عن التبذير.

- يعتقد أفراد العينة أن مضامين المنشورة في الإنترنت تساهم في تثبيت قيم التنشئة الاجتماعية، ثم العلم، التفكير و النقد، قيمة المسؤولية، الصدق، الشك الديني و قيمة عدم الثقة بوجود العدل، وتغيير من قيم التوتر و القلق، ثم تدعيم أواصر المحبة، التضامن مع الآخرين، التقليل من احترام الشخصيات.

**الكلمات المفتاحية:** الانترنت، التأثير، السلوكيات، الشباب، القيم، النظرية القيمية.

# **L'impact de l'Internet sur le comportement des jeunes et ses valeurs, compte tenu de la théorie de valeurs à l'information: une étude de terrain auprès de la jeunesse algérienne**

Pr .wahiba becherif

Université Batna 1

## **Résumé:**

Objectif de l'étude de la connaissance de l'influence des contenus de l'Internet sur la jeunesse algérienne dont le renforcement ou neutraliser les comportements ou valeurs spécifiques ont, en raison des effets différents modalité de moyens de l'Internet sur les jeunes, nous avons choisi de faire face à ces effets causés par un moyen de moyens les comportements et les valeurs de la jeunesse algérienne, d'autant que ces effets multiples Sok des jeunes et apparaissent dans ses valeurs, car la notion de valeurs à l'information, le contenu des moyens de communication et d'information s'accompagne en valeur et s'approchait, sera reflétée à produire un impact positif sur les jeunes, et si l'approche de la valeur, elles se produisent des effets néfastes de cette catégorie, et c'est ce qui a été qualifié de neutraliser les valeurs par le moyen de l'Internet, et sur ce qui a été dit, nous avons présenté nos les formes suivantes : quel est l'impact L'Internet sur les comportements et les valeurs de la jeunesse algérienne?

Suivi de l'étude de la démarche descriptive et un programme d'enquête, qui est adopté sur un formulaire d'obtenir des informations sur l'impact du réseau le comportement des jeunes et ses valeurs, qui comprennent des jeunes dans les mandats de quatre : Algérie, Baskra , Oran, Batna, et en tirant parti de l'échantillon d'intentionnalité, où le volume de l'échantillon 518 unique, qui ont abouti à un ensemble de conclusions ont consisté à :

- servir de la majorité des membres de l'échantillon des contenus de l'Internet à tout moment.
- Servir de jeunesse algérienne l'Internet pour des sujets de loisirs en première classe, et ensuite les questions culturelles et sportives.
- Aider des contenus de l'Internet les jeunes à leur comportement préoccupation et de tension, non-respect des délais, de l'indifférence, recherche de bien-aimé, de mensonges et de négligence religieuses, de ne pas travailler, d'admiration poussière autour des étoiles et acteurs

tradition athlètes, non de persévérer et de ne pas l'engagement du temps et ne pas fréquenter, le comportement de la communication et la communication avec les autres.

- Contribuer des contenus de l'Internet à surmonter les jeunes de la conduite de s'éloigner de Parler de la personne et s'éloigner le gaspillage.

- De l'avis des membres de l'échantillon, la teneur publiées sur Internet contribuent à stabiliser les valeurs Social Education, puis de la science, de la réflexion et monétaire, la valeur de la responsabilité, de dire la vérité, doute religieuse et la valeur de la méfiance de la présence de la justice, et la modification des valeurs de tension et de préoccupation et de renforcer les liens de l'amour et la solidarité avec les autres et réduire le respect de personnalités.

**Paroles indiquant:** l'Internet, l'impact, les comportements, les jeunes, les valeurs, la théorie de valeurs.

# **The impact of the Internet on youth behaviors and values in the light of the value theory in the media: A Field Study among Algerian youth**

Pr. wahiba becherif

University Batna 1

## **Summary**

The aim of this study to know the impact of the contents of the Internet in different Algerian youth, including strengthening or neutralize the behavior or specific values, and owing to the effects of the different network websites on young people, we have chosen to address those effects caused by means of the means on the behavior and values of Algerian youth, particularly and that these effects are reflected in a sock youth and appear in its values, where the value theory in the media is of the view that the contents of the communication and information means if it is linked to the value and approached them, it will be reflected positively impact on youth, and if exceeded the value, it will have a negative impact on that category, and it is the so-called neutralizing the values by means of the Internet, and build on what has been mentioned, we have the following forms: What is the impact of the Internet on the The behavior and values of Algerian youth?

This study descriptive approach followed the scanning, where it was adopted on the instrument in the form of access to information that the network impact on the behavior of young people and their values, and involving youth in each of the four mandates: Algeria, Baskra, Oran, the Batna, and drawing on the sample of the wilful and quota, as the volume of the study sample of **518** single, which reached a set of conclusions represented in:

- the majority of the members of the sample uses the contents of the internet at any time.
- On Line Algerian Youth Internet for subjects of entertainment in the first place, and then the cultural themes and gym.
- Help the contents of the Internet young people on their behaviors: anxiety and tension, the lack of commitment of time, the indifference, the search for the beloved, lying, the neglect of religious obligation, the lack of interest in the work, admire the stars and players athletes and tradition, lack of perseverance, the lack of commitment of time and lack of school attendance, behavior of communication and chat with others.

- Contribute to the contents of the Internet to overcome the behavior of young people away from the gossip and stay away from the waste.

- Believed to be members of the sample to the contents published in the Internet contribute to the installation of the values of socialization, then science, thinking and criticism, the value of responsibility, honesty, doubt and the value of the non-religious confidence in the administration of justice, and change the values of tension and concern, and strengthen the bonds of love, solidarity with others, disrespect for the VIP room.

**Keywords:** Internet, influence, behaviors, young people, values, and value theory.



## خطة الدراسة

### مقدمة

#### 1. الجانب المنهجي للدراسة

1.1. إشكالية الدراسة وأهميتها

2.1. فرضيات الدراسة

3.1. أسباب اختيار الدراسة

4.1. أهداف الدراسة

5.1. حدود الدراسة

6.1. بعض الدراسات المشابهة للدراسة ومراجعتها

7.1. الخلفية النظرية وإسقاطها على الدراسة

8.1. صعوبات الدراسة

9.1. استطلاع الدراسة ونتائجه

10.1. مصطلحات الدراسة.

#### 2. الجانب النظري لدراسة: تأثير الانترنت وعلاقته بثنائية القيم والسلوكيات

1.2. دراسات التأثير ونظرياته

1.1.2. نظريات التأثير القوي

2.1.2. نظريات التأثير غير المباشرة

3.1.2. نظريات التأثير في حالات.

4.1.2. نظريات التأثير على المدى الطويل (تراكمي).

2.2. الانترنت

1.2.2. الإنترنت: لمحة تاريخية.

2.2.2. وسيلة الإنترنت: إدارتها وسماتها

1.2.2.2. من يدير الإنترنت؟

2.2.2.2. سمات شبكة الإنترنت ومستلزماتها

3.2.2. الإنترنت وخدماتها بين الموجب والسالب

1.3.2.2. خدمات الانترنت

2.3.2.2. ايجابيات الانترنت وسلبياته

4.2.2. مخاطر الإنترنت وسبل مواجهتها

1.4.2.2. مخاطر الناتجة عن الإنترنت

2.4.2.2. حلول لمواجهة مخاطر الإنترنت

3.2. القيم والسلوكيات.

1.3.2. خصائص القيم وتصنيفاتها.

1.1.3.2. خصائص القيم.

2.1.3.2. معايير تصنيف القيم.

2.3.2. القيم: الوظائف و الأهمية.

1.2.3.2. وظائف القيم.

- 2.2.3.2. أهمية القيم .
- 3.3.2. أنواع وخصائص السلوك وعلاقته بالقيم.
- 1.3.3.2. أنواع السلوك.
- 2.3.3.2. خصائص السلوك.
2. 4.3. علاقة السلوك بالقيم.
- 4.2. الحتمية القيمية وتأثير الإنترنت على الشباب.
- 1.4.2. الشباب وعلاقته بالإنترنت.
- 1.1.4.2. فترات مراحل الشباب وخصائصه .
- 2.1.4.2. الشباب: بين الحاجات والاهتمامات.
- 3.1.4.2. مكونات الشخصية الشابة ومؤسسات تنشئتها.
- 4.1.4.2. مشكلات الشباب ومقترحات لحلها.
- 2.4.2. الحتمية القيمية في الإعلام
- 1.2.4.2. نظرية الحتمية القيمية في الإعلام و إسهامات الباحثين في تطويرها.
- 1.1.2.4.2. نظرية الحتمية القيمية الإعلامية: التسمية و التطور.
- 2.1.2.4.2. إسهامات الباحثين في النظرية القيمية.
- 3.1.2.4.2. التعريف بصاحب نظرية الحتمية القيمية و أهم نتاجاته.
- 2.2.4.2. مصادر الحتمية القيمية: الافتراضات و أهم الركائز والمفاهيم.
- 1.2.2.4.2. النظرية القيمية: مصادرها و مفاتيح قراءتها.
- 2.2.2.4.2. افتراضات النظرية القيمية وأهم ركائزها.
- 3.2.2.4.2. الحتمية القيمية في الإعلام ومفاهيمها.

3.2.4.2. منظور النظرية القيمية لأخلاقيات المهنة الإعلامية والرؤى العربية والغربية لها.

1.3.2.4.2. أخلاقيات الإعلام: الاختلاف بين المنظور القيمي والغربي.

2.3.2.4.2. الرؤية الغربية والعربية حول نظرية الحتمية القيمية في الإعلام.

4.2.4.2. الانتقادات المصوبة للنظرية الحتمية القيمية والرد عليها.

1.4.2.4.2. الانتقادات الموجهة للنظرية القيمية.

2.4.2.4.2. الرد على الانتقادات المصوبة لنظرية القيمية الإعلامية.

3.4.2. ثلاثية الإنترنت والحتمية القيمية والشباب: قراءة في التأثير.

1.3.4.2. التأثيرات الايجابية.

2.3.4.2. التأثيرات السلبية.

### 3. الإطار الميداني لدراسة.

1.3. الانترنت في الجزائر و تطورها.

1.1.3. دخول الإنترنت للجزائر.

2.1.3. تطور استخدام الإنترنت في الجزائر.

2.3. المنهجية للدراسة

1.2.3. مجتمع البحث وعينته

1.1.2.3. مجتمع الدراسة

2.1.2.3. عينة الدراسة

2.2.3. منهج الدراسة وأدواته

1.2.2.3. منهج الدراسة

2.2.2.3. أداة الدراسة

3.2.3. الإطار الزمني للدراسة

1.3.2.3. الإطار الزمني للدراسة

2.3.2.3. الإطار المكاني للدراسة

4.2.3. حدود الدراسة

**3.3. تحليل نتائج الدراسة الميدانية.**

1.3.3. تحليل نتائج الاستخدام.

1.1.3.3. التحليل الكمي لنتائج الاستخدام.

2.1.3.3. التحليل الكيفي لنتائج الاستخدام.

3.1.3.3. نتائج استخدام الإنترنت.

2.3.3. تحليل نتائج القيم والسلوكيات.

1.2.3.3. التحليل الكمي لنتائج القيم والسلوكيات.

2.2.3.3. التحليل الكيفي لنتائج القيم والسلوكيات.

3.2.3.3. نتائج القيم والسلوكيات.

**4.3. النتائج والاستنتاجات العامة**

1.4.3. النتائج العامة للاستخدام.

2.4.3. النتائج العامة للقيم.

3.4.3. النتائج العامة للسلوكيات

5.3. نتائج الدراسة وعلاقتها بافتراضات و نظرية القيمة والدراسات المشابهة

1.5.3. نتائج على أساس افتراضات الدراسة.

2.5.3. نتائج على أساس الدراسات المشابهة للدراسة.

3.5.3. نتائج على أساس النظرية القيمية في الإعلام.

خاتمة

قائمة المصادر والمراجع

الملاحق

## مقدمة

استقطبت مسألة تأثير مضامين وسائل الإعلام والاتصال منذ نهاية الثلاثينيات اهتمام الباحثين والعلماء، حيث بدأ بإجراء الدراسات حول علاقة التي تكمن بين وسائل الاتصال والإعلام و الجمهور، وكانت أولى هذه الدراسات بتكليف من إحدى المؤسسات الخواص، التي حاولت معرفة تأثير وسيلة السينما على المشاهدين، و التي لجأت إلى الباحثين والأساتذة من مؤسسات التعليم العالي للقيام بهذه الدراسة، إلى أن المد بعد ذلك ذهب إلى مؤسسات البحث العلمي منها مراكز البحوث و المؤسسات الجامعية، أين تم القيام بإجراء دراسات تبين العلاقة بين الجمهور والتأثير والوسائل الإعلامية والاتصالية، ولعل مسألة التأثير بدأت لما قام أحد الصحفيين ببث برنامج " غزو من المريخ" عبر أثير الإذاعة، الذي تسبب في خروج الأفراد المستمعين لهذا البرنامج إلى الشوارع وكانت تبدو عليهم القلق والهلع نتيجة هذه المضمون الإعلامي الذي تم بثه، مما ساهم في ظهور دراسات تعنى بمسألة التأثير أين خلصت النتائج بأن وسائل الإعلام والاتصال تؤثر مباشرة على الجمهور، ومنه القول بتأثير المباشر لتلك الوسائل.

بعد عامين من ظهور هذا القول الذي برز في تلك الدراسات، والذي كان جليا في ما يعرف بنظرية القذيفة السحرية، التي تم دحضها في الأربعينات، وذلك لكون مجموعة من الباحثين رأوا أن الأفراد الذين يتعرضون للمضمون الإعلامي وحتى للمضامين الاتصالية لهم مجموعة من الخصائص السوسيو ثقافية و بسلوكية تختلف من شخص لآخر، كما أن الدراسات التي تم القيام بها في تلك الفترة حول تأثير وسائل الإعلام والاتصال على الجمهور أوضحت أن تأثير تلك الوسائل ليس بتأثير مباشر، بل هو انتقائي أو في حالات، ومنه جاءت هذه الدراسات لتبرهن على عدم صلاحية القول بأن وسائل الإعلام والاتصال تمارس تأثير قوي على الجمهور، ومنه تكذيب نظرية الطلقة السحرية أو ما سميت أيضا بالحقنة تحت الجلدية، وكذلك ساهمت تلك الدراسات في ظهور العديد من النظريات التي تؤكد على أن تأثير وسائل الإعلام والاتصال غير مباشر أو انتقائي، منها نظرية انتقال المعلومات على مرحلتين ونظرية الفروق الفردية ونظرية الانتقائية.

تواصلت الدراسات في مجال التأثير الذي تمارسه وسائل الإعلام والاتصال على المتعرضين لمنتجاتها، ليظهر باحثين آخرين أمثال " اليزابيت نيومان" و " روجرز"، هؤلاء الباحثين المختصين في مجال الإعلام و الاتصال قاموا بإجراء دراسات لمعرفة العلاقة الكائنة بين الجمهور كمتلقي للرسالة أو للمضمون الإعلامي الاتصالي وبين وسائل الإعلام والاتصال، ليتوصلوا في بحوثهم إلى أن وسائل

الإعلام و الاتصال تؤثر على الجمهور، لكن هذا التأثير لا يظهر أنيا بل يكون على المدى الطويل أي بعد مرور فترة من الزمن، لتظهر بذلك كل من نظرية " دوامة الصمت" و " الغرس الثقافي" ليؤكد ذلك القول.

و انقسم الباحثين في مجال الإعلام بناء على ذلك إلى ثلاثة أقسام، قسم يؤكد على التأثير القوي لوسائل الإعلام والاتصال على الجمهور، في مقابل قسم آخر، يرى أن التأثير غير مباشر لوسائل الإعلام والاتصال، في مقابل الكفة الأخرى، التي رأت أن التأثير لا يظهر بشكل آني بل على المدى التراكمي، وهذا ما جعل من مسألة التأثير مسألة صعبة ومتعددة الأبعاد ومعقدة في دراساتها.

في خضم تلك الدراسات التي تعنى بمسألة التأثير الإعلامي ظهرت ثورة تكنولوجيا الإعلام والاتصال التي سرعت من تطور وسائل الإعلام والاتصال، فبعدما كنا نتحدث عن وسائل الإعلام والاتصال التقليدية أو غير الحديثة، بدأ تظهر مصطلحات جديدة في مجال علوم الإعلام والاتصال على غرار وسائل الإعلام الحديثة، وسائل الإعلام والاتصال غير التقليدية، وسائل الإعلام الرقمي، أو الإعلام الجديد، هذه المصطلحات التي ظهرت نتيجة لبروز وسيلة الإنترنت التي غيرت معالم العالم بأسره وجعلتنا نتحدث عن القرية الكونية، وعولمة المحلي.

هذه الشبكة العالمية التي ظهرت بعد لحرب العالمية الثانية و بداية الحرب الباردة، وكانت في أحضان المجتمع الأمريكي الذي أوجدها كآلية عسكرية يواجه بواسطتها هجمات العدو أو الطرف الأخر، ألا وهو الاتحاد السوفياتي، لكن ما لبثت هذه الوسيلة أن اكتسحت كل مجالات الحياة، خاصة المجال العلمي، أين بدأ الباحثون في مختلف المجالات بدراسة هذه الوسيلة وانعكاساتها، ولم يكن الباحثين في علوم الإعلام والاتصال بعدين عن هذه الوسيلة، بل استطاعوا من خلالها أن يقوموا بالعديد من الدراسات حولها، لعل أبرزها استخدام الإنترنت في المجال العلمي الأكاديمي.

لكن أيضا بدأ الحديث مجددا عن التأثير الذي تحدثه وسائل الإعلام الجديدة ووسائل الاتصال الحديثة على الجمهور، لذلك تباينت الآراء والاختلافات بين الباحثين والعلماء حول تصنيف وسيلة الإنترنت، فهناك طرف، صنفها على أنها وسيلة إعلام نتيجة لوجود مؤسسات إعلامية تنشط على هذه الشبكة ومنه تثبت الخبر على نطاق واسع للجمهور، في حين الكفة الأخرى مالت إلى اعتبار وسيلة الإنترنت وسيلة اتصال حديثة، حيث مكنت المستخدمين من الاتصال والتواصل مع الآخرين، ونقل الثقافات من مكان إلى آخر، ومنه ألغت هذه الوسيلة الحدود الجغرافية التي أعاقت الاتصال منذ القدم، وجعلت الاتصال يحدث في ثانية فقط، في حين كان هناك طرف آخر، ذهب إلى أن الإنترنت ليست وسيلة اتصال ولا وسيلة إعلامية، بل هي وسيلة الوسائل، كونها شملت كل خاصية من خصائص الوسائل التقليدية، فأخذت خاصية المكتوب من الجريدة الورقية، وخاصية الصوت من الإذاعة المسموعة، وخاصية الرؤية من التلفزيون، وبذلك دمجت القراءة والمسموع والمرئي فيها، ما جعلها وسيلة تستهوي العديد من الأفراد،



الذين يبحثون على المعلومات و الأخبار الآنية ويمكنهم قراءتها ومشاهدتها وسماعها، وحتى التعديل فيها أو إلغائها من الفضاء الافتراضي.

كما اشترك الباحثين في المجالات الاجتماعية والنفسية والاقتصادية والدينية و علوم الإعلام والاتصال في دراسة القيم والسلوكيات التي يقوم بها الفرد في المجتمع، حيث برز الاختلاف بين هؤلاء الباحثين في تحديد تعريف محدد للقيم وأيضاً للسلوكيات، وكذا تصنيفهم لكل منهما، وهذا راجع لاختلاف مقارباتهم العلمية، ومنه اختلاف تجاربهم وخبراتهم، إضافة إلى محاولة دراسة التأثيرات التي يمكن أن تقع على القيم والسلوكيات نتيجة لمضامين معينة، منها مضامين الإعلامية والاتصالية، من بين تلك الوسائل وسيلة الإنترنت التي بدأ الحديث عن التأثيرات التي يمكن أن تحدثها على مستخدميها، هذا المصطلح الذي لم يكن موجود و تم تداوله في مجال الإعلام والاتصال، بظهور الإنترنت بدأ استخدام هذا المصطلح، ومنه القراء يكونون جمهور الصحف المكتوبة، أما المستمعين فهم جمهور الإذاعة، و لما نتحدث عن جمهور التلفزيون فنقول المشاهدين، لذلك أوجدت الإنترنت جمهورها الذي عرف بالمستخدمين، ومنه برزت الحاجة إلى دراسات تأثيرات الوسيلة الجديدة على الفئات المختلفة للمجتمع. إن شريحة الشباب هي أهم فئة من فئات المجتمع، ذلك لكونها تعتبر أمل الأمة الذي يعول عليه من أجل تحقيق الاستمرارية والرقى، ومنه تحقيق التنمية للبلد، والشباب هم الفئة الفتية التي يطمح إلى الاهتمام بها وتلبية حاجيات من أجل تفعيل دورها النشط في المجتمع، خاصة في المجتمع الجزائري، الذي لا بد أن يحتم عليه أن يقوم بتفعيل عجلة التنمية في شتى المجالات، وهذا يكون بقوة الشباب وعزيمتهم، ومنه لا بد من إجراء دراسات تعنى بهذه الشريحة من أجل معرفة كيفية التعامل معها ومع متطلباتها المتغيرة بتغير الزمن، وكون أن الشباب يعتبر من أبرز المستخدمين لشبكة الشبكات الإنترنت فإنهم يتعرضون لمضامينها المختلفة، ومنه من شأن هذه الوسيلة أن تؤثر عليه، خاصة التأثيرات التي قد تحدثها على قيمه وسلوكياته، التي بدأت تشغل تفكير العلماء منذ بروز هذه الوسيلة.

إن نظرية القيمة في الإعلام اهتمت بالقيم كونها اعتبرت موضوعها الذي تهتم بدراسته، ورأت هذه النظرية أن وسائل الإعلام والاتصال محتم عليها أن تنقيد بالقيم في مضمونها الإعلامي الاتصالي، ومنه كلما اقتربت وسائل الإعلام والاتصال من القيم كلما كان تأثيرها ايجابي أي موجب، وكلما ابتعدت تلك الوسائل عن القيم كلما كان تأثيرها سالب أي سلبي، ومنه باعتبار أن وسيلة الإنترنت من الوسائل الإعلامية والاتصالية حسب المحتوى المبت في صفحاتها، فإنها لا بد عليها الاعتماد على متغير القيم، فإذا التزمت بالقيم في محتوياتها المنشورة، كلما أثرت على المستخدمين منهم الشباب ايجابيا، أما إذا لم تلتزم بالقيم في منتجاتها فإنها تحدث تأثيرات سلبية على الشباب ومنه على قيمه، التي يجسدها الشباب في سلوكياته.

من هذا المنطلق تأتي هذه الدراسة لتسليط الضوء من جديد على ظاهرة التأثير، خاصة تأثير وسيلة الإنترنت على سلوكيات الشباب الجزائري وقيمه في ضوء نظرية الحتمية القيمية في الإعلام، حيث أن شريحة الشباب هي من أهم الشرائح في المجتمع الجزائري، ومن هنا طرحنا إشكالية تأثير الإنترنت على سلوكيات الشباب الجزائري وقيمهم في ضوء نظرية الحتمية القيمية في الإعلام.

و قسمنا هذه الدراسة إلى ثلاثة أقسام، حيث اشتمل القسم الأول على الجانب المنهجي و المفاهيمي للدراسة، الذي تضمن إشكالية الموضوع وأهميته، فرضيات الدراسة، أسباب اختيار الموضوع، أهداف الموضوع، وتطرق إلى منهج الدراسة وأدواته، وكذا مجتمع البحث وعينته، وعرج على الحدود الزمكانية للدراسة، و حدود الدراسة، البناء المفاهيمي لدراسة، الدراسات المشابهة، صعوبات الدراسة، وأخيرا الاستطلاع ونتائجه.

أما القسم الثاني للدراسة تطرق للإطار النظري، الذي تضمن عرضا مفصلا لدراسات التأثير ونظرياته، فتناول نظريات التأثير المباشر ونظريات التأثير غير المباشرة، بعدها عرج لنظريات التأثير في حالات و نظريات التأثير على المدى الطويل أو التراكمي.

كما اشتمل على عرض لوسيلة الانترنت، والذي عرض فيه لمحة تاريخية عن الشبكة، و إدارتها و أهم سماتها التي تتميز بها، إضافة إلى المستلزمات الضرورية التي ينبغي توفرها للارتباط بشبكة الإنترنت، بعدها تحدث عن خدمات الإنترنت وإيجابيات هذه الوسيلة وسلبياتها، ثم بعدها تناول مخاطر الإنترنت وسبل المتاحة لمواجهتها.

كما تم الطرق في القسم الثاني إلى دراسة القيم والسلوكيات، و تناول فيه خصائص القيم، وكذا أهم معايير تصنيفها، وأبرز وظائفها، وأهميتها بالنسبة للفرد والمجتمع، أما في السلوكيات فقد تضمن أنواع السلوكيات، وخصائصها، و عرض علاقتها بالقيم.

وتضمن أيضا عرضا لنظرية الحتمية القيمية في الإعلام وتأثيرات الإنترنت على الشباب، فتحدث أولا عن فترات مراحل الشباب و خصائصه، ثم تناول حاجات الشباب وأبرز اهتماماته، و اشتمل أيضا على مكونات الشخصية الشابية ومؤسسات التي تساهم في تنشئة الشباب اجتماعيا، بعد ذلك عرج على المشكلات التي يعاني منها الشباب، وحاول عرض أهم المقترحات لحل هذه المشاكل.

بعد ذلك، تطرق إلى نظرية الحتمية القيمية في الإعلام، والتي عرج فيها إلى تسمية النظرية وبروزها ومراحل تطورها، ثم إسهامات الباحثين في انتشار هذه النظرية والتعريف بها، ليتناول بعدها عنصر التعريف بمنظر النظرية القيمية الإعلامية وأهم نتاجاته التي عرفت بالنظرية وساهمت في شرحها، ليتطرق بعدها إلى مصادر التي استقت منها هذه النظرية، وأهم الافتراضات والركائز التي قامت عليها، إضافة إلى التعرّيج بأهم المفاهيم التي جاءت بها محاولة بذلك التأسيس لمفاهيم علوم الإعلام والاتصال.

كما اشتمل هذا القسم أيضا، على التعريف بمنظور القيمي لأخلاقيات المهنة الإعلامية واختلافها عن المنظور الغربي، ثم تناول بعدها الرؤية العربية والغربية لنظرية الحتمية القيمية، ليتضمن أيضا أهم الانتقادات المصوبة لنظرية الحتمية القيمية و من ثم الردود على هذه الانتقادات، وفي أخير تم عرض ثلاثية الحتمية القيمية ووسيلة الإنترنت والشباب في قراءة لتأثيرات الوسيلة العنكبوتية على الشباب، إضافة إلى المنظور القيمي لهذه التأثيرات.

أما فيما يتعلق بالقسم الثالث، فتطرق إلى الإطار الميداني للدراسة، والذي تم عرض فيه استخدام الإنترنت، حالة الجزائر، إضافة إلى مراحل تطور هذه الشبكة في الجزائر. و اشتمل أيضا على تحليل نتائج الاستخدام والتأثير، الذي تم التطرق فيه إلى مجتمع البحث وعينته، وكذا التحليل الكمي والكيفي لاستخدام والتأثير، والاستنتاجات الأولية لنتائج الاستخدام والتأثير، بعدها تطرقنا لتحليل نتائج السلوكيات، الذي تضمن التحليل الكمي والكيفي لسلوكيات، بعدها عرض الاستنتاجات الأولية لنتائج السلوكيات، كما عرض تحليل نتائج القيم، الذي تضمن التحليل الكمي والكيفي لنتائج القيم، بعدها تطرق إلى الاستنتاجات الأولية لنتائج القيم، ثم النتائج والاستنتاجات العامة، ليتناول بعدها نتائج الدراسة على أساس كل من الافتراضات التي قامت عليها الدراسة، و نتائج الدراسات المشابهة، إضافة إلى نظرية الحتمية القيمية في الإعلام.

وفي الختام، نتمنى أن تكون هذه الدراسة، قد ساهمت في كشف بعض ملامح تأثير المضامين المنشورة عبر شبكة الإنترنت على سلوكيات الشباب الجزائري وقيمهم في ضوء النظرية الحديثة في الإعلام والاتصال ألا وهي نظرية الحتمية القيمية في الإعلام، للدكتور " عبد الرحمن عزي".

# الجانب المنهجي و المفاهيمي للدراسة

### 1.1.1. إشكالية الدراسة وأهميتها:

شهد مجال علوم الإعلام و الاتصال منذ القدم، تطورا ملحوظا، خاصة في ما يتعلق بوسائله المعتمد عليها، لإيصال الآراء والمعلومات لكافة أفراد المجتمع، حيث كان الإنسان من قبل، يستعمل الإشارات والحركات والرموز المختلفة، للاتصال مع بني جنسه، ومنه تلبية حاجاته ومتطلباته اليومية، لكن هذه الإشارات والرموز المستخدمة لم تكن كافية، كما أنها لم تواكب تغيرات الحاجات الإنسانية، لذلك خلقت الحاجة إلى وسيلة جديدة للاتصال، مما استدعى ضرورة الاعتماد على وسائل أخرى، فظهرت الخطابة والمنادي، كوسائل جديدة يعتمد عليها الإنسان في اتصالاته اليومية، ثم بعدها جاءت البعثات والوفود، لتعبر عن وسائل أكثر تطورا، ومسيرة للفرد.

فتحت الثورة الصناعية في أوروبا، المجال أمام تطور الوسائل الصناعية، التي ساهمت في تطوير المجال الصناعي والاقتصادي، و التي انعكست بدورها على المجال الإعلامي، الذي عرف تطورا في وسائله المختلفة، فبعدها كانت الصحافة المكتوبة تفرض سيطرتها و صيتها على الساحة الإعلامية، و تتكلف بإيصال الأخبار و الوقائع للجمهور، ظهرت الإذاعة التي أصبحت تنافس الصحافة المكتوبة في مجال نقل الأحداث داخل المجتمع، و بدأت الدراسات تركز كثيرا في تلك الفترة على تأثيرات الوسيلة الإعلامية على الجمهور، حيث أن هناك دراسات ركزت على تأثير الإذاعة على الجمهور، التي تمخض عنها ظهور نظريات التأثير المباشر، و في فترة التسعينيات، بدأ الحديث عن وسيلة السمعي البصري التلفزيون، التي مكنت المشاهد من الاستماع إلى الخبر و مشاهدته في نفس الوقت، مما جعل الجمهور يتجه إلى هذه الوسيلة، ويستقي أخباره منها، لتكون بذلك مصدره للحصول على المعلومات.

كما تواصلت الجهود في اختراع الوسائل التكنولوجية الحديثة، حيث ظهرت الانترنت في التسعينيات من القرن الماضي، هذه الشبكة التي مكنت الفرد أين ما كان، وفي أي وقت، أن يوصل صوته و صورته في أن واحد إلى أبعد مكان، ما ميزها عن أية وسيلة أخرى، حتى أنها أدخلت مصطلحات ومفاهيم خاصة بها، فلم يعد استعمال مصطلح جمهور الانترنت، مستعملا كثيرا، بل ظهر مفهوم "مستخدمي الانترنت" والذي شاع صيته، باستعماله في الإحصاءات و التقارير المتعلقة باستخدام الأفراد لهذه الشبكة، خاصة في الدراسات الاتصالية و الإعلامية، التي تعنى بتأثيرات الاجتماعية والنفسية والثقافية، التي تحدثها الانترنت لدى مستخدميها، وبذلك بدأت الدراسات حول شبكة الإنترنت، التي فتحت أفقا جديدا للدراسات الاتصالية والإعلامية، فبدأ الحديث عن إسهامات الإنترنت في تطوير الممارسة الإعلامية، وكذا تأثيرات الاجتماعية والنفسية لهذه الشبكة على الفرد، وفي خضم هذه الدراسات برزت

الحاجة إلى دراسة تأثيرات وسيلة الإنترنت على قيم وسلوكيات الأفراد، حيث تعتبر القيم والسلوكيات من أهم القضايا والمسائل المطروحة للنقاش بين الباحثين في مختلف مجالاتهم العلمية.

وبذلك بدأت الدراسات التي تعنى بتأثيرات الاجتماعية والنفسية والثقافية، التي تحدثها الإنترنت لدى مستخدميها، كما أن هذه الشبكة استهدفت مختلف الشرائح الاجتماعية، و من بين أهم تلك الشرائح الشباب الذي يتميز بحبه للاستطلاع و المعرفة.

حيث ينظر إلى الشباب على أنه مستقبل الأمة، وأملها الذي يعول عليه في تحسين أوضاع الأمة، ورسم خطط لتطويرها، وذلك لأهمية العنصر البشري في تحقيق الازدهار والرفق.

إن المجتمعات العربية هي مجتمعات فنية مقارنة مع المجتمعات الغربية، وهذا حسب الدراسات والإحصاءات المقدمة، و لذلك لا بدّ من الاعتناء بهذه الشريحة ألا وهي فئة الشباب، وذلك بالقيام بدراسات وأبحاث تتحدث عن تأثيرات العوامل المختلفة الاجتماعية والاقتصادية، والتربوية، والتكنولوجية على الشباب، وكذا تأثيرات العوامل الثقافية، والتي يركز فيها على وسائل الإعلام والاتصال المتنوعة وتأثيراتها.

هنالك العديد من النظريات التي حاولت تفسير تأثير مضامين وسائل الإعلام والاتصال على الأفراد، خاصة على الشباب والأطفال، التي ساهمت في إيجاد ما يعرف بالتراكم العلمي حول تأثيرات تلك الوسائل، من خلال الدراسات التي قام بها العديد من الباحثين سواء في مجال الإعلام كالأزار سفيلد أو من ميادين أخرى كهارولد لاسويل، فظهرت بذلك أشهر نظريات التي تعنى بدراسة التأثير على غرار نظريات التأثير المباشر و نظريات التأثير غير المباشر، التي دحضت فكرة التأثير القوي لمضامين وسائل الإعلام والاتصال، لتأتي نظريات أخرى تتحدث عن التأثير الانتقائي والتأثير التراكمي أي على المدى الطويل، كلها أعطت نتائج وأفكار عن تأثيرات المحتويات الإعلامية على الأفراد المتعرضين لرسائلها التي تبثها و تنتجها.

كما ظهرت كذلك نظرية الحتمية القيمية في الإعلام التي ركزت على ضرورة تبني القيم كمتغير أساسي في وسائل الإعلام والاتصال، ولذلك وجب على الوسائل الإعلامية أن تقوم بتجسيد القيم في مضمونها الإعلامي، وبذلك تحاول أن ترسخها في المجتمع، ولدى أفرادها، فكلما ارتبطت المضامين الإعلامية التي تنتجها المؤسسات الإعلامية بالقيم كلما كانت تأثيراتها على الأفراد ايجابية أي تأثير موجب، وكلما ابتعدت تلك الوسائل الإعلامية والاتصالية عن التحلي بالقيم في محتوياتها، كلما نتج عنها تأثيرات سلبية أو ما أسماه الدكتور عبد الرحمن عزي تأثير سالب، ومنه تمكننا هذه النظرية كمنظرة حديثة في الإعلام والاتصال من فهم القيم من جهة، كونها اهتمت بموضوع القيم الذي تعتبر ركيزتها التي تقوم عليها، ومن جهة أخرى محاولة لفهم تأثيرات التي قد تحدثها وسيلة الإنترنت على قيم

وسلوكيات الأفراد، خاصة لدى الشباب، حيث تعتبر القيم والسلوكيات من أهم القضايا والمسائل المطروحة للنقاش من قبل الباحثين بمختلف مجالاتهم العلمية، وذلك لاختلاف وجهات نظرهم ومقرباتهم العلمية لمفهوم القيم وحتى تصنيفاته.

مما تم الحديث عنه، يرى البعض من الدارسين و الباحثين في هذا المجال، أن مسألة تأثير الوسائل أعدد وأشمل، من أن تفسر من بعد واحد، بل هي شائكة باعتبار أن هناك أكثر من عامل يساهم في إحداث التأثير. (1)

في هذا السياق، تندرج دراستنا التي تتناول إشكالية تأثير الإنترنت على سلوك الشباب الجزائري وقيمه في ضوء نظرية الحتمية القيمية، وتجدر الإشارة إلى أن أهمية دراسة السلوك لدى الشباب الجزائري وعلاقته بالإنترنت تتجلى بصفة أكثر في المجتمعات النامية، كالمجتمع الجزائري. ومن هنا، نحاول في هذه الدراسة معرفة تأثيرات الإنترنت على سلوكيات الشباب وقيمه في ضوء نظرية الحتمية القيمية، وهذا من خلال القيام بتوزيع استمارة على عينة من الشباب الجزائري الذي يستخدم شبكة الإنترنت.

وقد فتحت شبكة الإنترنت أفق جديد للدراسات الاتصالية والإعلامية، فبدأ الحديث عن إسهامات الإنترنت في تطوير الممارسة الإعلامية، وكذا تأثيرات الاجتماعية والنفسية لهذه الشبكة على الفرد، وفي خضم هذه الدراسات برزت الحاجة إلى دراسة تأثيرات شبكة الإنترنت على قيم وسلوكيات الأفراد، ومنه نحاول أن ندرس التأثيرات التي تحدثها الإنترنت على سلوكيات وقيم الشباب في المجتمع الجزائري، وبناء على ما تقدم طرح الإشكال التالي: ما هو تأثير شبكة الانترنت على قيم الشباب الجزائري وسلوكياته؟

## 2.1.1. فرضيات الدراسة:

اعتمدنا في هذه الدراسة على الفرضيات التالية:

- يتأثر الشباب بمحتويات الانترنت حسب خصائصهم الديمغرافية و السوسيو- ثقافية والاقتصادية.
- يساعد الانترنت الشباب على اكتساب بعض السلوكيات وتجاوز بعضها الآخر.
- يغير الانترنت من خلال محتوياته قيم الشباب كاحترام والصدق بقيم أخرى و يعززها.
- المضامين المنشورة على الإنترنت من خلال وجهة نظر النظرية القيمية في الإعلام تساهم في تحديد قيم الشباب عند ابتعادها عن القيمة في مضامينها.

### 3.1.1. أسباب اختيار الدراسة: تكمن أسباب اختيار هذه الدراسة، في النقاط التالية:

#### 1. الأسباب الذاتية:

- الرغبة في معرفة ما إذا كان الشباب الجزائري يتأثر بمحتويات الشبكة العنكبوتية، وعلى أي مستويات تكون هذه التأثيرات التي تحدثها، أي تأثيرات نفسية ثقافية فسيولوجية.
- معرفة إذا ما كانت للإنترنت القدرة على تغيير سلوك الشباب وقيمه المغروسة فيه، بواسطة التنشئة الاجتماعية، خاصة وأن القيم والسلوكيات متجذرة في المجتمع.

#### 2. الأسباب الموضوعية:

- قلة الدراسات والأبحاث السابقة التي تناولت هذا الموضوع، حيث أن معظم الدراسات ركزت فقط على وسائل الإعلام خاصة التلفزيون، ولم تسلط الضوء على دراسة تأثير الإنترنت على قيم الشباب وسلوكه.
- قلة الدراسات حول تأثير شبكة الإنترنت على فئة الشباب في الجزائر باعتباره أمل الأمة الذي يعول عليه في تحقيق التنمية المستدامة.
- نقص الدراسات التي تعنى بالتأثير الذي تحدثه وسائل الاتصال والإعلام، من بينها تأثير الإنترنت على القيم والسلوكيات في المجتمعات العربية بصفة خاصة، والدول النامية بصفة عامة.
- أهمية الموضوع في محاولة الكشف عن العلاقة الكائنة بين وسيلة الإنترنت وسلوك الشباب وقيمه.
- تركيز الدراسة على مفاهيم محددة، كالتأثير الذي مازال محل جدل ونقاش من قبل المختصين من أجل تحديده.
- محاولة تفسير دراسة تأثير الإنترنت على الشباب وقيمه من خلال افتراضات نظرية الحتمية القيمية في الإعلام.

### 4.1.1. أهداف الدراسة:

تحاول هذه الدراسة تحقيق الأهداف التالية:

- معرفة مدى استخدام الجمهور للإنترنت، وأفضل المواقع والصفحات التي تلقى استحسانهم.
- كيفية استخدام الشباب الجزائري للإنترنت، خاصة و أن الشباب يتميزون بفضولهم و بحبهم لتطلع والتجديد.
- الكشف عن التأثيرات الإيجابية أو السلبية، أو هما معا، على سلوك الشباب الجزائري.



- محاولة تطبيق منهجية "ع ، س، ن" للبروفسور "عزي عبد الرحمن"، والوصول إلى نتائج يمكن الاستفادة منها في دراسات وبحوث التأثير، و كذا معرفة تأثيرات الوسيلة الجديدة، ألا وهي الانترنت على قيم وسلوكيات الشباب الجزائري في مجتمعه، و بمختلف سياقاته.

### 5.1.1. حدود الدراسة:

- سوف تقتصر هذه الدراسة على الشباب بولايات الجزائر (العاصمة)، بسكرة، باتنة، وهران، بمعزل عن الشباب في ولايات و مناطق أخرى بباقي البلديات والدوائر في ولايات أخرى.
- اقتصرت هذه الدراسة على المتغيرات التي تتلخص في تأثير الإنترنت على سلوك الشباب الجزائري وقيمته في ضوء الحتمية القيمية في الإعلام.
- تم تحديد السلوكيات التي يساعد الإنترنت على تجاوزها في: عدم الاهتمام بالعمل، عدم الاهتمام بالمشكلات الراهنة، التصرف بعنف، المبالغة في حب المال، عدم العناية بالبيئة، القلق والتوتر، اللامبالاة.
- القيم الايجابية التي يعمل الإنترنت على تثبيتها هي: التنشئة الاجتماعية، المثابرة، العلم، التفكير والنقد، حسن الحديث، الثقافة، المسؤولية، العدل، الصدق.

### 6.1.1. بعض الدراسات المشابهة للدراسة و مراجعتها:

#### 1.6.1.1. بعض الدراسات المشابهة:

#### 1.1.6.1.1. بعض الدراسات المشابهة الوطنية:

#### 1 - دراسة " نصير بوعلي": (2)

تطرح هذه الدراسة الإشكالية التالية: الأثر الذي يمكن أن يحدثه البث التلفزيوني "الفضائي" المباشر على الشباب الجزائري، واعتمدت على المنهج التحليلي وأداة تحليل المضمون، أما عينة الدراسة فقد قسمها إلى ثلاث، الأولى و الثانية تتعلقان بالإرسال، أي ثلاث قنوات تلفزيونية فرنسية (m6، tf.1، f2) و 36 فيلما دراميا، والعينة الثالثة خاصة بالتلقي مكونة من 500 فرد، 250 فردا من ولاية قسنطينة و 250 من ولاية أم البواقي.

و تمثلت تساؤلاتها في:

1- ما هي أنواع القيم الايجابية و/أو السلبية التي تفرزها عينة من الأفلام المقدمة في الفضائيات الفرنسية؟

2- ماهي نوعية البرامج أو المحتويات التي تشدّ إليها المشاهد والعوامل المؤدية إلى ذلك؟  
3- ماهي الانعكاسات التي تحدثها هذه الفضائيات على درجة تعرض الشباب للوسائل الأخرى (القراءة، سماع الراديو، الذهاب إلى السينما)؟ وبمعنى آخر ماهي مصادر الثقافة والإعلام والتسلية لدى هذه الشريحة الثقافية؟

4- ماهي مجالات التأثير التي تنعكس على الأنساق القيمية وهوية المتلقي الثقافية؟

5- ماهي المتغيرات الذاتية والاجتماعية التي لها علاقة بهذه التأثيرات؟

وتوصلت هذه الدراسة إلى النتائج التالية:

- اتضح أن الوضع التقليدي هو السائد في تجربة مشاهدة الفضائيات إذ أن نسبة قليلة وهي 14% تشاهد برامج الفضائيات بشكل منفرد، مقابل 55% من أفراد العينة تشاهد برامج هذه الفضائيات مع أفراد الأسرة مجتمعة، ولكن اللافت أن فئة "حسب الظروف" مرتفعة وتقدر نسبتها بـ 24%، وهذا ما يمكننا من توقع ميل قد يكون بطيئا الآن، ولكنه سوف يتسارع باتجاه فردية المشاهدة بسبب ارتفاع فرص وإمكانيات امتلاك أكثر من جهاز لدى بعض الشرائح، ولرغبة عدد متزايد من أفراد الأسرة الانفراد في المشاهدة.

- كشفت الدراسة أن الأخبار الرياضية والمنوعات الغنائية المحلية والبرامج الدينية من البرامج التي يولها جمهور عناية فائقة مقارنة بالبرامج الأخرى.

- يمكن الاستنتاج أن الفضائيات أثرت بشكل معتبر على عادات الذهاب إلى السينما 87,7% وعلى عادات سماع الراديو 84,6%، وبدرجة أقل على عادات القراءة والمطالعة 61,2%.

- تبين من نتائج تحليل "ليكارت" أن أثر الفضائيات على الأنساق القيمية، على أن هناك عدة عوامل أساسية تشرح 61% من الأثر الكلي لاستخدامات أفراد العينة للفضائيات وبالنظر إلى الآثار الواردة في العامل الأول نجد أنها تدور حول إدمان الأفراد على المشاهدة بتسبع 74%، ونمو ظاهرة التقليد الأعمى بتسبع 73,2%، وعلى زيادة العنف بتسبع 69% وهي كلها إثارة الغرائز بتسبع 65% وتساعد على تفكك قيم المجتمع بتسبع 42% وهي كلها آثار اجتماعية وسلوكية سلبية.

- نستنتج مما سبق أن التحليل العاملي قد قلص عدد الآثار إلى ثلاثة عوامل ساهمت في تفسير المعلومات التي اشتملت على الآثار المستخدمة في الدراسة، وأن هناك ثلاثة أنواع من الآثار المترتبة على قيم الشباب وهذه الآثار مرتبة حسب أولوية حدوثها:

- آثار اجتماعية وسلوكية سلبية.

- آثار معرفية ايجابية.

- آثار مختلطة ايجابية وسلبية.

- وجود علاقة بين الآثار الاجتماعية والسلوكية السلبية، واستخدام الشباب للفضائيات من حيث كيفية عدد أيام وساعات المشاهدة، فتبين أن الذين يشاهدون يوميا برامج الفضائيات هم أكثر عرضة للآثار الاجتماعية والسلوكية السلبية، وكلما ارتفع عدد ساعات التي يقضيها الشباب في اليوم مع الفضائيات ازدادت الآثار والسلوكيات السلبية عليهم.

## 2- دراسة "السعيد بومعيزة": (3)

تعتبر هذه الدراسة المعنونة بـ: " أثر وسائل الإعلام على القيم والسلوكيات لدى الشباب: دراسة استطلاعية بمدينة البليدة".

كما اعتمدت هذه الدراسة على المنهج الوصفي المسحي، ومنه كانت أداة البحث هي الاستمارة، حيث قدرت عينة هذه الدراسة بـ **340** مفردة، وجاءت فرضيات الدراسة كالتالي:

- يخص عادات استعمال الإعلام ووضع له فرضيات، تعلقت الفرضية الأولى باستعمال وسائل الإعلام من حيث العادات وطرائق التعرض والمدة الزمنية، من طرف الشباب يختلف باختلاف المتغيرات الديمغرافية.

- تعلق بأثر وسائل الإعلام على القيم، وضمّ هو الآخر فرضية تطرقت إلى أن وسائل الإعلام لا تساعد على ارتباط الشباب بالقيم، كون هذه المضامين الإعلامية تميل إلى الترفيه والخطاب السياسي.

- وسائل الإعلام تساعد الشباب على تجاوز بعض سلوكيات السلبية.

- ارتباط الشباب بالقيم أو الابتعاد عنها، وتجاوزهم لبعض السلوكيات السلبية يتوقفان على خصائصهم الديمغرافية و السوسيو-ثقافية و الاقتصادية.

توصلت هذه الدراسة إلى النتائج التالية:

- أغلبية المبحوثين يستعملون الانترنت بنسبة **52.5%**، وهذا يفسر أساسا بكون **55.42%** من العينة هم موظفين و **26.26%**، ربما تسمح لهم إمكانياتهم المادية بذلك، و أنهم يستعملونها في أماكن عملهم.

- أغلبية أفراد العينة أجابوا بأنهم يستعملون الانترنت في مقهى الانترنت، وهذا بسبب أن أغلبية الأسر الجزائرية لا تملك جهاز حاسوب نظرا لارتفاع التكلفة أو أنها غير واعية بأهميته.

- يستعمل الذكور الانترنت لغرض الدردشة **70.5%** والبريد الالكتروني بنسبة **61.5%**، أما الإناث فيستعملنه من أجل الدردشة بنسبة **60.4%**، والبحث العلمي بنسبة **45.9%**.

- يستعمل الشباب الانترنت لأغراض التفاعل الاجتماعي الشبهى بالدرجة الأولى، ثم البحث العلمي والتسلية في المرتبة الثانية.

### 3- دراسة بورحلة سليمان: (4)

- تعتبر هذه الدراسة المعنونة بـ: "أثر استخدام الانترنت على اتجاهات الطلبة الجامعيين وسلوكياتهم: دراسة ميدانية"، استخدمت المنهج الوصفي، والذي اعتمد على أداة الاستمارة، وقدرت عينة الدراسة بـ 200 مفردة، و كانت عينة قصدية، واعتمدت هذه الدراسة على فرضيات، وهي:
- إن استخدام الانترنت من طرف الطلبة لا يجعلهم يكتسبون بعض السلوكيات غير السوية.
  - لا توجد علاقة بين استخدام الانترنت ومشاعر العزلة الاجتماعية.
  - لا توجد علاقة بين مدة الاستخدام وزيادة سوء استخدامها.
  - لا توجد علاقة ترابطية بين السلوكيات المكتسبة من طرف الطلبة وأنماط الاستخدام.
  - يساهم استخدام الانترنت في تشكيل اتجاهات الطلبة حول بعض القضايا.
- توصلت هذه الدراسة إلى النتائج التالية:
- إن التلفزيون هو الوسيلة الأكثر استعمالا من طرف الطلبة، بعدها يأتي استخدام الانترنت، وبالتالي فهي وسيلة جماهيرية مثل التلفزيون.
  - يستخدم الطلبة الانترنت بنسب كثيرة سواء يوميا أو في نهاية الأسبوع، وهذا بغرض البحث العلمي.
  - أغلبية الطلبة بنسبة 60.2% يستخدمون الانترنت في مقهى الانترنت.
  - أغلبية المبحوثين تستخدم الانترنت من أجل الاكتشاف و الاطلاع بنسبة 64.8%، أما التثقيف والتعليم بنسبة 64.3%، أما أقل نسبة قدرت بـ 6.3% من أجل بناء صداقات والاتصال بالآخرين.
  - إن استخدام الإنترنت لا يجعل الطلبة يكتسبون بعض السلوكيات السلبية غير السوية، وهذا لأن الطلبة هم فئة واعية من المجتمع.
  - لا توجد علاقة بين مدة استخدام الانترنت ومشاعر العزلة الاجتماعية رغم أن أغلبية العينة تستخدم الانترنت يوميا لأكثر من ثلاث ساعات.
  - لا تساهم الانترنت في تشكيل اتجاهات الطلبة حول بعض القضايا.

### 4- دراسة محمد الفاتح حمدي: (5)

- تعتبر هذه الدراسة المعنونة بـ: "استخدامات تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة وانعكاساتها على الشباب الجامعي: دراسة ميدانية"، التي استخدمت منهج المسح الوصفي، والذي اعتمد على أداة البحث الاستمارة، وقدرت عينة الدراسة بـ 345 مفردة، و كانت العينة القصدية، و العينة العشوائية، أما مكان الدراسة فهو جامعات الشرق الجزائري، و اعتمدت على التساؤلات التالية:

- ما مدى استخدام الشباب الجامعي الجزائري لوسائل الإعلام و الاتصال الحديثة في حياته اليومية من حيث العادات و الأنماط ؟

- ما مدى تأثير استخدام الشباب الجامعي الجزائري لوسائل الاتصال و الإعلام الحديثة على قيم الشباب الجزائري؟

- ما هي الآليات والوسائل التي يجب اتخاذها لحماية المنظومة القيمية لدى الشباب الجامعي في ظل مخاطر وسائل الاتصال و الإعلام الحديثة؟

و اعتمدت الدراسة أيضا على مجموعة من الفرضيات تمثلت في:

- يستخدم الشباب الجامعي وسائل الاتصال لأغراض البحث العلمي و الواجبات المدرسية و تحميل الكتب و متابعة الأخبار و الدردشة و قراءة الجرائد و الترفيه و الاتصال الهاتفي، فهي تلبي رغباتهم.

- إن إقبال الشباب الجامعي على استخدام وسائل الاتصال و الإعلام الحديثة يعود إلى تنوع مضامينها و محتوياتها و تعدد خدماتها و أيضا إغراءات الصورة و الصوت و التقنيات الحديثة المستخدمة في ذلك.

- كما اتجه استخدام الشباب الجامعي لوسائل الاتصال و الإعلام نحو مجالات البحث العلمي و الأكاديمي و التربوي و الترفيهي و التثقيفي و التوجيهي و الاتصالات الهادفة، و الإعلام الهادف، كان لذلك أثر ايجابي على أفكارهم و سلوكياتهم و اتجاهاتهم، و قيمهم الثقافية و الاجتماعية و الدينية في المجتمع.

- يعتبر مستوى التعليم و التربية و الوعي و الأخلاق و التنشئة الاجتماعية و التثقيف و الوازع الديني محددات رئيسية في توجيه الشباب الجامعي نحو استخدامات إيجابية لوسائل الاتصال و الإعلام فيما يخدم قيمهم و يدعمها.

توصلت هذه الدراسة إلى النتائج التالية:

- فسرت الدراسة أن البرامج التي يجد الشباب الجامعي حرجا في مشاهدتها مع العائلة، برامج الأفلام الأجنبية بنسبة **17,25%**، يليها المسلسلات الأجنبية بنسبة **16,22%**، ثم الحصص الخلية بنسبة **16,03%**، و الملاحظ أن تلك البرامج من الإنتاج المستورد من الدول الأجنبية وحتى العربية مثل الأغاني و الموسيقى.

- أظهرت الدراسة أن أغلبية المبحوثين يرون أن ما يعرض عبر مواقع القنوات الفضائية العربية من برامج و حصص يتنافى أحيانا مع قيمنا داخل المجتمع بنسبة **66.8%**، وهناك من يرى أن كل ما يعرض عبر هذه القنوات الفضائية العربية يتعارض كلية مع قيمنا الثقافية و الدينية و الاجتماعية و ذلك بنسبة **31,30%**.

- كشفت الدراسة أن ما يعرض عبر مواقع الإنترنت من معلومات و صور مختلفة يتنافى أحيانا مع قيمنا السائدة داخل الأسرة الجزائرية في نظر الشباب الجامعي، و ذلك بنسبة **66,95%**، وهناك من يرى بأن ما يقدم عبر هذه الشبكة يتنافى كلية مع قيمنا الثقافية و الدينية، و ذلك بنسبة **32,16%**، و قد أظهرت

الدراسة أن ما يعرض عبر مواقع الإنترنت لا يتعارض دائما مع القيم السائدة داخل المجتمع الجزائري، لأنه قد تكون هناك مواقع كثيرة تفتح مجالاً واسعاً للبحث العلمي في نظر الشباب الجامعي.

- أظهرت الدراسة أن الاستخدام المكثف لوسائل الاتصال الحديثة (الإنترنت) يزيد من انتشار الرذيلة وفساد الأخلاق بنسبة **13,03%**، وأيضاً التشجيع على الكسل و الخمول و الإصابة بالعديد من الأمراض الجسدية و النفسية، بنسبة **10,35%**.

- بينت الدراسة أن من بين التأثيرات التي أحدثتها تكنولوجيا الاتصال و الإعلام الحديثة على حياة الشباب الجامعي في نظرهم، أنها ساهمت بدور كبير في تعريفهم بالمجتمعات العالمية وثقافتها المتنوعة و المختلفة بنسبة **27,06%**، كما يرى البعض أن التعرض لهذه الوسائل هو من أجل التخلي عن القيم التقليدية السائدة داخل المجتمع و تبني قيم جديدة وافدة إلينا عبر هذه الوسائل بدواعي التحضر و التفتح على ثقافة الأخر، وذلك بنسبة **14,03%**، ولم نسجل فروق كبيرة بين الذكور و الإناث على مستوى الشعبتين فيما يخص تحديد تأثيرات وسائل الاتصال و الإعلام الحديثة على حياتهم.

- توصلت الدراسة إلى أن من بين الأسباب الجوهرية التي أدت إلى تأثير وسائل الاتصال و الإعلام على حياة الشباب الجامعي و تغيير نظرهم للحياة انطلاقاً مما تقدمه هذه الوسائل، هي تلبية رغباتهم و احتياجاتهم وذلك بنسبة **15,77%**، و أيضاً تعد كثرتها و تنوعها من حيث المضامين و التقنيات العالية و الرفيعة سبباً في تأثيرها على حياة الشباب الجامعي وذلك بنسبة **15,82%**، كما أن الفراغ الذي يعاني منه الشباب الجامعي يعد سبباً جوهرياً في تأثير هذه التكنولوجيات الحديثة على حياتهم وذلك بنسبة **15,63%**.

- كشفت الدراسة على موافقة أغلبية الباحثين على وجود علاقة تعارف قبل الزواج وذلك بنسبة **47,82%**، ويعتبرون أنه أمر ضروري قبل الزواج من أجل تجنب الوقوع في المشاكل و العراقيل، ويعتبرون ذلك باباً للتعارف بين الجنسين و مفتاحاً لتجنب الخلافات و قضايا الطلاق، و ينظرون إليه على أنه أمر ضروري و حتمي على الشباب.

- توصلت الدراسة إلى أن من الأمور التي تحدد قيمة الإنسان في وقتنا الحاضر في نظر الشباب الجامعي نجد المال و السلطة و النفوذ في المرتبة الأولى **30,60%**، ثم يأتي معيار الوظيفة و المهنة المحترمة بنسبة **22,14%**، و إقامة علاقات مع ذوي السلطة و النفوذ في المرتبة الثالثة بنسبة **18,37%**.

- توصلت نتائج الدراسة الميدانية إلى أن الالتزام بتعاليم الإسلام في الحياة اليومية في نظر الشباب الجامعي يعد مهم جداً بنسبة **87.82%**، سواء في طريقة الحوار و التفكير و المعاملة و احترام الآخرين، و أيضاً الاجتهاد و الانضباط في الحياة اليومية، و أثبتت الدراسة أن تأثير قليل قد تحدثه وسائل الاتصال

والإعلام الحديثة في إلتزامهم بتعاليم الإسلام، حيث رأى **52,02%**، قد يكون لها دخل في تعليم الأفراد تعاليم الإسلام من خلال البرامج الدينية والعلمية.

### 2.1.6.1.1. بعض الدراسات المشابهة الأجنبية:

#### 1- دراسة استكشافية بفلادلفيا:

كشفت دراسة استكشافية **Pilot Study** تم إجراؤها في جامعة فيلادلفيا مع استرشاد بنتائج دراسات مسحية أجريت في مجتمعات أخرى أمريكية وكندية، وطرحت هذه الدراسة مجموعة من التساؤلات منها: لماذا يستخدم الشباب الإنترنت؟ وماذا يحقق باستخدام الإنترنت من إشباعات للشباب؟ ماهي تأثيرات الإنترنت الايجابية أو السلبية في الشباب من جوانب المعرفة والسلوك والاتجاهات وأسلوب الحياة؟<sup>(6)</sup>

وتوصلت الدراسة إلى أن:

- متوسط عدد الساعات اليومية التي يقضيها الشباب في جامعة فيلادلفيا في استخدام الإنترنت **48,3%** ساعة فأقل و **38,8%** من ساعتين إلى أقل من 4 ساعات و **6,4%** من أربع ساعات إلى أقل من ست ساعات.

- يحرس الشباب على استخدام الإنترنت في الأوقات التالية: **35,3%** ما بين المحاضرات، و **19,8%** بعد الانتهاء من الدراسة، **21,6%** في وقت متأخر من الليل.

- نوعية المواقع التي يستخدمها الشباب في الجامعة تراوحت بين المواقع المحلية **1,7%** و المواقع العربية **24,1%**، أما المواقع العالمية **14,3%** و بلا إجابة **19,8%**.

- يستخدمون اللغة الانجليزية، حيث أن أكثر من **19%** من الطلاب الشباب يستخدمون اللغة العربية، و **33,6%** يستخدمون اللغة الانجليزية و **36,2%** يستخدمون اللغتين العربية والانجليزية.

- يرى بعض المستجوبين أن الإنترنت وسيلة أساسية للترفيه، حيث أن نسبة **30,2%** معارض، **32,8%** محايد و **34,5%** موافق.

- وفي تقييم لطلبة فلادلفيا للإنترنت كوسيلة ذات تأثيرات سلبية أخلاقية، فأنهم يوافقون على أن الإنترنت مفسدة للأخلاقي بنسبة **13,8%** مقابل المعارضين بنسبة **35,3%** والمحايدون بلغت نسبتهم **48,3%**، أما الذين عارضوا على أن الإنترنت يعلم القمار بنسبة **51,7%** وموافقون بنسبة **9,5%** ومحايدون بلغت نسبتهم **37,1%**، أما فيما يتعلق بما اذا كانت الإنترنت يعلم المرء الكذب والتزوير فقدرت نسبة الموافقين بـ **17,2%** مقابل المعارضون بـ **39,7%** والمحايدون **41,4%**، كما أنهم وافقوا على أن الإنترنت وسيلة أساسية للإغواء بنسبة **31,9%** و المعارضون بـ **31%** والمحايدون بلغت **35,5%**.<sup>(7)</sup>

### 2.6.1.1. مراجعة بعض الدراسات المشابهة:

تتناول تلك الدراسات التي ذكرت أعلاه، موضوع الإنترنت و تأثيرات هذه الشبكة على مستخدميها، ورغم أهمية هذه الدراسات والنتائج التي توصلت إليها التي كانت كنقطة بداية اعتمدت عليها دراستنا، إلا أن هذه الدراسات كدراسة التي تطرقت إلى "أثر وسائل الإعلام على القيم والسلوكيات لدى الشباب: دراسة استطلاعية بمدينة البليدة"، ركزت على كل من وسيلة الصحافة المكتوبة و الإذاعة والتلفزيون، وتأثير هذه المحتويات على القيم والسلوكيات لدى الشباب، أما دراسة " أثر استخدام الإنترنت على اتجاهات الطلبة الجامعيين وسلوكياتهم: دراسة ميدانية " فركزت على معرفة اتجاهات الطلبة الجامعيين وعلاقتها بشبكة الإنترنت، أي إذا كانت الإنترنت تساهم في تغيير اتجاهات الطلبة تجاه القضايا والأحداث أو عكس ذلك.

تعتبر الدراسة التي عالجت تأثير المضامين الإعلامية على الشباب في الجزائر، والتي ركزت على وسيلة الإعلام التلفزيون، من أهم الدراسات حيث تم الاستفادة من نتائجها التي تحدثت على أن الشباب الذي يعتبر عينة الدراسة يولي اهتمام أكبر بالأخبار والرياضة والمهنوعات الغنائية المحلية والبرامج الدينية على غرار البرامج الأخرى، كما وجدت علاقة بين الآثار الاجتماعية والسلوكية السلبية وبين استخدام الشباب للفضائيات، فكلما كان تعرض أكثر للفضائيات ولمشاهدة مضامينها ازدادت الآثار والسلوكيات السلبية عليهم، وأيضا تعتبر هذه الدراسة ونتائجها التي توصلت إليها نقطة البداية لبحثنا الذي يعالج تأثير المضامين المنشورة عبر الإنترنت على سلوكيات الشباب وقيمه في ضوء الحتمية القيمية.

أما الدراسة التي تناولت استخدام الشباب لوسيلة الإنترنت، ساهمت في صياغة فرضيات دراستنا، إضافة إلى الاعتماد عليها في بناء استمارة الدراسة، كما أن هذه الدراسة اعتمدت على الشباب كعينة للبحث، وهي نفس عينة الدراسة التي نعالجها، حيث استفدنا من النتائج التي توصلت إليها فيما يخص استخدام الشباب للإنترنت، وان وسائل الإعلام لا تقوم بتغيير قيم الشباب، بل تكمل مؤسسات التنشئة الاجتماعية الأخرى، وهذه النتائج هي بمثابة بداية تنطلق منها دراستنا.

كما أن الدراسة التي اهتمت بأثر استخدام الإنترنت على اتجاهات وسلوكيات الطلبة الجامعيين، فقد ساهمت في استفادتنا من النتائج التي توصلت إليها فيما يخص دواعي إقبال و استخدام الطلبة للإنترنت، وهذه النتائج هي بمثابة بداية تنطلق منها دراستنا.



تعتبر هذه الدراسة مهمة، باعتبارها تناولت استخدامات الشباب الجامعي لوسائل الاتصال و الإعلام الحديثة، إضافة إلى أن الدراسة اعتمدت على المداخل النظرية تمثلت في نظرية الاستخدامات و الإشباعات و نظرية الغرس الثقافي لتحليل الظاهرة، حيث استفدنا من النتائج التي توصلت إليها في دوافع استخدام الطلبة للإنترنت، و نظرتهم لتأثيرات الوسائل الاتصالية والإعلامية على الشباب الجامعي.

أما في ما يتعلق بدراسة التي عالجت استخدام و تأثير المضامين الإنترنتية على الشباب، والتي ركزت على وسيلة الإنترنت، تم الاستفادة من نتائجها التي تحدثت على أن الشباب الذي يعتبر عينة الدراسة، و الذي يولي اهتماما أكبر بالمضامين الترفيهية على الإنترنت، وأيضا تعتبر هذه الدراسة ونتائجها التي توصلت إليها نقطة البداية لبحثنا الذي يعالج تأثير الإنترنت على سلوكيات الشباب الجزائري وقيمه في ضوء الحتمية القيمية.

أما دراسة " البث التلفزيوني الفضائي المباشر و أثره على الشباب الجزائري" فركزت على معرفة أثر الذي يمكن أن يحدثه البث المباشر في القنوات الفضائية العربية و الأجنبية على الشباب و على سلوكياته وقيمه، ومنه درست وسيلة من وسائل الإعلام، والتي تختلف في سماتها عن الوسيلة المعتمدة في دراستنا، كون أن هذه الوسيلة جمعت خصائص كل وسيلة إعلام تقليدية فيها، ومنه تؤثر أكثر من تلك الوسائل بتعدد خصائصها.

كما أن دراسة " استخدام طلبة جامعة فلاديفيا للإنترنت" ركزت على كشف استخدام الطلبة لوسيلة الإنترنت ومنه الإشباعات المحققة لهم، واعتمدت بذلك على المنهج الوصفي المسحي من أجل استطلاع آراء الطلبة و كيفية استخدامهم للإنترنت، ومنه دراسة الدكتور السعيد بومعيزة أقرب إلى دراستنا كونها تناولت تأثير المحتويات الإعلامية على قيم وسلوكيات الشباب، إذا أن هذه الدراسة ركزت كدراستنا على قيم الشباب الجزائري و سلوكياته وتأثر الشباب بتلك المحتويات، لكن الاختلاف في كون تلك الدراسة لم تركز على وسيلة الإنترنت كإحدى الوسائل الإعلامية الحديثة وتأثيرات هذه الوسيلة على قيم الشباب وسلوكه.

تعتبر تلك الدراسات التي تم التطرق لها كنقطة انطلاق لدراستنا كون أن نتائجها تساهم في التحليل والتفسير لظاهرة تأثير وسائل الإعلام والاتصال، و الشباب كقوة نشطة في المجتمع.

## 7.1.1. الخلفية النظرية المفسرة للدراسة وإسقاطها:

### 1.7.1.1. النظرية القيمية في الإعلام:

1. **الاحتمية:** " اعتبار متغير واحد أنه المحرك الأساسي في تفسير أو فهم أي ظاهرة، والمتغير الرئيس في هذه النظرية القيمة، وتعتبر هذه النظرية أن المتغيرات الأخرى مثل الفعل الاجتماعي والاقتصادي والتاريخي، مكملة أي تابعة، وهو ما يميز النظرية عن الحتميات الأخرى مثل الحتمية التقنية الإعلامية التي تعتبر الوسيلة هي الرسالة (ماكلوهان)" (8).

أما الظاهرة فتخص الإعلام والاتصال، ويعني ذلك أن أي عنصر أو ظاهرة إعلامية يفسر من حيث قربه أو بعده من القيمة، أما القيمية فيقصد بها الارتقاء، أي ما يسمو في المعنى (9).

2. **القيمية:** يقصد بالقيمة " الارتقاء، أي ما يسمو في المعنى، والقيمة معنوية وقد يسعى الإنسان إلى تجسيدها عمليا، كلما ارتفع بفعله وعقله إلى منزلة أعلى" (10).

3. **الإعلام:** رسالة الإعلام بوسائله التقليدية والجديدة (الإنترنت، الإعلام الاجتماعي)، حيث يرى أن الثقافة لها الأولوية على وسائل الإعلام، لأن الثقافة تستوعب وسائل الإعلام بينما تشمل وسائل الإعلام جزءا محدودا من الثقافة" (11).

ويفهم من هذا الكلام أن القيمة حتمية ضرورية عند دراسة الإعلام، وكلما اقترنت القيمة بالإعلام كلما كان التأثير ايجابيا على المجتمع، وكلما ابتعد الإعلام عن القيمة أو تناقض معها كلما كان التأثير سلبيا (12).

### 2.7.1.1. إسقاط الخلفية النظرية على الدراسة:

يمكن إسقاط النظرية القيمية في الإعلام على موضوعنا الموسوم بتأثير الإنترنت على قيم الشباب الجزائري و سلوكياته في ظل النظرية القيمية في الإعلام، حيث نريد كشف عن كيفية تأثير المحتويات المنشورة عبر الإنترنت على سلوك الشباب وقيمه في ضوء المنظور القيمي للنظرية، و لاسيما أن الإنترنت يقوم بنشر كل الأخبار والمعلومات و الصور و النصوص و الفيديوهات من مختلف الأمكنة و بمختلف اللغات و الديانات، ومنه يستطيع أن يؤثر إيجابا أو سلبا أو هما معا على الشباب الجزائري، مما أوجب علينا دراسة هذا الموضوع.

إن نظرية الاحتمية القيمية في الإعلام اعتمدت على متغير القيم كمتغير أساسي في فهم و تفسير أي ظاهرة، وتعتبر النظرية من بين النظريات الحديثة في الإعلام والاتصال، فهي تفسر علاقة وسائل

الإعلام والاتصال بالقيم، حيث ترى أن المحتويات الإعلامية إذا ارتبطت بالقيم في تلك المضامين الإعلامية، استطاعت أن تؤثر إيجابيا على الفرد والمجتمع، أما إذا لم تقترن بالقيم، أي كلما ابتعدت عن القيم كلما أثرت سلبيا.

تأسست النظرية في بداية الثمانينيات في كتابات الدكتور "عبد الرحمن عزي"، وبرزت أيضا في المحاضرة بعنوان "الإعلام الإسلامي: تعثر الرسالة في عصر الوسيلة"، التي ألقاها في الملتقى العلمي الثالث والعشرون للفكر الإسلامي بالجزائر، سنة 1989، واعتمد صاحب النظرية على مصادر مختلفة ساعدته في صياغة هذه النظرية، كالقران الكريم والسيرة النبوية، إضافة إلى نصوص التجديد في التراث، وعلى الخلفية الاجتماعية لابن خلدون، و الخلفية الحضارية لمالك بن نبي، كما اعتمد على المدارس الكبرى في الإعلام والاتصال كالمدرسة النقدية والوظيفية.

قامت النظرية على افتراض أساس يعتبر الإعلام رسالة وأهم معيار في تقييم الرسالة هو القيمة التي تتبع أساسا من المعتقد، ولذلك فإن تأثير وسائل الإعلام يكون إيجابيا إذا كانت محتوياتها وثيقة الصلة بالقيم، وكلما كانت المحتويات مرتبطة بالقيم كان التأثير إيجابيا، وبالمقابل، يكون التأثير سلبيا إذا كانت المحتويات لا تتقيد بأية قيمة أو تتناقض مع القيمة، وكلما كان الابتعاد عن القيمة أكبر كان التأثير السلبي أكثر.

وإذا حاولنا أن نسقط افتراضات النظرية على موضوع الدراسة فإن الإنترنت كوسيلة إعلامية واتصالية في آن واحد، يجب عليها أن تراعي في محتوياتها التي تبثها عنصر القيم، فإذا راعت القيم في تلك المنتجات التي تحملها، فإنها سوف تؤثر إيجابيا على الفرد ومنه على سلوكه وقيمه، أما إذا لم تراعي القيم و ابتعدت عنها في محتوياتها، فإن تأثيراتها سوف تكون سلبية على الفرد ومنه على المجتمع ككل.

وعليه نحاول من خلال نظرية الحتمية القيمية في الإعلام معرفة مدى اقتران وسيلة الإنترنت ومحتوياتها بالقيم ومدى ابتعادها عنها، ومنه معرفة أبعاد هذه الوسيلة وتأثيراتها على الشباب الجزائري.

### 8.1.1. صعوبات الدراسة: خلال إعدادنا لهذه الدراسة واجهتنا الصعوبات التالية:

- انعدام الدراسات التي تتناول تأثير الإنترنت على سلوك الشباب وقيمه.
- صعوبة الحصول على إحصاءات خاصة بالشباب في الجزائر بشكل عام، وفي كل ولاية من الولايات بشكل خاص.

- انعدام الإحصاءات الدقيقة عن عدد الشباب بالجزائر، ومنه عدم وجود عدد الشباب في كل ولاية من الولايات بالجزائر.

- اختلاف الإحصائيات حول النسبة الحقيقية حول الشباب في الجزائر، نتيجة لعدم تحري الدقة في إعداد التعداد السكاني للجزائر.

## 9.1.1. البحث الاستطلاعي للدراسة ونتائجه:

لقد قمنا بإجراء بحث استطلاعي، وذلك في إطار انجاز أطروحة الدكتوراه الموسومة بـ : " تأثير الإنترنت على قيم وسلوكيات الشباب الجزائري في ضوء الحتمية القيمية "، والذي استطلعنا من خلاله إجابات لمجموعة من الشباب الذين يتجمعون في مختلف الأماكن العمومية والفضاءات التعليمية، وكذا مقاهي الانترنت في ولاية باتنة.

وقد اعتمدنا في هذا الاستطلاع على أداة البحث " الاستمارة"، حيث دامت مدة هذا الاستطلاع ثلاثة أيام كاملة، و هذا في الفترة الممتدة من 18 أفريل إلى 20 أفريل 2017، وقد بلغ عدد الشباب الذين وزعت عليهم الاستمارة الخاصة بالبحث الاستطلاعي 60 شابا، وشملت استمارة الاستطلاع الموزعة على الشباب الأماكن التالية:

حي ستي شيخي طريق بسكرة، حي النصر، شارع أول نوفمبر، مقهى الانترنت (سيبار الأندلس).

### - نتائج البحث الاستطلاعي:

من خلال توزيعنا لهذه الاستمارة التي أجريناها مع مجموعة من الشباب المقيم في ولاية باتنة، تمخض عنها مجموعة من النتائج تمثلت في:

#### جدول (1): يوضح توزيع المستجوبين حسب متغير الجنس:

الجنس	التكرار	%
ذكر	28	47,5
انثى	30	50,8
عدم الاجابة	1	1,7
المجموع	59	100

يتضح من الجدول أعلاه، أن توزيع المستجوبين بنسبة أعلى الإناث بنسبة قدرت بـ 50.8%، أما الذكور أقل وهذا بنسبة تقدر بـ 47.5%.

**جدول(2): يوضح توزيع المستجوبين حسب السن:**

	التكرار	%
من 16 إلى 19	30	50,8
من 20 إلى 23	21	35,6
من 24 إلى 26	5	8,5
من 27 إلى 29	2	3,4
عدم الاجابة	1	1,7
المجموع	59	100

يتضح من خلال الجدول أن فئة عمرية من سن 16-19 تمثل أكبر فئة من المستجوبين بنسبة 50.8%، مقابل فئة عمرية من 27-29 عاما التي قدرت نسبتها بـ 3.4%.

**جدول رقم (3): يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى التعليمي**

	التكرار	%
ابتدائي	1	1,7
متوسط	1	1,7
ثانوي	32	54,2
جامعي	23	39,0
دراسات عليا	1	1,7
عدم الاجابة	1	1,7
المجموع	59	100

يتجلى من خلال الجدول رقم (3) أن أغلبية المستجوبين يتمتعون بمستوى تعليمي ثانوي بنسبة 54,2%، في حين قدرت نسبة 1,7% للمستجوبين الذين لديهم مستوى تعليمي ابتدائي و متوسط و دراسات عليا، و توسطت اجابة المبحوثين الذين لديهم مستوى تعليمي جامعي بنسبة 39%، وهذه النتائج توضح أن أغلبية الشباب يفضلون تكملة دراستهم و رفع من مستواهم التعليمي.

**جدول رقم(4) : يبين توزيع المبحوثين حسب متغير المهنة**

	التكرار	%
عامل	7	11,9
طالب	22	37,3
لا تعمل	30	50,8
المجموع	59	100

يبين لنا الجدول أعلاه أن أعلى نسبة، والتي قدرت بـ **50,8%**، وهي للمبحوثين الذين لا يعملون، وتليها نسبة الطلبة بـ **37,3%**، في مقابل نسبة العاملين، وهي نسبة قليلة قدرت بـ **11,9%**.

**جدول رقم (5) : يبين الوقت اليومي لاستخدام أفراد العينة للإنترنت**

	التكرار	%
أقل من ساعة	5	8,5
ساعة	1	1,7
ساعتين	12	20,3
أكثر من ساعتين	40	67,8
عدم الاجابة	1	1,7
المجموع	59	100

يبين لنا الجدول أعلاه أن نسبة **67,8%** من المبحوثين يستخدمون الإنترنت لأكثر من ساعتين، وهي أعلى نسبة، في مقابل نسبة المبحوثين الأقل الذين يستخدمون الإنترنت لساعة والذين بلغت نسبتهم **1,7%**، وتوسّطت هذه النسب نسبة المبحوثين الذين أجابوا بأنهم يستخدمونها لساعتين بنسبة **20,3%**، في حين لم يجب بعض المبحوثين بنسبة **1,7%**.

**جدول رقم (6): يبين الاوقات المفضلة لاستخدام المبحوثين للانترنت**

	التكرار	%
في الصباح	2	3,4
في المساء	5	8,5
في الليل	19	32,2
في أي وقت	33	55,9
المجموع	59	100

يتجلى من خلال الجدول رقم 6 أن نسبة المبحوثين الذين يستخدمون وسيلة الوسائل الإنترنت في أي وقت قد احتلوا أعلى نسبة قدرت بـ 55,9%، مقابل نسبة المبحوثين الذين يستخدمونها في الصباح، أي بنسبة 3,4%، والتي كانت أقل من نسبة المبحوثين الذين أجابوا أنهم يستخدمونها في المساء، وتوسطت هذه النسب، نسبة المبحوثين الذين يستخدمون الشبكة في الليل بنسبة 32,2%.

فأغلبية المبحوثين يفضلون التواجد على الشبكة في أي وقت، وهذا من أجل معرفة كل جديد، وفي وقته، إضافة إلى أن الشباب من خصائصه الفضول والحماس لمعرفة الأشياء.

**جدول رقم (7) : يبين مع من يستخدم أفراد العينة الانترنت**

	التكرار	%
بمفردك	53	89,8
مع الوالدين	1	1,7
مع الاخوة	4	6,8
مع الاصدقاء و الجيران	1	1,7
المجموع	59	100

من خلال الجدول أعلاه يتبين أن أعلى نسبة قدرت بـ 89,8%، وهي للأفراد العينة الذين أجابوا بأنهم يستخدمون الوسيلة بمفردهم، مقابل النسبة الأقل أي 1,7% فضلوا استخدامها مع الوالدين



و الأصدقاء والجيران، وتوسّطت هذه النسب نسبة 6,8% للمبحوثين الذين يستخدمون الشبكة مع الأخوة.

وعليه، نرى أن المبحوثين يفضلون التواجد على الإنترنت بمفردهم، وهذا يرجع أساساً إلى غياب روح العمل الجماعي، ومنه غياب ثقافة التشارك بين أفراد الأسرة، وهو ما جعل الشباب يحبذون الوحدة، ومنه الابتعاد عن المشاكل الأسرية التي تتفاقم بسبب غياب الوعي الاتصالي ومنه قصور الاتصال.

#### جدول رقم (8): يبين الوسيلة المستخدمة للارتباط المبحوثين بالإنترنت

	التكرار	%
الكمبيوتر العادي	نعم	5
	لا	54
الكمبيوتر المحمول	نعم	14
	لا	45
الهاتف الذكي	نعم	49
	لا	10
الألواح الرقمية	نعم	7
	لا	52
المجموع	59	100

من خلال الجدول أعلاه يتبين أن أغلبية المبحوثين يرتبطون بالإنترنت عن طريق وسيلة الهواتف الذكية، حيث بلغت نسبتهم 83,1%، مقابل نسبة 8,5% للمبحوثين الذين يرتبطون بالإنترنت عن طريق الكمبيوتر العادي، في حين توسّطت نسبة 23,7% يستخدمون الكمبيوتر المحمول للتواجد على شبكة الإنترنت، ومنه نرى بأن الأفراد يرتبطون بشبكة الانترنت عن طريق الوسائل الحديثة كالهاتف الذكي وكمبيوتر المحمول.

جدول رقم (9) : يبين تصفح المستجوبين للمواضيع على الانترنت

		التكرار	%
السياسية	نعم	18	30,5
	لا	40	67,8
	عدم الاجابة	1	1,7
ثقافية	نعم	42	71,2
	لا	17	28,8
العلمية	نعم	45	76,3
	لا	14	23,7
الرياضية	نعم	31	52,5
	لا	28	47,5
الفنية	نعم	40	67,8
	لا	19	32,2
التسلية	نعم	42	71,2
	لا	17	28,8
الاجتماعية	نعم	37	62,7
	لا	22	37,3
الدينية	نعم	30	50,8
	لا	29	49,2
الاخبارية	نعم	20	33,9
	لا	39	66,1
الوطنية	نعم	20	33,9
	لا	39	66,1
المحلية	نعم	13	22,0
	لا	43	72,9
	عدم الاجابة	3	5,1
الدولية	نعم	16	27,1
	لا	42	71,2
	عدم الاجابة	1	1,7
المجموع		59	100

جدول رقم (10): يبين تصفح المبحوثين للمواضيع على الانترنت

		التكرار	%
الحوارات واللقاءات	نعم	22	37,3
	لا	37	62,7
مواضيع متنوعة	نعم	29	49,2
	لا	30	50,8
المجموع		59	100,0
الطبخ وشؤون المنزل	نعم	28	47,5
	لا	31	52,5
الطرائف والغرائب	نعم	33	55,9
	لا	25	42,4
عدم الاجابة		1	1,7
التحقيقات و الريبرتاجات	نعم	21	35,6
	لا	38	64,4
المجموع		59	100

يوضح كل من الجدول رقم (9) و (10) المواضيع المتصفح من قبل المستجوبين، حيث احتلت المواضيع العلمية والثقافية و مواضيع التسلية المرتبة الأولى عند المبحوثين بنسبة 76% و 71,2%، وهي أعلى نسبة، تلتها المواضيع الفنية والاجتماعية بنسبة 67,8% و 62%، وأيضا احتلت المرتبة الخامسة أحداث الطرائف و الغرائب بنسبة 55,9%، و رياضية و دينية في المرتبة السادسة بنسبة 52%، في حين بلغت نسبة المواضيع المتنوعة و الطبخ وشؤون المنزل نسب التالية 49,2%، و 47,5%، و مواضيع الحوارات و اللقاءات بنسبة 37,3%، أما التحقيقات و الريبرتاجات بلغت نسبتهما 35%، أما المواضيع الاخبارية و الوطنية و السياسية، بنسبة 33% و 30%، فاحتلت أقل النسب، أي بنسبة 27% و 22%، لكل من المواضيع الدولية و المحلية.

جدول رقم (11): يبين غرض تصفح أفراد العينة للإنترنت

		التكرار	%
المواقع الإلكترونية	نعم	5	8,5
	لا	54	91,5
المواقع الإخبارية	نعم	0	0
	لا	59	100
مواقع التواصل	نعم	56	94,9
	لا	3	5,1
محركات البحث	نعم	19	32,2
	لا	40	67,8
البريد الإلكتروني	نعم	4	6,8
	لا	55	93,2
تحميل الأغاني	نعم	37	62,7
	لا	22	37,3
الاطلاع على المدونات	نعم	2	3,4
	لا	57	96,6
المجموع		59	100

يوضح الجدول أعلاه غرض تصفح الإنترنت، حيث احتلت مواقع التواصل الاجتماعي المرتبة الأولى لدى المبحوثين بنسبة 94,9%، وهي أعلى نسبة، في حين توسطت تحميل الأغاني و محركات البحث النسب و ذلك بنسبة 62,7% و 2,32%، في حين بلغت أقل نسبة لكل من غرض الاطلاع على البريد الإلكتروني و المدونات و كذا مواقع الاخبارية بالنسب الآتية 6,8%، و 3,4%، و 0%.

جدول رقم (12): يبين تأثير محتويات الانترنت على سلوك المبحوثين

	التكرار	%
دائما	9	15,3
أحيانا	25	42,4
نادرا	14	23,7
ابدا	10	16,9
عدم الاجابة	1	1,7
المجموع	59	100

إن قراءة هذا الجدول تظهر بأن نسبة الذين يتأثرون بالمضامين الإنترنت في بعض الأحيان، قدرت بـ 42,4%، بلغت أعلى نسبة، مقابل إجابة المبحوثين الذين يرون أنهم لا يتأثرون بهذه المضامين، التي احتلت نسبة 16,9%، و توسطت هذه النسب اجابة المبحوثين على أن المضامين الإنترنتية نادرا ما تؤثر على سلوكياتهم و هذا بنسبة 23,7%، و نسبة 15,3% كانت اجابة المبحوثين الذين رأوا أن محتويات شبكة الإنترنت تؤثر دائما على السلوك.

جدول رقم (13): يبين مساهمة الانترنت في قيام المبحوثين بهذه السلوكيات

	التكرار	%	
أنسى القيام بأعمالي	موافق بشدة	19	32,2
	موافق	20	33,9
	محايد	6	10,2
	غير موافق	8	13,6
	غير موافق بشدة	4	6,8
	عدم الاجابة	2	3,4
عدم العناية بالبيئة	موافق بشدة	6	10,2
	موافق	7	11,9
	محايد	14	23,7
	غير موافق	15	25,4
	غير موافق بشدة	14	23,7
	عدم الاجابة	3	5,1
اهمال الفرائض الدينية	موافق بشدة	14	23,7
	موافق	6	10,2
	محايد	9	15,3
	غير موافق	13	22,0
	غير موافق بشدة	15	25,4
	عدم الاجابة	2	3,4
الاعجاب بالنجوم	موافق بشدة	10	16,9
	موافق	16	27,1
	محايد	15	25,4
	غير موافق	5	8,5
	غير موافق بشدة	11	18,6
	عدم الاجابة	2	3,4
عدم احترام الاخرين	موافق بشدة	7	11,9
	موافق	4	6,8
	محايد	16	27,1
	غير موافق	13	22,0
	غير موافق بشدة	16	27,1
	عدم الاجابة	3	5,1
المجموع	59	100	

من خلال قراءة هذا الجدول يظهر ثلاثة مؤشرات رئيسة بخصوص مدى مساعدة وسيلة الإنترنت المبحوثين على القيام ببعض السلوكيات، ويمكن إبرازها كما يلي:

- أن أغلبية إجابة المبحوثين كانت "موافق" و " موافق بشدة" في ما إذا كانت المضامين الإنترنت تساعد على القيام ببعض السلوكيات، حيث تراوحت النسب من أعلى قيمة قدرت بـ 33,9 % لسلوك عدم المواظبة و ذلك بنسيان القيام بالأعمال المطلوبة، في حين قدرت نسبة الموافقة بشدة بـ 32,2%، أما سلوك الإعجاب بالنجوم واللاعبين الرياضيين فبلغت نسبة الموافقة بـ 27,1%، كما أجاب المبحوثين بالموافقة بشدة على أن الإنترنت تساعد على سلوك اهمال الفرائض الدينية بنسبة قدرت بـ 23,7%.

- أما أفراد العينة الذين أجابوا بـ "غير موافق بشدة و "غير موافق" على إذا كانت المضامين الشبكة العنكبوتية تساعد على القيام بالسلوكيات معينة، حيث قدرت نسبة عدم الموافقة بشدة على عدم احترام الآخرين بـ 27,1%، و نسبة 25,4% على سلوك عدم الاهتمام بالبيئة.

- بلغت نسبة أفراد العينة الذين أجابوا بمحايد على أن وسيلة الوسائل الإنترنت تساعد على القيام ببعض السلوكيات بـ 27,1% على عدم احترام الآخرين، حيث تساوت نسبي المحايدة و غير الموافقة بشدة على هذا السلوك، و نسبة 23,7% لعدم العناية بالبيئة.

جدول رقم (14): يبين مساهمة الانترنت في تثبيت قيم المبحوثين

		التكرار	%
التنشئة الاجتماعية	موافق بشدة	9	15,3
	موافق	27	45,8
	محايد	6	10,2
	غير موافق	9	15,3
	غير موافق بشدة	2	3,4
عدم الاجابة		6	10,2
تعزيز المسؤولية	موافق بشدة	8	13,6
	موافق	21	35,6
	محايد	17	28,8
	غير موافق	7	11,9
	عدم الاجابة	6	10,2
التفكير والنقد	موافق بشدة	14	23,7
	موافق	19	32,2
	محايد	18	30,5
	غير موافق	1	1,7
	غير موافق بشدة	1	1,7
عدم الاجابة		6	10,2
زيادة العلم	موافق بشدة	18	30,5
	موافق	24	40,7
	محايد	6	10,2
	غير موافق	4	6,8
	غير موافق بشدة	1	1,7
عدم الاجابة		6	10,2
المجموع		59	100

يتضح لنا من خلال الجدول أعلاه أن أغلبية أفراد العينة يعتقدون أن المضامين الإنترنت ساهمت في تثبيت قيمهم، بنسبة موافقة بلغت 45,8% لقيمة التنشئة الاجتماعية، و نسبة 40,5% لقيمة العلم، بعدها قيمة المسؤولية بنسبة 35,6%، مقابل قيمة التفكير والنقد بنسبة 32,2%، في حين أقل نسبة كانت لعدم الموافقة بشدة على أن المحتويات المنشورة في الإنترنت لا تساعدهم على تثبيت القيم التالية: التنشئة



الاجتماعية بنسبة 3,4%، ثم تليها التفكير والنقد و كذا العلم بنسبة 1,7%، وتوسطت اجابة المبحوثين بالموافقة على تثبيت كل من قيمة العلم 30,5% و 15% بالموافقة بشدة على التنشئة الاجتماعية.

و من أفراد العينة الذين أجابوا بمحايد بنسبة 30,5% لقيمة التفكير والنقد، ثم تلتها نسبة 28,8% لقيمة المسؤولية.

#### - البحث الاستطلاعي للدراسة ونتائجه:

تكمن استفادتنا من البحث الاستطلاعي في التعرف على الظاهرة المراد دراستها وهي " تأثير الانترنت على سلوكيات الشباب الجزائري وقيمه في ضوء الحتمية القيمية"، فمن خلاله استطلعنا للشباب الجزائريين في ولاية باتنة، تبين بأنهم يتأثرون بالإنترنت و بمضامينها المتنوعة، وذلك بنسب متفاوتة.

كما ساعدنا هذا البحث في جمع البيانات والمعلومات التي نحتاجها من أجل صياغة الإشكالية، إلى جانب ضبط المفاهيم الإجرائية الخاصة بالدراسة بطريقة دقيقة، و كذا المساهمة في صياغة أسئلة استمارة الدراسة ومحاورها، لتوصل إلى نتائج تساهم في تفسير ظاهرة تأثير الإنترنت على السلوكيات والقيم لفئة الشباب في المجتمع الجزائري.

## 2.1. البناء المفاهيمي للدراسة:

اخترنا أن نقوم بالتركيز على المفاهيم الرئيسية الواردة في عنوان الدراسة، وقد فصلنا فيها، وذلك بجعل مجموعة من مفاهيم تنتظم حول مفهوم رئيسي ترتبط به مفاهيم فرعية، والهدف من ذلك هو إظهار العلاقات التي تربط المفاهيم ببعضها البعض للوصول إلى تشكيل بناء مفاهيمي يساعدنا في تحليل موضوع الدراسة، وجاءت مجموعة المفاهيم التي تقوم عليها هذه الدراسة على النحو التالي:

### 1.2.1. مفهوم التأثير والمفاهيم المرتبطة به:

#### 1.1. مفهوم التأثير:

" إحداه تآثيرات وتغيراات في السلوك والتفكير، وتتمثل في التغيراات الحاصلة نتيجة للتعرض للوساائل المختلفة ". (13)

#### المفهوم الإجراءي:

نقصد بالتأثير في هذه الدراسة هو ما يحدثه استخدام الإنترنت من تثبيت أو تغيير في سلوك الشباب الجزائري بعد و أثناء استخدامهم وتعرضهم للمضامين المنشورة عبر الإنترنت.

### 2.1. المفاهيم المرتبطة به:

#### 1.2.1. الأثر:

" تلك العلاقة التفاعلية بين أفراد الجمهور ووساائل الإعلام وتتميز هذه العلاقة من جانب وساائل الإعلام بمحاولة تكييف رساائها مع خصائص الجمهور، الذي تتوجه إليه بهدف استمالتهم لكي يتعرضوا لمحتوياتها، وليس بضرورة التأثير عليهم لكي يغيروا شيئاً ما على المستوى المعرفي أو الوجداني أو السلوكي ". (14)

### 2.2.1. مفهوم السلوك والمفاهيم المرتبطة به:

#### 1.2. المفاهيم المرتبطة بالسلوك " الاتجاه":

هو " تغير محدد عن قيمة أو معتقد، و لهذا يشمل على نوع من التقييم الإيجابي أو السلبي، و بذلك هو ميل الفعل بأسلوب يتفق مع موضوعات بعينها ومواقف مترابطة محدة. "(15)

كلمة الاتجاه **Attitude** " اشتق من الأصل اللاتيني **Aptus**، والذي يشير إلى معنى اللياقة وكان أول من استخدمه " هربرت سبنسر"، و رتببت أيضا باستخدام كلمة **Posture** والتي تعني وضع الجسم عند التصوير، ثم تطور استخدام هذا المصطلح فأصبح يشير إلى الوضع المناسب للجسم للقيام بأعمال معينة". (16)

ويرى "مورجان" **morgan** بأن " سلوك الفرد في موقف ما ليس وليد الصدفة، وإنما هي محصلة المعاني التي كونها من خلال خبرات سابقة، والتي تميل بالسلوك نحو وجهة معينة". (17) و هو " انخفاض أو ازدياد نمو الشيء ببطء، وسلامة على مدى فترة طويلة من الزمن كالمناحي السياسية والاجتماعية والاقتصادية والثقافية". (18)

### 1.2.2.1 مفهوم السلوك:

#### 1. السلوك: BEHAVIOUR

هو "الاستجابة الحركية والفردية، أي أنه الاستجابة الصادرة عن عضلات الكائن الحي، أو عن الغدد الموجودة في جسمه". (19)

يعتبر السلوك " سلسلة من الاختبارات "choies" يقوم بها الفرد من بين استجابات الممكنة **possible Responses** عند تنقل الفرد من موقف **situation** إلى آخر، فالسلوك هو كل ما يصدر عن الفرد وهو يتشابه إلى حد كبير مع اتخاذ القرارات". (20)

تستخدم كلمة السلوك **Behavior** (21)، على أنها " مجموعة من الحركات المنسقة التي تقود إلى وظيفة ما فتمكن صاحبها من الوصول إلى غاية مادية أو معنوية". (22)

وعرف أيضا في " قاموس علم الاجتماع " بأنه " أي فعل يستجيب به الكائن الحي برمته لموقف ما استجابة واضحة، وتكون عضلية أو عقلية أو هما معا، وتترتب هذه الاستجابة على تجربة السابقة، وقد يستخدم لفظ السلوك للدلالة على هذه الاستجابة الظاهرة على العمليات الداخلية فيميز السلوك الصريح أو الظاهر". (23)

و هناك من رأى السلوك على أنه "مصطلح تقني يعبر عن الاستجابة لمثير ما، أو هو أي فعل يمكن ملاحظته أو هو نتيجة برنامج تدريبي ما، وقد يكون نتيجة وضع فرد ما في بيئة تعلم ما (24)، كما يطلق السلوك على " كل عمل يؤديه الكائن الحي ". (25)

و هناك من رأى بأنه " مجموع أنشطة الكائن العضوي الداخلية والخارجية وتفاعل الفرد مع البيئة الاجتماعية والمادية، ويكون ظاهريا ويستدل عليه من آثاره الظاهرة أو باطني وهو الذي يمكن الاستدلال عليه بشكل غير مباشر " (26) ، إذن هو " كل ما يفعله الكائن الحي ويقوله ". (27)

و ورد السلوك في قاموس علم الاجتماع على أنه "سلوك موجب بطريقة مقصودة نحو معايير اجتماعية، ونحو آراء الآخرين، أو هو سلوك تتحكم فيه معايير الجماعة أو القيم الاجتماعية " (28)، و هو " أي رد فعل **reaction** أو استجابة **response** يقوم بها الفرد بما فيها الأنشطة التي يمكن ملاحظتها "**observable activity**" و التغيرات الجسمية التي يمكن قياسها **mesurable physiological changes** و الأنماط العقلية المعرفية **cognitive** و الخيالات **fantasies** و الانفعالات **emotions** و يعتبر بعض العلماء الخبرات الذاتية جزء من السلوك، و بذلك هو مصطلح يشير إلى أي فعل أو رد فعل لغرض أو عضوية، ويمكن للسلوك أن يكون واعي أو غير واعي ". (29)

وهو "مصطلح تقني يعبر عن الاستجابة لمثير ما، أو هو أي فعل يمكن ملاحظته أو هو نتيجة برنامج تدريبي ما، أو هو نتيجة وضع فرد ما في بيئة تعلم ما" (30)، حيث أن السلوك الايجابي هو " السلوك الصالح النابع من عقيدة صالحة ومن ضمير إنساني حي ". (31)

سعت الدراسات السلوكية الحديثة إلى محاولة فهم وتفسير التركيب النفسي و السيكوفيزيائي (**Psycho Physique**) للأفراد، ففي الفترة ما بين الحربين العالميتين برزت معالم " مدارس سيكولوجية متميزة أولها مدرسة التحليل النفسي بقيادة الطبيب النمساوي "سيغموند فرويد" (**1856 S.Freud**-**1939**)، والمدرسة السلوكية بقيادة عالم النفس الأمريكي "سكينر" (**Skinner**)، والمدرسة الإدراكية بقيادة الأمريكيين "هايدر" **Heider** و"فيسنجر" (**Festinger**) الذين أعادوا للقوى الإدراكية التي تجري في الجانب الشعوري مكانة في تقرير سلوك الإنسان ". (32)

كما عرف السلوك على أنه "محصلة التفاعل بين الفرد الذي يقوم بالسلوك وطبيعة الموقف الذي يوجد فيه، لذلك فإن محاولة تحليل السلوك وفهمه والتنبؤ به بهدف التحكم فيه ليس بالأمر السهل، ويظهر السلوك ليس نتيجة لقوى أو ضغوط من داخل الفرد فقط ". (33)

ومن خلال التعريفات السابقة يمكن أن نستنتج بأن السلوك الإنساني يمثل استجابة أو رد فعل يقوم به الفرد من أجل تحقيق توازن في تصرفاته، حيث أن تلك الاستجابة قد تكون لفظية أو حركية، وتؤكد هذه التعاريف أيضا على أن السلوك تفاعل الفرد مع بيئته واستجابة لمطالبها أو لمطالب اجتماعية أو ذاتية.

**التعريف الإجرائي:**

نقصد بالسلوك في هذه الدراسة هو السلوك السويّ وغير السويّ الذي يكون ناتج عن تأثير الإنترنت، و لم يكن هذا السلوك قبل استخدام وسيلة الإنترنت هذه، وتم اكتسابه بعد انتقاء المضامين المنشورة في الشبكة العنكبوتية.

### 3.2.1. الإنترنت والمفاهيم المرتبطة به:

#### 1. الإنترنت:

تتلخص الإنترنت في كلمة **Internet**<sup>(34)</sup> ، كلمة منحوتة من كلمتين **Interconnection**، وهي بمعنى أكثر من شيئين ببعضها البعض، وكلمة شبكة **Network** فاستعير من الكلمة الأولى الجزء الأول منها هو **Inter**، ومن الثانية الجزء الأول هو **Net** فصارت الكلمة هي **Internet**، وكثير من يعتقد أن الجزء الأول مأخوذ من كلمة **Inter national** ويصفها بأنها الشبكة الدولية للمعلومات، حيث أنه عندما أطلق اسم **Internet** على الإنترنت لم تكن دولية بل كانت شبكة محلية أمريكية.<sup>(35)</sup>

يستعمل مصطلح الشبكة (**network**) بصفة عامة للدلالة على أي نظام متعدد للمستخدمين **multiusers** يتم فيه توصيل الحواسيب ببعضها البعض للمشاركة في التطبيقات والمتعلقات ومعلومات الوقت الحقيقي **Real time information**، حيث تسمح الشبكات بالمشاركة في مصادر الحوسبة.<sup>(36)</sup>

و هي أيضا " شبكة ضخمة من الحواسيب تربط بين العديد من الأعمال والمعاهد والأفراد في أنحاء العالم، وكلمة إنترنت مأخوذة من اللغة الانجليزية، وهي في الانجليزية اختصار لعبارة تعني شبكة الشبكات المترابطة، حيث يربط الإنترنت بين عشرات الآلاف من الشبكات الحاسوبية الصغيرة، وتبث هذه الشبكات كميات ضخمة من المعلومات في شكل كلمات وصور وأصوات".<sup>(37)</sup>

والإنترنت **Internet**<sup>(38)</sup>، هي أيضا " منظومة تتألف من خطوط اتصالية أشبه بالعمود الفقري، تتفرع من نقاط ولوج وخروج على مدى الخطوط، كالطرق السريعة تماما في المدن، وهي تربط جميع جوانب الحياة المنزلية والعلمية والاجتماعية والترفيهية، وتتيح التواصل والاستفادة من عدد لا متناه من الخدمات بطريقة الكترونية".<sup>(39)</sup>

ومنه الإنترنت **Internet**<sup>(40)</sup>، " كوسيط اتصالي، أداة للاتصال بالآخرين، وتكنولوجيا وسيطية هدفها التواصل وتحسن العلاقات الاجتماعية للفرد، وهي الفضاء الذي تنشأ منه علاقات اجتماعية جديدة".<sup>(41)</sup> نجد المجلس الفيدرالي (**Fédéral networking council**) بالتنسيق مع الخبراء في شبكة الإنترنت وكذا جمعيات حقوق الملكية الفكرية (**Intellectual Proptocol**) يعرف الإنترنت على أنها " نظام شامل للمعلومات ترتبط عناصرها ارتباطا منطقيا بواسطة العنوان الموحد الموجود في مراسيم، ويسمح بإجراء

الاتصالات بين هذه العناصر عن طريق مراسيم (TCP/IP) أو عن طريق المراسيم الأخرى القابلة للتطبيق في IP، وهو بذلك ينتج ويقدم مستوى عالي للخدمات سواء بطريقة فردية أو جماعية عن طريق وسائل الاتصال المتوفرة لدى الشبكة". (42)

عرف الكتاب الصادر عن برنامج التنمية التابع للأمم المتحدة عام 1994 الإنترنت **Internet** (43)، أنها "شبكة اتصالات دولية، تتألف من مجموعة من شبكات الحواسيب، تربط أكثر من 35 ألف شبكة، من مختلف شبكات الحاسوب في العالم، و تؤمن الاشتراك فيها لحوالي 33 مليون مستخدم من الجامعات أو الرمز، وهناك أكثر من 100 دولة في العالم لديها نوع من الارتباط وإمكانية الوصول إلى الشبكة". (44)

وهناك العديد من التعريفات التي أطلقت عليها، يمكن إيجازها كمايلي:

- شبكة الشبكات: أي أنها شبكة معلوماتية، أو مجموعة من الشبكات المعلوماتية.

- مكتبة بلا جدران: يمكن لمستخدميها الاطلاع على كافة أوعية المعلومات المتوفرة في مكتبات الإنترنت.

- منتدى عالمي: يتم من خلاله تبادل الأفكار والمعلومات وتطويرها خدمة للبشرية على مستوى العالم.

- وسيلة اتصال حديثة: من أكبر فوائدها اختصار المسافات والزمن في نقل المعلومات بأوعيتها المختلفة، بينما البعض يحصرها بأنها نوع من البريد الإلكتروني، يتم من خلاله تبادل الرسائل الإلكترونية، مع أي مشترك آخر في أي مكان من العالم. (45)

## 2. المفاهيم المرتبطة بالإنترنت:

1. **الانترانت:** هي شبكة داخلية **In house** محلية مستقلة تربط عدة مستخدمين في منظمة أو مؤسسة أو مشروع تجاري، باستخدام تكنولوجيا الانترانت. (46)

حيث أن مفهوم الإنترنت هي الوسيلة الاتصالية والإعلامية في نفس الوقت، التي يتعرض الشباب الجزائري لها أثناء استخدامهم لشبكة الإنترنت، حيث يستخدم الشباب وسيلة الإنترنت كوسيلة اتصال إذ

يستخدمها من أجل الدردشة وبعث الرسائل إلى الأشخاص الذي يعرفهم ويتعرف بهم، ومنه قد يستعمل البريد الإلكتروني أو الدردشة عبر مواقع التواصل الاجتماعي للاتصال بهم، كما قد يستخدمها كوسيلة إعلامية يتطلع من خلالها إلى الأخبار والأحداث الحاصلة وذلك عبر صفحات الخاصة بمؤسسات الإعلامية الموجودة على المواقع الإعلامية أو على صفحات مواقع التواصل الاجتماعي، وبذلك نحاول معرفة تأثير هذا الاستخدام على القيم والسلوكيات الخاصة بالشباب الجزائري في ضوء نظرية الحتمية القيميّة.

#### 4.2.1. القيم والمفاهيم المرتبطة بها:

##### 1. القيم:

اختلفت و تعددت تعريفات القيمة Value<sup>(47)</sup>، فقد عرفت على أنها " معايير ومحددات موجهة ومحركة لتصرفات الأفراد والجماعات"، وكذلك يرجع التعدد في تعريف القيم نظرا لكون أن القيمة تختلف من مجتمع لآخر، وهي تعبر عن النسق الثقافي والاجتماعي لذلك المجتمع.

وقد وردت كلمة القيم في القرآن الكريم في قوله تعالى: {دِينًا قِيَمًا} (48) ، وأيضا في قوله تعالى: {وَلَا تُؤْتُوا السُّفَهَاءَ أَمْوَالَكُمُ الَّتِي جَعَلَ اللَّهُ لَكُمْ قِيَمًا} صدق الله العظيم (49).

كما ورد لفظ القيمة Value<sup>(50)</sup>، في القرآن الكريم في ثمانية مواضع نذكر منها: "ذلك الدين القيم فلا تظلموا فيهن أنفسكم" سورة التوبة آية (36)، "أَمَرَ الْأَتَّعْبُدُوا إِلَّا إِيَّاهُ ذَلِكَ الدِّينُ الْقَيِّمُ وَلَكِن أَكْثَرَ النَّاسِ لَا يَعْلَمُونَ" سورة يوسف آية (30)، وقوله تعالى " فاقم وجهك للدين القيم من قبل أن تأتي يوم لا مرد له من الله" سورة الروم آية (43).<sup>(51)</sup>

وتعني القيمة value<sup>(52)</sup>، في معجم الوسيط " بمعنى المقدار، فقيمة الشيء هو قدره وقيمة المتاع ثمنه، وقال قيمة المرء ما يحسنه، كما يقال ما لفلان قيمة، أي ما له ثبات و دوام على الأمر".<sup>(53)</sup>

نجد أن أصل مفهوم قيمة من " قوم يكون ذا صلة بمفاهيم متعددة، مثل: قيمة الشيء، الثبات، التمسك، الاستقرار، الدوام، الاستمرار، البقاء، الاستقامة، الحق و عدم الميل، دفع الباطل، القيادة والسياسة، التقويم الاعتدال، الاستواء، التعديل للصحيح، الشمول، العزم والفعل ودوام الفعل، المحافظة والإصلاح، البيان والوضوح، الالتزام والإلزام، التمام والكمال، الأساس والضرورة، العماد والنظام، الدفاع والمدافعة عن القيم والحق".<sup>(54)</sup>

ووردت القيم على أنها " ثمن الشيء بالتقويم ومنها اشتقت كلمة الاستقامة"، أما في اللغة الانجليزية اقتصر على القيمة المادية في حين أهمل القيمة المعنوية في تعريفه لها، فكلما قيمة value<sup>(55)</sup>.

## - اصطلاحا:

القيم " ناصية الشيء، تجعله مفيدا ومرغوبا، وهي مبدأ مجرد وعالم يختص بأنماط السلوك في إطار ثقافة مجتمع معين". (56)

كما يوجد ضرورة للاعتراف بوجود فروق جوهرية بين الاتجاهات والقيم، فالقيم " تمثل معيارا للسلوك بينما الاتجاهات لا تعتبر كذلك، ونجد أن القيم لها وضعاً متميزاً وحساساً في شخصية الفرد حيث إن لها القدرة في التأثير على الاتجاهات في ترسيخها أو تغييرها وتعديلها بالاتجاه المطلوب" حسب العالم (57). Rokeach

أما الميل العام للقيم، فهو يعني أن القيم " هي توجه عاطفي عام جداً، وأن القيم لا يمكنها أن تنتبأ بالسلوك وتصرف الفرد في المواقف المعينة بصورة جيدة" (58)، تعالج القيم من وجهة النظر السوسولوجي على أنها " عناصر بنائية تشتق أساساً من التفاعل الاجتماعي". (59)

كما " تعتبر القيم من دوافع السلوك المهمة، ولها أهمية كبرى ليس فقط في حياة الإنسان، بل أيضاً فيما يقوم به الأفراد والجماعات من سلوك". (60)، و بذلك هي " أساس و أهم موجبات السلوك الفردي والجماعي". (61)

طبقاً لهذا التعريف فإن القيم هي أي شيء يمكن أن يؤثر على قرارات و مواقف الفرد أثناء اختياره.

أما نظرة الشرع للقيم فهي اعتبارها "المعتقد والاتجاه والميل والمصالح المعتبرة المرسلّة التي قررها وطورتها مصادر التشريع الإسلامي، والتي تعد المصدر الأساسي المحرك لسلوك الفرد". (62) فالقيمة هي " نتاج ثقافي اجتماعي لفترة زمنية معينة، قد تندثر أو تستمر، فتشكل حينئذ منها مفاهيم وأنماط سلوك، ويصبح المساس بها من المحرمات في المجتمع". (63)

ان القيمة حسب "نورنديك" " التفضيلات أو الأشياء المفضلة لدى الإنسان أو الجماعة" (64)، ورأى "عبد الرحمن عزي" أن القيمة "هي الارتقاء، أي ما يسمو في المعنى، والقيمة معنوية وقد يسعى الإنسان إلى تجسيدها عملياً كلما ارتفع بفعله وعقله إلى منزلة أعلى" (65)، وبذلك يرى هناك " ترابط بين القيمة كمعنى وممارستها في الواقع المعاش، فالقيمة تتجسد في الفعل، وبدونه تبقى تصوراً مرغوباً فيه أو فكرة كامنة فحسب". (66)

يشير الدكتور "نصير بوعلي" أن حسب الدكتور "عبد الرحمن عزي" القيمة تفرض نفسها في دراسة الإعلام، و أن التأثير الإيجابي على المجتمع يرتبط أساساً بالقيم الأخلاقية و يكون سلبياً كلما ابتعدنا عن القيم. (67)



## - التعريف الإجرائي:

نتبنى التعريف الذي قدمه "عبد الرحمن عزي" للقيمة على أنها " ما يسمو بالفرد ويرفعه من معان مدركة أو مستنبطة من النص القرآني أو السيرة النبوية أو النصوص المرجعية التي أنتجت الحضارة العربية الإسلامية".

### 5.2.1 مفهوم الشباب والمفاهيم المرتبطة به:

#### 1. مفهوم الشباب: les jeunes

1.1 لغة: كما ورد تعريف الشباب في لسان العرب لابن منظور تعني " الفتوة و الفتاء، بمعنى الحيوية والقوة والديناميكية". (68)

أما في المصباح المنير فالشباب يعني " النشاط والقوة والسرعة " (69)، و "Young man" مأخوذة " من الفعل شب وجمعه شباب وشبان وشبيبة والمؤنث شابة والجمع شابات وشوائب، و هو مرحلة من مراحل العمر تقع بين الطفولة والشيخوخة، وهي تتميز من الناحية البيولوجية بالاكتمال العضوي ونضوج القوة ". (70)

#### 2.1 اصطلاحا:

أما اصطلاحا فيرى "عبد المنعم هاشم" و "إسماعيل صفوت" بأن فئة الشباب هي " التي تتراوح ما بين سن الميلاد حتى 30 سنة". (71)

إن معظم بلدان جنوب إفريقيا تتبع تعريف منظمة الأمم المتحدة و أمانة الكومنولث في تثبيت حدود العمر، وغالبا ما يرى أن الشباب ينحصر ما بين 15 و 24 سنة من العمر". (72)

والشباب عادة هم الأفراد في مرحلة المراهقة، أي الأفراد بين البلوغ الجنسي والنضج، وأحيانا يستعمله بعض العلماء ليشمل المرحلة من العاشرة حتى السادسة عشرة، بيد أن الفترة التي تنتهي فيها مرحلة الشباب غير محدودة وقد يمدّها البعض إلى سن الثلاثين.

يرى علماء الاجتماع أن فترة الشباب تدل عندما " يحاول المجتمع تأهيل الفرد لكي يحتل مكانة اجتماعية، ولكي يؤدي دورا أو أدوارا في بناء المجتمع، وتنتهي فترة الشباب عندما يتمكن الفرد من احتلال مكانته الاجتماعية ويبدأ في أداء أدواره في المجتمع أي أن الشخصية الإنسانية تظل شابة طالما أنها لم تعد لأداء أدوارها الاجتماعية بعد". (73)

ناقشت المؤتمرات العلمية التي عقدتها أجهزة الشباب لمناقشة قضاياهم ومشاكل سن الشباب، وانتهت في أحد هذه المؤتمرات إلى تحديد " مرحلة الشباب في الفترة السنوية من 15-25 سنة، وذلك تمثيا مع المفهوم الدولي لسن الشباب". (74)

في حين رأى البعض أن فترة الشباب فترة المراهقة المتأخرة و بواكر الرجولة، تقع بشكل عام بين 16 و 25 سنة وكثيرا ما يقصر التعبير على الذكور دون الإناث(75)، وطرف آخر من الباحثين حددها " ما بين (15-30) عاما، ورأوا أنها مرحلة يكتمل فيها النمو الجسمي والعقلي على نحو يجعل المرء قادرا على أداء وظائفه المختلفة ". (76)

ورد في كتاب " المعلوماتية وحضارة العولمة" أن الشباب " طبقة اجتماعية متبلورة يمكن التعرف على ملامحها وقسماتها، ويمكن أن يكونوا جماعة ضاغطة **Groupe de pression** في بعض الأحيان، حين يتصاعد المدى الثوري في بلد ما نتيجة تلاحم بعض الظروف والعوامل". (77)

قدم المهتمون برعاية الشباب مفهومي في هذا المجال، أحدهما يرى أن الشباب " مرحلة عمرية محددة من مراحل العمر"، والمفهوم الآخر يرى أن الشباب " حالة نفسية تمر بالإنسان وتتميز بالحيوية والنشاط وترتبط بالقدرة على التعلم ومرونة العلاقات الإنسانية وتحمل المسؤولية". (78)

## التعريف الإجرائي:

نقصد بالشباب في هذه الدراسة فئة اجتماعية توجد في مرحلة عمرية تمتد من 16 إلى 29 سنة، ويتميزون بخصائص اجتماعية و ثقافية و نفسية خاصة بهم، منها الحماس، الطموح، والإصرار على العمل والإبداع، إضافة إلى استخدامهم شبكة الإنترنت و يرون المضمون المنشور فيها.

## 2. المفاهيم المرتبطة به:

### 1. التغيير: CHANGE

يأتي التغيير في اللغة وفي الاصطلاح: بمعنى التحويل، يقال غيرت الشيء تغييرا، أي أزلته عما كان عليه" (79)، وهو "عملية إرادية من صنع الفرد، ويختلف التغيير عن التغيير الذي هو من صنع البيئة". (80)

## التعريف الإجرائي:

نقصد بالتغير في هذه الدراسة تلك التغيرات التي تحدث على مستوى السلوكيات السائدة و القيم نتيجة استجابة الأفراد إلى الرسائل التي يتعرضون لها عبر شبكة الإنترنت، ويتقبلون مضمونها ويتعلمونها، وقد تكون التغيرات هذه سريعة أو طويلة إلا أنها تؤثر على طبيعة الفرد.

## 2. التغير:

" التحول من حالة إلى حالة أخرى، والتحول الذي يطرأ على التنظيم أو البناء الاجتماعي في الوظائف والقيم والأدوار الاجتماعية خلال فترة زمنية، وقد يكون التغير إما ايجابياً أو سلبياً". (81)

### 6.2.1. مفهوم الاستعمال والمفاهيم المرتبطة به:

#### 1.6.2.1 مفهوم الاستعمال:

" ذلك الفعل المتمثل في اختيار أفراد الجمهور لوسيلة دون أخرى، و أن اختيارهم محدد بخلفياتهم الديموغرافية و السوسيو-نفسية و الاقتصادية والثقافية ". (82)

## التعريف الإجرائي:

نعني في هذه الدراسة بالاستعمال الانتقاء الذي يقوم به الشباب، وذلك باختيار المضمون المنشور في الإنترنت، ويكون هذا الانتقاء وفقاً لخصائصهم النفسية والسوسيو ثقافية.

### 2.6.2.1 المفاهيم المرتبطة به:

#### 1. الاستخدام:

عرف "لوكواديك" ( Y. Le coadic ) الاستخدام بأنه " نشاط اجتماعي يتحول، إلى نشاط إنساني عادي في المجتمع بفضل التكرار والقدم، وقد أصبح ضروريا من أجل الاستجابة لحاجة المعلومات"، و طرح المفهوم من قبل "جاك بريولت" (Jacques perriault) في كتابه منطق الاستخدام في بداية الثمانينات، حيث اقترحه "لاكروا" (La croix) ويقول " إن الاستخدامات الاجتماعية هي أنماط استخدام تظهر وتبرز بصورة منتظمة على نحو كاف، بحيث تشكل عادات مندمجة في يوميات المستخدم تفرض نفسها في قائمة الممارسات الثقافية القائمة مسبقا وتعيدا إنتاج نفسها وربما مقاومة الممارسات الأخرى المنافسة لها والمرتبطة بها". (83)

يشير الباحث " عبد الوهاب بوخنوفة" إلى أن مفهوم الاستخدام يقتضي أولا الوصول إلى التقنية أو الوسيلة، بمعنى أن تكون متوفرة ماديا ثم تأتي بعد ذلك العوامل الاجتماعية والفردية التي تعمل على تشجيع الاستخدام أو تعمل على إعاقته". (84)

الهوامش:

(1) السعيد بومعيزة، أثر 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، 2005-2006.

(2) نصير بوعلي، التلفزيون الفضائي وأثره على الشباب في الجزائر: دراسة ميدانية، الجزائر، دار الهدى للطباعة والنشر والتوزيع، 2005.

(3) السعيد بومعيزة، المرجع السابق.

(4) بورحلة سليمان، أثر استخدام الانترنت على اتجاهات الطلبة الجامعيين وسلوكياتهم: دراسة ميدانية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، قسم علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر بن يوسف بن خدة، 2007-2008.

(5) محمد الفاتح حمدي، استخدامات تكنولوجيا الاتصال والإعلام وانعكاساتها على قيم الشباب الجامعي، مذكرة مكملة لنيل شهادة ماجستير في تخصص دعوة وإعلام، قسم أصول الدين، كلية العلوم الاجتماعية والعلوم الإنسانية، جامعة الحاج لخضر باتنة، 2008-2009.

(6) صالح خليل أبو أصعب، استراتيجيات الاتصال وسياساته وتأثيراته، ط2، عمان، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، 2011، ص ص 322، 323.

(7) صالح خليل أبو أصعب، المرجع السابق، ص ص 325، 326.

(8) عبد الرحمن عزي، نظرية الحتمية القيمية في الإعلام، ط1، تونس، الدار المتوسطة للنشر، 2011، ص9.

(9) ساعد هماش، نظرية الحتمية القيمية في الإعلام من التخصيص إلى التعميم: من علوم الإعلام والاتصال إلى العلوم الإنسانية والاجتماعية، الملتقى الدولي الثاني حول نظرية الحتمية القيمية في الإعلام، جامعة عمار تليجي بالأغواط، 2-3 ديسمبر 2013.

(10) محمد عوالمية، "نظرية الحتمية القيمية: قراءة تبسيطية للسياق والمبررات والمنهج"، مجلة العلوم الإنسانية، العدد 41، جوان 2014، م أ، ص 198.

- (11) عبد الرحمن عزي، نظرية الحتمية القيمية في الإعلام، المرجع السابق، ص10.
- (12) نصير بوعلي، الإعلام والقيم: قراءة في نظرية المفكر الجزائري عبد الرحمن عزي، الجزائر، دار الهدى للطباعة والنشر والتوزيع، 2005، ص ص 48، 49.
- (13) محمد جمال الفار، معجم المصطلحات الإعلامية: أول معجم شامل في كل المصطلحات الإعلامية المتداولة في العالم وتعريفاتها، الأردن، نبلاء ناشرون وموزعون، دار أسامة للنشر والتوزيع، 2013، ص52.
- (14) السعيد بومعيزة، مرجع سابق، ص ص 29، 30.
- (15) سيد أحمد خليفي، معجم مصطلحات الإعلام: انجليزي عربي، ط1، مصر، دار المعرفة الجامعية، 2000، ص43.
- (16) محمد منير حجاب، الموسوعة الإعلامية، ط1، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، 2003، م1، ص 18.
- (17) انتصار يونس، السلوك الإنساني، {د.ط}، إسكندرية، المكتبة الجامعية، 2001، ص277.
- (18) وضاح زيتون، معجم المصطلحات السياسية: أول معجم شامل في كل المصطلحات السياسية المتداولة في العالم وتعريفاتها، الأردن، دار أسامة للنشر والتوزيع، 2013، ص 7.
- (19) محمود جاسم الصميدي، ردينة يوسف عثمان، سلوك المستهلك، ط1، عمان، دار المناهج للنشر والتوزيع، 2001، ص16.
- (20) فاروق عبده فليه، السيد محمد عبد المجيد، السلوك التنظيمي في إدارة المؤسسات التعليمية، ط1، عمان، دار الميسرة للنشر والتوزيع، 2005، ص30.
- (21) علي السلمي، السلوك التنظيمي، القاهرة، ط3، دار غريب للطباعة والنشر، 1988، ص30.
- (22) موسوعة علم النفس والتربية: السلوك مناهج العلاج النفسي، {د، ب}، EDITO CREPS، 2003، ج 6، ص 83.

Zaki badawi , A Dictionary of the social sciences : English- french – Arabic, Bierut, librairie du Liban, 1978, p 37.

(24) نايف القيسي، المعجم التربوي وعلم النفس، ط1، عمان، دار أسامة للنشر والتوزيع، 2006، ص 255.

(25) محمود عواد، معجم الطب النفسي والعقلي، ط1، عمان، دار أسامة، 2006، ص 320.

(26) قحطان أحمد الطاهر، مصطلحات ونصوص انجليزية في التربية الخاصة، الطبعة العربية، عمان، دار اليازوري العلمية، 2004، ص 320.

(27) عمار الطيب كمشروء، معجم المصطلحات علم النفس الصناعي والتنظيمي والإدارة: انجليزي-عربي، بنغازي، منشورات جامعة قار يونس، 1994، ص 41.

(28) محمد علي محمد، السعيد عبد العاطى السيد، لسامية محمد جابر، علم الاجتماع، {د.ط}، مصر، دار المعرفة الجامعية، 2006، ص 73.

(29) عبد الناصر سليم حامد، معجم المصطلحات الخدمة الاجتماعية، ط1، عمان، دار أسامة للنشر و التوزيع، 2011، ص 336.

(30) نايف القيسي، المعجم التربوي وعلم النفس، عمان، دار أسامة للنشر والتوزيع، دار المشرق الثقافي، 2006، ص 255.

(31) عدنان أبو مصلح، معجم علم الاجتماع، عمان، دار أسامة ودار المشرق الثقافي، 2006، ص 292.

(32) علي قساسية، السلوك الاتصالي للجمهور: خلفيات سيكو- سوسيولوجية، الوسيط في الدراسات الجامعية، الجزائر، دار هومة للنشر والتوزيع، 2004، ص ص 93، 94.

(33) إبراهيم فريد الدّر، الأسس البيولوجية لسلوك الإنسان، ط1، بيروت، الدار العربية للعلوم، 1994، ص 27.

Michel Grenie, Dictionnaire de la micro-informtique, paris, (34)  
Larousse- Bordas, 1997, p 126.

(35) علي محمد شمو، الاتصال الدولي والتكنولوجيا الحديثة: الإنترنت القمر الصوتي الرقمي والمليديا، ط1، الإسكندرية، مكتبة و مطبعة الإشعاع الفني، ص240.

(36) سليمان بن صالح العقلا، فؤاد أحمد إسماعيل، إنشاء الشبكات المبادئ الأساسية لاختصاصي المكتبات والمعلومات، الرياض، مكتب الملك فهد الوطنية، 2000، ص13.

(37) الموسوعة العربية العالمية، ط2، الرياض، مؤسسة أعمال للنشر والتوزيع، 1999، م03، ص 163.

Michael Robinson, Dictionnaire de technologie numérique : (38)  
anglais- français- français- anglais, paris, ellipses Edition marketing,  
2004, p 246.

(39) محمد لعقاب، مجتمع الإعلام والمعلومات: ماهيته وخصائصه، الجزائر، دار هومة للنشر والتوزيع، 2007، ص 96.

Norma detolenaere, Jean pierre meinadier, Dictionnaire de (40)  
l'informatique, paris, Larousse, 2000, p 117.

(41) أمنة قجالي، "الآثار التربوية للإنترنت على المراهقين: دراسة ميدانية بمدينة قسنطينة في الفترة الممتدة بين 01-30 مارس 2013"، مجلة الحكمة للدراسات الاتصالية والإعلامية، العدد 25، السداسي الثاني، 2013، ص222.

(42) باديس لونيس، "ثقافة الإنترنت لدى المراهقين في الجزائر: دراسة ميدانية في استخدام والأثر"، مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية، العدد 10، جوان 2015، جامعة تبسة، ص 127.

Serge cacaly, Dictionnaire de l'information, 2 Edition, paris, (43)  
Armand colin, 2006, p 129.



(44) عبد الملك ردمان الدناني، الوظيفة الإعلامية لشبكة الإنترنت، ط1، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، 2003، ص33.

(45) عبد الملك ردمان الدناني، المرجع السابق، ص 36.

(46) غالب عوض النوايسة، الانترنت والنشر الالكتروني: الكتب الالكترونية والدوريات الالكترونية، ط1، عمان، دار صفاء للنشر والتوزيع، 2010، ص 29.

Andrew ,Nichola trayler, Conscise English Dictionnaire words (47)  
worth, London, Editions limited, 2007, p1031.

(48) القران الكريم، سورة الأنعام، الآية161.

(49) القران الكريم، سورة النساء، الآية 5.

Jorge aguilar, the new Encyclopaedia britannica, tenth Edition, (50)  
Chicago, Library of congress, 2005, p 1061.

(51) نصير بوعلي، قراءات في نظرية الحتمية القيمية في الإعلام، ط1، قسنطينة، منشورات مكتبة اقرأ، 2009، ص ص51، 52.

Fadi Assaad Farhat , Michelle Ibrahim, the JURIDICAL (52)  
DICTIONARY : English. Arabic. French, edition 1, Jordan, Dar Al-thagafa for publishing Distributing, 2014, p 648.

(53) فاييزة أنور أحمد شكري، القيم الأخلاقية بين الفلسفة والعلم، {د، ط}، مصر، دار المعرفة الجامعية، 2002، ص22.

(54) نور الدين لجبري، الأبعاد القيمية للإعلانات: دراسة تحليلية في ضوء نظرية الحتمية القيمية، الملتقى الدولي الثاني حول نظرية الحتمية القيمية في الإعلام، جامعة عمار تليجي بالأغواط، 2-3 ديسمبر 2013.

Harith Suleman faruqi, faruqi's law dictionary : english-arabic , (55)  
edition 5 , beirut, librairiedu liban, 2006, p 727.

(56) آرثر أس. ريبير، إيملي ريبير، المعجم النفسى الطبى: انجلىزى- عربى، ترجمة: عبد العلى الجسمانى، عمار الجسمانى، ط1، بيروت، الدار العربىة للعلوم ناشرون، 2008، ص 707.

(57) المجلس الإسلامى الأعلى: ملتقى دولى الأول حول " الشباب بين الأصالة ومسارىة العصر"، الجزائر، منشورات المجلس الإسلامى الأعلى، 2009، ص 121.

(58) راوىة حسن، السلوك التنظيمى المعاصر، مصر، الدار الجامعىة، 2002، ص 151.

(59) محمد عاطف غىث، قاموس علم الاجتماع، مصر، دار المعرفة الجامعىة، 2006، ص 467.

(60) حسن شحاتة، زىنب النجار، معجم المصطلحات التربوىة والنفسىة، القاهرة، الدار المصرىة اللبنانىة، 2003، ص 243.

(61) محمود السىد أبو النىل، القىم والإنتاج: دراساىة عربىة وعالمىة، ط1، بيروت، دار النهضة العربىة، 1986، ص 10.

(62) إبراىم الدىب، أسس ومهاراى بناء القىم التربوىة وتطبقاىها فى العملىة التعلىمىة، ط2، السعودىة، مؤسسه أم القرى للترجمة والتوزىع، 2006، ص ص36، 42.

(63) عبد الحللم موسى يعقوب، الموضوعىة والقىم الإخبارىة فى الإعلام، ط1، مصر، الدار العالمىة للنشر والتوزىع، 2008، ص 13.

(64) محمد الفاىح حمدى، اسىخدام تكنولوىا الاىصال والإعلام الحدىثة وانعكاسه على سلوكىاى الشباب الجزائرى، مجلة الدراساىة الإعلامىة القىمىة المعاصرة، الجزائر، العدد الأول، المجلد الأول، 2012، ص ص35، 36.

(65) عبد الرحمن عزى، دعوة إلى فهم نظرىة الحتمىة القىمىة فى الإعلام، ط1، تونس، الدار المتوسطىة للنشر، 2011، ص 10.

(66) عبد الرحمن عزي، الإعلام وتفكك البنيات القيمية في المنطقة الغربية: قراءة معرفية في الرواسب الثقافية، ط1، تونس، الدار المتوسطة للنشر، 2009، ص ص183، 184.

(67) Nassir Bouali، in Lectures sur la Théorie Déterminisme de la ، Algérie، valeur morale de l'information، Librairie Iqraa، 2009، pp12-، 13.

(68) محمود قظام السرحان، الإعلام الأمني والشباب، {د، ط}، السعودية، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، 2001، ص53.

(69) محمد سيد فهمي، العولمة والشباب من منظور اجتماعي، ط1، الإسكندرية، دار الوفاء لندنيا الطباعة والنشر، 2009، ص85.

(70) فرد ميلسون، الشباب في مجتمع متغير، ترجمة يحي مرسى عيد بدر، ط1، الإسكندرية، دار الوفاء لندنيا الطباعة والنشر، 2007، ص5.

(71) عبد الله فرغلي أحمد، منظومة مراكز الشباب التربوية، ط1، القاهرة، مراكز الكتاب للنشر، 2003، ص ص27، 28.

(72) محمود عرابي، تأثير العولمة على ثقافة الشباب: دراسة ميدانية، ط1، القاهرة، الدار الثقافية للنشر، 2006، ص ص29، 30.

(73) مسعد عويد، القدوة في محيط النشء والشباب: دراسة علمية تربوية، {د، ط}، مصر، دار الفكر العربي، 1979، ص ص32، 33.

(74) سيد صبحي، الشباب و أزمة التعبير: شبابنا آمالنا، ط1، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، 2002، ص35.

(75) عبد المنعم الحفي، موسوعة علم النفس والتحليل النفسي، ط4، القاهرة، مطبعة أطلس، 1994، ص978.

(76) محمود سلمان العميان، السلوك التنظيمي في منظمات الأعمال، ط2، الأردن، دار وائل للنشر، 2004، ص ص107-108.

(77) السيد يسين، المعلوماتية وحضارة العولمة: رؤية نقدية عربية، ط2، القاهرة، دار نهضة مصر للطباعة والنشر، 2002، ص 148.

(78) <http://www.almaktabah.net/vb/showthread.php?t=30327> -3-17- 07:29 .2015

(79) نزيه حماد، معجم المصطلحات المالية والاقتصادية في لغة الفقهاء، ط1، دمشق، دار القلم، 2008، ص143.

(80) فريد النجار، تكنولوجيا إدارة المعاصرة في ظل العولمة، الإسكندرية، الدار الجامعية، 2007، ص633.

(81) عبد الناصر سليم حامد، معجم مصطلحات الخدمة الاجتماعية، ط1، عمان، دار أسامة للنشر والتوزيع، 2011، ص142.

(82) السعيد بومعيزة، المرجع السابق، ص 30.

(83) عبد الوهاب بوخنوفة، المدرسة، التلميذ والمعلم، وتكنولوجيا الإعلام والاتصال: التمثل والاستخدامات: دراسة على عينة من التلاميذ والمعلمين في الجزائر، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه دولة في علوم الإعلام والاتصال، قسم علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر يوسف بن خدة ، 2006-2007، ص ص35، 36.

(84) نور الهدى عبادة، "مواقع التواصل الاجتماعي والعلاقات الاجتماعية: الفرص والتحديات"، مجلة الإنسان والمجتمع، العدد 12، جويلية 2016، ص 134.

# الجانب النظري للدراسة

# دراسات التأثير والانترنت

كانت بدايات دراسات التأثير من قبل مؤسسات خاصة، حيث سعت هذه الاخيرة إلى إجراء دراسات حول التأثير، للكشف عن التأثيرات التي تحدثها وسائل الإعلام والاتصال على الشباب، حيث تكمن صعوبة التأثير في معرفة انطباقه على جميع الأشخاص باختلاف خصائصهم و أماكن تواجدهم، حيث أن السياق يؤثر في إحداث التأثير على الأفراد بطرق مباشرة أو بطرق اخرى، حيث تمخض عن البحوث الأولى لدراسات التأثير نتائج أفادت بتأثير المباشر للوسائل الإعلامية والاتصالية، وفيما بعد كشفت دراسات أخرى أن تأثير تلك الوسائل انتقائي، و ليطور مجال البحث في دراسات التأثير و تتوصل إلى نتائج أخرى أن تأثير وسائل الإعلام و الاتصال يكون على المدى الطويل.

## 1.2. دراسات التأثير ونظرياته:

يعتبر تحليل تأثير وسائل الإعلام عامة والإنترنت خاصة " مفتاحا لكل دراسة حول الاتصال الجماهيري، هذا بالرغم من الأهمية المتزايدة للمحاور الأخرى، دراسات الجمهور والمرسلون ومؤسسة الإعلام"، إلا أن التأثير يبقى الموضوع الذي يحظى باختلافات كبيرة لدى الباحثين، في جوهر النقاش الذي يجري، نجد نقاشا أقل حول وجود أو عدم وجود التأثيرات، فكل يعترف أن وسائل الإعلام والوسائل الأخرى تترك بصمات في الحياة اليومية للأفراد، ونقاشا آخر، يكون بدرجة أكثر حول درجة التأثير. (1)

ومنه فإن تقسيم النظريات حسب معيار التأثير، أعطى نظريات خاصة بالتأثير القوي و نظريات أخرى غير مباشرة، إضافة إلى نظريات التأثير الانتقائي ونظريات التأثير التراكمي.

### 1.1.2. نظريات التأثير القوي:

#### 1.1.1.2. نظرية الطلقة الرصاصية:

ببروز برنامج الذي قدمه "أورسون ويلز" في عام 1938، بعنوان "غزو من المريخ"، والذي تسبب بخوف الملايين من الأمريكيين وإصابتهم برعب حقيقي (2)، مما أكد فكرة التأثير القوي لوسائل الإعلام على الأفراد، و منه تحدث الباحثين عن نظريات التأثير المباشر و أولى نظرية في هذا المجال هي نظرية الحقنة تحت الجلدية، حيث تكون الرسائل الاتصالية كرصاصة تصل فورا إلى عقول المستقبلين أين تسحر المستقبلين مباشرة وتؤثر فيهم، وظهر ذلك في دراسات هارولد لاسويل (Lasswell) حول آثار الدعاية، ودراسة "كانتزل" و "ألبرت" حول التأثير التكنولوجي للراديو.

كما أثر في هذا المجال، ما نقل عن "لاسويل" أن "ما كان يحقق في الماضي من خلال الحديد والنار والعنف، يمكن الآن تحقيقه عن طريق الجدل والإقناع، وكذلك ما خلفه الأثر الإعلامي لبرنامج " غزو المريخ" الذي قدمه "أورسون ويلز" عام 1938 عن قصة للكاتب "ج. ويلز". (3)

من بين أهم الافتراضات التي قامت عليها النظرية، هي أن:

- الأشخاص ليسوا إلا مجتمعا جماهيريا من مجموعة الأشخاص المنعزلين، تأثرت هذه النظرية بفكر "فرويد".

- تمثل وسائل الإعلام مصادر قوية لتأثير، والناس يقبلونها ويفهمونها بشكل مماثل.

- كل شخص يتلقى المعلومات بشكل فردي، يستجيب بشكل فردي. (4)

و وجهة انتقادات لهذه النظرية بأنها رأت الجمهور سلبي، و كذا تفسيرها لعلاقة الإنسان بوسائل الإعلام فيه الكثير من التبسيط، إضافة إلى مغالاة أنصار النظرية في القدرة الكبيرة لوسائل الإعلام في تأثيرها المباشر على الجمهور.



## 2.1.2. نظريات التأثير غير مباشرة:

إن أهم ما يميز هذه المرحلة هو ظهور سلسلة من الدراسات والأبحاث الإعلامية تمت بإشراف وتمويل منظمة باين "Payne Fund" في أواخر الثلاثينات حتى الستينيات من القرن الماضي، ولقد جاءت هذه الدراسات كرد فعل للنظرية الفذيفة السحرية.

### 1.2.1.2. نظرية "سريان المعلومات على مرحلتين":

قامت العديد من الدراسات بإعادة النظر في قدرة وسائل الإعلام الجماهيرية على التأثير القوي في الجمهور وذلك باستخدام أساليب بحثية جديدة، فتولد اتجاه حديث يرى أن وسائل الإعلام تؤثر بشكل محدود على الأفراد المتعرضين لمضمونها.

وهذا ما أطلق عليه بنظرية "سريان المعلومات على مرحلتين"، حيث أظهرت الدراسة التي أجراها الفريق من بينهم "لازار سفيلد" \* في مقاطعة أيري بولاية أوهايو حول دور وسائل الإعلام في الانتخابات الرئاسية الأمريكية عام 1940، كما ذكر سابقا وجود أنماط منتظمة لتعرض للإعلام ومن هذه الأنماط أن فئات الناس التي أظهرت اهتماما بما أوردته الصحف و المجالات والإذاعات عرف عن أمور الحملة الانتخابية أكثر من الفئات التي لم تتعرض لوسائل الإعلام.(5)

وقام بهذه الدراسة كل من "لازار سفيلد"، "بريسلون" و "غوديت"، وأجريت على أساس أن وسائل الإعلام تؤثر في الجمهور، بناء على فكرة الحافز والاستجابة، لكن من خلال هذه الدراسة تبين أن نمط الحافز والاستجابة غير كاف لتفسير كيفية تأثير وسائل الإعلام على الرأي العام.(6)

كما وجد الباحثين في هذه الدراسة أن الاتصال الشخصي يلعب دور كبير في مجمل عمليات الاتصال الجماهيري، وهذا الدور الذي أصبح يعرف بفرضية "تدفق الاتصال على مرحلتين".(7)

### 2.2.1.2. مدخل الاستخدامات و الإشباع:

يرى هذا المدخل أن الجمهور ليس مجرد مستقبل سلبي لرسائل الاتصال الجماهيري وإنما يختار الأفراد بوعي وسائل الاتصال التي يرغبون التعرض لها، ونوع المضمون الذي يلبي حاجاتهم النفسية و الاجتماعية من خلال قنوات المعلومات وترفيه المتاحة، واهتم الباحثون على التعرف: "ماذا يفعل الجمهور بالوسائل؟ بدلا من "ماذا تفعل الوسائل بالجمهور؟ واعتمد المدخل على خمسة فروض:

- أعضاء الجمهور مشاركون فاعلون في عملية الاتصال الجماهيري ويستخدمون وسائل الاتصال لتحقيق أهداف مقصودة تلبي توقعاتهم.

- يعبر استخدام وسائل الاتصال عن الحاجات التي يدركها أعضاء الجمهور، ويتحكم في ذلك عوامل الفروق الفردية، عوامل التفاعل الاجتماعي وتنوع الحاجات.

- التأكيد على أن الجمهور هو الذي يختار الرسائل والمضمون الذي يشبع حاجاته، فالأفراد الذين يستخدمون الوسائل وليست الوسائل هي التي تستخدمهم.

- يستطيع أفراد الجمهور دائما تحديد احتياجاتهم ودوافعهم وبالتالي يختارون الوسائل التي تشبع تلك الحاجات.(8)

كما يفترض أيضا أن احتياجات الأفراد يمكن أن يتم إشباعها من خلال التعرض لوسائل الاتصال، ومن هنا يظهر مصطلح الإشباعات **Cratification**، وترى أيضا أن الأفراد تدفعهم دوافع لاستخدام وسائل الاتصال، ومن هنا يظهر مصطلح الاستخدامات **(Uses)**.<sup>(9)</sup>

أما "مارك ليفي" يرى أن هناك خمسة أهداف محققة من استخدام الناس لوسائل الإعلام، هي: مراقبة البيئة، التوجه المعرفي، وعدم الرضا، التوجه العاطفي والتسلية.<sup>(10)</sup> و من بين الانتقادات التي وجهت للمدخل أنه يخدم منتجي المضامين الرديئة بتقديم مضمون هابط للجمهور، كون هذا المضمون يسد حاجات هؤلاء، يعتمد هذا المدخل على الدافع والحاجة والإشباع ويهمل العوامل الثقافية.

### 3.2.1.2. نظرية الانتشار والابتكارات (Diffusion of Innovation):

انطلقت هذه النظرية من أبحاث المعرفة الإمبريقية "التجريبية" للعوامل المساعدة على تبني الابتكار المدروس من طرف الأشخاص<sup>(11)</sup>، تعتمد هذه النظرية على أربعة عناصر تمثلت في: المبتكر أو الابتكار، الاتصال عبر قنوات محددة، الوقت، الأعضاء في النظام الاجتماعي.<sup>(12)</sup>

### 3.1.2. نظريات التأثير في حالات (التأثير الانتقائي):

إن البدايات الأولى لدراسة العلمية المنظمة حول أثر وسائل الإعلام على الأفراد لم تتم من قبل مؤسسات حكومية، ولكن من قبل مؤسسات خاصة، مثل مجلس بحوث السينما الذي أقر إجراء بحوث تقود إلى وضع سياسة قومية خاصة بالسينما الأمريكية، وقد استعان المجلس بعدد من أساتذة علم النفس وعلم الاجتماع لإجراء دراسات حول تأثير السينما على الشباب، ونجح المجلس في إقناع مؤسسة أهلية هي مؤسسة باين **Payne Fund** بتمويل هذه البحوث، ونتج عن هذا المشروع ثلاثة عشر تقريرا نشرت جميعا في بدايات الثلاثينيات وعرفت بدراسات "باين" نسبة إلى المؤسسة الممولة، وأكدت جميعها الآثار السلبية للأفلام السينمائية على الشباب<sup>(13)</sup>، ومن نظريات التي انبثقت عنها، نظرية الاختلافات الفردية، ونظرية العلاقات الاجتماعية و الفئات الاجتماعية، و التأثير الانتقائي.

### 1.3.1.2. نظرية الاختلافات الفردية.<sup>(14)</sup>

### 2.3.1.2. نظرية العلاقات الاجتماعية.<sup>(15)</sup>

### 3.3.1.2. نظرية الطبقات الاجتماعية أو الفئات الاجتماعية "Social catégories".<sup>(16)</sup>

### 4.3.1.2. نظرية التأثير الانتقائي: the selective and limited influences theory

ويؤرخ لها في بداية الثلاثينيات بالدراسات التي مولتها ونشرتها مؤسسة "باين" للدراسات بالولايات المتحدة الأمريكية" (**Payne Fundstudies**) في عام 1933، وأعددها مجموعة من الباحثين في العلوم

المتصلة بالإعلام مثل عالم الاجتماع "هربرت بلومر" (Bulmer) الذي بحث أثر الأفلام السينمائية على السلوك اليومي، و "هايسر" (Hauser) الذي بحث مع "بلام" العلاقة بين مشاهدة الأفلام ومشروع إلى الجريمة، و "بيترسون" (Peterson)، و "ثورثون" (Thurstone) اللذان بحثا من خلال دراسة تجريبية أثر الأفلام السينمائية في تشكيل اتجاهات الأطفال نحو القضايا الاجتماعية. (17)

وتتجسد هذه النظرية من خلال عدة مفاهيم:

التعرض الانتقائي: يشير إلى حرية المتلقي في اختيار ما يتعرض له، وبذلك يهتم ببعض الرسائل التي تبثها وسائل الإعلام.

الإدراك الانتقائي: يرتبط هذا العنصر بالمواضيع التي اهتم لها الإنسان، فهو لا يدرك كل ما يتلقاه بل يركز إدراكه على بعض المواضيع التي اختار التعرض لها.

التذكر الانتقائي: يعمل الفرد على التركيز على بعض مدركاته لتخزينها في ذاكرته ليقوم بعملية استرجاعها متى أراد ذلك.

التصرف الانتقائي: هو آخر عنصر من عناصر نظرية التأثير الانتقائي، فهو يعني حمل المتلقي على عملية الفعل مع ترك الحرية في كيفية التصرف. (18)

#### 4.1.2. نظريات التأثير على المدى الطويل (التراكمي) :

هذه النظريات ترى أن تأثير ما تعرضه وسائل الإعلام على الجمهور يحتاج إلى خبرة طويلة حتى تظهر آثاره من خلال عملية تراكمية ممتدة زمنياً، تقوم على تغيير المواقف والمعتقدات و القنوات وليس على التغيير المباشر الآني لسلوك الأفراد.

ومن أمثلة هذا النوع نذكر:

#### 1.4.1.2. نظرية دوامة الصمت (theory silence of spiral):

ظهرت في السبعينيات، حيث دعت "نيومان إليزابيت" إلى اعتبار التلفزيون من أهم وسائل الاتصال الجماهيري في تأثيره على الجمهور المستقبل، وبالتالي تشكيل الرأي العام.

وتقوم على فرضية أساسية بأن " وسائل الإعلام حين تتبنى آراء واتجاهات معينة خلال فترة محددة من الزمن، فإن القسم الأكبر من الجمهور سوف يتحرك في الاتجاه الذي تدعمه وسائل الإعلام لما لها من قوة وتأثير على الجمهور، وبالتالي يتشكل الرأي بما يتناسق وينسجم في معظم الأحيان مع الأفكار التي تدعمها وسائل الإعلام، وأما الأفراد المعارضون لهذه القضية أو تلك الشخصية فأنهم يتخذون موقف الصمت تجنباً لاضطهاد الجماعة الكبيرة المؤيدة، أو الخوف من العزلة الاجتماعية، فإنهم إذا كانوا يؤمنون بآراء مخالفة لما تعرضه وسائل الإعلام فإنهم يحجبون آراءهم الشخصية بذلك نحصل على أثر لولبي، يزداد ميلاً تجاه الجانب السائد الذي تتبناه وسائل الإعلام، بغض النظر عن الموقف الحقيقي للجمهور". (19)

إن نظرية دوامة الصمت (**theory silence of spiral**) غالبا ما يظهر فيها دور وسائل الإعلام في تدعيم رأي الأغلبية، ولا يبرز رأي الأقلية إلا إذا تغيرت الظروف وأصبح رأيها سائدا في شتى المجالات ومنها وسائل الإعلام. (20)

وقد وجهت لهذه النظرية مجموعة من الانتقادات، تمثلت في:

- إن مفهوم الأقلية الصامتة غير دقيق، فكثيرا ما يقوم هؤلاء (الأقلية) بالنقاش و الاعتراض وبشكل قوي رغم الاختلاف مع رأي الأكثرية.

- لا يرجع صمت الأفراد بالضرورة إلى الخوف من العزلة الاجتماعية، وإنما يرجع إلى عدم الإلمام الكافي بالقضية المطروحة للنقاش.

- إن وسائل الإعلام لا تعبر بضرورة على رأي الأغلبية، بل تعكس أحيانا رأي (الأغلبية المزيفة) التي تروج لها.

- من الصعب تفسير الرأي العام وتشكله بمعزل عن دور المعلومات والتجارب التي يحصل عليها الفرد من خلال البيئة السياسية والاجتماعية. (21)

#### 2.4.1.2. نظرية الغرس الثقافي:

ترجع أصول النظرية إلى مشروع المؤشرات الثقافية (**Cultura indicators Project Research**) الذي قام به فريق من باحثي مدرسة أننبرج للاتصال (**Tiona annenberg School Communnice**)، التابعة لجامعة بنسلفانيا بالولايات المتحدة الأمريكية، خلال السبعينيات، وذلك بقيادة فريق عمل قاده "جورج جيربندر" **Gorge Gerbnereg** على مدى أكثر من ربع قرن. (22)

ركز مشروع المؤشرات الثقافية على ثلاث قضايا متداخلة، تمثلت في:

- دراسة الرسائل والقيم والصور الذهنية، التي تعكسها وسائل الإعلام.

- دراسة الهياكل والضغوط والعمليات التي تؤثر على إنتاج الرسائل الإعلامية.

- دراسة المشاركة المستقلة للرسائل الجماهيرية على إدراك الجمهور للواقع الاجتماعي. (23)

كان الهدف من هذا المشروع إيجاد الدليل الإمبريقي على تأثير وسائل الإعلام المختلفة في البيئة الثقافية، حيث تركز هذه النظرية على التلفزيون كأحد القنوات التي تقوم بالتنشئة الاجتماعية وكقاص للحوادث والمصمم الأساسي للصور الرمزية التي تساهم في تكوين المعتقدات عن العالم الحقيقي. (24)

فالتنشئة الاجتماعية في ظل مجتمع وسائل الإعلام والاتصال الذي نعيشه، أصبحت تعتمد بشكل متزايد على التلفزيون في عملية التعلم الاجتماعي القائم على اكتساب معايير وسلوك واتجاهات وأدوار، إلى آخر تلك المكونات التي تقضي في النهاية إلى بلورة الشخصية.

#### 1.2.4.1. افتراضات النظرية:

قامت النظرية على مجموعة من الافتراضات الرئيسية، التي تعتبر الركائز التي تقوم عليها:

- التلفزيون هو أقوى وسائل الاتصال الجماهيري، بحيث يساهم نتيجة لدخوله المنازل وسهولة استخدامه مع تميزه بتقديم الصوت والصورة معاً، في تنشئة الأطفال بدرجة لا تحدث مع الوسائل الأخرى، كذلك لا يحتاج التلفزيون إلى مهارات مسبقة للتعرض له، هكذا يمكن تطبيق هذه النظرية على التلفزيون بدرجة أكبر من إمكانية تطبيقها على الوسائل الأخرى.

- تشكل رسائل التلفزيون نظاماً ثقافياً متماسكاً يعبر عن الاتجاه السائد.

- عملية الإنماء تؤدي إلى خلق مفاهيم عامة توحد الاستجابة لأسئلة معينة تأتي هذه المفاهيم من التعرض الكلي لبرامج التلفزيون وليس من خلال بعض البرامج المنتقاة، فإن التعرض الكلي هو الذي يحقق أهداف عملية الإنماء بدلاً من المشاهدة الانتقائية لأنواع معينة من البرامج ولا بد أن نتجاهل الاختلافات والتنوع في شكل البرامج وأساليب معالجتها، ولكن الاهتمام كله موجه تجاه التماثل أو التوافق الذي يقدمه المضمون العام للتلفزيون.

- تحليل الرسائل التلفزيونية يقدم دلائل على عملية الغرس الثقافي: ويقوم الدارسون للتدليل على تأثير نظرية الغرس على الناس بتحليل محتوى البرامج لكي يثبتوا كيفية قيام الوسيلة بتقديم جوانب مختلفة من المجتمع والحياة بطريقة منسجمة ومنسقة.

- تركز النظرية على مساهمة التلفزيون في نقل الصور الذهنية على المدى البعيد، وتفترض هذه النظرية أن عملية الغرس تتم ببطء عن طريق نقل الرموز الشائعة على المدى البعيد، ومع كثرة المشاهدة يتولد لدى المشاهدين ما نطلق عليه "الاتجاه السائد" الذي يركز عليه التلفزيون، ولقد أثبتت بحوث عديدة أن كثيفي المشاهدة من المجموعات المختلفة يستنبطون معاني مشتركة بدرجة أكبر من قليلي المشاهدة. (25)

توصلت نتائج تلك البحوث التي قام بها "جورج جورنبرج" إلى:

- أن كثيفي التعرض للبرامج التلفزيونية يختلفون في إدراكهم للواقع الاجتماعي من الأفراد قليلي التعرض.

- أن التلفزيون وسيلة فريدة للغرس لدى الأشخاص خاصة الأطفال، لتمتعه بخصائص منها قيامه بدور راوي الحكاية، وإمداد الطفل بالمعلومات، وتكرار الصور الذهنية. (26)

إن عناصر نظرية الغرس الثقافي تساهم في عملية بناء الواقع الاجتماعي من خلال مشاهدة التلفزيون والخطوة التالية هي التعلم وتساعدنا عوامل تؤدي إلى حدوثه مثل الانتباه والتذكر ومن خلال التعلم يتم اكتساب المعلومات المختلفة، ثم تأتي عملية بناء الواقع الاجتماعي، ولإدراك الواقع الاجتماعي أهمية خاصة في التأثير على السلوك، ووفقاً لـ "بنجري" و"لها كنز" فإن عملية الغرس تنطوي على ثلاث عمليات:

- **التعلم:** هو اكتساب المعلومات (بالمصادفة) من خلال التعرض للتلفزيون أي أن التعلم هو العلاقة بين مشاهدة التلفزيون وما يتم إدراكه من أفكار وحقائق وقيم واتجاهات بالنسبة للواقع الاجتماعي المحيط.

- **البناء:** هو استخدام المعلومات لتكوين أحكام عن الواقع، أي أن البناء هو العلاقة بين إدراك ما يقدم في التلفزيون وإدراك الواقع، حيث يتجه الأفراد إلى بناء صورة للعالم الحقيقي مستخدمين المعلومات المكتسبة من التلفزيون.

- **التعميم:** هو العلاقة بين قياس درجة تعلم المشاهد لصفات وخصائص معينة يعرضها المضمون التلفزيوني وبين قياس معتقدات المشاهدين عن الواقع المحيط حول نفس الموضوع. (27)  
ووجهت لهذه النظرية مجموعة من الانتقادات تمثلت في:

- يوجه **New comb** انتقادا حادا لرؤية "جيرينر" حيث يرى أن أفكار التلفزيون ورموزه التي تتدفق من التلفزيون لم تخلق من قبل هذه الوسيلة، وأن الأفكار لها تاريخ ومعان في الثقافة، هي سابقة على التلفزيون، وحذر أيضا من إغفال أهمية التجربة الإنسانية والخبرة الشخصية.

- عدم وضوح الآلية التي يحدث من خلالها الغرس، الذي يعد بالفعل أحد التحديات لباحثي الغرس، حيث يرى أنصار هذا الانتقاد أن بحث الغرس يحتاج نوعية من الصدق، الصدق الخارجي وقد يتحقق بوجود علاقة ارتباطية ضعيفة بين التعرض والغرس، وصدق داخلي يرتبط بالعمليات المعرفية وكيفية تخزين خبرة التلفزيون لتصبح جزءا من الواقع الاجتماعي للفرد الذي يتعود على مشاهدة التلفزيون. (28)

## 2.2. الإنترنت

### 1.2.2. الإنترنت: لمحة تاريخية:

ترجع البدايات الأولى لظهور الإنترنت إلى " الثلاثينيات من القرن المنصرم بعد غزو روسيا للفضاء، وبعد العهد النووي وطرح السؤال الآتي: كيف يمكن ضمان استمرارية الاتصال ونقل المعلومات؟ في عهد الحرب الباردة وفي عام 1969 نفذت وزارة الدفاع الأمريكية مشروع لبناء شبكة لامركزية لإيصال المعلومات"<sup>(29)</sup>، أسمتها **ARPANET** وتشير الحروف الأولى منها إلى " **Advonced Research Project Agency Net Work**".<sup>(30)</sup>

إن شبكة وكالة الأبحاث حول المشاريع المتقدمة (**ARPANET**) بدأت المشروع في " 1969 بحاسوبين ثم بأربعة مع نهاية السنة، لتعمم التجارب بعد ذلك من خلال شبكة متعددة الآلات تربط بين الحواسيب الموجودة بمراكز أبحاث متباعدة بغرض تبادل البريد الإلكتروني والمعلومات، وفي عام 1973 قدمت مجموعة من الباحثين الخطوط العريضة لمحرك الإنترنت الحالي، وهو ما عرف لاحقاً باسم (بروتوكولات الاتصال) **TCP/IP**".

معنى **(Internet Protocol) IP** <sup>(31)</sup>، و**(Transmission Control Protocol) Tcp**، " حيث أن تبادل المعلومات داخل الشبكة يتم من خلال لغة واحدة تدعى "بروتوكول" أي مجموعة قواعد وأوامر تسمح بنقل المعلومات، وبعد تبني "الآر إن بت" **\*\*** بروتوكولات الاتصال عام 1983 انقسمت إلى شبكتين "الآر إن بت" للاستخدامات المدنية و "الميلنت" **Milnet** له استخدامات عسكرية".<sup>(32)</sup>

تعتبر الإنترنت " شبكة عالمية ناتجة عن عملية تعاون ومشاركة لعدة أطراف، حيث أن مستقبل الإنترنت مرتبط ب: مؤسسة الإنترنت " (**I.S.O.C**) التي أنشئت بأمريكا مطلع 1992، وأهم لجنة تقنية بها **Internet Architecture Board** التي يترأسها بصفة شبه دائمة أمريكيون، أما نظام **World Wide Web** فتشرف عليه منذ تاريخ نشأته بأوروبا 1989 هيئات بفرنسا، سويسرا، أمريكا، وهذا يعني أن مقودها بيد دول الشمال، تتجاذب طرفي الصراع عليه أوروبا وأمريكا".<sup>(33)</sup>

ساعدت هذه الشبكة في نقل المعلومات بسرعة هائلة من خلال أربع عقد من الأجهزة، تمكنت من " ربط أربعة جامعات وأتاحت أمام الباحثين فرصة تناقل المعلومات بينها، وفي 1972 كانت بوادر ظهور البريد الإلكتروني **E-mail** الذي ابتكرته شركة **BBN**، وتعتمد هذه الخدمة على برنامج لإرسال الرسائل الإلكترونية عبر الشبكة اللامركزية، وبدأ أول استخدام تجاري بهذه الشبكة في السبعينيات، وفي الثمانينيات بدأ انتشار مصطلح الإنترنت".<sup>(34)</sup>

وقد أطلق العديد من المصطلحات على الإنترنت، منها " الطريق السريع للمعلومات **Les autoroutes de l'information** وهو عبارة عن شبكة اتصالات بعيدة من الألياف البصرية الضوئية، تؤمن

الاتصالات بين شبكات المواصلات الدولية والمحلية وتبادل المعلومات بين الأفراد والمؤسسات المتوزعين في جميع أنحاء العالم، وكان أول من استعمل كلمة الطريق السريع للمعلومات "البيرغوز" في أثناء الحملة الانتخابية الرئاسية الأمريكية بنسبة 1992 عندما أعلن عن مشروعه لأحياء الاقتصاد الأمريكي. (35)

في عشرية السبعينيات عرفت شبكات أخرى " طورتها منظمات حكومية أمريكية مثل وكالة الفضاء الأمريكية (NASA) والمؤسسة الوطنية للعلوم (National Foundation of Science)، ولقد لاقت شبكة هذه المؤسسة الأخيرة (N.E.SNET) التي كانت تتوفر على إمكانات مالية ضخمة، نجاحا كبيرا نتيجة حجم وسرعة خدماتها الاتصالية مما جعلها بعد أقل من عشرية من الزمن رائدة هذا المجال، حيث ارتبطت بها معظم الشبكات العاملة آنذاك، وفي أوائل التسعينيات حلت شبكة الأرنيت بعدما غادرها معظم مستعمليها لصالح (N.F.S .Net) بعدها اتخذت هذه الأخيرة اسم (انترنت) Internet، وهو مصطلح مركب أصلا من كلمتي Net /Interconnection ومعناها: الشبكة المترابطة". (36)

في عام 1970 تم الاتفاق على إتاحة الإمكانيات الضخمة للشبكة للجامعات ومراكز البحوث للاستفادة من إمكانياتها في مجال البحوث، " اشتركت في هذه الشبكة في هذا الوقت ما يقرب من 50 جامعة، وبعد سنوات أتاحت الإمكانيات لمئات المؤسسات العلمية ثم الموافقة على اشتراك الجهات التجارية بها، ليصبح عدد المشتركين بها يزداد بشكل مذهل وأصبح عدد المشتركين بها عام 1996 حول 18 مليون مشترك ومن المتوقع أن يصل عدد المشتركين عام 2005 حول مائة مليون مشترك". (37)

ساهم تطبيق الروابط النصية المتشعبة على صفحات الانترنت في "سهولة الاستعمال وديمقراطية، وذلك باعتماد نظام تطبيقي يدعى World Wide Web أي الشبكة العالمية العنكبوتية، وقد بدأت الشبكة أبل Apple في استعمال الروابط المتشعبة Hypertext في برنامجها المعروف Hyper card سنة 1987، ثم طور باحثو المركز الأوروبي للبحوث النووية (CERN) ذلك الاستعمال سنة 1989، وتوصلوا إلى صيغة أول موقع Web ask سنة 1991". (38)

وفي 6 أوت 1991، وفي المختبر الأوروبي للفيزياء والجزيئات CERN والذي " يقع على الحدود بين فرنسا وسويسرا، نشر مشروع الشبكة العالمية الويب، والتي تم اختراعها من قبل العالم الإنجليزي "تيم بيرنرزلي" في عام 1989".

سنة 1996 صار استخدام كلمة الشابكة قد أصبح شائعا، وبالتالي، كان ذلك سببا للخلط في استعمال كلمة الإنترنت على أنها إشارة إلى الشبكة العالمية الويب. (39)

مع ازدياد شبكة الإنترنت " بمئات الملايين من المستخدمين واستخداماتهم المتنوعة للشبكة، بالإضافة إلى الإفادة من الكم الهائل من المعلومات على الشبكة، حيث أدى ذلك إلى زيادة الضغوط على شبكة الإنترنت، ومع زيادة طموح المستخدمين للتمتع بسرعة أكبر في استخدام التطبيقات المختلفة ونقل البيانات



على الشبكة ظهرت فكرة شبكة إنترنت 2، التي تعتمد جيل جديد من البنية التحتية للإنترنت والتطبيقات والتقنية تدعم سرعات أكبر لمئات المرات، حيث تصل إلى 10 بيجابايت في الثانية الواحدة، ومع إرسال البيانات باستخدام 10 ألوان مختلفة أو أطوال موجية ضوئية مختلفة باستخدام الكابلات فإنه يتيح للشبكة دعم مرور 100 بيجابايت في الثانية". (40)

انترنت 2 ليست منفصلة على الإنترنت العادية، ولا بديلا عنها، وأطلق " هذا المشروع عام 1999 تحت رعاية The University Corporation for Advanced Internet Development (UCAID) حيث يضم الاتحاد القائم على المشروع 200 جامعة في الولايات المتحدة الأمريكية، بالإضافة لمؤسسات حكومية وصناعية". (41)

اقتصر المشروع على " الجامعات الأمريكية فقط، مع العديد من شركات الحاسبات والمعلومات والاتصالات، وتهدف هذه الشبكة إلى تحقيق سرعة اتصال لخدمة الأبحاث والدراسات الأكاديمية، والمكتبات الرقمية.

امتازت شبكة المعلومات انترنت 2 بخاصية جودة الأداء Quality of service وتعني إعطاء الأولوية في مرور حزم البيانات عبر الشبكة تبعا لأهمية البيانات، وليس تبعا لبداية إرسالها كما في شبكة المعلومات الحالية". (42)

ويشير مصطلح Web 2.0 لجيل ثانٍ والذي " يقدم خدمات استضافة مرتبطة به، بالإضافة إلى مواقع التشبيك الاجتماعي ومواقع الويكي (أسلوب ويكي لقواعد بيانات إدارة المحتوى) وقواعد بيانات الفهرسة الإلكترونية".

ولا تقوم فلسفة Web 2.0 فقط على " اعتبار أن الإنترنت هي منصة نشر وتشبيك في الأساس، وليس مستودع نشر فقط بل يجاور ذلك عدة مكونات أخرى لرؤية Web 2.0، أهمها أن البيانات هي التي تقود عملية التجديد وبناء قالب المنصة الجديدة في الوقت الذي يملك فيها المستخدم البيانات ويتحكم بها". (43)

مثلت المدونات أحد نواتج ما يطلق عليه Web 2.0، هذا المصطلح الذي " يشير إلى الجيل الثاني من الخدمات المقدمة عبر الإنترنت Web-based services مثل مواقع التشبيك الاجتماعي Social net works photo والفيديو Video sharing ومواقع تشارك الملفات File sharing والصور والفيديو ومواقع Wikis، وهو ما أفضى إلى إعادة تشكيل مسار العملية الاتصالية بإشراك المستخدم كجزء منها، ما جعل ملايين المستخدمين هم أيضا ملايين المنتجين". (44)

أما الجيل الثالث للإنترنت Web3.0 وهو مصطلح الذي " يتداوله المعنيون بتطور البنية التحتية للإنترنت يطلق لتوصيف تطور مختلف حيال استخدام الويب والتفاعل في إطارها على أصعدة مختلفة ، على رأسها عملية تحويل www إلى قاعدة بيانات هائلة، وتلك ليست سوى خطوة باتجاه تعظيم قدرة

التطبيقات الحاسوبية ومنتجات الذكاء الصناعي على الوصول للمحتوى بالغ الوفرة على الإنترنت، بالإضافة لما في ذلك من إمكانيات تسويقية عالية".

إن الشبكة العنكبوتية تضم اليوم قدرا من المعلومات والبيانات تجاوز في حجمه إمكانية القياس بالميجابايت أو الجيجابايت، وهو ما جعل " المعلومات تختبئ بتشفيرها ولغاتها المتباينة عن حواسيب مستخدمي الشبكة، وتقوم Web3.0 بتغيير هذه الحقيقة، حيث إن المواقع الكبرى لن تكون إلا تلك المواقع التي تقدم خدمات الويب، إذن Web3.0 هي إنترنت خدمات المحتوى وتنظيمه أكثر منها إنترنت بث المحتوى". (45)

أما على مستوى المنطقة العربية " أنشئت عام 1996 "الشبكة الجهوية العربية لتقنيات المعلومات"، تم ربطها بشبكة إنترنت في أمريكا، فاكتملت بذلك طابعها العالمي، تقدم الشبكة حاليا خدماتها عن طريق العديد من التطبيقات والتقنيات الإلكترونية، أهمها (News Groups) أو المؤتمرات، التخاطب والدرشة Internet Ralay chat و إقرأ ICQK ، أبحث عنك (Iseek you)".

لقد لاقت شبكة الإنترنت إقبالا واسعا إذ " قدر عدد الحواسيب الشخصية الموصولة بهذه الشبكة العلمية عام 2001 بأكثر من 40 مليون حاسب آلي وأزيد من 544 مليون مستخدم". (46)

كما أشارت الدراسات أن مستخدمي الإنترنت في الدول الإسلامية وفقا للإحصائيات سنة 2011 قد بلغ نحو 11.5 مليون مستخدم، بالرغم أن بعض الدراسات تشير إلى أنها نحو 22 مليون مستخدم، وبمتوسط حوالي 273 ألف مستخدم في كل دولة إسلامية". (47)

## 2.2.2.2. وسيلة الإنترنت: إدارتها وسماتها:

### 1.2.2.2. إدارة شبكة الإنترنت:

قامت مؤسسة العلوم القومية الأمريكية NSF التي " تحملت أمر الإنترنت في أيامها الأولى وطورتها ووضعت لها الأساس، وإن الإنترنت ليس لها إدارة مركزية، مما جعل البعض يصفها بأنها فوضى تعاونية **Cooperativeanarchy** فكل شبكة مشتركة في الإنترنت، لها قواعدها الخاصة وهيكلها التنظيمي لإدارتها ولكن الاتصال بين الشبكات لا يمكن أن يحدث إلا إذا كان هناك تعاون بينها، ولهذا فإن هناك عددا من اللجان ومجموعات عمل تمثل فيها كل شركات المعلومات، وهي في اجتماعات مستمرة للوصول إلى وضع الأسس والضمانات التي تكفل تحسين الأداء في الشبكة وتطوير أسلوب التشغيل والاتفاق على المصطلحات والمستجدات التكنولوجية التي قد تطرأ بين حين وآخر". (48)

### 2.2.2.2. سمات شبكة الإنترنت ومستلزماتها: تتميز شبكة الإنترنت بمجموعة من السمات والخصائص، منها:

- أداة اتصال واسعة الانتشار توفر خدمات تتعلق بتقديم المعلومات، ولها وظيفة إعلامية متطورة، لأنها تسمح للمشاركين فيها بالتنقل بصورة حرة، بين المواقع المسموح بها، ويتم من خلالها نقل الملفات من بيانات، معلومات، صور، تسجيلات من حاسوب إلى آخر. (49)

- تملك القدرة على تحقيق الاتصال متعدد الوسائط **Multi media** السمعي البصري المعلوماتي، والذي تجتمع فيه ثلاثية الصوت والصورة والنص مع القدرة الكاملة على تحقيق التفاعلية بين أطراف الاتصال لحظيا.

- تعتمد الإنترنت على لغة ترميز النصوص الفائقة (المتشعبة) يطلق عليها لغة **HTML (HyperText MarkupLanguage)**، تعتبر هذه اللغة وسيلة موحدة لتمثيل المعلومات مثل عناوين النصوص والفقرات والصور والأصوات على الشبكة. (50)

- الاستقلالية والمرونة: وتنفرد إمكانية النفاذ إلى موارد المعلومات **Information Resources** إذ تمكنهم من الولوج إلى محتويات الخادم بغض النظر عن منصة العمل التي يعمل فيها. (51)

- القدرة التخزينية العالية: تتميز الإنترنت عما عداها من وسائط الإعلام " بالقدرة العالية على التخزين المحتوى وأرشفته في الوقت الذي يمكن فيه التعاطي مع المادة التي سبق إنتاجها باعتبارها تمثل عمقا استراتيجيا معلوماتيا للزائر، الذي لم تكن نكتفي حيايا تعاطينا مع الأحداث التي تهمة عبر تغطية هذه الأحداث، بل تزود بقاعدة معلوماتية وتحليلية متكاملة حول تلك الأحداث تربطه بما أنتجته قريحة الخبراء فيما يتعلق بالمحتوى موضوع المعالجة، مع الاستعانة في هذا الصدد بألية الارتباط التشعبي **Hyper linking** التي تتيحها هذه الوسيلة". (52)

- التفاعلية: تعني رجع الصدى، وعرفها "Durlak" بأنها " العملية التي يتوافر فيها التحكم في وسيلة الاتصال من خلال قدرة المتلقي على إدارة عملية الاتصال عن بعد"، وقد ساعدت التفاعلية على تخصيص المواقع الالكترونية صفحات للاهتمامات الخاصة للمستخدمين، ومنه تبادل الخبرات والأنشطة، وأيضا الإفادة من آراء الجمهور في إعداد المواد الصحفية. (53)
- تلاقي جميع أنواع الخدمات على الهيكل التشغيلي ذاته.
- إمكانية الاتصال دون أن يتعين على الأطراف المستقبلية ( العنوان الافتراضي) استرجاع البيانات آنيا. (54)

أما مستلزمات الإنترنت فتمثل في:

- جهاز حاسوب وملحقاته.
- مودم.
- حساب اشتراك على الإنترنت.
- اسم الدخول **Login Name** حيث يتعين على مزود الخدمة أو مدير النظام أن يخصص لكل مشترك اسم، يستطيع الحاسوب الذي تريد أن تتصل به من أن يتعرف عليك من خلاله.
- كلمة المرور **Pass word**: يجب تأكيد على هويتك، وذلك من خلال كتابة كلمة خاصة تشمل على عدد من الرموز أو الحروف المخصصة للمشارك، عند توقيعه على عقد الاشتراك بالشبكة مع الجهة المعنية. (55)
- يعتبر المودم من بين إحدى مستلزمات الإنترنت الذي يعتمد على تقنية واي فاي (**wi-fi**) حيث أن كلمة **wi-fi** هي "اختصار للمصطلح **Wireless Fidelity** أي البث اللاسلكي فائق الدقة والسرعة، وهي التقنية التي تستخدم موجات الراديو اللاسلكية القادرة على اختراق الحواجز والجدران لتبادل المعلومات بدلا من الأسلاك والكوابل مما يساعد على التحرر من قيد الكابلات ويتيح لأي شخص أن يتصل بالإنترنت من منزله". (56)
- أما حاليا فيحتاج الفرد إلى هاتف محمول وشريحة هاتف مع رصيد على هذه الشريحة للدخول إلى الإنترنت، بعد تفعيل الاتصال بشبكة.

### 3.2.2. خدمات شبكة الإنترنت بين الايجابيات والسلبيات

#### 1.3.2.2. الخدمات التي تتيحها الانترنت:

#### 1.1.3.2.2. خدمة البرامج: (software)

يوجد الكثير من البرامج الموجودة على المواقع المختلفة في شبكة الإنترنت، والتي يمكن نقلها وتخزينها إلى جهازك، وتستطيع استخدام هذه البرامج بسهولة، كما يمكن الحصول على كثير من هذه البرامج مجاناً (57)، ومن بين الأمثلة عن هذه البرامج برنامج الكتابة **Word**.

#### 2.1.3.2.2. الصحافة الالكترونية:

أشار "أوتسبووث" (otis Booth) مدير العمليات بصحيفة لوس أنجلوس تايمز **Los Angeles Times** في أوائل الستينيات إلى أن تطبيقات أجهزة الكمبيوتر في الصحف تعد الخطوة الرابعة الجوهرية في سلسلة تطور الاتصال المكتوب.

وكانت الخطوة الأولى هي ترجمة اللغة المنطوقة إلى رموز أو حروف، وهذا ما تبعه بعد فترة طويلة من الزمن اختراع **غوتنبرغ** للحروف المعدنية المنفصلة، بعدها جاءت الخطوة الثالثة بتطوير آلة الجمع السطري، ثم يأتي الكمبيوتر بقدراته الهائلة على تغيير كل العمليات التي تقوم بها الصحيفة. (58)

تعود جذور الجريدة اللاروقية **The Electronic News paperles** إلى " أواخر عقد التسعينيات، وأصبحت تصل إلى المنازل من خلال خدمات المباشرة لقواعد البيانات **services Online database** مثل خدمة "برودجي"، والتي صممت لكي تصبح جريدة قومية أمريكية تصل إلى المنازل **National online news paper**". (59)

وتعرف الجريدة الكترونية بأنها "توظيف لخدمة الفيديو تيكس (البيانات المرئية) التفاعلية ثنائية الاتجاه في تقديم طبقات الكترونية من الجرائد، ويتم النفاذ إليها بواسطة المشترك بأسلوب النفاذ إلى بنوك المعلومات، بالضغط على النهاية الطرفية للحاسب الالكتروني الملحق بجهاز التليفزيون، أو رقم النظام بالكود المحدد، فيستطيع المشترك الحصول على مجموعة الجرائد التي يريدتها". (60)

إن ظهور الصحافة الالكترونية قد نافس الصحافة المكتوبة في بعض الفترات التاريخية، إلا أن الاتجاه هو أن " هناك نوع من التعايش السلمي بين عالم المكتوب وعالم الصورة والصوت، ويرى "ماكلوهان" أن كل وسيلة إعلامية جديدة تحدث ارتباكاً في محيطنا النفسي وتفرض علينا نمطاً خاصاً من التصور والتفكير والذي يراقبنا بطريقة لا نكاد نحس بها". (61)

حيث أصبحت الصحف الالكترونية تعتمد على الوسائط المتعددة مما قد يضيف على منتجها الإعلامي مصداقية أكبر، ونظام الوسائط المتعددة " برز في منتصف عام 1993، وهو عبارة عن مجموعة من البرامج الخاصة بتجميع الوثائق، مما أتاح لمستخدمي هذه الوسائط التجول في الشبكة، وقراءة كل ما فيها ومشاهدته بالصورة والصوت والفيديو، وبذلك لم تعد الإنترنت مجرد وسيلة للإرسال واستقبال

البريد الإلكتروني ونقل المعلومات، بل أصبحت بمثابة مكان يعج بالأفكار وهو ما يعرف بالواقع الافتراضي "Cyber space". (62)

ويقصد بالواقع الافتراضي **Virtual Reality** " كل ما يحاكي الواقع أو يناظره إلى درجة يخيل لنا معها أنه واقع، ويقصد بها كذلك ما يتجاوز هذا الواقع، والواقع الخائلي هو مفهوم آخر من المفاهيم التي أضافتها تكنولوجيا المعلومات إلى قاموس حياتنا، وينظر إليه على أنه بيئة اصطناعية لممارسة الخبرات بصورة أقرب ما تكون إلى تلك الموجودة في الواقع". (63)

وقد تعددت المصطلحات العربية المقابلة للمصطلح الإنجليزي **Virtual Reality** من الواقع الافتراضي إلى الواقع الوهمي والواقع الخيالي.

ويمكن الفضاء الإلكتروني للمستخدمين بنشر الاخبار ومنه ممارسة حقهم في الإعلام، فلم ينتظر المؤسسة الإعلامية بإعطائه الاخبار بل يمكن اعتباره مراسل افتراضي ينشط على الإنترنت، وهو ما سمي بصحافة المواطن **Le journalisme citoyen** وهو " مصطلح يشير إلى ذلك النشاط الذي يقوم من خلال المستعمل كفرد من أفراد جمهور وسائل الإعلام، بإنتاج مضمون إعلامي ومعالجته ونشره عبر تقنيات اتصالية متعددة، وبما أن مكون نصيا أو مسموعا أو سمعيا-بصريا، أو يكون متعدد الوسائط". (64)

كما تعتمد الصحف الإلكترونية على النصوص الفائقة **Hypertexts**، التي عرفها "إليس (Ellis) الذي يتفق مع "كونكلين" (Conklin) على أن النص الفائق " له سمة جوهرية تميزه، وهي الوصلات والروابط **Links** التي تدعمها، سواء داخل النص أو فيما بين عدة نصوص، و الميليتيمديا هي التي ساهمت في ظهور النصوص الفائقة، حيث تم استخدام **Multimedia** كمصطلح في الطبعة الصادرة عام 1980 لدائرة المعارف العالمية لجمعية المكتبات الأمريكية للمكتبات وخدمات المعلومات". (65)

إن استخدام الإنترنت في المجال الإعلامي خلق فرص لتفاعلية بين الوسيلة والجمهور بعدما كانت وسائل الإعلام تعرف بالاتجاه الأحادي، الذي لا يسمح بتفاعل الجمهور مع المنتجات الإعلامية، مما خلق ما يعرف بالمصدر المفتوح **Open source**، حيث " تطلق هذه الصفة على البرمجيات التي يتم تطويرها بتعاون عام وتوزيع شيفرتها الأساسية للاستخدام أو التغيير بصورة مجانية، بدون عوائق قانونية كما تنص على ذلك، الرخصة العامة لاستخدام البرمجيات المفتوحة المصدر (GPL)". (66)

كما مكنت الصحافة الإلكترونية من " إجراء استطلاعات للرأي واستفتاءات تعطي مساحة كبيرة للقارئ من إبداء رأيه دون قلق لتكسر بذلك حاجز الخوف من الرقابة". (67)

**3.1.3.2.2. تلفزيون الرقمي:** حتى عهد قريب كانت تقنيات بث برامج التلفزيون " تعتمد على تحويل الصورة إلى إشارات من الموجات التي يجرى بثها عبر الأجواء ليلتقطها الهوائي في المنازل، أما التلفزيون الرقمي هو من أحدث التطورات التي بدأت زحفها نحو المنازل والتي أصبح بإمكان المشاهدين لها التمتع بالمزايا والخدمات المتفاعلة التي توفرها تكنولوجيا التلفزيون الرقمي من طلب". (68)

**4.1.3.2.2. الراديو الرقمي:** يستند (Digital Audio Broad casting)DAB إلى "طريقة أعدت من قبل مركز الأبحاث المشترك بين فرانس تيليكوم و TDF و CCETE واعتمدت من قبل المجموعة الأوروبية تحت الاسم الرمزي أورिका 147، هذه القاعدة تستعمل القاعدة في أوروبا، كندا، الصين. (69)

**5.1.3.2.2. خدمة الإخبار بالهاتف المحمول:** فقد تم الاستفادة من المشترك بين الهاتف المحمول والإنترنت فتم توفير ميزة تلقي البريد الإلكتروني، ويتم عبر " خدمة الرسائل الهاتفية SHORT MESSAGESERVICE تقديم للمشاركين طيف واسعاً من الخدمات الإخبارية تشمل خدمات وكالات الأنباء وبعض الصحف اليومية والمواقع الإخبارية، في شكل نصوص أو وسائط متعددة تستقبل بواسطة الهاتف المحمول".

وهذا بالإضافة إلى إرسال واستقبال وعرض الصور الملونة والرسوم المتحركة والمقاطع الصوتية والبصرية، كل ذلك عبر شبكة الإنترنت من هاتف إلى آخر، أو من هاتف إلى بريد الإلكتروني على شبكة الإنترنت. (70)

ركز الباحثون على أن الإعلام الرقمي بشكل عام، الإنترنت بشكل خاص شكلوا مساحة جديدة من الإعلام أكثر ديمقراطية، برزت في خمس نقاط هي:

- إتاحة المعلومات لكل الناس بسهولة، فلم تعد المعرفة حكراً على النخبة، والطبقة العليا.
- يجعل تكنولوجيا الإعلام رخيصة وسهلة الاستخدام أوسع للإعلام الرقمي من رقعة مصادر المواد الإعلامية، فأى شخص يمكن أن يصبح منتجا إعلامياً، مما جعل رصد الرأي العام في منتهى السهولة.
- الإعلام الرقمي مكن العامة من التواصل عن طريق شبكات مثل شبكات التواصل الاجتماعي، مما سهل التواصل عن بعد.

- إرسال رسائل من أكثر من مصدر إلى متلقي أو أكثر في نفس الوقت وتلقي أكثر من رد لمصدر أو أكثر، وهذه الخدمة توفرها الهواتف الحديثة و الإيميل وشبكات التواصل الاجتماعي.

- يفتح الإعلام الجديد الباب أمام مشاركة وجهات نظر العامة المختلفة وتجاربهم، هناك مجال لعرض وجهات النظر ومناقشتها، بل تصحيحها. (71)

ومنه الإعلام الرقمي يتميز بسرعة في نقل الأخبار و إيصالها للجمهور، ومنه " Digital Media جاء هذا الوصف من بعض تطبيقاته التي تقوم على تكنولوجيا الرقمية، مثل التلفزيون الرقمي والراديو الرقمي، أو للإشارة إلى أي نظام أو وسيلة إعلامية تندمج مع الكمبيوتر". (72)

كما يساهم الإعلام التفاعلي الذي " هو عبارة عن خصائص أو وسائط أو خدمة ملحقه بأي وسيلة إعلامية مطبوعة أو مرئية أو إلكترونية تتيح للجمهور أن يشارك برأيه"، بفتح مجالات للنقاش والتحاور. (73)

### 6.1.3.2.2 إنشاء صفحات المعلومات: (Web pages)

تستطيع إنشاء صفحة خاصة بك " تضع بها كل ما تريد أن يعرفه الناس عنك، ثم تنشرها من خلال الإنترنت، وعند إنشاء صفحة على الويب يمكن للملايين الأشخاص المتصلين بالإنترنت أن يشاهدوا هذه الصفحة، ويمكن أن تقدم من خلال هذه الصفحة موضوعات مثيرة مثل معلومات عن البيئة، نجوم الرياضة، نجوم السينما، وبيانات عن الحاصلين على جائزة نوبل، ويمكن أيضا أن تضم بعض البيانات التي تهتم قطاع كبير من الأفراد، وغالبا ما يتم إدراج أصوات وصور إلى صفحات الويب لإضافة الحيوية إليها". (74)

### 7.1.3.2.2 البريد الإلكتروني:

يمكن تعريفه حسب Jean Andrews بقولها " إن البريد الإلكتروني هو برنامج عميل/خادم **client server** يستخدم في إرسال الرسائل النصية للأفراد أو لمجموعات من الأفراد **application**". ويعرف البعض بأنه " إدخال وتخزين وإدارة وتوزيع واستقبال النصوص الرقمية من حساب إلى حساب أو بين أكثر من حساب عن طريق جهاز كمبيوتر مركزي". (75)

يتم ذلك باستخدام نظم البريد التي تعتمد على الحاسب الإلكتروني في استقبال الرسائل وتخزينها، ونقلها إلى أماكن بعيدة، ويوجد نظامان أساسيان للبريد الإلكتروني، يسمى الأول **Store and forward** ويتعامل مع الصوت والنصوص المطبوعة، ويسمى النظام الثاني **Fucsimile** ويتعامل مع الرسوم فقط. ومن نماذج البريد الإلكتروني في العالم " نظام **pneste mail**، ونظام ال **telecom Gold** بالمملكة المتحدة ونظام **Quick cpnm** وخدمة **Box one tone** بالولايات المتحدة الأمريكية". (76)

### 8.1.3.2.2 قوائم البريدية Mailing List: قائمة بعناوين بريد الكتروني بغرض تحويل الرسائل إلى مجموعة من الأشخاص. (77)

### 9.1.3.2.2 مواقع التشبيك الاجتماعي: هي مجموعة من " الشبكات العالمية المتصلة بملايين الأجهزة حول العالم، لتشكل مجموعة من الشبكات الضخمة، والتي تنقل المعلومات الهائلة بسرعة فائقة بين دول العالم المختلفة وتتضمن معلومات دائمة التطور". (78)

كان أول موقع لتواصل الاجتماعي قد "ظهر في الولايات المتحدة الأمريكية على شبكة الانترنت في شكل تجمعات هو موقع (**the globe .com**) عام 1994، ثم تلاها موقع (**geocities**) في العام نفسه ، وتلاها موقع (**tripod**) بعام بعد ذلك، حيث ركزت هذه التجمعات على ربط لقاءات بين الأفراد للسماح لهم بالتفاعل من خلال غرف الدردشة، وتشارك المعلومات، والأفكار الشخصية حول مواضيع مختلفة". (79)

كما ظهرت أنواع أخرى من الشبكات الاجتماعية والتي تهتم بالصور مثل "موقع الفلوكر" الذي ظهر سنة 2004، ونشر مقاطع الفيديو مثل اليوتيوب، الذي بدأ في 5 فبراير 2005. (80)



من بين أشهر شبكات التواصل الاجتماعي " فايس بوك Face book ، تويتر Twitter ، جوجل+ Googlepluse ، ماي سبيس My Space ، هاي فايف Hi 5 ، لايف بوون Life boon ، لينكد إن Linked In وغيرها، التي تقدم خدمات للمستخدمين".<sup>(81)</sup>، و يوجد ماسنجر (Messenger)، انستغرام (Instagram) و فايبر (Viber) و ايمو (Imo) واتساب (Whats App)، فيسبوك لايت (Face lite).  
قام "مارك زوكربيرج" بتأسيس الفيس بوك بالاشتراك مع كل من "داستين موسكوفيتز" و"كريس هيوز" اللذان تخصصا في دراسة علوم الحاسب وكان رفيقي "زوكربيرج" في سكن الجامعة عندما كان طالبا في جامعة هارفارد".<sup>(82)</sup>

أخذ (تويتر) اسمه من " مصطلح (تويت) الذي يعني (التغريد)، واتخذ من العصفورة رمزاً له وهو خدمة مصغرة تسمح للمغردين بإرسال رسائل نصية قصيرة لا تتعدى (140) حرفاً للرسالة الواحدة، ويجوز للمرء أن يسميها نصاً موجزاً مكثفاً لتفاصيل كثيرة".<sup>(83)</sup>

تأسس youtube كموقع مستقل في 14 فبراير من عام 2005، ويعود الفضل لتأسيسه إلى مجموعة من الموظفين تشاد هيرلي الأمريكي، تشين التايواني، و جاود كيم البنغالي، الذين يعملون في شركة paybal المتخصصة في التجارة الإلكترونية، بيد أن جاود كيم ترك رفاقه للحصول على درجة علمية من كلية ستانفورد، ليصبح الفضل الحقيقي في اليوتيوب الذي نراه اليوم للثنائي الآخرين.

وللإشارة فإن مولد youtube قد شهدته مدينة menlo Park في ولاية كاليفورنيا بالولايات المتحدة الأمريكية، وقد تم إطلاق الموقع للعامة في مايو من العام نفسه.<sup>(84)</sup>

كانت بداية موقع (ماي سبيس) عام 2004، ويعد توم أندرسون (المؤسس المشارك ورئيس موقع ماي سبيس)، هذا الموقع الذي عدّ الأول من نوعه في توحيد المحتويات التي صنعها المستخدمون ، مثل الرسائل الخطية، الأبواب، المجموعات، منتديات تصويت المستخدمين، الموسيقى ومقاطع الفيديو. وقد تم بيع شركة ماي سبيس للشركة الإعلامية العملاقة نيوز كورب في العام 2005، بمبلغ 580 مليون دولار.<sup>(85)</sup>

**10.1.3.2.2 . بوابات الإنترنت: البوابة Portal هي "منفذ مستخدم الإنترنت للدخول في تخصص معين، سواء كان تجارياً أو اقتصادياً، ويذكر "صلاح شحاتة" أن فكرة البوابات بدأت على شبكة الإنترنت منذ حوالي عشر سنوات، وكانت بداياتها مع تطور استخدام ياهو Yahoo".<sup>(86)</sup>**

### **11.1.3.2.2 . المدونات:**

ظهرت أول مدونة على شبكة الإنترنت في " 7 أكتوبر 1994، لصاحبها Dave winer تحت اسم "مانيل"، إلا أن Jorn Barger كان أول من استخدم مفردة Web blog عام 1997، وخلال عام 1998

ظهر عدد قليل من المدونين الرواد أمثال **James Garre** و **Peter Merhalz** الذي استحدث مصطلح **We e-blog**، غير أنه لم يتم استخدامه طويلاً.

وفي عام **2009** بلغ عدد المدونات حول العالم **133** مليون، وفق لموقعي **the future buzr** و **technorati.com**.<sup>(87)</sup>

**12.1.3.2.2. الشبكة العنكبوتية العالمية World Wide Web:** هي " نظام يجعل تبادل المعلومات على الإنترنت سهلاً وفعالاً، وهي تعتبر جزءاً من الإنترنت، والتي هي عبارة عن مجموعة من أجهزة الكمبيوتر المرتبطة مع بعضها البعض عبر العالم، لذلك فإن شبكة (www) هي طريقة لضمان المعلومات المخزنة في أجهزة الكمبيوتر، ويمكن أن تكون متاحة للجميع على شكل صفحات مكتوبة و صفحات من النصوص".<sup>(88)</sup>

يتم الدخول إلى شبكة الإنترنت " عن طريق مانح الخدمة **Service domain**، ويتم الاتصال بهذا المانح بواسطة المودم عن طريق خطوط الهاتف **Telephone** أو عن طريق خط هاتف مكرس **Leased telephone** أو بواسطة توصيل كابل مباشر يصل بين الشبكة المحلية والمانح".<sup>(89)</sup>

#### **13.1.3.2.2. العمل عن بعد: Telecommuting**

بفضل تطبيقات التجارة الإلكترونية أصبح بالإمكان أن يقوم العديد من أفراد المجتمع بأداء أعمالهم من منازلهم، دون الحاجة إلى الذهاب إلى مكاتبهم وهذا يوفر لمجتمع مزايا كثيرة منها تقليل حركة المرور في الشوارع وتقليل تلوث البيئة.<sup>(90)</sup>

وهناك من يرى أن العمل عن بعد (**Telework**) هو " أسلوب جديد لتصدير الوظائف يمكن للشركات أن تلجأ إليه من خلال ثورة المعلومات، فتلجأ لاستخدام عمالة رخيصة يدوية أخرى من خلال شبكات الاتصال " كالإنترنت" وذلك نتيجة الانخفاض المستمر لتكلفة التكنولوجيا".<sup>(91)</sup>

#### **14.1.3.2.2. الأعمال الإلكترونية:**

عرفت شركة (**IBN**) الأعمال الإلكترونية بأنها " مدخل متكامل ومرتب لتوزيع قيمة الأعمال المميزة من خلال ربط النظم بالعمليات التي تنفذ من خلالها أنشطة الأعمال الجوهرية بطريقة مبسطة ومرنة وباستخدام تكنولوجيا الإنترنت".<sup>(92)</sup>

#### **15.1.3.2.2. التجارة الإلكترونية:**

عرف كتاب التسويق التجارة الإلكترونية بأنها " تبادلات تعتمد على تقنيات شبكات الحاسبات الآلية والانترنت، تتم بين أطراف (منظمات وأفراد) بائعة وأخرى مشتريّة".

بينما يرى فريق آخر أن مصطلح التجارة الالكترونية هو "مفهوم مشتق Emergedconcept يصف عمليات تبادل المنتجات من بيع وشراء، وتبادل المعلومات بين الباعين والمشتريين عبر شبكات الحاسبات الآلية وشبكة الانترنت". (93)

و مرت الحاسبات الالكترونية خلال العقود الأربعة الأخيرة من القرن العشرين بمراحل عديدة، أطلق عليها " تسمية " أجيال الحاسبات الالكترونية"، فكان الجيل الأول من 1946 إلى 1958، ثم الجيل الثاني 1958-1964، أما الموالي من 1964 إلى أوائل السبعينيات، الجيل الرابع أوائل السبعينيات، الجيل الخامس نهاية الثمانينيات". (94)

كما عرفت اللجنة الأوروبية التجارة الالكترونية على أنها " أداء الأعمال الكترونيا، حيث تقوم على أساس التبادل الالكتروني للبيانات، مكتوبة كانت أم مرئية أم مسموعة، كما أنها تتضمن العديد من الأنشطة التجارية الخاصة بتبادل السلع والخدمات، وإتمام عمليات البيع والشراء والتسليم بالنسبة للمحتويات الرقمية والتحويلات الالكترونية للأموال والفواتير الالكترونية والمزادات التجارية وعمليات التسويق والخدمات ما بعد البيع، وهي تشمل كلا من السلع والخدمات وكذلك الأنشطة التقليدية وغير التقليدية". (95)

ظهرت فكرة التجارة الالكترونية في السبعينيات من القرن الماضي، " تطورت في النظام الأمريكي، واهتمت منظمة الأمم المتحدة United Nations (UN) في لجنة الأمم المتحدة بالقانون التجاري الدولي "الاونسترال" (Uncitral) بوضع مشروع قانون التجارة الالكترونية، وقد تم لها ذلك في 16 ديسمبر 1996 حيث وافقت لجنة الاونسترال على إصدار القانون النموذجي للتجارة الإلكترونية". (96)

وخلقت التجارة الالكترونية ما يعرف بالأسواق الالكترونية (Electronicmarkets) والمتاجر الافتراضية (Virtual stores)، فيعنى بالأولى " حيز الكتروني يتم من خلاله عرض المنتجات والمعلومات وتلقى الطلبات شراء فعلية ومحتملة من خلال شبكات الحاسبات الآلية والانترنت"، أما المتاجر الافتراضية فهي " تعتبر منافذ للتوزيع المبنية على الانترنت والتي تقوم ببيع جميع منتجاتها من خلال الشبكة، دون وجود مادي للمنفذ". (97)

والتجارة عبر الإنترنت التي تم " اشتقاق كلمة e-commerce باللغة الانجليزية من الكلمتين Electronic commerce أي التجارة عبر الإنترنت، واليوم اعتاد العالم على استخدام اللفظين بطريقة تبادلية، ومن الناحية العملية، فإن التجارة عبر الإنترنت هي جزء من التجارة الإلكترونية". (98)

خلق المجتمع الافتراضي فرص أكبر للشراء والبيع بواسطة نقرة إصبع فقط، والافتراضية " مرادف الفضاء السيبيري، وهو عالم مصطنع أو صناعي ومختلق يتكون بعرض بيانات في فضاء مركب ثلاثي الأبعاد، يمكن للمستخدم التجول فيه من خلال إصدار أوامر للحاسوب". (99)

**16.1.3.2.2 التسويق الإلكتروني: Electronic marketing** مفهوم واسع يشمل التسويق من خلال عدة صيغ ووسائط الكترونية، ويعتبر " التسويق عبر الإنترنت **E Marketing . Web Marketing . Online Marketing**، وهو استخدام الإنترنت في أداء الأنشطة التسويقية، وعليه فإن كل أنشطة التسويق الإلكتروني تعد من أنشطة الأعمال الإلكترونية، وأصبح لا غنى عنها عند الكثير من المنظمات بمختلف أشكالها، كونها تقدم معلومات وتساهم في التبادل التجاري بين الدول".<sup>(100)</sup>

**16.1.3.2.2 الإعلان عبر الإنترنت:** إن عمليات الإعلان عن المنتجات والخدمات على الإنترنت والنسيج العنكبوتي " لا تختلف كثيرا عن الوسط الإعلاني التقليدي، لذلك فهو لا يقدم طريقة سهلة للنجاح الإعلاني، حيث يمكن الإنترنت الإشهار من استخدام عنصر الصورة والنص المكتوب، وهذه تجعل عملية عرض المنتجات والترويج إليها تأخذ طابعا مثيرا للمستهلك إذا ما أحسنت المنظمة التعامل مع هذه التسهيلات المقدمة عبر الشبكة".<sup>(101)</sup>

**17.1.3.2.2 التقاضي الإلكتروني: E-File a case** شملت الأعمال الإلكترونية التي يقوم بها الأفراد والمؤسسات في مجال القضاء، حيث "ظهرت على شبكة الشبكات ما يعرف بخدمة التقاضي الإلكتروني، التي أدت إلى تحسين الممارسات والمعاملات القانونية والقضائية، ومن بين الاكتشافات التكنولوجية التي ستغير عالم القضاء ما يمكن تسميته "المحاكم الإلكترونية" **Les cyber-tribunaux** أو المحاكم المعلوماتية".

ويقصد بالتقاضي الالكتروني " عملية نقل المستندات التقاضي الكترونيا إلى المحكمة عبر البريد الإلكتروني، حيث يتم فحص هذه المستندات بواسطة الموظف المختص وإصدار قرار بشأنها بالقبول أو الرفض وإرسال إشعار إلى المتقاضي يفيد به علما بما تم بشأن هذه المستندات".<sup>(102)</sup>

وفي أمريكا يتم رفع الدعوى الكترونيا عبر موقع الكتروني خاص تملكه شركة خاصة، يقوم مركزها الرئيسي في مدينة سانتا بربرا بولاية كاليفورنيا، وقد بدأت تشغيل هذا الموقع في شهر سبتمبر سنة **1999**.<sup>(103)</sup>

و موقع هو "مكان على شبكة الإنترنت أو الويب يتكون من صفحات للمعلومات تبدأ عادة بصفحة خاصة، وترتبط هذه الصفحات بموضوع معين، ولكن موقع عنوانه المستقل على الشبكة **URL**".

أو يقصد به " مجموعة صفحات تصف هيئة أو شخص ما وتعرف بهما، وتنظم صفحات الموقع بشكل هرمي في مستويات مختلفة، أو مواقع فرعية تعالج موضوعا معينا، أو تعنى بناحية معينة من نشاطات واهتمامات الهيئة أو الشخص الموصوف".<sup>(104)</sup>

**18.1.3.2.2 المنتديات:** عبارة عن "برمجيات يتم تركيبها على مواقع الإنترنت، لتسمح بتلقي مساهمات وأفكار وآراء من قبل أي شخص يسجل نفسه في المنتدى، وعرضها على المشاركين الآخرين في اللحظة نفسها، تم إتاحة الفرصة لكل المشتركين الآخرين لقراءة والرد عليها في اللحظة ذاتها".<sup>(105)</sup>

### 19.1.3.2.2. خدمة غوفر Gopher:

في عام 1991 قامت جامعة مينيسوتا Minnesota باستخدام خدمة (Gopher) والتي لاقت إقبالا كبيرا لإمكانياتها في الحصول على المعلومات من الإنترنت، وهي " خدمة من خدمات الإنترنت يسيرة الاستخدام تستخدم في البحث عن المعلومات السطحية بالاعتماد على قوائم Menas، التي تتيح الولوج إلى المعلومات و تخزينها على جهاز للمستخدم، ويستخدم آليات عدة للبحث في مواقع وأشهرها " فيرونيكا" Veronica، وهي إدارة البحث في قوائم غوفر يشبه المحركات الموجودة في الويب ويتم البحث عبر كلمة مفتاحية Key Words وتبحث " فيرونيكا" عن ملفات الصور والبرامج والنصوص". (106)

20.1.3.2.2. خدمة Wide Area Information Server Wais: بعدما عجزت خدمة غوفر عن البحث في نصوص الوثائق، "ظهرت هذه الخدمة لحل هذه المشكلة وهي نظام استرجاع يبحث داخل نصوص الملفات عبر إدارة البحث Jug Head". (107)

و معناها " الخدمة في منطقة واسعة من مناطق شبكة الإنترنت WORLD AREA INFOR MATION SERVICE وهي عبارة عن خدمة تسمح لنا بالبحث من خلال كمية ضخمة من المعلومات بطريقة سريعة ودقيقة للوصول إلى معلومة معينة". (108)

21.1.3.2.2. بروتوكول الإنترنت: هو "مجموعة من القوانين التي تحدد وتفصل كيف لحاسوبين آليين أن يتصلا ببعضهما البعض عبر الشبكة"، ومن بين أهم البروتوكولات:  
- بروتوكول SMTP: المسؤول عن إرسال رسائل البريد الإلكتروني عبر شبكة الإنترنت.  
- بروتوكول HTTP: مسؤول عن إرسال الطلبات من المتصفح إلى خادم الويب، ومن ثم نقل الصفحات النصية من الخادم باتجاه المتصفح الذي طلبها. (109)

### 22.1.3.2.2. النشر الإلكتروني: Electronicpublishing

يعني " النشر المطبوع الدوري للصحف (جرائد ومجلات) ويركز النشر الإلكتروني هذا على التأثيرات التطبيقية التي أحدثها استخدام أبرز مكونات تكنولوجيا المعلومات في تطورها الراهن". (110)  
وهو أيضا يعتمد على استخدام الحاسبات الإلكترونية الشخصية في الاضطلاع بعمليات النشر جميعا بداية من نسخ النص الأصلي الذي كتبه المؤلف إلى المرحلة النهائية من طباعة هذا النص. (111)  
وقد تم استخدام النشر الإلكتروني في الدول العربية من قبل " مجلة (كل الناس)، أول مجلة أدخلت نظاما للنشر المكتبي، وذلك في عام 1990، ثم تلتها صحيفة "العالم اليوم" عام 1992، وتصدر كلا الصحيفتين عن شركة "الصحفيون المتحدون" وهي شركة مساهمة مصرية سعودية". (112)

23.1.3.2.2. البحث عن الوظائف: وقد نقلت إحدى الجرائد يوم 1431-04-28 إحصائية عن التوظيف عبر الإنترنت نقلا عن أحد تلك المواقع، فذكرت أن 25% من الباحثين عن الوظيفة حول العالم يتم توظيفهم عن طريق شبكة الإنترنت. (113)

**24.1.3.2.2. خدمة الربط عن بعد TELNET:** تمكن المستخدم للشبكة من التنقل عبر مختلف الشبكات الجزئية المتصلة بالإنترنت للحصول على معلومات معينة في مجال محدد (كاستغلال الحواسيب ذات الطرز العلمي في تنفيذ بعض البرامج أو القيام بحسابات معقدة)، شريطة معرفة عناوين الدخول إليها وشفرات الاستغلال. (114)

**25.1.3.2.2. خدمة نقل الملفات Fil Transfer Protocol FTP:** و به يمكن توصيل الوثائق الكترونياً، ونقل ملفات التزويد، والفهارس والصور والكتب. (115)

كما أن خدمة نقل الملفات **FTP** كانت تمثل الهدف الرئيسي من الإنترنت في بداية ظهورها، ولا زالت هذه الخدمة تقدم للمستخدمين كما هائلا من الملفات الكمبيوترية التي يمكن الاستفادة منها وتبادلها مع الآخرين. (116)

وتعتمد هذه الخدمة والخدمات الأخرى على لغة **HTML** وهي اللغة التي " تستخدم المادة لتصميم صفحات الويب وتتكون هذه اللغة من تعليمات مكتوبة بصيغة (**ASCLL**)، ويتم عن طريق هذه التعليمات وصف طريقة عرض النصوص والرسوم والوسائط الإعلامية الأخرى، كما يمكن تزويد صفحات الويب بنقاط توصيل (**HYPER**) وهي نقاط توصيل القارئ بأجزاء في الصفحة المقروءة أو بمواقع أخرى على شبكة الإنترنت، ويمكن قراءة الصفحات المكتوبة بهذه اللغة باستخدام برامج تصفح مثل (**nets cape**)، وتتميز هذه اللغة بأنها لا تعتمد على نظام تشغيل معين أو جهاز معين". (117)

أما الهيبرتكتست **HYPERT TEXT** " تطلق مجموعة من المصطلحات التي جرى استخدامها لكلمة (**HyperText**) باللغة العربية منها: النص المفرع، والنص الفائق، والنص المنتشعب، والنص التعددي، والمهيبرات، والنص غير التقليدي".

أما "مارميون" **Marmion (1991)** الذي يرى أن "نيلسون" هو أول من صاغ المصطلح، وقد أحب الكلمة نتيجة أن (**Hyper**) تعني موسع ومعجم، متعدد الأبعاد، كما أن نص (**Text**) مأخوذة من اللاتينية التي تعني عملية النسخ و المواد متداخلة الأنسجة، فيمكن بذلك وصف النص المترابط بأنه " نظام محاسب يسمح بالاسترجاع غير المتتابع المفردات المترابطة من المعلومات". (118)

وأيضاً بأنها تمثيل غير خطي (**Non linear**) لمعلومات نصية، على شكل بيان (**Graph**) من العقد المرتبطة بعضها ببعض، تسمح هذه الروابط (**Links**) بالتصفح والإبحار ضمن العقد بطرق مختلفة مما يعني تفاعلاً كبيراً بين المستخدم ونظام النصوص الفائقة. (119)

تتفق معظم الدراسات إلى أن " **فاينفر بوشنف (Vannever Bush)** المستشار العلمي للرئيس الأمريكي السابق "روزفلت" هو صاحب الفكرة والمفهوم لما يسمى "بالهابرتكتست"، ففي عام **1945** نشر مقالا علمياً بمجلة (**AthanticMonthly**) يشرح فيه فكرته وخطته عن آلة المحفوظات والأرشيف أسماها

MEMEX بإمكانها التخزين والربط التشابكي غير الخطي بين الوثائق وصور عن مواضيع، تسهل للباحثين العودة للمراجع والعثور على المعلومات". (120)

إذا إن الوسائط المتعددة تعني " توظيف النصوص والجداول والرسوم البيانية والصور الثابتة والصوت والرسوم المتحركة والفيديو، بكيفية مندمجة ومتكاملة، من أجل تقديم رسالة تواصلية فعالة قادرة على تلبية حاجيات المتلقي ومتكيفة مع قدراته الإدراكية، فإن الوسائط المتعددة ليست مجرد عملية تجميع لهذه الوسائط، بل عملية إبداعية تخضع للشروط الفنية والنفسية الإدراكية المواكبة لعملية التلقي". (121) و محرك البحث [www.alidrisi.com](http://www.alidrisi.com) يمثل " نظام للبحث باللغة العربية باستخدام تقنية حديثة لمعالجة اللغة العربية، بحيث يتيح للمستخدم العربي إمكانية الاستفادة من دخول أفاق الإنترنت والحصول على المعلومات في كل المجالات بأسرع وأقل جهد". (122)

**26.1.3.2.2. خدمة التقييم:** هي " خدمة تمكن من متابعة ما يصدر في المواقع التي توافرها أولاً بأول دون الحاجة إلى الدوران عليها لزيارتها من أجل التحقق من إن كان قد نشر جديد عليها، كما أنها على غير الطريقة التي كانت مسبقاً لا تتطلب فعلاً من ناحية الموقع، لأن المستخدم هو الذي يطلب هذا النوع من المحتوى بطريق قراءات التقييمات، وقتما يريد بطور التشغيل ذاته التي تعمل به متصفحات الواب، ولا تتطلب الإفصاح عن أي قدر من البيانات الشخصية من جانب المستخدم للموقع، تشمل التقييمية في أبسط صورها عنواناً وملخصاً للموضوع، ورابطاً للنص الكامل للخبر على موقع ناشر الموضوع، وتوجد عدة صيغ لنشر التقييمات منها: أتو و آراس إس". (123)

#### **27.1.3.2.2. المساعدة في محو الأمية التكنولوجية:**

تستطيع شبكة الإنترنت نشر الوعي المعلوماتي ومواجهة ما يسمى بالأمية التكنولوجية، والتي تعتبر عائق كبير تقف في وجه العديد من الأفراد، الذين يحتاجون استثمار خدمات وتطبيقات هذه الشبكة وما يرتبط بها من تكنولوجيات. (124)

#### **28.1.3.2.2. التعليم عن بعد:**

يعد المورد البشري من أكثر الموارد أهمية في مجتمع المعرفة، وأحد مكونات الأساس للاقتصاد المعرفي، وعليه اعتبرت الإنترنت وأليتها المستخدمة في البحث عن المعلومات و استرجاعها ثورة في التعليم عن بعد توفر للمعلم والمتعلم إمكانية الحصول على أحدث المعلومات والوصول إليها، واتصال مع مؤسسات البحث ومراكز المعلومات والاتصال المباشر بمدرسيه والمشرفين على البرامج العلمية، وكذلك الدخول إلى قواعد البيانات وبنوك المعلومات وفهارس المكتبات ومراكز المعلومات". (125)

و قواعد البيانات أو المعلومات " مجموعة من البيانات والمعلومات المخزنة بترتيب ونسق الكتروني معين يسهل التعامل معها وحفظها واسترجاعها واستخراج النتائج منها"، ويمكن أيضا أن نقول أنها مجموعة من البيانات المرتبة والمنظمة ترتبط فيما بينها بروابط منطقية. (126)

تعتبر مجتمع المعلومات من المجتمعات الأقوى في عصرنا الحالي الذي يطلق عليه عصر الاتصال ، حيث " تتفوق في صناعة تكنولوجيا الاتصال وجمع المعلومات وتحليلها بسرعة، ويرى العديد من المراقبين أن مجتمع المعلومات هو البديل الجديد، هو حقيقة العمل في مجال المعلومات **Information occupations** قد زادت نسبه في الولايات المتحدة الأمريكية من **10 %** من حجم القوى العاملة إلى حوالي **50%**، ومن ناحية تناقص حجم العمالة في المهن الصناعية نحو **20%**. (127)

تشير بعض الكتابات إلى أن مصطلح مجتمع المعلومات ظهر مطلع الستينيات على يد (مارشال ماكلوهان) في كتابه (مجرة غوتنبورغ) ثم دخل عالم النسيان، ليعود من جديد على لسان المحافظ الأوربي (مارتن بن جامان) في تقريره حول الطرق السريعة للإعلام والمعلومات في بروكسل **1994** ، أما كتابات أخرى أن المصطلح بدأ بالظهور في خمسينيات القرن الماضي على يد (فرتز ماتشلب) الذي صنف **30** صناعة، وقسمها إلى فئات أساسية هي: الأبحاث والتطوير، التعليم، وسائل الاتصال والمعلومات. (128)

والتعليم عن بعد يعتبر "نمط تعليمي جديد في نظامه وطرائق تدريسه وأساليب إدارته وبرامجه، والذي لا يخضع إلى إشراف مباشر من قبل التدريسيين من خلال تواجدهم الفعلي مع الطلبة، ويعتمد نظامها على كافة الوسائط والتكنولوجيات التي يتم التعليم من خلالها عن بعد". (129)

وعرف التعليم عن بعد بالعديد من المصطلحات نذكر منها: التعلم بالمراسلة **Correspondence**، وقد استخدمت في أوروبا وأمريكا، منذ عدة عقود، وهناك من أطلق عليه "التعليم المفتوح" هو شكل من أشكال التعليم يكون فيه انفصال بين المعلم والمتعلم، وتستخدم فيه الكلمة المطبوعة والهاتف والاتصال بالحاسوب أو المؤتمرات عن بعد، "التعلم المرن" (**Flexible learning**) في استراليا، و "التعليم المبني على شبكة الويب" (**Web based learning**). (130)

إن التعليم الإلكتروني من النظم التي أفرزتها الاتجاهات الحديثة لتكنولوجيا التعليم ما يسمى بالتعليم الإلكتروني، والذي " يعتمد على توظيف الحاسب والإنترنت والوسائل التفاعلية المتعددة بمختلف أنواعها في عملية التعليم، أن التعليم الإلكتروني يشير إلى الاعتماد على التقنيات الحديثة في تقديم المحتوى التعليمي للطلبة بطريقة كفؤة وفعالة من خلال الخصائص الايجابية التي يتميز بها كاختصار الوقت والجهد والكلفة الاقتصادية، وإمكانياته الكبيرة في تعزيز الطلبة". (131)

إن الحاسب الآلي من بين الوسائل التي يعتمد عليها في التعليم الإلكتروني، وهو عبارة عن " جهاز الكتروني، له قدرة فائقة على تخزين البيانات بصورة يسهل استرجاعها". (132)



أتاحت الإنترنت "إمكانيات غير محدودة للتعلم، سواء أكان شكليا أو غير شكلي، متى دعت الخبرة أو التوقع إلى التعلم، وظهرت أقاويل بأن الشبكة العنكبوتية العالمية إذا ما أتحت فقد تصبح للكثيرين بمنزله جامعة بلا جدران، ففي منشور المجموعة الأوروبية عام 1995، الذي كان عشية الاحتفال بـ " عام التعلم مدى الحياة" الأوروبي، وفي دول أعضاء مثل إنجلترا". (133)

### 29.1.3.2.2 المكتبة الافتراضية: Virtual library

خلق التعليم عن بعد ضرورة لاقتناء الكتب والوثائق بمختلف أشكال ومن أي مكان، لتسهيل عملية البحث العلمي والحصول على المراجع بكل يسر، مما كان لا بد من مكتبات الكترونية تسمح بذلك، بحيث أن " المكتبة الحديثة جزء لا يتجزأ من مؤسسات التعليم والتعلم، فقد تضاربت الآراء على تاريخ ظهور مصطلح المكتبة الالكترونية، حيث رصد هذا الأخير في " عنوان تسجيله عام 1979، وفي مستخلص آخر عام 1977 بمرصد LISA، أما مرصد ERIC أورد تسجيله عام 1971".

أما مصطلح "المكتبة الافتراضية" فجاء في عنوان تسجيله عام 1981 بمرصد LISA ثم عاد ليظهر بعد عشر سنوات في عام 1991، وهو العام نفسه الذي رصده في ERIC، أما مصطلح " المكتبة الرقمية" فقد رصد أول ظهور له في عنوان تسجيله بمرصد LISA عام 1991. (134)

وعلى المستوى العربي تم رصد أول ظهور لمصطلح " المكتبة الالكترونية" في عام 1995، أما مصطلح " المكتبة الرقمية" فقد ظهر أول مرة في عنوان عرض لمحاضرة "جيمس بيلنجتون" في 1995.

لقد أرجع "ليسك" (Lesk) الفضل في صك مصطلح "المكتبات الرقمية" في عام 1994 إلى " مايك نيلسون" (Mike Nelson) أحد مستشاري "كلينتون" و "ال جور" (Clinton - Gore)، والذي ساعده مستشار آخر هو "توم" (Tom kalil) في توفير التمويل لهذا المصطلح.

إلا أن البحث في الإنتاج الفكري أثبت غير ذلك، حيث رصد ظهور المصطلح في مقال لـ "باينبورج ماري" (Pijnenborg mari) عام 1991، وفي مستخلص مقال "باتريس ليونز" (Patrice Lyons) عام 1989. (135)

ويمكن تعريف المكتبة الالكترونية بأنها عبارة عن " تنظيم و إدارة مجموعة من مصادر وخدمات المعلومات المتاحة والمتوفرة الكترونيا عبر شبكة الإنترنت، و يشتمل ذلك على دمج المصادر والخدمات وتقديمها من خلال منفذ واحد ألا وهو شبكة الإنترنت، كذلك فإن المكتبة الافتراضية تشمل إتاحة وتوفير خدمات ومحتويات المكتبات عن بعد ولأماكن بعيدة و قدامية الأطراف". (136)

وهناك من عرف المكتبة الالكترونية على أنها " مكان لحفظ المعلومات والوثائق، والوسائل السمعية والبصرية، والصور وتخزينها في وسائط أو أوعية متعددة تتراوح على سبيل المثال بين الكتب المطبوعة والدوريات، والأشرطة المسموعة والأقراص البصرية ووسائل أخرى". (137)

إن تطور العصر وابتكار الإنسان لوسائل وتقنيات حديثة، تمثلت في التقنيات الالكترونية التي أنتجت أوعية جديدة، أطلق عليها الأوعية الالكترونية التي تميزت بصغر الحجم وزيادة مساحة التخزين وسرعة استرجاع المعلومات، مع إمكانية تداولها عن بعد واستخدامها في نفس الوقت من جانب أكثر من مستفيد عبر وسائل وشبكات الاتصال. (138)

يعرف "ويليم صفدى" المكتبة الرقمية على أنها " تلك المكتبة التي تحتفظ بكل جزء أساسي من مجموعاتها في شكل معالج آليا بواسطة الحاسب، كبديل أو ملحق أو مكمل للمواد المطبوعة أو الميكروفيلمية الغالبة على مقتنيات المكتبة". (139)

وهي " المكتبة التي تشكل المصادر الإلكترونية الرقمية كل محتوياتها، ولا تحتاج إلى مبنى، وإنما إلى مجموعة من الخوادم (Servers) وشبكة تربطها بالنهايات الطرفية لاستخدام". (140)

أما المكتبة الافتراضية: فهي " مكتبة بلا جدران، حيث لا توجد مجموعات مطبوعة أو ميكروفيلمية أو في أي شكل مادي، ولكن نتاج المجموعات الكترونية". (141) ومن بين المصطلحات التي أطلقت على المكتبة الرقمية نذكر:

المكتبة المهيبة **library Hypbrary**، المكتبة الآلية **library Automated**، المكتبة المتاحة على الخط المباشر **On-line library**، مكتبة المستقبل **Library of future**. (142)

المكتبات الشبكية **Network library**، المراكز العصبية **Nerve centers**، مكتبات بلا جدران **withoutwalls Libraries**، مكتبات سطح المكتب **centers Desktop libraries**. (143)

وتحتوي المكتبة الرقمية على العديد من المراجع الالكترونية والتي هي عبارة عن " خدمات متوافرة عبر شبكة الإنترنت، وعادة ما تقدم عن طريق البريد الالكتروني والرسائل الفورية، فما يسمى ببرامج الدردشة". (144)

والرسائل الأكاديمية الالكترونية والتي هي رسائل الماجستير والدكتوراه المتاحة بشكل الكتروني ، وتقابلها تلك المتاحة على نسخة ورقية إلى أن يتم تحويلها إلى شكل مقروء آليا بواسطة عملية المسح الضوئي، ومن أشهر الشبكات التي تقوم بتجميع هذا النوع من الرسائل. (145)

كما ظهر بظهور المكتبة الرقمية ما يعرف بالكتاب الرقمي، الذي عرفته الموسوعة العالمية لعلم المكتبات والمعلومات **International encyclopedia of information an library science** بأنه " مصطلح يستخدم للدلالة على نص أشبه ما يكون بالكتاب التقليدي، غير أنه عبارة عن قالب **Format** رقمي يتم عرضه وقراءته باستخدام الشاشات الحاسوبية، وعملية نشر الكتاب في القالب الرقمي لا تخضع للخطوات التقليدية لإنتاج الكتاب المطبوع، حيث تستطيع الأقراص الليزرية أن تحملا كما هائلا من الكتب في شكلها النص، فضلا عن الصور والرسوم المتحركة والصوت. (146)

يرى " ديفيد بنيمان" (W. David Penniman) رئيس مجلس الموارد المكتبية في أمريكا في بحثه عن " تشكيل مستقبل المكتبات من خلال القيادة والبحث" ، ان مفتاح استعداد المكتبات للمستقبل هو الرغبة في التغيير، وضرورة تركيز المكتبات على الإمداد بالمعلومات لا مجرد اختزان المعلومات، كما ينبغي أن يكون تقييم المكتبات بناءً على ما تقدمه من خدمات لا على ما تملكه من مقتنيات". (147)

### 30.1.3.2.2. المؤتمرات عن بعد: Teleconferences

وهو " عقد مؤتمر أو اجتماع بمساعدة أشخاص في مواقع جغرافية متباعدة باستخدام وسائل اتصال سلكية أو لا سلكية، مع استخدام تقنيات حديثة تتيح لكل مشترك في المؤتمر سماع الآخرين ومناقشتهم ورؤيتهم ، ومن أمثلة المؤتمرات: مؤتمرات الفيديو". (148)

31.1.3.2. البحث عن المعلومات: تؤدي نظم الوسائط الفائقة إلى طريقة جديدة في البحث عن المعلومات من حيث المنهج، فنظم قواعد المعطيات ونظم استرجاع المعلومات تدع اتجاه البحث عن المعلومات باستخدام الطلبات، حيث يقوم المستخدم بصياغة المعلومات التي يريد على شكل طلبات ثم يطلب من النظام البحث عنه. (149)

وفي عصر ما بعد المعلومات، عادة ما يكون جمهور المشاهدين شخصاً واحداً فقط، ويتم تقديم وعرض وتنفيذ خدمات المعلومات بناءً على طلبك وحدك، والمعلومات المطلوبة تكون شخصية وخاصة جداً. (150)

32.1.3.2.2. محركات البحث: هي " برامج تتيح للمستخدمين البحث عن كلمات محددة ضمن مصادر الإنترنت المختلفة، وتتألف محركات البحث من عدد من البرمجيات التي تستخدم لإيجاد صفحات جديدة على الويب لإضافتها، ومن هذه البرامج برنامج العنكبوت Sipser program الذي لا يقتصر على الوصول للصفحة من الموقع المستهدف، بل يتابع البرنامج الروابط Links الموجودة في أي موقع للوصول إلى صفحات أخرى. (151)

عندما يستخدم المستخدم محرك البحث فإن الواقع يبحث ضمن قاعدة البيانات، وبالتالي فإن المعلومات قد يحصل عليها من خلال محركات البحث تكون أكثر تعبيراً عن الواقع الحالي لشبكة انترنت بفضل العملية المؤتمتة لتحديث قاعدة بياناتها. (152)

ويعتبر ياهو Yahoo (www.yahoo.com) من أشهر محركات البحث (Searchengines)، وقد بدأها طالبا من الولايات المتحدة الأمريكية، ثم باعها الشركة بمقابل مبلغ كبير من المال (153)، وهو أشمل دليل موضوعي، لاسترجاع المعلومات التي يرغب عدد كبير من الأشخاص في الحصول عليها، ويوفر ياهو روابط إضافية إلى الأخبار الجارية وبورصة الأسهم، والنتائج الرياضية والأشخاص والمصادر وفي حالة عدم وجود مصطلحات البحث التي استخدمتها في قاعدة بيانات ياهو، فإنه سيتم تمريرها بطريقة آلية إلى ألتافستا (Altavista) وستحصل على نتائج من هذا الأخير. (154)

ومحرك البحث ياهو هو اختصار لـ **Yet archical Hier Another Officious Oracle**.

ومن بين محركات البحث هنالك:

- محرك البحث **HOTBOT**: يمكن من " البحث باستخدام مجموعة من الخيارات من وسيلة البحث ، حيث يمكن البحث بلغة معينة (يضع **9** لغات يمكن البحث بأي منها أو البحث به جميعا)، ويوفر مجموعة قوية من طرق البحث تتراوح بين البحث بالكلمة، أو البحث في جملة أو عناوين المواقع. إضافة إلى محركات البحث الأخرى، نذكر منها: **excite** و **web crawler** و **open text**، **lycos** و **world plaza**، **cyper**، (155)

**33.1.3.2.2. منتديات الحوارية:** تعد من أبرز تطبيقات الإنترنت، والتي تتشابه إلى حد كبير المحادثات الفورية إلا أنها ليست أنية في الحوار المباشر، حيث يوجد الإشراف فيها والمساهمة في التخصصات المتاحة بكل يسر. (156)

**34.1.3.2.2. خدمة الاستعلام عن المستخدمين و البحث عن قواعد المعلومات: FINGER WAIS**  
الاستعلام عن المستخدمين عبر الإنترنت عبارة عن " برنامج متوفر في معظم الشبكات المرتبطة مباشرة بالإنترنت، ويستخدمها معظم المشتركين بالشبكة البحث عن مستخدمين في شبكات أخرى عبر الشبكة المرتبطتين بها، ويتم استخدام الخدمة للإطلاع على المعلومات"، التالية:  
- الاستعلام عن أي مستخدم في شبكة الإنترنت والتي تشمل المستخدم، رقم المستخدم رقم الهاتف ، وموقع المكتب ومعلومات أخرى هامة عن المستخدم في حالة توفرها من قبل الشبكة المرتبط بها المستخدم. (157)

أخذ مصطلح المستخدم **User** من مفهوم " الاستخدام، الذي أصبح يدرس من منظور سوسولوجيا الاستخدام الذي يعنى بالعلاقات الاجتماعية والتقنية، التي تنشأ بين الأفراد أو الجماعات والأشياء التقنية والدراسات في هذا المجال، اهتمت بتحليل دلالات الاستخدام التي تحيل إلى التمثلات والقيم التي توظف في استخدام تقنية معينة". (158)

**35.1.3.2.2. الطب عن بعد:** تقدم الإنترنت تسهيلات وخدمات في التعاون الطبي وإنقاذ أرواح الآلاف من البشر في مختلف أرجاء العالم، حيث يمكن أن يقوم طبيب جراح مبتدئ بالقيام بعمليات جراحية متقدمة بإشراف طبيب مختص وعالي المهارة عن بعد، إضافة إلى إجراء التحليلات المخبرية عن بعد ، وأمور طبية أخرى تقدمها شبكة الإنترنت. (159)

**36.1.3.2.2. خدمة أرشي Archie:**

هو " برنامج للبحث عن الملفات العامة لنقلها وتقوم أجهزة خدمة أرشي بفهرسة محتويات مواقع نقل الملفات، ويتطلب برنامج أرشي معرفة اسم أو جزء من اسم الملف المطلوب". (160)

### 37.1.3.2.2. الحوار المباشر (Chat):

أو ما أطلق عليه بلغة الإنترنت العربية "الردشة" وهو عبارة عن " محاورة مكتوبة بين شخصين أو أكثر من نفس المدينة أو من أي مكان حول العالم، وتتم هذه المحاورة عبر الإنترنت حيث تقام في غرفة الدردشة، والتي هي مكان تخيلي في فضاء الإنترنت". (161)

38.1.3.2.2. الاتصال الهاتفي: يمكن الاتصال بواسطة الإنترنت من جهاز إلى جهاز آخر، ويمكن الاتصال من جهاز إلى هاتف عادي، بأسعار زهيدة وهذا ما يميزه عن أسعار شركات الاتصال المحلية ، فمثلا أحد المواقع يوفر لك الاتصال بهاتف عادي في أمريكا فقط مجانا، وموقع " نت توفون" يمكنك من الاتصال مثلا ببريطانيا، فبالإمكان إرسال رسائل نصية للجوال مجانا، وخدمات البريد الصوتي. (162)

39.1.3.2.2. فضاءات الحوار الجماعي: تقوم هذه " الفضاءات على منطوق الديمقراطية في المشاركة بالتواصل بين الجمهور، وتأخذ فضاءات الحوار شكل الدردشة أو الحوار، ويتمثل المبدأ العام الذي يميزها في أن الأفراد تجمعهم شواغل مشتركة ليتحدثوا ويتناقشوا الآراء حول موضوع ما، فوفقا للتقارير العربية للتنمية الثقافية، يشكل فاعل من تلك الفضاءات الالكترونية في مجال التوعية السياسية والديمقراطية، إذ تشير الإحصائيات الحديثة المتعلقة بدوافع استخدام الفرد العربي للإنترنت إلى أن دافع الترفيه والتسلية جاء في المرتبة الأولى بنسبة 46% فيما سجل دافع التماس المعلومات بنسبة 26%". (163)

### 40.1.3.2.2. التسلية والترفيه (Fun)

من خلال قدرة الإنترنت على التعامل مع ملفات الوسائط المتعددة Multimedia تتيح لك المواقع الموجودة على الإنترنت الاستماع إلى الأغاني الحديثة والقديمة، وكذلك مشاهدة الأفلام ونقلها وتخزينها إلى جهازك. (164)

## 2.3.2.2. ايجابيات الإنترنت وسلبياتها:

### 1.2.3.2.2. ايجابيات الانترنت:

- تسهيل إيصال المعلومات إلى الجمهور دون تحكم من الحكام المستبدين أو رجال المال المحكّرين لملكية وسائل الإعلام، وتوفير المعلومات الصحيحة هو أول خطوات التغيير، وقد كان احتكار أهل السلطة والثروة للمعلومات في الماضي من أهم الوسائل التي يحتمون بها.
- رخص ثمن الاتصالات بل و مجانيته في أغلب الأحوال مما يجعلها متاحة للجميع ولا مجال لاحتكارها من طرف الحكومات القمعية أو الشركات الاحتكارية ومن فوائد رخص ثمن اتصالات إشراك عامة الناس في المعلومات، وتلك هي الخطوة الأولى لاتخاذ الموقف السياسي الرشيد. (165)
- اختصار الوقت: يعمل على تقليص الوقت الضائع في الاتصال بين عناصر المنظمة ودقة الاتصال وعدم تكراره ومثال ذلك الإرسال دون الاستقبال للرد عن رسائل مرسله عن طرق البريد الإلكتروني.
- خدمات الجودة: لما توفره من دقة عملية التحكم بالجودة **Quality control**. (166)
- وحدة اللغة والمصطلحات.
- زيادة التقدم العلمي في العلوم والعلوم الطبية.
- إمكانية استرجاع المعلومات التي تعالج مختلف الموضوعات عبر ملايين من الحاسبات المنتشرة في جميع أنحاء العالم.
- نشر المعلومات وتحديثها بصورة سريعة، وكذا الترويج للندوات والأنشطة العلمية والصناعية. (167)

### 2.2.3.2.2. سلبيات الإنترنت:

- العزلة الاجتماعية: إن استخدام الانترنت من قبل المراهقين والشباب أصبح ظاهرة ملحوظة لكل من يتعامل مع هذه الشرائح فقد أصبح الإنترنت بديلا عن التفاعل الاجتماعي مع الأهل و الأصدقاء، والبقاء ساعات طويلة في تصفح مواقع الانترنت ما يعزز الميل والنزعة للوحدة والعزلة ويقلل لحد كبير من فرص التفاعل، فقد أوجدت الانترنت جيلا من الشباب يعاني الوحدة وعدم القدرة على تكوين صداقات. (168)
- وفرت الإنترنت بما تحويه من وسائل متعددة (الصورة، الكلمة، النص، والحركة) عناصر جديدة للمساهمة في نشر الشائعات بسرعة أكثر وبمساحات أكثر، وقد تزايد النشاط ترويجا للشائعات والأكاذيب عبر الإنترنت كونها تقوم على المعلومة مخفية المصادر، ومع انتقال المجتمعات إلى مجتمعات معلوماتية، وتشبيد بعض الدول لطريق المعلومات السريع، فقد أصبح نشر الإشاعة ليس على المستوى المحلي والإقليمي بل على المستوى العالمي. (169)
- إتاحة الفرصة للاستحواذ على سلطة المعلومات واحتكارها.
- ترويج لثقافة الشمال على حساب الثقافة الوطنية. (170)

- سيطرة التكنولوجيات على التوجهات المستقبلية بحيث أصبحت هي محور كل العمليات والمجالات ، خاصة مع ظهور التكنولوجيا الفكرية التي تعتمد على الأجهزة.
- تقطيع العلاقات الاجتماعية وزيادة عزلة الأفراد مع غياب علاقات الوجه للوجه وسيطرة العلاقات الالكترونية، وموت العواطف، والانفعالات، والوجدان وزيادة تفكك المجتمع.
- سيطرة الأوهام على الحقيقة من خلال الواقع المتخيل لدرجة ممارسة الجنس عن بعد.
- زيادة قوة وسيطرة الشركات المتعددة الجنسيات على العلاقات الدولية.
- صعوبة سيطرة الدولة على نوع، وكم المعلومات التي تصل للمواطنين.
- ضعف ولاء الشعوب للدولة. (171)
- في محاضرة ألقاها الدكتور "عماد مصطفى" ذكر أن **92%** من الدول في العالم توفر في البداية خدمات الإنترنت ثم تشرع في شرح أهميتها كوسيلة اتصال، وركز في محاضراته على استعراض نتائج مسح أجري في فيفري **1998** أن **128.000** موقعا الكترونيا تعود ملكيتها إلى منظمات وأفراد يهوديين. (172)
- ويذكر "عبد الرشيد بن عبد العزيز" و "هناء علا الصحوي" سلبيات الإنترنت في:
  - التضخم المعلوماتي التي يزخر به الإنترنت، فهو يحتوي على مليارات الصفحات وملايين المواقع.
  - غياب القوانين المنظمة لحقوق الملكية الفكرية للمعلومات المتاحة على الإنترنت.
  - قابلية المحتويات هذه المصادر للتعبير و التبديل أو الحذف والإضافة. (173)
  - حقوق الملكية الفكرية يقصد بها " الحقوق الممنوحة إلى الأشخاص لحماية منتجاتهم الفكرية الإبداعية والتي تشمل الاختراعات والإنتاج الأدبي والعلمي والصور والتصاميم". (174)
  - تسرب المعلومات والوثائق وتخرق أمن الدولة والمؤسسات والبنوك، حتى التجسس على الرسائل الإلكترونية وتزويرها، ويؤكد خبراء التقنية والمعلوماتية على أن الإنترنت هو "عالم من الآثار الخفية"، وفي مسح أجري عام **1999** في مركز معلومات الخصوصية الإلكترونية (EPIC) وهي منظمة غير حكومية، ورد أن أكثر من **أربع مائة** موقع أكثر شعبية ورواجا على الإنترنت، تحبذ مخربين وقطاع طرق الكترونيين للحصول على صور وتفاصيل كاملة عن مستخدمي الشبكة. (175)
  - تصميم برنامج لصوسي يستطيعون من خلاله الاطلاع على خصوصيات مستخدمي الشبكة وجمع البيانات عنهم، أو انتحال صفة شخص آخر موثوق به، لتنفيذ أعمال إجرامية، وهو ما يعرف بـ "القرصنة الاستنساخية" cloning أو تنفيذ برنامج على حاسوب آخر، وتنفيذ الأوامر عن بعد، مما يتيح له الحصول على إذن شرعي بالدخول الدائم والمباشر، ويعرف هذا بـ " القرصنة عن طريق الدارات الإلكترونية" أو الدوائر. (176)

## 4.2.2. خصائص التلقي عبر شبكة الإنترنت و مخاطرها وسبل مواجهتها:

### 1.4.2.2. خصائص التلقي عبر شبكة الانترنت:

1- **التفاعلية:** تعني رجع الصدى، وقد عرف **Durlak** التفاعلية بأنها " العملية التي يتوافر فيها التحكم في وسيلة الاتصال من خلال قدرة المتلقي على إدارة عملية الاتصال عن بعد، كما عرفها **Refaeli** بأنها " أحد القنوات التي يمكنها نقل رد فعل الجمهور إلى المرسل ووصفها بالاستجابة".

وقد ساعدت التفاعلية على تخصيص المواقع الالكترونية صفحات للاهتمامات الخاصة للمستخدمين بحيث يمكن لأصحاب الاهتمامات المشتركة من خلال الصفحات تبادل الخبرات، كما يمكن من خلال التفاعلية الإفادة من آراء الجمهور في إعداد المواد الصحفية للصحفية للصحف المطبوعة. (177)

2- **اللاتزامنية:** وتكون في بعض الخدمات، في البريد الالكتروني على سبيل المثال يمكن للمستخدم إرسال واستقبال رسائل فورية، كما يمكنه استقبال رسائل في غير أوقات إرسالها، فيتم الاحتفاظ بها في صندوق البريد الخاص به **Inbox** لحين دخول إليه، ويستطيع تأجيل إرسال الرسالة لتصل إلى المرسل إليه في موعد محدد. (178)

3- **قابلية التوصيل:** وتعني إمكانية توصيل الأجهزة الاتصالية بأنواع كثير من أجهزة أخرى، وبغض النظر عن الشركة الصانعة لها أو البلد الذي تم فيه الصنع، ومثال على ذلك توصيل جهاز الهاتف بجهاز الفيديو. (179)

4- **تفتت الجماهير (media fragmentation):** ويقصد بذلك زيادة وتعدد الخيارات أمام مستهلكي وسائل الإعلام والذين أصبح وقتهم موزعاً بين العديد من الوسائل مثل المواقع الإلكترونية وشبكات التواصل الاجتماعية والهواتف الذكية وألعاب الفيديو الإلكترونية بجانب الوسائل التقليدية من صحف وإذاعة وتلفزيون. (180)

5- **الوسائط المتعددة: MultiMedia** تستهدف إيضاح المعاني، وتقوم على دمج النصوص والرسوم والصور الثابتة والمتحركة بالأصوات والتأثيرات المختلفة، لتوصيل الأفكار والمعاني، ويرى **Gibbs** أنه " يمكن للوسائط المتعددة وبفضل ما تتوافر عليه من سمات تحسين الاتصال، وإثراء المواد المقدمة عبرها". (181)

6- **التحول من النظام التماثلي إلى النظام الرقمي:** في النظام الرقمي يتم نقل المعلومات على شكل أرقام منفصلة هي صفر واحد، وعند وصول المعلومة إلى المستقبل يقوم بدوره بترجمتها إلى صوت أو صورة أو غير ذلك، ويقوم النظام التماثلي من ناحية أخرى بنقل المعلومة على شكل موجة متسلسلة ، ومادام أن الإشارات الرقمية تكون صفر وواحد فإن النظام الرقمي يكون أشد نقاء وخالياً من التشويش.



**7- قابلية التحرك:** تتجه وسائل الاتصال الجديدة إلى صغر الحجم مع إمكانية الاستفادة منها في الاتصال من أي مكان إلى آخر في أثناء تحرك مستخدمها، ومثال هذا أجهزة التلفاز ذات الشاشة الصغيرة التي يكن استخدامها في السيارة مثلاً.

**8- الانتشار Ubiquity.**

**9- الكونية Globalization.** (182)

## 2.4.2.2. مخاطر الإنترنت وسبل مواجهتها:

### 1.2.4.2.2. مخاطر الإنترنت:

1. المشاكل اللاأخلاقية: تتضمن شبكة الإنترنت حوالي مليون صورة أو رواية خليعة جنسية، كما أن هناك معلومات تعطي لبعض المستخدمين عن عناوين بيوت الدعارة في العديد من مدن العالم، والأثر من ذلك وجود أحاديث هاتفية جنسية تؤديها بعض الفتيات ومدربات المؤسسات المشتركة في الشبكة.

### 2. المعلومات التي تشجع العنف والإجرام:

هناك بعض التطبيقات التي يعتقد بأنها تساعد على العنف والإجرام، فهناك هجمة صحفية أثرت في ولاية أركنساس الأمريكية حول طفل في العاشرة من عمره كان يحاول صنع قنبلة من خلال المعلومات التي حصل عليها عبر الشبكة فانفجرت عليه وقتلته. (183)

3. تهديد الإنترنت لسيادة المعلومات: لم تكن سيادة الدولة على المعلومات، وبالتحديد قدرتها على منع الغير من خارج حدودها من أن يحصلوا على المعلومات عن قضايا الشأن الداخلي، حيث أن انتهاك الإنترنت لسيادة الدولة للمعلومات لا يقارن بوسائل الإعلام التقليدي، حيث أن الإنترنت مكن المواطنين في أي دولة من المقارنة مع أوضاع غيرهم في كافة أرجاء المعمورة، ولم يعد بإمكان أي دولة إخفاء الأسرار عن مواطنيها، كما أن حكومات العالم عاجزة عن احتكار المعلومات وإخفاء الحقائق. (184)

4. الجريمة الالكترونية: وفقا معطيات أحد مكاتب الأبحاث المعنية فإن الشركات الأمريكية أنفقت 6 مليارات دولار لمقاومة هجمات " قراصنة الكمبيوتر" خلال عام 2000، وأن هذا سيتجاوز 20 مليار دولار عام 2004.

وقد أبلغ " الفريق الأمريكي للتعامل مع الطوارئ الكمبيوترية" (سيرت) بأكثر من 15 ألف عملية اختراق (قرصنة) خلال الشهور التسعة الأولى 2000. (185)

خلقت الجرائم الالكترونية ما يسمى بـ "الحرب الالكترونية"، حيث تكون المعلوماتية هي الساحة التي يتحارب فيها الأعداء، ومثال على ذلك "حرب الهاكرزية" بين مجموعات عربية ويهودية، التي استمرت عدة أشهر عامي 2000 و 2001 حيث قام كل طرف بتعطيل وتخريب مواقع الطرف الآخر، فقد تم في الشهر الأول لهذه المعركة في أكتوبر 2000 بتخريب 40 موقع يهودي مقابل 15 موقع عربي. (186)

حيث نقلت وكالة رويترز بتاريخ 2010، أن شركة المعلومات والبحث العملاقة غوغل قد بدأت حملة داخلية لاستبدال نظام "ويندوز" بعد المخاوف الأمنية الالكترونية، التي نتجت عن نجاح هكرز صينيين باختراق العديد من أنظمة غوغل، نتيجة لضعف وخلل أمني في متصفح الإنترنت الخاص بمايكروسوفت. (187)

**5. مشاكل حقوق النشر والتأليف:** تعتبر حقوق النشر والطبع للمنتجات الفكرية المختلفة من الأمور المهمة والحساسة للمؤلفين والناشرين التي يترتب عليها أمور قانونية ومالية، وهذا موضوع قيد الجدل بالنسبة للوثائق والمطبوعات الالكترونية المستنسخة من قبل بعض المواقع المشاركة وكذلك برامج الحواسيب المختلفة على الشبكة. (188)

حيث أن النشر الإلكتروني يعتمد على التخزين واللبث والتقديم الرقمي للمعلومات على أن تنظم المعلومات في شكل وثيقة ذات بناء معين، ويمكن أن تشمل هذه الوثائق معلومات نص أو صور أو رسومات. (189)

## **6. الفجوة الرقمية (التكنولوجية):**

استخدام الإنترنت يعتمد على تكنولوجيا عالية الثمن بالنسبة للجنوب، وأحيانا نادرة الوجود بالمقارنة بالدول الصناعية، فحوالي **80%** من دول العالم تعاني من نقص شديد في البنية التحتية للاتصالات، التي تعتبر العمود الفقري لثورة المعلومات، حيث نجد أن تكلفة الدخول إلى الإنترنت في اندونيسيا مثلا يتكلف أكثر من **12** مرة من نظيره في الولايات المتحدة الأمريكية، فقد أصر " ال جور " نائب الرئيس الأمريكي فأعلن أن الإدارة الأمريكية ستمنح **12** مليون دولار لمحو الأمية التكنولوجية وشراء أجهزة كمبيوتر وتدريب الأساتذة. (190)

وفي التقرير السنوي لبرنامج الأمم المتحدة الإنمائي **UNDP** لعام **2001** حول الشراكة من أجل محاربة الفقر الذي قدم معطيات لغاية عام **2000** ترد النسبة كما يلي وبالصيغة التالية:

" مستخدمو الإنترنت حسب المنطقة (الإقليم) النسبة المئوية من السكان، في الدول العربية **0,6%**، وهذا مقارنة بأمريكا **54,3%**، ودول منطقة التعاون الاقتصادي والتنمية عالية الدخل (باستثناء الولايات المتحدة) **28,2%**. (191)

إن الدول العربية قد أحرزت بعض التقدم نسبيا في مجال المعلوماتية، ولديها إمكانيات تطبيق الحكومة الإلكترونية، لكن الأوضاع التي تعرفها تلك البلدان أشارت إلى أن ثمة فجوة كبيرة بينهم وبين بقية دول العالم. (192)

والحكومة الإلكترونية حسب تعريف منظمة التعاون والتنمية الاقتصادية (**OCDE**): " استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال وبالخصوص الإنترنت، كأداة يهدف وضع حيز التنفيذ إدارة ذات جودة عالية". (193)

أما منظمة الأمم المتحدة فعرفت بأنها " هي التحسين المستمر للخدمة المقدمة، المشاركة الدستورية و الحوكمة المرتبطة بتغيير شكل العلاقات الداخلية والخارجية بالاعتماد على التكنولوجيات، الإنترنت ووسائل الإعلام الجديدة". (194)

وهناك عدة عوامل مسببة للفجوة التكنولوجية، منها:

- عدم اهتمام الدول النامية اهتماما كافيا بالتعليم في مراحلها المختلفة، فما زالت غالبية السكان تجهل القراءة والكتابة، بالإضافة إلى عيوب نظم التعليم القائمة بالشكل الذي لا يساعد على استيعاب وتطوير التكنولوجيا المستوردة.

- ضعف تطوير تكنولوجيا المحلية.

- ضآلة الدور الذي تقوم به الحكومات في مجال البحث العلمي والتكنولوجيا هذا في الوقت الذي أصبحت فيه حكومات البلاد المتقدمة تقوم بدور بارز في هذا المضمار. (195)

إن كلمة التكنولوجيا التي "عربت تقنيات من الكلمة اليونانية تكني، وتعني مهارة أو حرفة أو صناعة، والكلمة "لوجيا" وتعني علما أو فنا، وتصير بعض الكتابات إلى أن المقطع الثاني من كلمة تكنولوجيا وهو "Logic" ويعني منطق، وبذلك فإن كلمة تكنولوجيا تعني علم المهارات بشكل منطقي لتأدية وظيفة محددة". (196)

ويعتبر "صادق الحمامي" أن من بين الأسباب التي جعلت تأخر البلاد العربية " تلك الرؤية الأخلاقية المفروضة على الشبكة والتي تحدد قيم مسبقة للمستخدم إن اتبعها فهو مستخدم سوي، وإن رفضها فهو مستخدم ضال مائع، إن المجتمعات العربية تعتبر أن الفضاء تحكمه القيم العربية الإسلامية الأصلية ، وهي التي تضيء حدود على الكلام العام وتخضعه لمجموعة من المراجع الأخلاقية". (197)

هناك خطوات لتقليل حجم الفجوة الرقمية ومن أبرزها مايلي:

- قيام الحكومات بإنشاء مراكز بحوث وتطوير مشاريع رائد للعلوم والتكنولوجيا على مستوى القطاعين العام والخاص.

- العمل على إنشاء حاضنات حكومية لمشروعات اقتصاد المعرفة.

- العمل على تكوين ربط الكتروني بين مؤسسات ودوائر الحكومة المختلفة (G-2-G) وبينها وبين المواطنين وبين الحكومة والأعمال (G-2-B).

- العمل على توحيد البيانات وهنا لا بد من ضرورة العمل على توحيد المعايير في جميع دوائر ومؤسسات الحكومة، بما في ذلك نماذج الطلبات والبرمجيات واستخدام الحواسيب.

- العمل على إنشاء قواعد تكنولوجية لعمليات والترميز والتشفير وذلك لتأكد من أن استخدام هذه التكنولوجيا سوف يكون ملائما، بالإمكان تحويل المعلومات والبيانات وترميزها للحفاظ على سرية هذه المعلومات.

- العمل على توفير الموارد البشرية القادرة على إدارة الحكومة الالكترونية، فلكي تستطيع الحكومات تقديم خدمات الكترونية ذات جودة عالية، لا بد من تشغيل العاملين القادرين على التعامل مع هذه التكنولوجيا. (198)

تسيطر اللغة الانجليزية على **89%** من المواقع المصرية، حيث قام الباحث " هشام فتحي" في أطروحة الماجستير بتحليل المواقع المصرية المتاحة خلال الشبكة العنكبوتية، حيث اختار الباحث عينة بلغت **625** مفردة من أصل **1545** موقعا مصرياً، واحتلت اللغة العربية المركز الثاني بنسبة **9%**. (199)

**7. جرائم الفضاء الرقمي:** هناك العديد من الجرائم التي تحدث في الفضاء الرقمي، نذكر منها:

- السرقة: تنقسم السرقة الالكترونية على خمسة أصناف (سرقة البرمجيات ومعدات الحاسوب والاستخدام غير المخول لشفرات الدخول وكلمات السر المالية، سرقة عن طريق إدخال بيانات احتيالية عن الصفحات والسرقة عن طريق تعديل البرمجيات والسرقة عن طريق الاختلاس، وتعديل البيانات.  
- التدمير والتخريب المعتمد: يحاول مرتكبو التدمير المعتمد غزو أو تدمير أجهزة النظام والبرمجيات أو بيانات ويتراوحون بين المتلاعبين والموظفين المستائين إلى الجواسيس، على الرغم من بعض المتلاعبين. (200)

- التسلسل أو الاختراق في إنترنت (الهاكينغ (Hacking):

يعتمد الكثير من مستخدمي إنترنت من تسلسل أو اختراق أجهزة أشخاص أو مؤسسات دون استئذان ، فيبدأ بعضهم على سبيل التجربة والفضول، وعندما يتمكن، يعجبه الأمر وينساق فيه إلى حين بعيد ، فيدخل أجهزة مستخدمي إنترنت لا يعرفهم شخصياً ولا يعرف حتى مكان تواجدهم لسرقة أسرارهم والاستيلاء على ملفاتهم الخاصة، وكذا أجهزة المؤسسات الحكومية والخاصة المدنية والعسكرية، تخترق للتجسس عليها وكشف حمايتها معلوماتياً.

ومن جهة أخرى فقد أوجدت فاعلية هذا الاختراق إلى بعض شركات البرمجيات ومواقع إنترنت، باتخاذ إجراءات هجومية ضد من يستخدم برامجها المقرصنة ومن أهم هذه الشركات "مايكروسوفت" و Yahoo اللتين هددتا بفحصي القرص الصلب لزوار مواقع إنترنت، بدون علمهم، وذلك بإضافة نصوص برمجية إلى مواقعها تفحص القرص الصلب واحد من كل مائة زائر لهذه المواقع، بحثاً عن برامج مقرصنة. (201)

إن القرصنة عبر الإنترنت تتم بالمحاولة الحصول على معلومات مخزنة في ذاكرة الكمبيوتر دون وجه حق، قصد الاستعمال المباشر أو غير المباشر، وهي تعتبر من أكثر الجرائم المعلوماتية انتشاراً وتنوعاً ، مما أدى إلى نشوء عدد كبير من المنظمات المتخصصة في محاربة المحاكاة (Counterfeit)، و برغم من الحواجز العديدة التي تضعها كبرى الشركات البرمجيات (مايكروسوفت، لوتس)، أما قرصنة الكمبيوتر، مما جعل نسبة قرصنة برمجيات الأعمال في العالم مثلاً، تهبط إلى ما دون خط الأربعين في المائة، فإن الأساليب الجديدة التي طورها قرصنة البرمجيات لتجاوز هذه الحواجز ستؤدي حتماً إلى ازدياد معدلات القرصنة من جديد.

تنتشر العديد من مواقع القرصنة في الإنترنت، التي تتضمن مختلف الأنواع من البرامج (الألعاب، نظم التشغيل، البرامج الخدمية)، التي تجلب مجاناً أو بأثمان بخسة، بينما قد يقدر ثمنها في السوق بعشرات الآلاف من الدولارات، ويصلح على تسمية هذه المواقع في مجتمع الإنترنت الموازي بمواقع (WareZ)، وتقدر بعض مصادر منظمة اتحاد صناعة البرمجيات والمعلومات (S.I.I.A) خسائر هذا النوع من القرصنة في سنة 1998 فقط حوالي 11 مليار دولار في مجال البرمجيات، بغض النظر عن قرصنة الموسيقى والإنتاج الأدبي والعلمي، مما قد يتسبب في الدول المنتجة في خسارة أعداد كبيرة من العمال لوظائفهم، وحرمان خزائن حكوماتهم من تحصيل مليارات الدولارات من جباية الضرائب الوظيفية (تقدر بعض الإحصاءات في أمريكا مثلاً، عدد الوظائف المفقودة بسبب عمليات القرصنة بـ 130 ألف وظيفة سنوياً بقيمة الضرائب غير المحصلة بمليار دولار سنوياً).<sup>(202)</sup>

أشار استبيان الجرائم وأمن الكمبيوتر التي كلف بإجرائها مكتب التحقيقات الفيدرالية (أف بي آي) أن "مؤسسات الأعمال الأمريكية تنكذب خسائر مالية متزايدة نتيجة لمخالفات وجنایات أمن المعلومات، ونشرت النتائج في بيان صحفي أصدرته مؤسسة أمن الكمبيوتر أو Computer security Institute وهي جمعية من مهني الأمن المعلوماتي ومقرها كاليفورنيا.

واشترك في الاستطلاع أكثر من 500 مسؤول من أمن المعلومات أو أجهزة كمبيوتر من شريحة عريضة من مؤسسات الأعمال، وهذا الاستطلاع هو سادس استطلاع سنوي من تجربة المؤسسة، واجري في عام 2000، وأفادت نسبة 85% من المستطلعة آرائهم أن مؤسساتهم تعرضت لأحد أنواع المخالفات الأمنية، ونسبة 35% (186) من المجيبين على توفير بيانات على خسائر بقيمة 378 مليون دولار).<sup>(203)</sup>

وهناك العدد من البرمجيات المستخدمة في التدمير والتخريب، أهمها:

- الباب المسحور: تعد مجموعة التعليمات التي تسمح للمستخدم بتجنب إجراءات الأمن القياسية لنظام الحاسوب، يعرضها المبرمجون لتسهيل تعديل البرمجيات وقد تستغل إحدى الأبواب المسحورة التي تركها المبرمجون في تعطيل 6000 جهاز حاسوب.

- حصان طروادة: برنامج يحتوي على تعليمات مخفية يمكن أن تسبب الضرر فمثلاً يمكن أن يحدد حصان طروادة رقم معين ويهمله أو يجمع الاختلافات التي تؤدي إلى التدمير ويضعها في حساب معين.

- القنبلة المنطقية: تعد نوعاً من حصان طروادة يقوم بتنظيم أعمالها التدميرية لكي تظهر حيث يظهر طرف معين كبداية برنامج معين، وتستخدم عادة في الانتقام والتخريب، كما حدث في عام 1988 في إحدى قضايا المحكمة الفيدرالية بقيام أحد المبرمجين العاملين في شركة Omega Engineering في Bridgeport Jersey بابتكار قنبلة منطقية، انفجرت بعد 20 يوماً حاذفة لكل البرمجيات الإنتاج

والتصميم للشركة ومعطلة تسهيلاتهما لدعم والتجديد وقدر الضرر الكلي بـ 10 مليون دولار بسبب طرده منها بدافع الانتقام. (204)

- الفيروسات: البرامج و الدودية وأحصنة طروادة، عبارة عن " برامج ضارة تسبب الضرر للحواسيب وللمعلومات الموجودة فيه أو قد تسبب إبطاء سرعة الإنترنت، ويرى **Obrier** أن الفيروس عبارة عن عامل للإصابات المعدية، وهو عبارة عن جسيمة حية متناهية في الصغر تسبب التفسخ، ومن هنا جاءت تسمية البرامج التخريبية للكمبيوتر بالفيروسات نظر الصغر حجمها واستطاعتها الاختباء في ثنايا البرامج، بشكل ديناميكي حيوي متحرك إذ تعمل على نسخ نفسها والانتشار بما يسمى بالدوائر الحلقية المغلقة للبرامج متخطية كل الاحتياطات والموانع جدران النار".

وكان أول ظهور عام 1983 حيث تفشى فيروس في برنامج **Xun**، ويرى "العبيدي" أن أول مكتشف للفيروس يعد أحد المبرمجين، الذي قام بحماية معلومات حاسوبه من عمليات النسخ والتقليد والتكبير يقوم بتخريب النسخ المقلدة عن برنامجه أو معلوماته. (205)

فحسب خبير اسباني في محاربة الفيروسات يوجد حاليا في عالم الإنترنت حوالي 45 ألف فيروسا معلوماتيا، وقد قدر عدد الفيروسات النشطة شهريا ما بين 600 و 800 فيروسا، ومن أشهرها: مليسا ، تشرنوبيل، وفيروس الحب، لقد تسبب هذا الفيروس ذو الاسم المغربي (I love you)، والذي بلغ ذروته انتشاره من خلال البريد الإلكتروني. (206)

ويعتبر "مل" المراهق الكندي (الذي اشتهر باسم **Mafiaboy** خير مثال على ذلك، فقد استطاع في فبراير 2000 أن يتسلل إلى عمل المئات من مواقع الويب، وتسبب بذلك في خسارة ملايين الدولارات لشركات مثل **Yahoo. Cnn. Buy. Com** ولقد تم اكتشافه من طرف الشرطة الفيدرالية الأمريكية (FBI) التي قدمته للمحاكمة في ماي 2000، وتسبب في خسارة تسعة ملايين فرنك، كما ذهبت ضحيته في أمريكا حوالي 95 بالمائة من الشركات، والتي قدرت مؤخرا خسارتها بـ 56 مليار دولار. (207)

8. **انتحال الشخصية Impersonation**: يحدث خطر انتحال الشخصية عن " طريق قيام المهاجم بسرقة مفتاح التشفير السري، أو اقتناص الاسم وكلمة السر، خلال مرورهما بالشبكة أو بالتسجيل بعض الرسائل المارة بالشبكة، وإعادة إرسالها في وقت لاحق **Replay** ". (208)

9. **الطعن والقذف عبر الإنترنت**: إن وقوف أحد المشاهدين أثناء تقديم أحد العروض المسرحية وسط الجماهير و صراخه بصوت عال " حريقة حريقة" من شأنه أن يثير يقينا الهلع والرعب ومنه يسبب ضررا بالغا.

فإذا قام شخص ما ببث رسالة عبر الإنترنت يدعى فيها كذبا أن إحدى الشركات التي تقدم خدمات الإنترنت مثلا شركة ستارنت **Starnet** لديها ملفات مدرجة على موقعها على شبكة الانترنت تضم العديد من الفيروسات الضارة والمواد البذيئة، فإن هذه الكذبة تعد قذفا وتشهير صريحا ضد هذه الشركة. (209)

**10. التجسس:** حيث يتم التجسس على الموظفين فقد جاء في مسح ميداني أجرته حديثا الجمعية الأمريكية لإدارة أن نسبة **63%** من أرباب العمل، يمارسون نوع من الرقابة أو التجسس على موظفيهم وتشمل هذه الممارسات تحري ملفات الكمبيوترية، وسجلات ترددهم على شبكة الإنترنت. (210)

**11. الإباحية الإلكترونية:** بدأ ينتشر ما يسمى الإباحية الإلكترونية عبر شبكة الإنترنت، حيث يتم تبادل الصور الفوتوغرافية المخلة بحرية تامة عن طريق هذه الشبكة، وأصبح هناك نواد للإباحية في الغرب ، ففي بريطانيا اكتشفت الشرطة بمحض الصدفة منزلا بمدينة "سانت ليونارد" يدار لأعمال منافية للآداب في **أكتوبر 1997**، وقد ألفت الشرطة القبض على ستة عشر رجلا بتهمة إنتاج وتبادل الصور الإباحية الخاصة بالأطفال، وكان جهاز الكمبيوتر يحتوي على آلاف الصور الخليعة، والتي يصعب الوصول إليها دون معرفة كلمة السر **Pass Word**. (211)

**12. المساعدة على الانتحار:** وفرت شبكة الإنترنت خدمة خاصة للانتحار، لتسهيل عملية قتل النفس لكل من يرغب في ذلك، نظر دفع المقابل المادي لذلك، وقد ساعدت هذه الخدمة امرأة واحدة على الأقل في الإقدام على الانتحار، كما أرسلت طرود بريدية من أقراص "سيانيد البوتاسيوم" القاتلة لسبعة أشخاص طلبوها عن طريق الإنترنت.

واكتشفت الشرطة اليابانية هذا الموقع في **15-12-1998**، وقد تبين أن الشخص الذي يديره صيدلي يمتلك ترخيص بمزاولة المهنة، وكانت الشرطة تبحث عن شخص طلب كبسولات "سيانيد البوتاسيوم" عن طريق الموقع، الذي كتب فيه باللغة اليابانية أنه مخصص للأشخاص الذين لا يعرفون طريقة الحصول على العقار الصحيح للانتحار، ويعرض الموقع الكبسولة الواحدة بمبلغ يتراوح بين **258** و **430** دولار. (212)

**13. تجارة البويضات البشرية:** لقد ساهمت شبكة الإنترنت في "تسويق المنتجات وترويج لها، عن طريق التجارة الإلكترونية، إلا أن الأمر تعدى تلك التجارة إلى تجارة غير شرعية عرفت بـ "تجارة بويضات البشرية"، التي ظهرت في بعض الأوساط الطبية في الغرب، وأثارت جدل حول هذا النوع من التجارة، والتي بدأت تنتشر على نطاق واسع من خلال شبكة الإنترنت، وقد كشفت إحدى الدراسات الجامعية أن هذه التجارة أخذت بالتوسع، نتيجة النمو الذي حدث في عيادات الخصوبة المنتشرة هناك ، والتي يتعامل معها الأزواج الذين لم ينجبوا أطفالا بالطرق العادية، لقد أصبح بعض الطالبات في بعض جامعات العالم الكبرى والتي تتمتع بسمعة طيبة في التعليم، هدفا للراغبين في شراء بويضات وتطلب بعض الإعلانات المنتشرة في المجالات العلمية، بويضات فتيات يتمتعن بعيون زرقاء، وبشرة بيضاء وصحة جيدة، ولا يتعاطين المخدرات، وذلك من أجل ولادة أطفال أصحاء". (213)



## 14. الجرائم المالية:

1. **السطو على أرقام البطاقات الائتمانية:** إن استخدام البطاقات الائتمانية عبر شبكة الإنترنت سهل في عمليات الشراء البيع عبر الإنترنت، وكذا ازدياد في نمو التجارة الإلكترونية، حيث " قام شخصان في عام 1994 بإنشاء موقع على الإنترنت مخصص لشراء طلبات يتم إرسالها بمجرد سداد قيمتها إلكترونياً، إلا أنه كان الغرض من إنشاء هذا الموقع هو الاستيلاء على أرقام البطاقات الائتمانية الخاصة بالمشتريين من هذا الموقع". (214)

2. القمار عبر الإنترنت.

3. تجارة المخدرات عبر الإنترنت.

4. **تهريب أموال عصابات المخدرات:** تستخدم شبكة الإنترنت كأداة لتهريب الأموال المجمعة من تجارة المخدرات، والتي يطلق عليها اسم الأموال القذرة، ويشير تقرير أعدته منظمة الأمم المتحدة وصندوق الدولي أن (28,5) مليار دولار من الأموال القذرة تهرب سنوياً إلكترونياً عبر شبكة الإنترنت لتخترق وتورط (67) دولة من بينها أمريكا وبعض الأقطار العربية والإسلامية، وقد تعرضت هذه الدول إلى انتقادات حادة من قبل الهيئة الدولية لمكافحة الجرائم الاقتصادية. (215)

و نشأ مصطلح غسيل الأموال عام 1931، لدى محاكمة رئيس عصابة المافيا "ألفونس كابوني" الشهير باسم "الكابوني" عندما حاولت عصابة إبراز المصدر القانوني لأموال الطائلة المحصلة بطريقة غير قانونية (ابتزاز، سرقة، دعارة، قمار، مخدرات).

ومن الناحية القانونية عرف الاتحاد الأوروبي مارس 1990 مصطلح غسيل الأموال بأنه " تحويل (Cimversion) أو نقل الممتلكات، مع العلم بمصادرها الإجرامية الخطيرة لأغراض التستر، وإخفاء الأصل غير القانوني لها، أو مساعدة أي شخص يرتكب مثل هذه الأعمال، وإذا كانت عمليتا تحويل ، أو نقل الممتلكات مشبوهة المصدر تتم مباشرة وعن طريق البنوك أساساً، وفي مناطق محدودة من العالم. (216)

أوضح تقرير أعدته الأمم المتحدة وصندوق النقد الدولي إلى أن 28.5 مليار دولار من الأموال القذرة تطير سنوياً عبر الإنترنت لتخترق حدود بعض الدول في أنحاء مختلفة من العالم لغسلها. (217)

إن غسل الأموال Money laundering أو ما يعرف بالغسل الإلكتروني للأموال Electronic money ، وما أثر على القوانين السرية للحسابات في هذا الصدد، قامت بعض البنوك بفتح مواقع لها على الإنترنت ومارست غسيل الأموال، إلا أنها تم اكتشافها بعد ذلك، فحسب تقرير المكتب الأمريكي لتقويم التكنولوجيا أنه بين 1% من التحويلات تنطوي على غسيل أموال، وتبعاً لهذا يقدر أن أكثر من 300 مليون دولار يتم غسلها سنوياً. (218)

## 5. جريمة الإرهاب الإلكتروني:

أنه " العدوان أو التخويف أو التهديد ماديا أو معنويا باستخدام الوسائل الإلكترونية الصادر من الدول أو الجماعات أو الأفراد على الإنسان دينه أو نفسه أو عرضه ، أو عقله ، أو ماله بغير حق بثتى صنوفه وصور الإفساد في الأرض، وبالتالي فلكي نعت شخصاً ما بأنه إرهابياً على الإنترنت، وليس فقط مخترقاً، فلا بد وأن تؤدي الهجمات التي يشنها إلى عنف ضد الأشخاص أو الممتلكات ، أو على الأقل تحدث أذى كافياً من أجل نشر الخوف والرعب". (219)

كان أول استخدام لكلمة الإرهاب الإلكتروني في فترة الثمانينات في دراسة "Barrycollin" التي خلص فيها إلى صعوبة تعريف ظاهرة الإرهاب التكنولوجي بدقة، وأيضاً الأساليب والحلول المطلوبة لمواجهته وكذلك تحديد دور الكمبيوتر والإنترنت في العمل الإرهابي. (220)

وهناك من يرى أن الإرهاب الإلكتروني هو إرهاب معلوماتي **Cyberterrorism**، حيث ذهب مركز حماية البنية التحتية الوطنية الأمريكية **NIPC** إلى عدّ الإرهاب المعلوماتي عبارة عن "فعل إجرامي يمارس بواسطة الحاسوب، أو أدواته، فيفضي إلى نشر العنف، والموت، مع إثارة الهلع". (221)

إن جرائم الفضاء الرقمي خلقت ما عرف بـ "أعداء الإنترنت"، الذين تم تصنيفهم إلى:

- المتطفلون: (الهوةة) **Hackers** فالمتطفل هو الشخص الذي يشعر بالفخر لمعرفته بأساليب عمل النظام أو الشبكات، بحيث يسعى للدخول عليها بدون تصريح وهؤلاء الأشخاص عادة لا يتسببون بأي أضرار مادية.

- المخربون (المحترفون) **Carckers** هو الشخص الذي يحاول الدخول إلى أنظمة الكمبيوتر دون تصريح وهؤلاء الأشخاص عادة ما يتسببون في أضرار مادية بعكس المتطفلين.

- الفيروسات: هو برنامج يكرر نفسه على نظام الحاسوب عن طريق دمج نفسه في البرامج الأخرى ، وتأتي الفيروسات في أشكال وأحجام مختلفة. (222)

- المخادعون: "وهؤلاء يتمتعون بقدرات فنية عالية، باعتبارهم عادة من الأخصائيين في نظم المعلومات، ومن أصحاب الكفاءات، وتنصب معظم جرائمهم على شبكات تحويل الأموال، ويمكنهم التلاعب بحسابات البنوك أو فواتير الكهرباء والتليفون أو تزوير بطاقات الإئتمان، وهذه الفئة من المجرمين لها موهبة خاصة في الاستحواذ على ثقة الناس".

- لصوص نظم المعلومات: هم "أشخاص يقتحمون نظم المعلومات، بالتعدي المادي عليها ، وعلى البرامج المتحركة في تشغيلها، للحصول على خدمات أو أهداف غير مشروعة". (223)

- المتطفلون من نوي المثل العليا: "تتألف هذه المجموعة من أشخاص يدافعون عن قضية أو غاية ليس لها علاقة بمصالحهم الشخصية المباشرة، وهم على استعداد للانخراط في أنشطة إجرامية من شأنها أن تسبب أضرار جسيمة بالآخرين أو بقطاعات كاملة في المجتمع".

- الجمعيات والجماعات الموازية: هي " الجمعيات والجماعات غير الرسمية النابعة من الشبكات نفسها ، والتي أصبحت عبارة عن مجتمعات افتراضية، وهذه الجمعيات تملك نخبة رائدة في مجال الإعلام الآلي، تتحكم في الشبكة وفرضت فيها أخلاقيات الإباحية".

- الأوساط المهنية: الوسطاء مجموعة من الأشخاص ينحصر دورهم في تمكين المستخدم من الدخول على الشبكة والاطلاع على ما يريد، ولذلك فمنهم من ينقل الخدمة ومنهم من يمكن المستخدم من الوصول إلى المواقع، ومنهم من يخزن المعلومات أو ينتجها"، وينشط في مجال الوساطة العديد من الأطراف مثل:

- متعهد الوصول: شخص طبيعي أو معنوي يقوم بدور فني لتوصيل المستخدم إلى شبكة، وذلك بمقتضى عقود اشتراك تضمن توصيل العميل إلى مواقع التي يريدها.

- متعهد الإيواء: شخص طبيعي أو معنوي، قد يكون شركة تجارية أو أحد أشخاص قانون العام، مثل الجامعات والمؤسسات العامة يعرض إيواء صفحات الويب على حساباته الخاصة. (224) ويتسبب الإنترنت أيضا في:

- وصول مستخدمين آخرين غير مرغوب فيهم إلى المعطيات والملفات الموجودة على الشبكات المحلية ، وهي مشكلة تعيق انتشار الإنترنت، لأن الخوف من تجسس المشتركين في الإنترنت، ومن التخريب ، وسرقة الهوية الذاتية وفقدان سرية المراسلات، كل ذلك أدى إلى الحذر من الاقتراب من الخدمات المباشرة التجارية.

- غياب نظام وظيفي محدد لإدارة نقاط نظام المعلومات في الإنترنت: كتصريح أو أمر قانوني لحماية المعلومات.

- مشكلات حقوق المالك في الاتصال الإلكتروني للنصوص الكاملة.

- تعرض البريد الإلكتروني للاختراق والمضايقات.

- الغزو الثقافي.

- الاستجابة البطيئة ونفقات الاتصال. (225)

لقد قدم العاملين في مجال القرصنة عبر إنترنت العديد من الحجج وتبريرات للقرصنة، حيث أن هناك من العاملين في مجال القرصنة من يحاول الدفاع علانية عن هذه الأعمال بغية إضفاء الشرعية عليها ، مبررا توزيع النسخ المجانية من البرامج عبر إنترنت بالمساهمة في نشر المعلوماتية التي تحتكرها شركات البرمجيات الكبرى، التي تطالب بمبالغ باهظة مقابلها، وذلك بتوفيرها بأسعار معقولة لعامة الناس، وأن هذه العمليات التجارية بضاعتها الجاهزة تكسب بعض القرصنة أموالا طائلة لأنها لم تكلفهم جهدا كبيرا من العمل ولاستثمارات مالية أو بشرية.

وإذا كان الدافع الاقتصادي هو السبب الرئيس وراء بعض عمليات القرصنة فما هي دوافع ومبررات الكثير من القرصنة الذين يتسابقون في تقديم مختلف البرامج عبر إنترنت مجاناً؟ معلوم أن بعض مستخدمي إنترنت، وخاصة في الدول التي لا تنتشر فيها ثقافة حماية حقوق التأليف والإبداع، يجهلون عملية نسخ البرامج الموسيقي أو النصوص، ونشرها في إنترنت هي عملية غير قانونية ولذلك فقد يتسابقون في النسخ والنشر لجلب الزوار ومواقعهم والتباهي بذلك.

ويقول بعض المحللين أن كثيراً من القرصنة " يتسابقون في نشر البرامج المقرصنة عبر مواقع الدردشة بواسطة لوحة مفاتيح الحواسيب، للتباهي فقط بقدراتهم في سرعة كسر نظام حماية النسخ، ويقدم البعض الآخر هذه البرامج كخدمة مجانية بحجة أن تكاليفها، خاصة أن طلاب المدارس والجامعات ومستخدمي الدول الفقيرة، يشكلون الغالبية العظمى من مستخدمي البرامج المقرصنة في العالم". (226)

رأى " حسين عبد الجبار" أن للإنترنت أضرار كثيرة ومتنوعة، جملها في:

- الأضرار العقيدية: وجود مواقع البدع والخرافات والفرق الضالة، ومواقع التشكيك في العقيدة الإسلامية، وإثارة الشبهات والإساءة إلى الإسلام، ومواقع التنصير.
- الأضرار الأخلاقية: مثل المواقع الإباحية ومواقع القمار والخمور.
- الأضرار الاجتماعية: مواقع المخدرات ومواقع تعليم الانتحار.
- الأضرار الاقتصادية: مثل غسيل الأموال عبر الشبكة وسرقة الحاسبات وبطاقات الائتمان.
- الأضرار الأمنية: مثل التزوير وسرقة المعلومات والتجسس والاحتيال وال نصب. (227)

**15. إدمان الإنترنت:** في مسح أجري في أواخر عام 1995 تم تقدير 9,5 مليون مستخدم للإنترنت في الولايات المتحدة فقط، يقضون في المتوسط 6,6 ساعة أسبوعياً على الإنترنت، وقد وردت التقارير عن حالات إدمان الإنترنت **Internet addiction** حيث يقضي بعض مستخدمي الشبكة 18 ساعة يومياً في الاتصال المباشر معها، لينفقوا بذلك مئات الدولارات في مقابل فواتير التليفونات الشهرية، وفي هذا السبيل، يوجد لدى "جماعة مساندة مدمني الإنترنت **300 Internet Addiction Support Oroup** عضو على الشبكة، لكي يلتقي مدمنو الفضاء التخليبي أو الالكتروني **Cyberaddicts** ليستفيدوا من تجارب بعضهم.

وأظهرت الدراسة التي قدمت لمؤتمر " الجمعية النفسية البريطانية" في لندن، أن أعمار مستخدمي الإنترنت تقترب من الثلاثين في الغالب، وأنهم يستخدمون الشبكة طوال الأسبوع، خاصة خلال الفترات التي يعانون من الاكتئاب، إلا أن الدراسة عجزت عن تحديد مدى ارتباط الإنترنت بمعاناة الاكتئاب ، أو احتمال أن يتسبب استخدام الشبكة في زيادة حدته، وقد غطت عينة المسح الذي تناولته الدراسة 445 مستخدماً للشبكة في 21 دولة بالعالم. (228)

## 16. غياب التشريعات القانونية:

مع التوسع في " صناعات تكنولوجيا المعلومات وانتشار تطبيقاتها في المجالات المختلفة وتبادل المعلومات عبر الحدود، ظهرت الحاجة إلى وضع العديد من التنظيمات والتشريعات واللوائح التوحيد القياسي، ومن أهم الجوانب التي يجب تغطيتها تشريعياً هي تلك المتعلقة بالملكية الفكرية وحماية الأسرار الصناعية والتجارية".

أعطت حرية التعبير والنشر عبر الشبكات فرصة لوجود صور تتنافى ومبادئ الدين الإسلامي، وكذا ثقافتنا العربية، ويرجع هذا إلى انعدام التشريعات واحترام مبدأ حرية التعبير عبر الشبكات. (229)

وقد أدى غياب القوانين التي تنظم العمل الإعلامي في البيئة الالكترونية، والاهتمام بضبط وتقنين الجوانب التقنية والفنية لهذه البيئة، أكثر من الاهتمام بالتنظير للحقوق المهنية، وقبة عدد العاملين في بعض المواقع، وقلة القيود المفروضة على العمل الإعلامي، إلى عدم إمكانية تحديد صبغة طبيعة الحقوق التي يتمتع بها الإعلاميون في هذه بيئة، وتراجع الاهتمام بصياغة تشريعات ومواثيق تنص على حقوقهم، كما أدى غياب الجمعيات والاتحادات التي تهتم بسن التشريعات ومواثيق تنص على حقوق الإعلاميين في البيئة الالكترونية. (230)

أساليب التي تتبعها شركات البرمجيات كافية لمحاربتها، فالضغط على الحكومات لسن قوانين محاربة القرصنة، أو استخدام "الدارات العتادية" (Dongle) لمنع النسخ، أو الأرقام التسلسلية أو اللجوء مؤخرًا إلى (الوشم الرقمي) Tattaing لإخفاء صور أو مقاطع منتجات الفنية، لم يعد مجدياً في ظل تطور أنظمة المحاكاة وكسر الشيفرات، والمنافسة القوية بين شركات البرمجيات، والانتشار الواسع للإنترنت، في الصين التي يتجاوز معدل القرصنة فيها نسبة 95 بالمائة، ويحصل على أحدث الألعاب أو أنظمة التشغيل وعلى غرار الصين تتغاضى معظم دول العالم المستهلكة للبرمجيات عن قرصنة البرمجيات وتعرض عن سن القوانين المضادة لهم، بل يوجد منها من ذهب إلى ما هو أبعد من ذلك بنسبة لقوانين تبيح قرصنة البرمجيات، مثل الأرجنتين، لأنها تعتبر العكس و تصب في مصلحة الدول المنتجة للبرمجيات وعلى رأسها أمريكا. (231)

إن شبكة الإنترنت تقلل من مشاهدة التلفزيون قراءة الصحف لدى الشباب، حيث أشارت الدراسة التي أجرتها الدكتورة " نجوى عبد السلام" على أن هناك علاقة معنوية بين مستوى التعليم واستخدام الإنترنت بدافع التسلية والترفيه، فكلما زاد المستوى التعليمي قل استخدام الإنترنت لتسلية والترفيه، وأن هناك علاقة مؤكدة بين مستوى التعليم واستخدام الإنترنت بدافع تكوين الصداقات، فكلما زاد المستوى التعليمي قل استخدام الإنترنت في تكوين الصداقات. (232)

أشارت المحكمة العليا الأمريكية في إحدى القضايا وفي " قضية تيرمينلو Terminiello ضد شيكاغو Chicago لعام 1949، إلى أن حرية الكلام قد تخدم الغرض منها على نحو أفضل حينما تحت

على الاضطراب وتخلق حالة من عدم الرضا على الظروف التي تستلزم ذلك أو حتى تحت الناس على الغضب والتذمر".

#### **17. المواد غير الملائمة للصغار UnsuitableMaterial for Minors**

يوجد مستوى عال من الاهتمام فيما يتعلق "بالمواد التي تشمل على موضوعات تتعلق بالجنس، بينما ينصب الاهتمام في حالات أخرى على أمور تتصل بالعنف والإرهاب وتعاطي المخدرات، التي تعتبر من الآراء عن مدى ملائمة مواد معينة للأطفال والشباب، وعلى الأخص عندما يتعلق فحوى المواد المعروضة على موضوعات الجنس والعري". (233)

## 2.2.4.2.2. سبل مواجهة مخاطر الإنترنت:

إن ظهور الجرائم عبر الإنترنت خلقت ضرورة لما يسمى بـ " الأمن المعلوماتي"، حيث يعد الهاجس الأمني من أهم العوائق والتحديات في وجه تطبيق الحكومة الالكترونية، من هنا يجب ألا يغيب عن فكر القائمين على المشروع موضوع الأمن في كافة مراحل المشروع، خاصة في مراحل التصميم والتطبيق ، ويتطلب توافر أمن المعلومات الأمور التالية:

- ضرورة تعيين مسئول مختص في مجال أمن وسرية المعلومات، يهتم بتقديم المعلومات الأمنية لكافة مراحل المشروع.

- تقترح ضرورة إجراء تقييم مستمر للتطبيقات للتأكد من توفر أعلى درجات الاحتياطات الأمنية.  
- ضرورة الاهتمام بكافة أنواع الأمن المعلوماتي والمادي والمنطقي وتطبيق كافة الخطوات الضرورية في كل المراحل.

- ضرورة تنفيذ الندوات والدورات التدريبية المستمرة لكافة العاملين، وذلك لإبقاء معلوماتهم حول المخاطر الأمنية حديثة.

- ضرورة عمل خطط للطوارئ واختبار تلك الخطط في الظروف الاعتيادية. (234)

وتستدعي الحكومة الالكترونية وجود إدارة الكترونية تدير لها أمورها ونشاطاتها، حيث أن الإدارة الالكترونية يقصد بها " البيئة التي تحقق فيها خدمات المواطنين واستعلاماتهم وتحقق فيها الأنشطة الحكومية للدائرة المعنية من دوائر الحكومة ذاتها، أو فيما بين الدوائر المختلفة باستخدام شبكات المعلومات والاتصال عن بعد". (235)

## 1.2.4.2.2. ضرورة إيجاد منظومة تشريعية للممارسة الاستخداماتية للإنترنت:

سعت الكثير من الدول المتقدمة إلى إصدار تشريعات بهدف حماية المستجندات المعلوماتية المعاصرة ، ومن أهم هذه القوانين:

- قيام الولايات المتحدة الأمريكية عام 1993 بإصدار قانون يقض بالسيطرة على حقوق النشر في المجال الإلكتروني، وإعطاء الحماية القانونية لهذه الأعمال، وضمنت قوانينهم قانون حق النشر ، وشجعت الحقوق الإبداعية في المجال التقني، حيث يمكن الحصول على حق النشر بشكل آلي وبمجرد أن يصبح العمل مثبت بشكل مادي، وبذلك لا يمكن لأي أحد أن ينسخ أو يوزع أو يعرض العمل دون السماح المالك بذلك. (236)

و لابد من الإشارة إلى نقطة قانونية هامة ألا وهي أنه برغم حرية الكلام المطلق التي كفلها الدستور والتي لا يجوز بموجبها لأية سلطة حكومية تقييد هذه الحرية، إلا أنه قد يكون هناك قيد على هذه الحرية فحالة اتفاق الأطراف المعنيين على ذلك، وإذا نشر هذه الأكاذيب بالقول والكلام فإن ذلك قذفا ونشر الأكاذيب الملفقة كتابة في مجال الأعمال يسمى قانونا " التشهير التجاري" وإذا نجم عن هذا التشهير

الإضرار بمصالح الشخص المشهر به وبأعماله، فقد يتعرض للمحاكمة ودفع تعويض عن الإضرار المادية والأدبية التي تكون قد لحقت بالطرف المشهر به. (237)

إن المواد القانونية تختلف من دولة إلى أخرى، حيث أن " بعض المواد قد تكون غير قانونية في إحدى الدول قد تحمل وتخزن على الإنترنت، ويمكن الوصول إليها في دول أخرى، تكون فيها هذه المواد قانونية، وحتى لو وجد اتفاق في التشريعات ببعض المواد الخاصة " بأدب الأطفال الإباحي" Pornography مثلا، إلا أن القوانين المتعددة التي ترتبط بهذا الموضوع قد تختلف جوهريا، مما يجعل إقامة الدعاوي أو القضايا أو حتى التعاون الدولي في هذا الموضوع صعبا للغاية". (238)

أما الدول صاحبة المصلحة المادية في محاربة قرصنة البرمجيات، ممثلة في " الدول الثمانية الأكثر تصنعا، فقد قررت توحيد جهودها الدفاعية لحماية اقتصادها، مدرجة (قضية محاربة قرصنة البرمجيات) ضمن خطة شاملة لمحاربة سلبيات إنترنت، قد انعقدت من أجلها قمة طارئة في منتصف ماي 2000 ، ولن تختم دون ذكر نوع البيانات التي يتم تبادلها في إنترنت بشكل غير قانوني، إنها لا تنحصر في برامج الحواسيب الشخصية المختلفة، بل تنوعت السلع التي يتبادلها رواد السوق السوداء، لتشمل كلا من الملفات الموسيقية وأفلام الفيديو، وبدؤوا أخيرا بترويج محاكيات (emulators) للأنظمة الحاسوبية المختلفة، وقرصنة برامج هذه الأنظمة، مثل محاكيات أنظمة (Sega Nintendo Play station neogeo) للألعاب وتحويل ألعابها، التي يباع معظمها على شكل "كارتريج" إلى صيغة رقمية وترويجها في إنترنت". (239)

#### 2.2.4.2.2. تحقيق أمن النشر الإلكتروني:

إن موضوع القرصنة على النشر وعلى حقوق المؤلفين خصوصا النشر عبر شبكة الإنترنت، حيث يصعب جدا ضبط المواقع التي تقوم بنشر المؤلفات الخاصة بكبار الكتاب دون موافقة كتابية منهم أو مجرد إخبارهم.

ويمكن حفظ حقوق المؤلفين الفكرية عن طريق تقنية تعرف إدارة الحقوق الرقمية **RightManagement Digital**، وهي تقنية تهدف إلى تمكين الناشرين من النشر المأمّن للممتلكات الفكرية كالكتب بشكل رقمي عبر شبكة الانترنت أو عبر أي وسيط إلكتروني كالأقراص المكتنزة ووسائط التخزين **Removablemedia**. (240)

وتتكون هذه التقنية من مجموع برامج تمكن الناشر من:

- تشفير **Encryption** المواد الرقمية **digital Materials** المراد نشرها.
- التحكم بالنفاذ إلى المواد الرقمية عن طريق السماح للزبائن بالنفاذ إلى هذه المواد بعد دفعهم لتكاليف معينة، وبعد شراء الزبون حق النفاذ إلى المواد الرقمية، يعطي مفتاحا رقميا مع قيود خاصة على الطبع أو النسخ أو التعديل.



- متابعة من يقوم بالإنفاذ إلى هذه المواد والتأكد من حصول الأطراف المشاركة في إنتاج المادة الرقمية على حقوقهم المالية من الشركات المتخصصة في أنظمة الDRM. (241)

**3.2.4.2.2. الوقاية من الاعتداء على المعلومات:** هناك خمس أنواع أساسية لخدمات الأمن تستهدف حماية ميدان معلومات، وهي:

#### - خدمات (وسائل) حماية التعريف: Identification and Authentication

هذه الخدمات " تهدف التثبيت من الهوية إلى تحديدا عندما يقوم شخص ما بالتعريف عن نفسه، فإن هذه الخدمات تهدف إلى التثبيت من أنه هو الشخص نفسه، وبهذا فإن التعريف يعد الوسائل التي تحمي من أنشطة التخفي والتكر، وهناك نوعين من خدمات التعريف الأول تعريف الشخصية وأشهر وسائلها كلمات السر، وثانيها التعريف بأصل المعلومات كالتثبيت من أصل الرسالة".

- خدمات السيطرة و على الدخول Accesscontrol: وهذه الخدمات "تستخدم للحماية ضد الدخول غير المشروع إلى مصادر الأنظمة والاتصالات والمعلومات، ويشمل مفهوم الدخول غير المصرح به لأغراض خدمات الأمن الاستخدام غير المصرح به والإنشاء غير المصرح بها، والإتلاف، إصدار المعلومات والأوامر، فإن خدمات التحكم بالدخول تعد الوسائل الأولية لتحقيق التحويل والتثبيت منه". (242)

#### - وسائل السرية Data and message confidentiality

هذه خدمات "تحمي من الإفشاء للجهات غير المصرح لها الحصول عليها، والسرية تعني بشكل عام إخفاء المعلومات من خلال تشفيرها على سبيل المثال أو من خلال وسائل أخرى كمنع التعرف على حجمها، أو الجهة المرسل إليها".

#### - خدمات حماية التكاملية وسلامة المحتوى Data and message Integrity

تهدف إلى " حماية مخاطر تغيير البيانات خلال عمليات إدخالها أو معالجتها أو نقلها، وعملية التغيير تعني بمفهوم الأمن هنا الإلغاء أو التحرير أو إعادة تسجيل جزء منها أو غير ذلك، وتهدف هذه الوسائل أيضا إلى حماية أنشطة تدمير المعطيات بشكل كامل أو إلغائها دون تحويل".

- خدمات منع الإنكار Non repudiation: وهذه الخدمات تهدف منع الجهة التي قامت بالتصرف من إنكار حصول نقل البيانات أو النشاط من قبلها. (243)

كذلك لا بد من القيام بمجموعة من الأمور للتحقيق الأمن المعلوماتي، من بينها:

- ضرورة بث الوعي الاجتماعي، فإنه الوقود الفاعل لنجاح الإشاعة، قلة الوعي الاجتماعي، وفقدان بعد النظر للخبر، ومنه لا بد من نوعية الأسرة بأهمية التربية الدينية للأبناء، فالتربية الدينية ترسخ في الإنسان مبادئه الأخلاقية وعقائده الإسلامية.

- توعية الشباب بالجانب السلبي لاستخدام الرسائل الاتصال (الهاتف، الإنترنت) عن طريق وسائل الإعلام المختلفة. (244)

كما أن هناك العديد من البروتوكولات التي تستخدم وتطبق في شبكة الإنترنت من أجل ضمان حماية المعلومات وسريتها، وتحقيق أمن الإنترنت، نذكر منها:

- **بروتوكول S-HTTP**: هو نسخة أمنية من بروتوكول HTTP ويستخدم للاتصال مع مواقع الويب. يعمل بروتوكول بين طبقة TCP-IP وبروتوكول HTTP، فعندما يطلب بروتوكول HTTP إرسال المعلومات إلى مخدم آخر، يقوم بإرسال الطلب إلى بروتوكول S-HTTP ليتحقق أمن المعلومات مشفرة وصحيحة قبل إرسالها إلى بروتوكول TCP/IP ليقوم بنقلها.

يقدم بروتوكول S-http العديد من المزايا الأمنية:

- يشفر المعلومات ليضمن أن الشخص المقصود بالإرسال هو الوحيد القادر على قراءة المعلومات ، ويدعم أنماطا متعددة من معايير التشفير.

- يتحقق من صحة المعلومات ليضمن أن المرسل هو الذي أرسل المعلومات فعلا، ويتحقق من أن المعلومات لم يتم العبث بها.

- يدعم التواقيع الرقمية ليتأكد من هوية المرسل وأنه هو من قام بالإرسال.

- يقوم بتشفير ملف بالكامل أو نموذج صفحة الويب، عوضا عن تشفير جزء من الملف أو النموذج ، وهذا يعني أن نموذج طلب إدخال الأسماء والعناوين وأرقام الهاتف ستكون مشفرة بالكامل، وهو ما سوف يوفر مستوى عال من الأمن.

- **بروتوكول SSL (طبقة الداخل الآمنة):**

تستخدم المتصفحات " بروتوكول SSL أو Secure Socket Layer لتشفير المعلومات التي تنتقل من المتصفح ومخدم الويب، حيث يتم استخدام بروتوكول SSL في عمليات التسوق الإلكتروني، وتبادل المعلومات الحساسة، فعندما يظهر مفتاح أو قفل في أسفل شاشة المتصفح، فهذا يدل على أن المتصفح قد أقام اتصال مشفر وامن مع المخدم، وأنه بالإمكان الآن إرسال المعطيات الحساسة بأمان"، حيث يضمن مايلي:

- يتبادل المتصفح والمخدم معلومات التعريف التي تتضمن تفاصيل الصلاحيات.

- يتحقق المتصفح من معطيات هوية المخدم ويستخدم هذه المعطيات لينشئ مفتاحا جديدا.

- يقوم المتصفح بتوثيق المخدم باستخدام المفتاح وتفاصيل التوثيق السابق. (245)

- **بروتوكول العقود الإلكترونية الآمنة SET:**

SET هو " اختصار ل Secure Electronic Transactions وهو بروتوكول يضمن أمن العقود الإلكترونية والصفقات التجارية على الإنترنت، تم تطوير هذا بروتوكول بدعم من شركات Master card و Netcape Visa و IBM، ويستخدم بروتوكول SET نظام الأقفال والمفاتيح، بالإضافة إلى رقم حساب معتمد لكل من الزبون و الشركة، التي تزاوّل أعمال التجارة الإلكترونية".

يقوم بروتوكول العقود الإلكترونية الآمنة " بتشفير المعلومات المتبادلة على الإنترنت بين الزبون والشركة بطريقة سرية، ويوفر سهولة في إجراءات الدفع، وسرية العقود، والأهم من ذلك يضمن أمن عملية الدفع بكاملها". (246)

- الجدران النارية: وهناك نوعان منها:

- نظام فرز رزوم المعطيات: ويسمى **PacketFilter** وهو الأقل تعقيدا، يقوم باختبار كل "بث" من البيانات القادمة من الإنترنت، وتتطلب عملية إعداد هذا النظام تعديل جدول يدعى "جدول الفرز"، والذي يتضمن العديد من القواعد التي تمنع أو تسمح للرزوم بالدخول.

لإعداد جدار ناري لا بد من تركيب **Router** وتثبيته بين المخدم وخط اتصال الإنترنت، بحيث يقوم بمنع البيانات غير المرغوب بها من الدخول إلى المخدم.

- مضيف **Bastion Host**: وهو أكثر أنواع الجدران النارية تعقيدا، وهو عبارة عن حاسوب مكرس للأمن، يتم تركيب بين خطوط اتصال الإنترنت من جهة، ومخدم الويب من جهة أخرى، تحتوي إعدادات هذا المضيف الأساسية على عدد محدود جدا من الملفات والمعطيات، أما مهمته فهي فحص البيانات الداخلة إلى النظام بالدرجة الأولى، فإذا طابقتا البيانات القادمة من الإنترنت شروط هذا الجدار الناري، تم السماح لها بالمرور إلى مخدم الويب والاستجابة لطلبها، ولذلك لا بد من تركيب ثلاثة أجهزة على الأقل:

مخدم شبكة، ومخدم ويب، ومضيف **Bastion Host**، وتكون كلها مكرسة لخدمة الشبكة. (247)

- اكتشاف التطفل وسوء الاستخدام:

في حين " يهدف التحكم بالدخول والترشيح لمنع الأنشطة غير المصرح بها، والأنشطة الضارة بالمعلومات، نجد أن اكتشاف التطفل وسوء الاستخدام يهدف لاكتشاف النشاط الضار في بدايته، ويمكن أن يتحقق ذلك عن طريق مراقبة هذه الأنشطة فيها، وإن تم اكتشاف في وقت مبكر ربما يكون في الإمكان إجهاض المحاولة قبل حدوث الضرر، كما تكون بنية الاكتشاف دليل يمكن استخدامه أمام المحاكم لجلب مرتكبي هذه الأعمال غير المشروعة للعدالة، ولكن مبدأ اكتشاف التطفل وسوء الاستخدام يقوم على قاعدة أنه ليس عمليا، لأنه لا يمنع كل الهجمات فيصير الاكتشاف هو الأسلوب العلمي". (248)

ويؤكد خبراء التقنية والمعلوماتية على أن الإنترنت هو "عالم من الآثار الخفية، وفي مسح أجرى عام 1999 في مركز معلومات الخصوصية الإلكترونية (EPIC) وهي منظمة غير حكومية، ورد أن أكثر من أربع مائة موقع هم أكثر شعبية ورواجا على الإنترنت، تحبذ مخبرين مسربين وقطاع طرق إلكترونيين للحصول على صور وتفاصيل كاملة عن مستخدمي الشبكة، كما يجري في محيط الشبكة العديد من عمليات السطو والقرصنة الإلكترونية، إذ يستخدم المحتالون وسائل إلكترونية مختلفة". (249)

كما يمكن أن نقوم بإجراءات أخرى لحماية المعلومات على الشبكة، تمكن من تحقيق الأمن المعلوماتي ، وتتمثل تلك الإجراءات في:

- المسؤولية الفردية والعمل الفردي: إذ لابد من نشر الوعي بأهمية حماية المعلومات الخاصة بالفرد، فقد يحتاج المبتدئون باستخدام الحاسب الآلي، أو الذين لا يعرفون قضايا الخصوصية، إلى تنمية هذا الوعي بالتعلم، فيتعين على الفرد أن يكون على دراية بأسلوب العمل الخفية للبرامج، ومكونات الحاسب الآلي والبحث عن الخصوصية سواء كانت مطبوعة أو على الإنترنت.

وقد أعلن اتحاد من أنصار الخصوصية وشركات برامج الحاسب الآلي عن تطوير خدمة لجعل الاعتماد على الذات في الخصوصية أكثر سهولة، فهو يطرح ما سمي "بالأمان الإلكتروني" (e TRUST)، وهو برنامج يقوم بتقدير مواقع الإنترنت التي توفر حماية كافية للخصوصية الفردية، وتشمل عدم جمع المعلومات الشخصية، وعم استخدام المعلومات لأغراض ثانوية.

ويتحقق العمل من أجل الخصوصية وحماية المعلومات، استخدام أساليب تقنية، مثل برنامج التشفير وحماية كلمة السر، وهذه من أكثر الوسائل فاعلية لحماية المعلومات والخصوصية. (250)

-المسؤولية الرسمية الحكومية: يعتبر العمل الفردي غير الحكومي شديد الأهمية في حماية خصوصية المعلومات، ولا يمكن أن تكون هناك حماية فعالة لخصوصية بدون، لكن هذا العمل غير كاف لحماية المعلومات، فلا بد من التدخل الرسمي لحماية خصوصية المعلومات، بالقدر الذي يكفل الحماية التامة لمعلومات الآخرين. (251)

#### 4.2.4.2.2. ضرورة ايجاد قواعد لتعامل الأخلاقي مع الإنترنت:

هناك مجموعة من القواعد التي يجب التقيد بها في التعامل مع خدمات الإنترنت، حيث لابد من:

- طلب العلم النافع، والعمل على إيجاد وتنشئة المواطن الإنترنتي الصالح **Good netizen**، **Good Internet citizen**.

- تحري الصدق والموثوقية والأمانة في طلب البيانات والمعلومات.

- معلومات الإنترنت للبت والنشر والإتاحة، وليست للكتم أو الحبس.

- حماية حقوق الملكية الفكرية، وقوانين الفضاء الإلكتروني **Cyberspace**.

- الإنترنت وما تقدمه من بيانات ومعلومات للتغير إلى الأفضل في جميع المجالات.

- كفالة البيانات وسريتها ومراعاة الخصوصية واحترامها.

- اتخاذ كافة التدابير الوقائية لحماية أفراد المجتمع وجماعته من البيانات والمعلومات الضارة والملوثة. (252)

وقدمت إحدى جمعيات أخلاقيات الحاسوب **Youshalluseacomputer to harmother people** عشر وصايا في التعامل الأخلاقي مع الشبكة، وجاءت الوصية الأولى في التحذير من استخدام الإنترنت من

أجل إلحاق الأذى بالآخرين، وهي كالتالي: " لا تستخدم حاسبك في إيذاء الآخرين، وتسوق هنا نموذج في استخدام الحاسوب في إيذاء الآخرين، ولقد استخدم أحد الطلاب في إحدى الجامعات الغربية، البريد الإلكتروني في جامعتة ووجه عليه قنبلة إلكترونية، نفذت عبر الشبكة وكانت على شكل **25000** رسالة إلكترونية تم إرسالها دفعة واحدة، مما أدى إلى انهيار نظام البريد الإلكتروني وما يتصل به من أعمال وأنشطة، قدرت الأضرار الناجمة عن الجريمة بعشرات الآلاف من الدولارات، وحوكم الطالب بعد إقرار المحكمة بأنه مذنب، و نفذ عليه حكم السجن و دفع غرامة مالية. (253)

## الهوامش:

- (1) لازار لجوديث، الأثر الاجتماعي لوسائل الإعلام، ترجمة: رضوان بوجمعة، المجلة الجزائرية للاتصال، العدد 16، جوان- ديسمبر 1997، ص180.
- (2) تسير مشاركة، مدخل إلى دراسات الإعلامية، {د،ط}، فلسطين، منشورات بيت القدس للنشر والتوزيع، 2002، ص81.
- (3) سعاد جبر سعيد، سيكولوجية الاتصال الجماهيري، ط1، عمان، عالم الكتب الحديث، 2008، ص93.
- (4) محمد منير حجاب، نظريات الاتصال، ط1، مصر، دار الفجر للنشر و التوزيع، 2010 ص256.
- \* درس لازرسفيلد بجامعة كولومبيا، وهو أحد الآباء الأربعة المؤسسين لبحوث الاتصال الجماهيري ، إلى جانب لاسوال، كيرت لوين، كارل هوفلند، وأسس لازرسفيلد، سنة 1941 مكتب البحوث الاجتماعية التطبيقية (Bureau of Applied Social Research) لجامعة كولومبيا، بعد أن هاجر إلى الولايات المتحدة سنة 1935، وهو طبيب نفسي نمساوي. أنظر: أرمان و ميشال ماتلار، تاريخ نظريات الاتصال، ترجمة: نصر الدين لعياضي، الصادق رابح، ط1، بيروت، المنظمة العربية للترجمة ، 2005.
- (5) عصام سليمان الموسى، المدخل في الاتصال الجماهيري، ط6، عمان، إثراء للنشر والطباعة ، 2009 ، ص ص190، 191.
- (6) عامر مصباح، الإقناع الاجتماعي: خلفيته النظرية والياته العلمية، {د،ط}، بن عكنون، ديوان المطبوعات الجامعية، 2005، ص103.
- (7) صالح أبو أصبع، الاتصال الجماهيري، ط2، عمان، دار البركة، 2009، ص204.
- (8) أسامة بن مساعد المحيا، نظريات التأثير الإعلامية ، {د، ب}، {د، د}، {د، ه}، ص9.
- (9) رضا عبد الواحد أمين، الصحافة الالكترونية، {د، ط}، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع ، 2007، ص33.
- (10) تسير العلاق، نظريات الاتصال: مدخل متكامل، {د، ط}، عمان، دار اليازوري العلمية لنشر والتوزيع، 2010، ص65.
- (11) بسام عبد الرحمن المشاقبة، نظريات الاتصال، ط1، عمان، دار أسامة للنشر والتوزيع، 2010 ، ص ص177، 178.
- (12) مي العبد الله، نظريات الاتصال، ط1، بيروت، دار النهضة العربية، 2006، ص272.
- (13) حسني محمد نصر، مقدمة في الاتصال الجماهيري: المداخل والوسائل، ط1، الكويت، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، 2001، ص 225.

- (14) كامل خورشيد مراد، الاتصال الجماهيري والإعلام: التطور الخصائص - النظريات، ط1 ، عمان، دار الميسرة للنشر والتوزيع، 2011، ص ص 141، 142.
- (15) عبد الرحيم درويش، مقدمة إلى علم الاتصال، {د،ط}، مكتبة نانسي، 2005، ص ص 25، 26.
- (16) انشراح الشال، مدخل إلى علم الإعلام، القاهرة، دار الفجر العربي، 2001، ص 154.
- (17) حسني محمد نصر، المرجع السابق، ص 224.
- (18) منير محمد حجاب، نظريات الاتصال، المرجع السابق، ص 321، 322.
- (19) سناء محمد الجبور، الإعلام والرأي العام العربي والعالمى، {د،ط}، عمان، دار أسامة للنشر والتوزيع، 2009، ص 132.
- (20) عبد الرحمن عزي، دعوة إلى فهم المصطلحات الحديثة في الإعلام والاتصال، ط1، تونس، الدار المتوسطة للنشر، 2011، ص 33.
- (21) سناء محمد الجبور، المرجع السابق، ص ص 133، 134.
- (22) محمد محمد عمارة، دراما الجريمة التلفزيونية: دراسة سوسيو اعلامية، ط1، القاهرة، دار العلوم للنشر والتوزيع، 2008، ص 69.
- (23) محمد منير حجاب، نظريات الاتصال، مرجع سبق ذكره، ص 306.
- (24) أماني عمر الحسني، الإعلام والمجتمع: أطفال في ظروف صعبة ووسائل الإعلام مؤثرة، ط1 ، القاهرة، علم الكتب، 2005، ص 94.
- (25) وهيبه بشريف، "نظرية الغرس الثقافي: قراءة في السياق الجزائري"، يوم دراسي حول "الجدوى العلمية لنظريات الاتصال في بحوث الإعلام والاتصال"، 19 أبريل 2016، كلية العلوم الإنسانية والعلوم الاجتماعية، قسم علوم الإعلام والاتصال وعلم المكتبات، جامعة باتنة -1 الحاج لخضر.
- (26) منير حجاب، نظريات الاتصال، المرجع السابق، ص 307.
- (27) محمد محمد عمارة، المرجع السابق، ص ص 70، 72.
- (28) محمد محمد عمارة، المرجع نفسه، ص 79.
- (29) عثمان قاسم داود اللامي، أميرة سنكرولي البياتي، تكنولوجيا المعلومات في منظمات الأعمال: الاستخدامات والتطبيقات، ط1، {د،ب}، مؤسسة الوراق، 2010، ص 103.
- (30) أحمد محمد غنيم، التسويق والتجارة الإلكترونية، مصر، المكتبة المصرية للنشر والتوزيع ، 2008، ص 163.
- \*\*ARPANET**: أول شبكة ظهرت تربط فقط عددا قليلا من الجامعات ومراكز البحث، وهذه الشبكة التجريبية ذات المساحة المتسعة WAN تمت على مدى السنوات القليلة، واستخدمت بروتوكول مراقبة

الشبكة (NCP)، وتم تحويل شبكة أربانيت في عام 1984 إلى مؤسسة العلوم الوطنية الأمريكية، التي قامت في 1986 بعمل شبكة أخرى أسرع اسمها NSFNET، وفي عام 1990 تم فصل شبكة "أربانيت" عن الخدمة بعد 20 عام بسبب كثرة العيوب فيها. للإطلاع أكثر، أنظر: طارق عبد العال حماد، التجارة الالكترونية والمفاهيم، التجارب، التحديات، الأبعاد التكنولوجية والمالية والتسويقية والقانونية، مصر، الدار الجامعية، 2003، ص60، و: قدري سليمان مصطفى الشكري، أثر استخدام الانترنت في الخدمة المقدمة للمرضى في المستشفيات الأردنية، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه فلسفة في نظم المعلومات الإدارية من الأكاديمية العربية، كلية الإدارة والاقتصاد، قسم نظم المعلومات الإدارية، الدنمارك، 2011، ص42.

(31) Majid khaled toohan al-zubaydi, Dictionnaire of Library and information sciences abbreviations in internet environment: enlish-arabic, 1 Edition, jordan, dar saf publishing, 2009, p 174 .

(32) فضيل دليو، مدخل إلى الاتصال الجماهيري، {د،ط}، جامعة منتوري، مخبر علم اجتماع الاتصال، 2003، ص 121.

(33) فضيل دليو، وآخرون، التحديات المعاصرة: العولمة، الإنترنت، الفقر، اللغة: فعاليات اليوم الدراسي الأول لمخبر علم اجتماع الاتصال، قسنطينة، جامعة منتوري، 2002، ص 10.

(34) عثمان قاسم داود اللامي، المرجع نفسه، ص103.

(35) أنطوان نجيم، موسوعة المعارف الكبرى، {د، ب}، دار نوبليس، 2003، م4، ص82.

(36) فضيل دليو، مدخل إلى الاتصال الجماهيري، المرجع السابق، صص 122-123.

(37) محمد الصرفي، البيع والشراء عبر الإنترنت، ط4، مصر، المكتب الجامعي الحديث، 2008 ، ص18.

(38) مجد هاشم الهاشمي، الإعلام الكوني وتكنولوجيا المستقبل، ط1، عمان، دار المستقبل للنشر والتوزيع، 2011، ص260.

(39) كامل خورشيد مراد، المرجع السابق، ص207.

(40) ياسر يوسف عبد المعطى، تريسا لشر، القاموس الشارح في علوم المكتبات والمعلومات: عربي - انجليزي، ط1، القاهرة، دار الكتاب الحديث، 2008، ص 207.

(41) ياسر يوسف عبد المعطى، المرجع نفسه، ص 207.

(42) أحمد نافع المدادحة، محمد عبد الدبس، تكنولوجيا المعلومات والشبكات في المكتبات ومؤسسات التعليم، الطبعة العربية الأولى، عمان، مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع، 2012 ، ص 154.



- (43) هارون منتصر، تكنولوجيا الاتصال الحديثة: المسائل النظرية والتطبيقية، ط1، قسنطينة، دار الألفية للنشر والتوزيع، 2012، ص ص 137-138.
- (44) فاطمة الزهراء عبد الفتاح، المدونات الإلكترونية والمشاركة السياسية، ط1، القاهرة، دار العالم العربي، 2012، ص 13.
- (45) هارون منتصر، المرجع السابق، ص ص 138-139.
- (46) فضيل دليو، مدخل إلى الاتصال الجماهيري، المرجع السابق، ص 123.
- (47) عبد الوهاب بن بريكة، زينب بن بريكة، أثر تكنولوجيا الإعلام والاتصال في دفع عجلة التنمية، مجلة الباحث، العدد 07، 2009-2010، ص 249.
- (48) علي محمد شمو، الاتصال الدولي والتكنولوجيا الحديثة: الإنترنت القمر الصوتي الرقمي والمليديا، ط1، الإسكندرية، مكتبة و مطبعة الإشعاع الفني، ص 237.
- (49) عبد الملك ردمان الدناني، تطوير تكنولوجيا الاتصال وعولمة المعلومات، {د،ب}، المكتب الجامعي الحديث، 2005، ص 45.
- (50) محمد محفوظ، تكنولوجيا الاتصال: دراسة في الأبعاد النظرية والعلمية لتكنولوجيا الاتصال، مصر، دار المعرفة الجامعية، 2005، ص ص 143-146.
- (51) عثمان قاسم داود اللامي، المرجع السابق، ص 118.
- (52) هارون منتصر، المرجع السابق، ص ص 132-133.
- (53) فارس حسن الخطاب، الفضائيات الرقمية وتطبيقاتها الإعلامية، ط1، عمان، دار أسامة للنشر والتوزيع، 2011، ص 67.
- (54) نبيل رأفت علوه، شبكات الاتصال، ط1، عمان، مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع، 2007، ص 105.
- (55) عامر إبراهيم قنديلجي، ربحي مصطفى عليان، ايمان فال السامرائي، مصادر المعلومات من عصر المخطوطات إلى عصر الإنترنت، ط1، عمان، دار الفكر للطباعة والنشر والتوزيع، 2000، ص ص 332-333.
- (56) محمد سلامة، واي فاي: الإنترنت اللاسلكي والتلفزيون التفاعلي المحمول، مجلة الفن الإذاعي، العدد 176، أكتوبر 2004، ص 103.
- (57) محمد الصرفي، المرجع نفسه، ص 23.
- (58) شريف درويش اللبان، تكنولوجيا الطباعة والنشر الإلكتروني، ثورة الصحافة في القرن القادم، ط3، القاهرة، العربي للنشر والتوزيع، 1998، ص 119.

- (59) شريف درويش اللبان، الصحافة الالكترونية: دراسات في التفاعلية وتصميم المواقع، ط1 ، القاهرة، الدار اللبنانية المصرية، 2005، ص26.
- (60) منير محمد حجاب، الموسوعة الإعلامية، ط1، مصر، دار الفجر للنشر والتوزيع، 2003، م3 ، ص925.
- (61) عزي عبد الرحمن، وآخرون، عالم الاتصال، {د، ط}، بن عكنون، ديوان المطبوعات الجامعية ، 1992، ص 376.
- (62) عبد الملك ردمان الدناني، تطوير تكنولوجيا الاتصال وعولمة المعلومات، {د، ب}، المكتب الجامعي الحديث، 2005، ص43.
- (63) مجبل لازم المالكي، المرجع السابق، ص ص253-254.
- (64) إبراهيم بعزیز، دور وسائل الإعلام الجديدة في تحول المتلقي إلى مرسل وظهور صحافة المواطن، مجلة الإذاعات العربية، العدد3، 2011، ص47.
- (65) شريف كامل شاهين، مصادر المعلومات الإلكترونية في المكتبات ومراكز المعلومات، ط1 ، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، 2000، ص ص 33-85.
- (66) هارون منتصر، تكنولوجيا الاتصال الحديثة: المسائل النظرية والتطبيقية، ط1، قسنطينة، دار الألمعية للنشر والتوزيع، 2012، ص ص 130-131.
- (67) فهمي العدوي، إدارة الإعلام، ط1، عمان، دار أسامة للنشر والتوزيع، 2010، ص 117.
- (68) محمد جمال الفار، المعجم الإعلامي، طبعة 2010، الأردن، دار أسامة للنشر والتوزيع، 2006 ، ص 117.
- (69) فرنسوا سلي، نقولا ماکرير، وسائل الاتصال المتعددة (ملتيميديا)، ترجمة: فؤاد شاهين، بيروت ، عويدات للنشر والطباعة، 2001، ص ص45-46.
- (70) صالح محمد عبد الحميد، الإعلام الجديد، ط1، القاهرة، مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع ، 2011، ص113.
- (71) ستيفن كولمان، كارين روس، الإعلام والجمهور the Media and the public، ترجمة: صباح حسن عبد القادر، الطبعة العربية الأولى، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، 2012، ص ص 158-159.
- (72) مراد ميلود، " الإعلام الجديد السلطة الخامسة التي ولدت من رحم السلطة الرابعة":

<http://diae.net/33512.03-11-2016.11:23.Bas du formulaire>

- (73) عبد الرزاق محمد الدليمي، الإعلام الجديد، ط1، عمان، دار وائل للنشر والتوزيع، 2010، ص .11

- (74) محمد الصرفي، المرجع السابق، ص26.
- (75) حسني محمد نصر، الإنترنت والإعلام: الصحافة الإلكترونية، ط1، الكويت، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، 2003، ص 72.
- (76) منير محمد حجاب، الموسوعة الإعلامية، ط1، القاهرة، مصر، دار الفجر للنشر والتوزيع ، 2003، م2، ص484.
- (77) هارون منتصر، تكنولوجيا الاتصال الحديثة: المسائل النظرية والتطبيقية، ط1، قسنطينة، دار الألمعية للنشر والتوزيع، 2012، ص119.
- (78) زهير عابد، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تعبئة الرأي العام الفلسطيني نحو التغيير الاجتماعي والسياسي: دراسة وصفية تحليلية، مجلة جامعة النجاح للأبحاث (العلوم الإنسانية )، مجلد 26، 2012، ص1400.
- (79) عبد الكريم علي الدبيسي ، زهير ياسين الطاهات ، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات الأردنية، مجلة دراسات (العلوم الإنسانية والاجتماعية )، العدد 1 ، المجلد 40، 2013، ص70.
- (80) أماني جمال مجاهد، استخدام الشبكات الاجتماعية لتقديم خدمات مكتبية متطورة ، مجلة دراسات المعلومات العدد الثامن، قسم المكتبات والمعلومات، جامعة المنوفية، مايو 210، ص ص 9، 10، 8.
- (81) سفيان ساسي، شبكة التواصل الاجتماعي وانعكاساتها على قيم الشباب الجزائري، الملتقى الدولي الثاني حول نظرية الحتمية القيمية في الإعلام، 2-3 ديسمبر 2013، جامعة عمار ثليجي بالأغواط.
- (82) فتحي حسين عامر، وسائل الاتصال الحديثة من الجريدة إلى الفيس بوك، ط1، القاهرة، دار العربي للنشر والتوزيع، 2011، ص 204، 205.
- (83) [http://mogtamaa.telecentre.org/profiles/blogs/2487793:BlogPost:80067?xg\\_source=activity](http://mogtamaa.telecentre.org/profiles/blogs/2487793:BlogPost:80067?xg_source=activity) 4/3/2015a 00:38 h.
- (84) عبد الرزاق محمد الدليمي ، الإعلام الجديد والصحافة الإلكترونية ، ط1، عمان، دار وائل للنشر والتوزيع ، 2010 ، ص154.
- (85) وهيبه بشريف، "شبكات التواصل الاجتماعي والتسويق السياسي في الجزائر"، يوم دراسي حول " تسويق الأفكار-المفهوم، الأبعاد، الآثار"، 26 أبريل 2016، كلية العلوم الإنسانية والعلوم الاجتماعية، قسم علوم الإعلام والاتصال وعلم المكتبات، جامعة باتنة -1 الحاج لخضر.
- (86) محمد فتحي عبد الهادي، المكتبات والمعلومات في عالم جديد، ط1، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، 2007، ص 94.
- (87) فاطمة الزهراء عبد الفتاح، المرجع السابق، ص ص 21-35.

- (88) زكريا عزام، عبد الباسط حسونة، مصطفى الشيخ، مبادئ التسويق الحديث: بين النظرية والتطبيق، ط1، {د، ب}، دار الميسرة للنشر والتوزيع، 2008، ص414.
- (89) سليمان بن صالح العقلا، فؤاد أحمد إسماعيل، إنشاء الشبكات المبادئ الأساسية لاختصاصي المكتبات والمعلومات، الرياض، مكتب الملك فهد الوطنية، 2000، ص25.
- (90) محمد نور هان، عز الدين خطاب، التجارة الإلكترونية، ط2، القاهرة، الشركة العربية المتحدة للتسويق، 2011، ص16.
- (91) منير محمد حجاب، الموسوعة الإعلامية، ط1، القاهرة، مصر، دار الفجر للنشر والتوزيع، 2003، م5، ص ص 1725-1726.
- (92) محمد الصرفي، المرجع السابق، ص10.
- (93) عبد السلام أبو قحف، طارق طه أحمد، محاضرات في هندسة الإعلان والإعلان الإلكتروني، مصر، الدار الجامعية، 2006، ص331.
- (94) أنطوان نجيم، موسوعة المعارف الكبرى، {د، ب}، دار نوبليس، 2003، م13، ص8.
- (95) السيد أحمد عبد الخالق، المرجع السابق، ص32.
- (96) خالد ممدوح إبراهيم، لوجيستيات التجارة الإلكترونية، ط1، الإسكندرية، دار الفكر الجامعي، 2008، ص129.
- (97) عبد السلام أبو قحف، طارق طه أحمد، المرجع نفسه، صص 347-348.
- (98) طارق عبد العال حماد، التجارة الإلكترونية والمفاهيم، التجارب، التحديات، الأبعاد التكنولوجية والمالية والتسويقية والقانونية، مصر، الدار الجامعية، 2003، ص8.
- (99) بشير بن صالح، " الشباب والويب 2 رؤية أنثروبولوجية للفضاء الإلكتروني (CYBERESPACE) مواقع الحوار الإلكتروني نموذجاً"، مجلة الإنسان والمجتمع، العدد الخامس، أبريل 2013، ص 208.
- (100) فاطمة حسين عواد، الاتصال والإعلام التسويقي، ط1، عمان، دار أسامة للنشر والتوزيع، 2010، ص285.
- (101) طاهر محسن الغالبي، أحمد شاكر العسكري، الإعلان: مدخل تطبيقي، ط2، عمان، دار وائل للنشر، 2006، ص 244.
- (102) خالد ممدوح إبراهيم، المرجع السابق، ص107.
- (103) خالد ممدوح إبراهيم، المرج السابق، ص107.
- (104) محمد فتحي عبد الهادي، المكتبات والمعلومات في عالم جديد، ط1، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، 2007، ص 82.

- (105) فاطمة الزهراء عبد الفتاح، المرجع السابق، ص 47.
- (106) عثمان قاسم داود اللامي، المرجع السابق، ص 104.
- (107) عثمان قاسم داود اللامي، المرجع السابق، ص 104.
- (108) طريف أقبيق، الإنترنت: المعلومات الشاملة للبشرية جمعاء، ط1، سوريا، دار إيمان، ج1، ص457.
- (109) محمد عبده حافظ، التسويق عبر الإنترنت، ط1، مصر، دار الفجر للنشر والتوزيع، 2009، صص 75-76.
- (110) منير محمد حجاب، الموسوعة الإعلامية، ط1، مصر، دار الفجر للنشر والتوزيع، 2003، م7، ص2467.
- (111) جعفر الجاسم، تكنولوجيا المعلومات، عمان، دار أسامة للنشر، 2005، ص136.
- (112) شريف درويش اللبان، محمود خليل، اتجاهات حديثة في الإنتاج الصحفي، ط1، القاهرة، دار العربي للنشر والتوزيع، 2000، ص43.
- (113) عبد الله ردمان، الإنترنت تطبيقاتها الدعوية للمبتدئين، {د، ب}، {د، د}، {د، س}، ص 28.
- (114) إبراهيم بختي، التجارة الإلكترونية: مفاهيم واستراتيجيات التطبيق في المؤسسة، بن عكنون، ديوان المطبوعات الجامعية، 2005، ص 29.
- (115) هادي سعر، أحمد محمود الخطيب، إدارة الاتصال والتواصل: النظريات، والعمليات، الوسائط و الكفايات، ط1، الأردن، عالم الكتب الحديث، 2009، ص134.
- (116) حسني محمد نصر، الإنترنت والإعلام: الصحافة الإلكترونية، ط1، الكويت، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، 2003، ص 44.
- (117) خالد عبده الصرايرة، المرجع نفسه، ص 32.
- (118) مجبل لازم المالكي، المكتبات الرقمية، ط1، عمان، مؤسسة الوراق، 2005، ص 177.
- (119) عمار خيربك، البحث عن المعلومات في الإنترنت، ط1، {د، ب}، دار الرضا للنشر، 2000، ص42.
- (120) مجبل لازم المالكي، المرجع نفسه، ص 183.
- (121) محمد الأمين موسى، مستقبل العلاقات العامة في عصر الوسائط: The future of PR in the infomedia Age، مؤتمر العلاقات العامة في الوطن العربي في ظل العولمة: الواقع الحالي وأفاق المستقبل، {د، ق}، {د، ج}، {د، ت}.
- (122) خالد عبده الصرايرة، المرجع السابق، ص 78.
- (123) <http://vb.elmtba.com/t205922.html>, 05-01-2016, 13:44.

- (124) خالد عبده الصرايرة، المرجع السابق، ص 92.
- (125) ربا أحمد الدباس، خدمات المعلومات في المكتبات التقليدية والإلكترونية، ط1، عمان، دار البداية ناشرون، 2010، ص239.
- (126) شادي محمود حسن القاسم، المرجع نفسه، ص341.
- (127) منير محمد حجاب، الموسوعة الإعلامية، ط1، القاهرة، مصر، دار الفجر للنشر والتوزيع، 2003، م6، ص2127-2129.
- (128) رحيمة عيساني، الآثار الاجتماعية والثقافية للعولمة على جمهور الفضائيات الأجنبية الشباب الجامعي بالجزائر أنموذجاً، أطروحة مقدمة لنيل درجة دكتوراه العلوم في علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والعلاقات الدولية وعلوم الإعلام والاتصال، قسم علوم الإعلام والاتصال، 2005-2006، ص 21.
- (129) شادي محمود حسن القاسم، مهارات استخدام قواعد المعلومات الإلكترونية في المكتبات، ط1، أمواج للطباعة والنشر والتوزيع، 2009، ص177.
- (130) مفتاح محمد دياب، قضايا معلوماتية، ط1، عمان، دار صفاء للنشر والتوزيع، 2007، صص119-118.
- (131) سامي قريشي، "جودة التعليم الإلكتروني في التعليم العالمي كأحد متطلبات عصر المعرفة مع الإشارة لجهود الجامعة الجزائرية"، مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية، العدد 10، جوان 2015، جامعة تبسة، ص 222.
- (132) رامي سعيد، المكتبة والحاسبات الإلكترونية، ط1، القاهرة، دار الكتاب الحديث، 2012، صص19.
- (133) أسابريغز، بيتر بورك، التاريخ الاجتماعي للوسائط: من غوتنبرغ إلى الإنترنت، ترجمة: مصطفى محمد قاسم، الكويت، عالم المعرفة، 2005، صص395.
- (134) عماد عيسى صالح محمد، المكتبات الرقمية: الأسس النظرية والتطبيقات العلمية، ط1، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، 2006، صص30-31.
- (135) عماد عيسى صالح محمد، المرجع نفسه، صص33-36-37.
- (136) شادي محمود حسن القاسم، المرجع نفسه، ص41.
- (137) جنيفر رولي، أسس تقنية المعلومات، ترجمة: عبد الرحمن بن حمد العكرش، الرياض، مكتبة الملك فهد الوطنية، 1993، ص28.
- (138) عاطف السيد قاسم، حفظ المعرفة في العالم الرقمي: مستقبل المكتبات والمعلومات والإنترنت، ط1، الإسكندرية، دار الثقافة العلمية، 2009، ص13.

- (139) محمد رضا النجار، مصادر المعلومات المرجعية الورقية و الرقمية، ط1، مصر، دار العلم و الإيمان للنشر والتوزيع، 2014، ص ص149-151.
- (140) نجلاء عبد الفتاح طه عشره، المكتبات الإلكترونية والرقمية وأثرها الثقافي في المجتمع، ط1، الإسكندرية، دار الوفاء لعنوا الطباعة والنشر، 2014، ص132.
- (141) محمد رضا النجار، المرجع السابق، ص ص149-151.
- (142) غالب عوض النوايسة، المرجع السابق، ص 111.
- (143) جعفر حسن جاسم، المكتبات الرقمية واقعها ومستقبلها، ط1، دار البداية ناشرون وموزعون، عمان، 2009، ص ص17-18.
- (144) أمل وجيه حمدي، المصادر الإلكترونية للمعلومات: الاختيار والتنظيم، والإتاحة في المكتبات، ط1، الدار المصرية اللبنانية، 2007، ص ص56.
- (145) أمل وجيه حمدي، المرجع السابق، ص56.
- (146) رامي محمد عبود داوود، الكتب الإلكترونية: النشأة والتطور، الخصائص والإمكانات الاستخدام والإفادة، ط1، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، ص 40.
- (147) السعيد مبروك إبراهيم، المكتبات الإلكترونية: رؤية للمكتبات في الألفية الثالثة، ط3، القاهرة، المجموعة العربية للتدريب والنشر، 2014، ص115.
- (148) خالد عبده الصرايرة، النشر الإلكتروني وأثره على المكتبات ومراكز المعلومات، ط1، عمان، دار كنوز المعرفة، 2007، ص169.
- (149) عمار خير بك، البحث عن المعلومات في الإنترنت، ط1، دار الرضا للنشر، 2000، ص58.
- (150) نيكولاس نيجروبونت، التكنولوجيا الرقمية: ثورة جديدة في نظم الحاسبات والاتصالات، ترجمة: سمير إبراهيم شاهين، ط1، القاهرة، مركز الأهرام للترجمة والنشر، 1998، ص212.
- (151) صالح محمد عبد الحميد، الإعلام الجديد، ط1، القاهرة، مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع، 2011، ص100.
- (152) ماهر سليمان، حسام عابد، إباد خدام، أساسيات الإنترنت، ط1، {د، ب}، دار الرضا للنشر، 2000، ص69.
- (153) طاهر محسن الغالبي، أحمد شاكر العسكري، الإعلان: مدخل تطبيقي، ط2، عمان، دار وائل للنشر، 2006، ص 240.
- (154) تشيرلغولد، البحث الذكي في شبكة الإنترنت: أدوات وتقنيات للحصول على أفضل النتائج، ترجمة: عبد المجيد بوعزة، الرياض، مكتبة الملك فهد الوطنية، 2001، ص78.

- (155) زين عبد الهادي، دليل مصادر معلومات المكتبات على شبكة الإنترنت، القاهرة، إبيس كوم، 2001، ص ص 83-86-89.
- (156) عبد الله ردمان، الإنترنت وتطبيقاتها الدعوية للمبتدئين، {د، ب}، {د، د}، {د، س}، ص 116.
- (157) منصور فهد صالح العبيد، الإنترنت: استثمار المستقبل، ط1، الرياض، 1996، ص 106.
- (158) فضيلة تومي، تكنولوجيا الاتصال: التفاعلية وعلاقتها بالبحث العلمي في الجامعة الجزائرية، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، {د، ت}، ص ص 507-508.
- (159) خالد عبده الصرايرة، المرجع السابق، ص 92.
- (160) محمد سيد فهمي، فن الاتصال في الخدمة الاجتماعية، مصر، دار الوفاء لنديا الطباعة والنشر، 2006، ص 333.
- (161) تركي بن أحمد العصيمي، كيف نخدم الإسلام من خلال الإنترنت، الرياض، دار المعارج للنشر والتوزيع، 1421هـ، ص 149.
- (162) حسين عبد الجبار، اتجاهات الإعلام الحديث والمعاصر، طبعة 2011، عمان، دار أسامة للنشر، 2008، ص 87.
- (163) انتصار إبراهيم عبد الرزاق، صفد حسام الساموك، الإعلام الجديد، جامعة بغداد، مكتبة الإعلام والمجتمع، 2011، ص 27.
- (164) محمد الصرفي، المرجع السابق، ص 23.
- (165) رحيمة الحبيب عيساني، دور الإنترنت وتطبيقاتها في نشر الشائعات، لمجلة الباحث الإعلامي، العدد 28، 2015، ص 162.
- (166) عثمان قاسم داود اللامي، المرجع السابق، ص 117.
- (167) غالب عوض النوايسة، الإنترنت والنشر الإلكتروني: الكتب الإلكترونية والدوريات الإلكترونية، ط1، عمان، دار صفاء للنشر والتوزيع، 2010، ص ص 84-85.
- (168) ضمياء عبد الاله جعفر، سعاد حمود مسلم، أثر استخدام الإنترنت في التفكك الأسري والاجتماعي: دراسة مسحية لطلبة الجامعات العراقية، ص 167.
- (169) رحيمة الحبيب عيساني، المر، مجلة المستنصرية للدراسات العربية والدولية، العدد 39، ص 225.

(170) <http://www.journal.cybrarians.29-04-2016>, 11 :45.

(171) [http://www.journal.cybrarians.org/index.php?option=com\\_content&view=article&id=3](http://www.journal.cybrarians.org/index.php?option=com_content&view=article&id=3)

89, 29-03- 2016,11 :45.



- (172) جون ألترمان، إعلام جديد: سياسة جديدة، ترجمة: عبد الله الكندي، ط1، غزة، دار الكتاب الجامعي، 2003، ص109.
- (173) غالب عوض النوايسة، المرجع السابق، صص 88-89.
- (174) أحمد نافع المدادحة، النشر الإلكتروني وحماية المعلومات، ط1، عمان، دار صفاء للنشر والتوزيع، 2011، ص24.
- (175) مجد هاشم الهاشمي، المرجع السابق، صص 268-269.
- (176) مجد الهاشمي، تكنولوجيا الاتصال الجماهيري، ط1، عمان، دار أسامة للنشر، 2004، ص257.
- (177) فارس حسن الخطاب، الفضائيات الرقمية وتطبيقاتها الإعلامية، ط1، عمان، دار أسامة للنشر والتوزيع، 2011، ص67.
- (178) رضا عبد الواحد أمين، الصحافة الإلكترونية، ط1، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، 2007، ص73.
- (179) سميرة شيخاني، الإعلام الجديد في عصر المعلومات، مجلة دمشق، العدد الأول والثاني، 2010، م26، ص447.
- (180) سعود صالح، الإعلام الجديد وقضايا المجتمع: التحديات والفرص، المؤتمر العالمي الثاني للإعلام الإسلامي، كلية الآداب، قسم الإعلام، جامعة الملك عبد العزيز، السعودية، 13-15 ديسمبر 2011.
- (181) فارس حسن الخطاب، المرجع السابق، ص69.
- (182) صلاح عبد الحميد، الإعلام والثورات العربية، ط1، القاهرة، مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع، 2013، ص231.
- (183) ريا أحمد الدباس، المرجع السابق، ص277.
- (184) إبراهيم حمادة بسيوني، دراسات في الإعلام وتكنولوجيا الاتصال والرأي العام، ط1، القاهرة، عالم الكتب، 2008، صص 66-67.
- (185) محمد فتحى، الإنترنت شبكة العجائب: أهم أحداث القرن العشرين وأفاق المستقبل، القاهرة، دار الطائف للنشر والتوزيع، 2003، ص73.
- (186) طارق محمود عباس، المكتبات الرقمية وشبكة، ط1، القاهرة، المركز الأصيل للنشر والتوزيع، 2003، ص47.
- (187) عباس بدران، الحرب الإلكترونية: الاشتباك في عالم المعلومات، بيروت، مركز دراسات الحكومة الإلكترونية، 2010، ص13.

- (188) ريا أحمد الدباس، المرجع نفسه، ص 277.
- (189) محمد فتحي عبد الهادي، النشر الإلكتروني وتأثيره على مجتمع المكتبات والمعلومات: أبحاث ودراسات المؤتمر العلمي الثاني لمركز بحوث نظم وخدمات المعلومات، القاهرة، المكتبة الأكاديمية، 2001، ص 26.
- (190) أحمد محمد صالح، الإنترنت والمعلومات بين الأغنياء والفقراء، مركز البحوث العربية والأفريقية، {د،س}، ص 27.
- (191) معن النقري، التكنولوجيا والاتصالات والإنترنت في تقارير التنمية الإنسانية الدولية العرب والعالم، دمشق، مطبعة اليازجي، 2003، ص 35.
- (192) راسم مجمد جمال، الاتصال والإعلام في الوطن العربي في عصر المعلومات، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، 2006، ص 188.
- (193) زهرة بوراس، بوشارب أحمد، "مدى نجاعة العمل الإداري في الجزائر باعتماد نظام الحكومة الإلكترونية"، المجلة الجزائرية للعولمة والسياسات الاقتصادية، العدد 05، 2014، ص 17.
- (194) زهرة بوراس، أحمد بوشارب، المرجع السابق، ص 16.
- (195) السيد رشاد غنيم، التكنولوجيا والتغير الاجتماعي، ط1، مصر، دار المعرفة الجامعية، 2008، ص 132.
- (196) عبد الفتاح أبو معال، أثر وسائل الإعلام على تعليم الأطفال وتثقيفهم، الطبعة العربية الأولى، عمان، دار الشروق، 2006، ص 243.
- (197) <http://arabic.Tebyan.net/index.aspx ?pid=44602>, 29-03-2016, 11 :42.
- (198) محمد سمير أحمد، التسويق الإلكتروني، ط1، عمان، دار الميسرة للنشر والتوزيع، 2009، ص ص 106-107.
- (199) محمد فتحي عبد الهادي، المكتبات والمعلومات في عالم جديد، ط1، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، 2007، ص 87.
- (200) عثمان قاسم داود اللامي، المرجع السابق، ص 214.
- (201) فضيل دليو، وآخرون، المرجع السابق، ص 20.
- (202) فضيل دليو، وآخرون، المرجع السابق، ص ص 13-14.
- (203) يوسف حسن يوسف، التجارة الإلكترونية وأبعادها القانونية الدولية، ط1، القاهرة، المركز القومي للإصدارات القانونية، 2011، ص ص 221-222.
- (204) عثمان قاسم داود اللامي، المرجع السابق، ص ص 214-215.
- (205) عثمان قاسم داود اللامي، المرجع نفسه، ص ص 216-217.

- (206) فضيل دليو، وآخرون، المرجع السابق، ص 20.
- (207) فضيل دليو، وآخرون، المرجع السابق، ص 21.
- (208) حسن طاهر داود، أمن شبكات المعلومات، الرياض، مركز البحوث للمملكة العربية السعودية، 2004، ص 102.
- (209) بهاء شاهين، الإنترنت والعولمة، ط1، القاهرة، عالم الكتب، 1999، ص 73.
- (210) أحمد نافع المدادحة، محمد عبد الدبس، المرجع السابق، ص 191.
- (211) شريف درويش اللبان، تكنولوجيا الاتصال: المخاطر والتحديات والتأثيرات الاجتماعية، ط1، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، 2005، ص 130.
- (212) شريف درويش اللبان، تكنولوجيا الاتصال: المخاطر والتحديات والتأثيرات الاجتماعية، المرجع السابق، ص 131.
- (213) أحمد نافع المدادحة، محمد عبد الدبس، المرجع السابق، ص 190.
- (214) منير الجنبهي، ممدوح الجنبهي، البنوك الإلكترونية، الاسكندرية، دار الفكر الجامعي، 2006، ص 239.
- (215) خالد عبده الصرايرة، المرجع السابق، ص 98.
- (216) فضيل دليو، وآخرون، المرجع السابق، ص 22.
- (217) أحمد نافع المدادحة، محمد عبد الدبس، المرجع السابق، ص 190.
- (218) السيد أحمد عبد الخالق، التجارة الإلكترونية والعولمة، مصر، المنظمة العربية لتنمية الإدارية، 2008، ص 178.
- (219) <http://diae.net/16243> . 04-01-2016 . 15:00h.
- (220) صابرو شعنبي، "الإرهاب الإلكتروني: الإشكال والدوافع"، مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية، العدد 10، جوان 2015، جامعة تبسة، ص 108-109.
- (221) حسن مظفر الرزو، الفضاء المعلوماتي، ط1، بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية، 2007، ص 214.
- (222) ربحي مصطفى عليان، المكتبات الإلكترونية والمكتبات الرقمية، ط2، عمان، دار صفاء للنشر والتوزيع، 2015، ص 279-280.
- (223) ربيعة قندوشي، الإعلان الإلكتروني، الجزائر، دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع، 2012، ص 107-108.
- (224) ربيعة قندوشي، المرجع السابق، ص 108-109.

- (225) عبد الحافظ محمد سلامة، وائل أبو مغلي، تطبيقات الحاسوب في المكتبات ومراكز المعلومات، ط1، عمان، دار صفاء للنشر والتوزيع، 2002، ص ص 78-79.
- (226) فضيل دليو، وآخرون، المرجع السابق، ص ص 14-15.
- (227) حسين عبد الجبار، المرجع السابق، ص ص 87-88.
- (228) شريف درويش اللبان، تكنولوجيا الاتصال: المخاطر والتحديات والتأثيرات الاجتماعية، المرجع السابق، ص ص 40، 41، 42.
- (229) السعيد مبروك إبراهيم، أخصائى المكتبات بين المهنة والرسالة، ط1، مصر، دار العلم والإيمان للنشر والتوزيع، 2014، ص ص 95-96.
- (230) السيد بخيث، أخلاقيات العمل الصحفى The Ethics of journalism، ط1، الإمارات العربية المتحدة، دار الكتاب الجامعي، 2011، ص 122.
- (231) فضيل دليو، وآخرون، المرجع السابق، ص 17.
- (232) خالد عبده الصرايرة، المرجع السابق، ص 96.
- (233) محمد محمد الهادي، المرجع السابق، ص 235.
- (234) خالد ممدوح إبراهيم، المرجع السابق، ص ص 382-383.
- (235) نادية سلامي، " الإدارة الإلكترونية كأساس لترقية الخدمة العمومية في الجزائر: الدور والتحديات"، مجلة الحقوق و العلوم السياسية، العدد 04، جوان 2015، ص 186.
- (236) السعيد مبروك إبراهيم، المرجع نفسه، ص 96.
- (237) بهاء شاهين، الإنترنت والعولمة، ط1، القاهرة، عالم الكتب، 1999، ص ص 62-64.
- (238) محمد محمد الهادي، تكنولوجيا الاتصالات وشبكات المعلومات مع معجم شارح المصطلحات، القاهرة، المكتبة الأكاديمية، 2001، ص 234.
- (239) فضيل دليو، وآخرون، المرجع السابق، ص 18.
- (240) أحمد نافع المدادحة، النشر الإلكتروني وحماية المعلومات، ط1، عمان، دار صفاء للنشر والتوزيع، 2011، ص 42.
- (241) أحمد نافع المدادحة، المرجع السابق، ص 43.
- (242) أحمد نافع المدادحة، المرجع السابق، ص ص 163-164.
- (243) أحمد نافع المدادحة، المرجع السابق، ص ص 164-165.
- (244) رحيمة الحبيب عيساني، المرجع السابق، ص 173.
- (245) ناصر خليل، التجارة والتسويق الإلكتروني، ط1، عمان، دار أسامة للنشر، 2008، ص ص 222-223.

- (246) ناصر خليل، المرجع السابق، ص ص 224-225.
- (247) ناصر خليل، المرجع السابق، ص ص 228-229.
- (248) ذياب البدانية، الأمن وحرب المعلومات، ط1، عمان، دار الشروق، 2002، ص390.
- (249) مجد الهاشمي، تكنولوجيا وسائل الاتصال الجماهيري، ط1، عمان، دار أسامة للنشر، 2004، ص257.
- (250) مؤيد أحمد عبد الرحمن، تقنية المعلومات Information technology، ط1، الأردن، دار دجلة ناشرون وموزعون، 2014، ص ص 33-34.
- (251) مؤيد أحمد عبد الرحمن، المرجع السابق، ص 35.
- (252) أحمد نافع المدادحة، محمد عبد الدبس، المرجع السابق، ص ص 186-187.
- (253) أحمد نافع المدادحة، محمد عبد الدبس، المرجع السابق، ص ص 193-194.

# ثنائية القيم والسلوكيات

نالت دراسات القيم اهتمام العديد من الباحثين والمختصين في مختلف مجالات علوم الاجتماع ، و الاقتصاد، وكذا العلوم التي تختص بمعطيات النفسية، خاصة في ظل بروز اشكالية المصطلح و تعريفه لدى العلماء، نتيجة لعدم الاتفاق على تعريف محدد و شامل لها، مما انعكس على كيفية تصنيف القيم و انواعها.

و في هذا الفصل نعرض معايير تصنيف القيم و انواعها حسب العديد من العلماء، و كذا وظائفها و سماتها، ثم نفصل ف ي أنواع السلوك و علاقة التي تجمعها مع القيم.

## 2. 1.3. مميزات القيم و معايير تصنيفها:

1.1.3.2. مميزات القيم: تتسم القيم بمجموعة من الخصائص التي تميزها عن غيرها، كونها ترتبط حسب "بيرى" بالاهتمام، فهي "أي شيء له قيمة، أو يعد قيمة في المعنى الأصلي الجوهرى الجامع حيث يكون موضوع اهتمام ما، أي أن القيمة تعرف بالاهتمام، ويتوقف معناها على معنى الاهتمام ، وكلما زاد الاهتمام زادت القيمة" (1)، ومن خصائص القيم نذكر:

### 2. 1.1.1.3.2. مميزات القيم من منظور غربي:

#### 1- ليست ثابتة:

فالقيم مهمة في حياة الإنسان، كونها تعتبر "المبادئ والصفات التي يؤمن بها، و المشتقة من التقويم، الذي هو في الأصل التعديل والنقد المستمر حتى تظل القيم على الطريق السوي، و أن القيمة أو القيم مشتقة من الدين، ويعني ذلك أن القيم ثابتة وأزلية بأزلية الحق والخير، وليست مستقبلية تخضع لتغير الظروف والعادات والتقاليد " (2)، لذلك هي ليست ثابتة، لأنها تخضع لسنة التغير والحركية والتطور وهي بذلك نسبية، بمعنى أنها تختلف سواء بالنسبة للشخص حيث حاجاته ورغباته وتربيته ، أو الأشخاص على وجه العموم، وذلك من شخص إلى شخص، ومن ثقافة إلى ثقافة، ويمكن اكتسابها عن طريق البيئة وهي بذلك ليست وراثية. (3)

2- إن نسبية القيم ترجع لكونها تخضع لقانون اقتصاد الإشارات اللسانية ذاته، وإنها تنظيم في هيئة منظومة مرجعيات تؤدي إلى سيرورة تفاعل. (4)

3- القيم ليست أشياء يرغبها الناس، ولكنها ما يريده الناس ليشكل رغباتهم، وأي هجوم على القيم يثير الغضب لدى من يهتمون بها. (5)

4- تشمل خصية التقابل في المعاني التي تحملها، فهي إما أن تكون موجبة أو سالبة، خيرا أو شرا.

5- تتميز بظاهرية بحيث يعبر عنها إما بالكلام، الكتابة، أو ضمنية تعرف من خلال السلوك غير اللفظي.

6- تتضمن القيم الجوانب المعرفية والوجدانية والسلوكية، كما أنها متضمنة من حيث التطبيق، فالعدل مثلا قيمة سياسية وقيمة أخلاقية. (6)

7- الاكتساب: تمثل القيم "مجموعة من أحكام قيمية بمعنى أن الفرد يعبر عن رأيه في الأشياء بما تتركه في نفسه من أثر وإحساس وهي ضوابط للسلوك يجب الالتزام بها" (7)، و لهذا " فالقيم بشكل عام أحكام مكتسبة من الظروف الاجتماعية، يستنير بها الفرد ويحكم بها، و تحدد مجالات تفكيره، كما تحدد سلوكه وتؤثر في عمله وتعلمه، فالصدق و الأمانة وتحمل المسؤولية، كلها قيم يكتسبها الفرد من المجتمع الذي يعيش فيه، وتختلف شدة و مطلب القيمة باختلاف المجتمعات، لأن القيمة عبارة عن اهتمام و اختيار



أو تفضل يصدره الإنسان عن شيء، مستعينا بمبادئ و المعايير التي وضعها المجتمع لتحديد المرغوب أو اللامرغوب فيه". (8)

**8-** القيم ذات طبيعة متدرجة، فهناك قيم أساسية، وقيم فرعية تنضوي تحتها، وحتى القيم الإنسانية، فإنها قد لا تكون على نفس الدرجة من الأهمية، ولهذا كان من الضروري معرفة التنظيم الهرمي للقيم التي تسود في مجتمع معين، أو مؤسسة معينة، أو لدى فرد معين. (9)

- اتصفت بأنها ذاتية، كون أن لكل شخص لديه رؤيته للقيم، و هي معيار لإصدار الأحكام لديهم، و ترتب حسبهم ترتيبا معيناً وفق الأهمية التي تعطى لها، إضافة إلى تعريفاتها المختلفة التي تكمل بعضها البعض، و تنعكس بذلك على خصائص القيم و تعددها، ف "تولمان" و "لادروف" اعتبروها " نظام معقد يتضمن أحكاماً تقويمية إيجابية وسلبية تبدأ من القبول إلى الرفض، ذات طابع فكري ومزاجي نحو الأشياء وموضوعات الحياة المختلفة بل نحو الأشخاص، و تعكس القيم أهدافنا واهتماماتنا وحاجاتنا و النظام الاجتماعي والثقافة التي تنشأ فيها بما تتضمنه من نواحي دينية واقتصادية وعلمية". (10)

### **2.1.1.3.2. مميزات القيم من منظور إسلامي:**

1- تستمد القيم مصدرها من القرآن الكريم و السنة النبوية المطهرة و يعتبران الأساسين اللازمين للحديث و البحث عن القيم الإسلامية.

2- تستمد من الأحكام الشرعية باعتبار أن الحياة الإسلامية كلها تقوم على هذه الأحكام.

3- تنطوي القيم على ثلاثة عناصر هي العنصر المعرفي، العنصر العاطفي، العنصر السلوكي.

- الثقافة و المجتمع و الشخصية هم المصدر الرئيسي للقيم و أن المعتقدات و الاتجاهات و أنماط السلوك هم النتيجة لتبني القيم، إذن فالقيم تمكن من خلق الاتجاهات و أنماط السلوك في الحياة. (11)

**2.1.3.2. معايير تصنيف القيم:** نذكر تصنيف الباحثين من منظورين الغربي و العربي.

### **1.2.1.3.2. المنظور الغربي وتصنيف القيم:**

**1- حسب مقاصد القيم:** تصنيف "روكاش" الذي قسمها إلى:

"قيم وسيلية" و تمثل أشكال السلوك الموصلة لتحقيق الغايات، و "قيم غاياتية" : و تمثل الغايات ذاتها التي يريد الوصول إليها الفرد.

**2- حسب انتشارها:** كالقيم العامة التي يعم انتشارها في المجتمع كله و القيم الخاصة المتعلقة بمناسبات اجتماعية معينة، أو بمناطق محدودة أو بطبقة أو بجماعة خاصة.

**3 - حسب إلزامها:** وهي القيم الملزمة أو الأمرة الناهية، حيث صنفت القيم إلى مجموعتين، أولها تفضيلية يفضلها الفرد، و الأخرى يحتم على الفرد امتلاكها. (12)

**4- حسب الموضوع:** فنصنف القيم التي تعتبر من وجهة نظر أنثروبولوجية " كل ثقافة مجموعة من القيم، و هذه يتقبلها الناس من دون سؤال أو شك، و تكون مدعومة بعواطف الناس الذين يتقبلونها و يتقيدون

بها، وتكون هذه القيم من مركبات الشخصية عند الإنسان، والقيم في أية ثقافة تحدد أهداف تلك الثقافة وتقوم بحفز الناس للسعي نحو تحقيق تلك الأهداف (13)، إلى قيم اجتماعية و فردية، فالقيم الاجتماعية باعتبارها " مجموعة من المعايير للسلوك الاجتماعي والإنسان " (14)، أما القيم الفردية فهي التي " أنشأها الفرد". (15)

وهناك علماء الاجتماع من قسم القيم إلى قسمين هما: القيم الايجابية: والتي تتجسد في الصراحة والإيثار والتعاون والشجاعة، و القيم السلبية التي تتجسد في الأنانية وحب الذات والطائفية والجبن وغيرها من القيم البغيضة التي يكرها المجتمع. (16)

## 5- حسب وظائف القيم:

إن القيم حسب هنري Henry " أي شيء نرى فيه خيرا مثل الحب، الأمانة، الذوق، الترويح ، البساطة" (17)، ومنه تحدث الباحثين عن القيم الجمالية التي قصد بها "اهتمام الفرد وميله إلى ما هو جميل من ناحية الشكل أو التوافق أو الانسجام، وهو ينظر إلى ذلك العالم المحيط به نظرة تقدير من ناحية التكوين والتنسيق والتوافق الشكلي، مثل قيم التذوق الجمالي للأشياء، قيمة النظافة " .

أما القيم الدينية " فتتمحور حول رغبته في معرفة أصل الإنسان ومصيره، ويؤمن بوجود قوة عظيمة تسيطر على العالم وتوجهه فيسعى باستمرار إلى معرفتها والتقرب منها " (18)

أما الفلاسفة صنفوا القيم حسب سلسلة من الازدواجية المتقابلة، كما يلي:

## - القيم الكامنة والقيم الوسيلية:

عرف الباحثين في علم الاقتصاد القيمة لذلك اعطوها مفهوم الثروة و المال، باعتبارها تعني " ثمن الشيء الممتلك، أو تقييمه وتقديره، والمقصود بكلمة الممتلك هو الشيء الذي يحوزه فرد، أو جماعة ، أو مؤسسة، أو دولة، وتعتمد القيمة من وجهة النظر الاقتصادية على شيئين فقط، وهما الرغبة والندرة ، وإذا انعدمت إحداهما فقيمة الشيء تعني الصفر أي قيمة منعدمة فإذا كان الماء متاحا في كل مكان وسهل الوصول إليه، فقيمه تصبح منعدمة" (19)، ما أوجد نوع القيم الوسيلية **Instrumental values** " التي يسعى الإنسان لتحقيق أهداف أو لإشباع رغبات مادية أو لإنفاقها في أوجه الخير، في المقابل، توجد القيم الكامنة **Intrinsic values** بتلك التي لا تخدم غاية معينة فهي خير في ذاتها دون الرجوع إلى قيمة أخرى أشمل منها، ومثال على ذلك "السعادة" التي يحاول أن ينشدها الإنسان لذاتها، فهي ليست وسيلة لشيء آخر، فالسعادة قيمة في ذاتها".

## - القيم العليا والقيم الدنيا:

يمكن اعتبار " القيم السامية المتعلقة بالروح والتسامي فوق الماديات والقفز فوق الأمور الدنيوية هي قيم عليا، وبالتالي تكون القيم الكائنة في الطرف الآخر من القيم الدنيا". (20)

- حسب تاريخها: وهي:

- قيم تقليدية (أصلية): وتوجد لدى الشباب ذوي الشخصيات الموجهة نحو الأخرى والشخصيات التقليدية.

- قيم عصرية: وتوجد لدى الشباب ذوي الشخصيات الموجهة في الذات. (21)

ويمكن القول أن العلماء قد صنفوا القيم طبقا لثلاثة أسس أو أبعاد أساسية هي:

- بعد ايكولوجي (بيئي) {قيم جمالية- تأملية - فلسفية}.

- بعد سوسيو ثقافي {قيم أخلاقية، قيم فردية وجماعية، عامة وخاصة، تصويرية وسائلية}.

- بعد ديني {القيم الدينية: الصدق، النظافة، الأمانة}.

- بعد تنظيمي {يضم القيم السياسية والاقتصادية}. (22)

وأكثر التقسيمات شيوعا بين العلماء العرب، هو التقسيم الذي قدمه " هوارد" Haward وتنقسم القيم حسب رأيه إلى:

- قيم مادية: الصحة - الراحة - الأمان.

- قيم اقتصادية: الإنتاج - الكفاية.

- قيم أخلاقية: الأمانة والمساواة.

- قيم اجتماعية: العواطف - الإحسان.

- قيم سياسية: الحرية - العدالة.

- قيم جمالية: الجمال - الإبداع.

- قيم دينية: الإيمان - الصلاح.

- قيم عقلية: الذكاء - التعقل.

- قيم مهنية: الوعي المهني - النجاح المهني.

- قيم عاطفية: الحب - الرضا. (23)

## 2.2.1.3.2. تصنيف القيم وفقا للمنظور الإسلامي:

إن القيم في الإسلام " يحددها الشرع فهي جميعها شرعية وليست مقسمة إلى قيم ثقافية و أخرى اجتماعية، ذلك لأن الحسن في ظل النظرة الإسلامية هو ما حسنه الشرع والقبيح هو ما قبحه، و يمكن طرح تصنيف للقيم الإسلامية بذلك إلى أربع:

1- قيم مادية: فهي من أجل سد حاجات الإنسان و إشباع غرائزه و إدارة شئون الحياة وهي مطلوبة من أجل عمارة الأرض.

- 2- قيم إنسانية: فهي مرتبطة بالإنسان من أجل خدمة الإنسانية بصفة عامة.
- 3- القيم الروحية: فهي أعمال العبادة التي يقوم بها الإنسان لتنظيم علاقته مع الله تعالى ( كالصلاة والصوم و الزكاة).
- 4- القيم الأخلاقية: فهي حق الخلق في الإسلام و تطبيق النظرية الأخلاقية". (24)
- وهناك من رأى أن القيم تعتبر هي " المقومات المعنوية التي بوجودها تصلح هذه الحياة و تطيب ، وبفقدانها تفسد و تخبث، كما يؤكد على أن القيم التي تطيب الحياة و بوجودها أو تخبث بفقدانها تكون متعددة الأنواع والأشكال، ومنه هناك:
- القيم الخلقية التي يعود نفعها على الغير: المحبة، الصداقة، الأمانة.
- القيم غير الخلقية: التي يعود نفعها على الذات، النسب، الحسب، الجمال. (25)
- و يمكن طرح تصنيف للقيم الإسلامية طبقا لما يلي:
- 1- من حيث النسبية: كالقيم الثابتة والقيم النسبية.
- 2- من حيث المصلحة: هي تتعلق بحفظ الكليات الخمس و هي، الدين، العقل، النسل، المال، القيم.
- 3- من حيث الأبعاد الشخصية للإنسان:
- و التي تربت على القيم وتشمل على أبعاد منها البعد المادي، البعد الخلفي، البعد الجمال، البعد الوجداني، البعد الروحي، البعد الاجتماعي.
- 4- من حيث الالتزام:
- نجد هنا نوعين هما القيم الإلزامية و هي قيم ذات طابع إلزامي يلزم الإسلام بها أفراده ، وهناك قيم ذات طابع تفضيلي و هي التي يشجع الإسلام الأفراد على الاقتداء بها.

## 2.3.2. وظائف وأهمية القيم في حياة الفرد والمجتمع ومصادرها

### 1.2.3.2. وظائف وأهمية القيم في حياة الفرد والمجتمع

#### 1.1.2.3.2. وظائف القيم:

- تعمل كمعيار لتوجيه القول والسلوك الصادر عن الأفراد في المواقف المختلفة.
- تساعد في تحقيق التكامل في المجتمع من خلال النسق القيمي العام الذي يعطي الشرعية للأهداف والمصالح الجماعية ويحدد المسؤوليات .
- تساعد على حل الصراعات واتخاذ القرارات، ذلك أن القيم مجموعة من المبادئ التي يتعلمها الفرد لتساعده على الاختيار بين البدائل المختلفة وحل الصراعات واتخاذ القرارات في المواقف التي تواجهه. (26)

### 2.1.2.3.2. أهمية القيم في حياة الفرد والمجتمع:

#### 1. أهمية القيم للفرد : تتضح هذه الأهمية من خلال القضايا الرئيسية الآتية:

- أولاً: القيم جوهر الكينونة الإنسانية: تشكل القيم ركناً أساسياً في بناء الإنسان وتكوينه، حيث أن القيم لازمت خلق الإنسان وتكوينه إذا جعلت جزءاً من ذاته.
- ثانياً: القيم تحدد مسارات الفرد وسلوكياته في الحياة: ينبع السلوك الإنساني من القيم التي تنشأ بدورها عن التصور والمعتقد والفكر، فتفكير الإنسان في الأشياء والمواقف التي تدور حوله وبناء تصوراتها عنها هو الذي يحدد منظومته القيمية، ومن ثم تصدر أنماط السلوك وفق هذه المنظومة، وبناء على ذلك تأتي أهمية القيم كمنظمات لسلوك الأفراد فيما ينبغي فعله والتخلي به، وفيما ينبغي تركه والابتعاد عنه.
- كما تعمل القيم على حماية الفرد من الانحراف وراء شهوات النفس: إن القيم تحفظ الإنسان من الانحراف النفسي والجسدي، وبدون هذا السياج يكون الإنسان عبداً لغرائزه وشهواته التي تقوده إلى الفناء. (27)

#### 2. أهمية القيم للمجتمع:

- ان المجتمع محكوم بمنظومة معايير تحدد طبيعة علاقة أفراد بعضهم البعض، وتتضح أهمية القيم للمجتمع في:

- 1- إن أهمية دراسة القيم لا تقف داخل نطاق الفكر الفلسفي وحده بل تتعداه، فالقيم من المفاهيم الجوهرية في جميع ميادين الحياة الاقتصادية والسياسية والاجتماعية وهي تمس العلاقات الإنسانية بكافة صورها ، ذلك لأنها ضرورة اجتماعية، فهي تتغلغل في الأفراد في شكل اتجاهات، ودوافع، وتطلعات وتظهر

في السلوك الظاهري الشعوري واللاشعوري، وفي المواقف التي تتطلب ارتباط هؤلاء الأفراد، تعبر القيم عن نفسها في قوانين وبرامج التنظيم الاجتماعي والنظم الاجتماعية. (28)

2- القيم تحفظ للمجتمع هويته وتميزه: ذلك أن القيم تشكل محورا رئيسا من ثقافة المجتمع وهي الشكل الظاهر البين من هذه الثقافة التي تعكس أنماط السلوك الإنساني الممارس فيه، فالمجتمعات تتمايز وتختلف عن بعضها بما تتبناه من أصول ثقافية ومعايير قيمية تشمل نواحي الحياة المختلفة، وتظهر القيم كعلامات فارقة، وشواهد واضحة، لتمييز المجتمعات عن بعضها البعض، ومنه الحفاظ على هوية المجتمع تنبع من المحافظة على معايير القيمة المتأصلة لدى أفرادها، فإن زعزعت هذه القيم أو اضمحلت فإن ذلك يكون مؤشرا دالا على ضعف الهوية المميزة للمجتمع وضياعها.

3- القيم تحفظ المجتمع من السلوكيات الاجتماعية والأخلاقية الفاسدة: تؤمن القيم للمجتمع حصنا راسخا من السلوكيات والقيم والأخلاق التي تحفظ له سلامته من المظاهر السلوكية الفاسدة، ومما يزيد من أهمية القيم وأثرها في المحافظة على بناء المجتمع صحيا ونظيفا من السلوكيات السلبية. (29)

كما أن "القيم ترافق الفرد في المجتمع والتربية، ولا تتوقف أهمية القيم على دورها في مجال التربية لتعديل السلوك، ولكن ترجع أهميتها أيضا إلى أنها مقياس للصواب والخطأ والجمال والقبح ، وقياس مدى تماسك المجتمعات يعود قبل أي شيء إلى مجموعة القيم المتفق عليها ومدى ما يعتقد في صحتها". (30)

### 2.2.3.2. مصادر القيم في الجزائر:

تختلف المصادر التي تستقي منها القيم باختلاف ثقافات المجتمعات والأفراد الذين يعيشون فيها ، وعندما نتساءل بقولنا من يضع القيم الأخلاقية؟ نرى أن هناك فئة تقول إن الإنسان هو نفسه الذي يحدد القيم، في حين أن هناك قولا آخر يرى أن المجتمع هو الذي يضع القيم وهناك من يقول: إن واضع القيم سلطة إلهية.

أما الفريق الذي يرى أن واضع القيمة سلطة إلهية وهم على الأغلب من رجال الدين فيذكرون أن المصدر الوحيد للقيم والتقويم هو الله، فهو الذي يقرر ما هو حلال وما هو حرام. وهناك الآراء من تقول إن منبع الأخلاق و الأحكام القيمية إنما جاءت من الطبيعة الإنسانية بما فيها من مكونات و غرائز وحاجات و إرادة، وليس هناك أفعال أخلاقية في ذاتها، إنما هناك تفسير للأفعال و تقويم لها، حسب طبيعة الفاعل والمقوم، وما تطمح إليه هذه الطبيعة من حب السيطرة و إرادة القول.(31)

ومن بين مصادر القيم، نذكر:

#### - القرآن:

القران هو كتاب الله المنزل على رسولنا محمد صلى الله عليه و سلم، وهو المصدر الأول و المنبع الأصيل للقيم، والذي أنزل لهداية البشر، كما يدعوهم إلى الخير و يوجههم إلى القيم والأخلاق السامية و التي تجعلهم صالحين، لقوله تعالى { قَدْ أَفْلَحَ مَنْ تَزَكَّى - وَ ذَكَرَ اسْمَ رَبِّهِ فَصَلَّى } (سورة الأعلى: 14-15)، والذي يعتبر مصدر من المصادر السماوية لوجود القيم.

#### - السنة النبوية:

تعد مصدر ثان بعد القرآن لمعرفة القيم و الأخلاق، إن السنة النبوية هي ما صدر عن النبي صلى الله عليه وسلم من قول أو فعل أو تقرير، فإنها شارحة القرآن، فلا بد على المسلم - يأخذ السنة أخذا تاما، قال تعالى: { وَ مَا آتَاكُمُ الرَّسُولُ فَخُذُوهُ وَ مَا نَهَاكُمُ عَنْهُ فَأَنْتَهُوا } (سورة الحشر:7).

#### - الإجماع:

هو اتفاق مجتهدي هذه الأمة بعد وفاة الرسول -صلى الله عليه وسلم- على حكم شرعي، فهو أيضا مصدر من مصادر القيم.(32)

#### - الأسرة:

هناك من يرى أن العائلة هي من بين أهم مصادر القيم السائدة في مجتمع ما، خاصة أنها في مجتمع الجزائري تحت على تعزيز العضوية والعصبية والالتزام، وتنترق في هذا الصدد إلى خمسة اتجاهات قيمية رئيسية، توصل إليها الدكتور "حليم بركات" في دراسته التي قام بها حول المجتمع

العربي المعاصر والتي رأينا أنها من العوامل الرئيسية التي قد تجعل الصراع يقوم بين القيم الموروثة والقيم المستحدثة داخل الثقافة الواحدة.

فقد توصلت الدراسة إلى أن القيم العربية بشكل عام تتميز بما يلي:

- تنزع نحو التشديد على العضوية لا على الاستقلال الفردي، حيث يبقى كل فرد فيها مرتبط بها طوال حياته وفي جميع الميادين، ويعتبر كل قرار مستقل من طرفه خروجاً عن سلطتها وإنكاراً لجميلها.  
- تنزع نحو الإتكالية والطاعة على حساب الاعتماد على الذات، حيث تقوم بالتشديد على الطاعة في معظم الحالات وحتى القصاص الجسدي أحياناً، ونلاحظ الإفراط في الحماية والمحافظة لدى العائلات البرجوازية مقابل اكتشاف المحيط بكل حرية والعمل منذ الصغر لدى أطفال الطبقات الفقيرة وأهل البادية.

- تنزع نحو التمسك بالقيم نتيجة لضغوط خارجية صارمة، ويعود ذلك إلى أساليب التنشئة خاصة عند التشديد على العقاب أكثر منه على الإقناع مما ينتج بعض المظاهر كالامتنال بحضور السلطة والمسيرة في العلاقات المباشرة.

- التأكيد على العضوية والانصهار في الجماعة، فالتأكيد على الأنا يكون كرد فعل للضغوط التي تمارسها العائلة والمؤسسات على الأفراد.

- النزوع نحو فرض سيطرة الرجل على المرأة وحتى إخضاعها و للإشارة، فإن هذه النزاعات تتفاوت من طبقة إلى أخرى وتختلف باختلاف نمط المعيشة في البادية والريف والمدينة. (33)

#### - المسجد:

يعتبر المسجد كمؤسسة دينية من إحدى مؤسسات التي يتعلم فيها الفرد القيم والأخلاق، حيث تسهر تلك المؤسسة على تعليم وتلقين الأطفال مجموعة من الدروس الهامة، التي تساهم في تنمية قدرات الأطفال إضافة إلى تنشئتهم على قيم وسلوكيات الحميدة المتأصلة في المجتمع والتي تستقى من الدين وتعاليمه.

#### - المدرسة:

هي مصدر آخر، وفيها يقضي الشخص جزءاً كبيراً من حياته يتلقى فيها صنوف التربية وألوان من العلم والمعرفة، فهي عامل جوهري في تكوين شخصية الفرد وتقرير اتجاهاته وسلوكه وعلاقته بالمجتمع الأكبر، وهي المؤسسة الاجتماعية الرسمية التي تقوم بوظيفة التربية ونقل الثقافة المتطورة، ويتعلم فيها الفرد أدواراً اجتماعية جديدة حين يلقن بحقوقه وواجباته وأساليب انفعالاته والتوفيق بين حاجاته وحاجات الآخرين و القيم المختلفة. (34)



### 3.3.2. أنواع و خصائص السلوك و علاقته بالقيم:

#### 1.3.3.2. أنواع السلوك:

توجد عدة أنواع للسلوك نذكر منها:

##### 1- السلوك اللفظي والفعلي:

يعتبر السلوك اللفظي هو ما " يصدر عن الفرد من ألفاظ في المواقف المختلفة التي يتعرض لها"، بينما السلوك الفعلي هو ما " يصدر عن الفرد من تصرفات فيما يتعرض له من مواقف، حيث يتذكر كل منا العديد من الأمثلة التي يظهر منها التباعد الكبير بين سلوكه اللفظي وسلوكه الفعلي، و يتأكد ذلك في الآية الكريمة:"يا أيها الذين آمنوا لم تقولون ما لا تفعلون، كبر مقتا عند الله أن تقولوا ما لا تفعلون" .

2- السلوك الفردي والسلوك الاجتماعي: ينظر الباحثين في علم النفس إلى السلوك على أنه " الاستجابة الكلية، الحركية والعديدية، للكائن الحي كرد فعل للموقف الذي يواجهه، وحيث السلوك هو حيز الحياة ، ومجال السلوك هو الظروف البيئية أو المثير الذي يؤثر في توجيه سلوك الفرد في لحظة معينة". (35) و بذلك يعتبر السلوك الفردي هو "عمل يقوم به الفرد تلبية لدافع شخصي غير أنه يتأثر بالعوامل الاجتماعية، فعند تعرض هذا الفرد في حياته اليومية لمواقف متعددة (مؤثرات فانه يستجيب تلقائيا لتلك المؤثرات، فضلا عن اختلاف في السن، الجنس والخصائص الشخصية والعوامل الاجتماعية". (36)

ويعد السلوك الاجتماعي الذي يحدث تأثيرات مختلفة على الفرد، يقوم " بإحداث تغيرات في السلوك و التفكير، وتتمثل في التغيرات الحاصلة نتيجة للتعرض لوسائل الإعلام المختلفة، ولهذا يعمل عند إجراء البحوث قياس ما يحدث من تأثيرات في السلوك والتفكير" (37) ، حيث عرف السلوك الاجتماعي بأنه "علاقة متبادلة بين فردين أو أكثر يتوقف سلوك كل منهما على سلوك الآخر، وهو عملية اتصال تؤدي إلى التأثير على أفعال الآخرين ووجهات نظرهم"، أما "جواد" فيعرفه على أنه "عملية اتصال فيها توجيهات ومهارات تتنوع تبعا لتنوع المواقف الاجتماعية التي يمر بها الفرد، وله خواص وقواعد وأهداف وهو تحصيل حاصل لحالة شعورية مقصودة". (38)

و مدام أن السلوك هو تلك "الأفعال الظاهرة المباشرة أو الضمنية كالتفكير أو التأمل الذي يمكن الاستدلال عليه بواسطة الملاحظة الأفعال المباشرة المرتبطة به" (39)، فالسلوك الاجتماعي Social Behavior هو "السلوك الذي يسلكه المرء بالنسبة للمتطلبات والمستلزمات الاجتماعية، وحيال الجماعة التي ينتمي إليها أو إزاء الأفراد الآخرين من أعضاء الجماعة الحزبية التي ينتمي إليها". (40)

3- السلوك الفطري والمكتسب: السلوك الفطري وهو لا يحتاج إلى تعلم، مثال البكاء، ينقسم إلى نوعين

هما:

- سلوك داخلي وسلوك خارجي: ويعنى بالسلوك الداخلي " ما يتضمن مشاعر الفرد وعواطفه كأن يشعر بالحب والكره والحنان"، أما سلوك خارجي وهو " ما نشعر به في داخلنا نترجمه أو نعبر عنه ، فيظهر في ملامح الوجه وأوضاع الجسم وحركات المرء برجليه أو يديه".

**4-السلوك السوي:** يتمثل في "مجموعة من السمات مثل: الفاعلية، الكفاءة، المرونة، أو هو العلاقة الصحية مع الذات، المرونة". (41)

و بنظر إلى أن السلوك الذي يعتبر " الاستجابات الحركية و الغدية، أي الاستجابات الصادرة عن عضلات الكائن الحي أو عن الغدد الموجودة في جسمه أو الأفعال والحركات العضلية أو الغدية، ولكن غالبية علماء النفس المعاصرين يقصدون بالسلوك جميع المناشط العقلية والفسولوجية التي تحدث داخل الكائن الحي ذاته، وبذلك يشمل السلوك جميع المناشط الكائن الحي الداخلية والخارجية (42)، فإن الأفراد في حياتهم " يكونون مدفوعين بدوافع نفسية وخارجية (بيئية) للقيام بسلوكيات محددة قصد تحقيق بعض الأهداف المتنوعة والمتعددة، وهذه الأهداف قد تتحقق وبالتالي يعيشون نوعا من الاستقرار النفسي والتوافق الاجتماعي، وقد لا تحقق لهم ذلك فيتعرضون إلى ضرب من الصراع النفسي". (43)

لكون أن السلوك ظاهرة يتم دراستها للوقوف على " كل الأفعال والنشاطات التي تصدر عن الفرد ظاهرة كانت أم غير ظاهرة"، حيث يرى "جونستون" و "بينبيكر" (Johnston & Pennypacker) بأن السلوك " ذلك الجزء من تفاعل الكائن الحي مع بيئته، الذي يمكن من خلاله تحري حركة الكائن الحي أو حركة جزء منه في المكان والزمان، والذي ينتج عنه تغير للقياس في جانب واحد على الأقل من جوانب البيئة"، ويؤكدان على أن التعريف العلمي للسلوك يجب أن يؤخذ بعين الاعتبار التفاعل بين الفرد وبيئته، ويشير إلى أن هذا التفاعل عملية متواصلة، فالسلوك ليس شيئا ثابتا ولكنه يتغير، وهو لا يحدث من فراغ وإنما من بيئة ما". (44)

**5- السلوك غير السوي:** هو " انحراف عن معيار مثالي للأداء، أو عن الاعتدال والتوسط، ويندر حدوثه أو ظهوره بين أفراد جماعة من الجماعات، ويسبب ضررا للفرد وللآخرين". (45)

#### **6- السلوك التكيفي:**

هو " مجموعة من الأنشطة اليومية التي يقوم بها الفرد في كل المراحل العمرية ويتضمن ذلك الأدوار الاجتماعية المتوقعة، وقدرته على الكفاية الشخصية الاجتماعية، بالإضافة إلى مختلف مهارات الاستقلالية". (46)

#### **7- السلوك العدوانى:**

يعرفه "ميرز" Merz بأنه "حالات السلوك الموجه لإيقاع الأذى بفرد ما بشكل مباشر أو غير مباشر" ، أما "ريتشارد" فعرفه على أنه "سلوك الذي يتخذ مباشرة ضد شخص أو مخلوق آخر بما يؤدي إلى جرحه أو إيلامه". (47)

## 8- السلوك اللاتوافقي: Mal Adjusted Behaviour

يرى "كول مان" Coleman بأنه السلوك " الذي يحاول فيه الفرد أن يواجه حالات الضغوط التي يتعرض لها وأن يواجه حاجاته ومطالبه الاجتماعية نفسية كانت أم بيولوجية، أما السلوك اللاتوافقي هو السلوك " الذي لا يمكن صاحبه من إقامة علاقات منسجمة مع الآخرين ولا ينتمي بصاحبه إلى إشباع دوافعه المتعارضة ولا يدل على أن صاحبه يدرك ذاته والعالم المحيط به إدراكا مناسباً ولا يمثل بناء للعمل في البيئة الفيزيائية والبيئة الاجتماعية". (48)

### 2.3.3.2. سمات السلوك: نستطيع أن نحدد خصائص السلوك فيمايلي:

- 1- يهدف السلوك البشري عادة إلى تحقيق غاية معينة أو إشباع حاجة معينة.
- 2- سلوك متنوع: بمعنى أنه يظهر في صور متعددة ومتنوعة حتى يمكنه أن يتلاءم ويتوافق مع المواقف التي توجهه.
- 3- مرن: يتعدل ويتبدل طبقاً للظروف والمواقف المختلفة التي تواجه الفرد، ولكن مع الأخذ في الحسبان إن مرونة السلوك عملية نسبية تختلف من شخص لآخر طبقاً لاختلاف مقومات شخصية. (49)
- 4- السلوك "مكتسب": فالسواك الإنساني من الأشياء التي يتم اكتسابها اجتماعياً أي في إطار المجتمع ويتم توارثها أيضاً من جيل لآخر عن طريق الغرس الثقافي خلال مراحل التنشئة الاجتماعية.
- 5- التعقيد: يأتي هذا من تعدد وتنوع العوامل المؤثرة في السلوك من عوامل داخلية وخارجية، بالإضافة إلى صعوبة التنبؤ باستجابات الإنسان إزاء المواقف المختلفة.
- 6- ينمو السلوك الإنساني بنمو الإنسان اجتماعياً وثقافياً فالتعلم عامة ونوعيته على وجه الخصوص قد يسهم في تنمية وتهذيب السلوك فسلوك المتعلم يختلف عن الأمي. (50)
- 7- السلوك متغير ويكون له سبب من أجل ظهوره.

### 4.3.2. علاقة السلوك بالقيم:

"إن نظام القيم السائد في كل مجتمع والقائم في كل بيت وعند كل شخص هو المحرك لسلوك الإنسان، ومتى اضطربت أولويات هذا النظام واختلفت مع أولويات المجتمع وتعمقت الهوة بينهما يصبح الوقوع في السلوك المريض أو في المرض الاجتماعي أمر محتملاً".

وعليه، يمكن أن يحدث اختلال التوازن لدى الشباب عندما يلاحظون أن هناك هوة تفصل بين ما تعلموه من قيم طيلة حياتهم، وما يجري في الواقع من تناقضات وتدهور في القيم.<sup>(51)</sup>

على سبيل المثال، يتعلم الطفل منذ صغره أنه بالعمل والتعليم يستطيع أن يحقق طموحاته في الحياة ، لكن ما يراه في محيطه، يتمثل في أن البعض من الناس اعتلوا مراتب اجتماعية بدون عمل ولا علم ، وبالتالي، يفقد الثقة في كل ما تعلمه، ويصبح يعيش في مأزق حسب قول أحد الباحثين: "حيث يجد نفسه في فجوة بين القيم العالية المثالية التي يتعلمها وبين الواقع المرير المتناقض لما يقال له ويتعلمه".

فكل هذه السلوكيات لها علاقة بتدهور القيم ليس فقط عند الشباب إنما على المؤسسات المختلفة، كالأسرة والمدرسة والجامعة التي تفترض فيها غرس القيم المثلى في الأطفال والشباب، وبالتالي أصبح صعبا ، ربما، تسمية هذه التنظيمات بالمؤسسات، لأن علّة وجود المؤسسة هي القيم، في هذا السياق، يمكن أن نشير إلى أن الكثير من الأسر الجزائرية أصبحت لديها الوظيفة البيولوجية هي السائدة على بقية الوظائف وتحديدًا الوظيفة التربوية بحيث أن الوازع الديني عندما أصبح قيمة اجتماعية وثقافية أكثر منه قيمة روحية وشرعية، وهذا ينعكس على تربية الأطفال لا محالة لأن وكما قال الرسول صلى الله عليه وسلم "كل مولود يولد على الفطرة، فأبواه يهودانه أو ينصرانه أو يمجسانه" (رواه مسلم).

ففي حال تخلي الأسرة عن وظيفتها التربوية أو تنهون فيها، فمعنى ذلك أنها تسلم الأطفال إلى مؤسسة أخرى وتحديدًا الشارع، لأن الشارع كمؤسسة اجتماعية أصبح يتدخل في عملية تنشئة الأفراد اجتماعيا ويلقنهم سلوكيات غير التي تلقنها المؤسسات الأخرى كالأسرة والمدرسة.<sup>(52)</sup>

و في كثير من الأحيان يحدث صراع أجيال داخل الأسرة بسبب محاولة الأولياء تربية أبنائهم وتنشئتهم على ما تعودوا عليه، في مثل هذه الحالة وفي حال تراجع الوازع الديني، فإن الأبناء يصبحون غير مقتنعين بما يقوله الكبار وبالتالي تميل سلوكياتهم إلى التمرد عن الأسرة، والوقوع في فخ السلوكيات غير السوية.

وعليه، وعندما يسود هذا الوضع، فإن الفرد يعيش في محيط تطغى عليه المصالح المادية ولا يستند إلى القيم الدينية والمعايير الاجتماعية الأخلاقية، سيقع في رأي ( عطوف ياسين) في صراع يولّد واحد من الحلول التالية:

- الانسحاب الكامل للعزلة الانطواء أو الهجرة، وهذا ما عرفته الجزائر على مستوى فئات اجتماعية وثقافية مختلفة، وبصفة خاصة فئة الشباب مثل رغبة بعض الشباب في الهجرة بأي طريقة، والميول نحو سلوكيات غير السوية.

- الاستسلام للماديات بكل ما فيها من شراسة سلوكية وتكاليف محموم، وهذا زاد في حال الجزائر ، في التمزقات الاجتماعية وتراجع العلاقات الاجتماعية التقليدية، في ذات الوقت ظهور الطموحات الصاعدة لدى الشباب، بصفة خاصة، الملابس والمأكل والأسفار وبالتالي تحقيق الكسب المادي بأي طريقة وفي أسرع وقت.

- في حالة عدم تحقيق الشباب لأهدافهم أو إذا لم يعيدوا النظر فيها ولم يكونوا واقعيين، فإنه على الأرجح بأن يصابوا بالإحباط وقد يؤدي بهم ذلك إلى الجناح، خاصة إذا كانت القيم والمعايير الاجتماعية غير قادرة على حفظ توازنهم. (53)

## الهوامش:

(1) أحمد عبد الحليم عطية، القيم في الواقعية الجديدة، ط1، بيروت، التنوير للطباعة والنشر والتوزيع، 2010، ص125.

(2) عبد الرزاق محمد الدليمي، مدخل إلى وسائل الإعلام الجديد، ط1، عمان، دار المسيرة للنشر والتوزيع، 2012، ص207.

(3) عبد الرزاق محمد الدليمي، المرجع السابق، ص 212.

(4) جان بول رزقبر، فلسفة القيم، ترجمة: عادل الأوى، ط1، بيروت، عويدات للنشر والطباعة، 2001، ص24.

(5) محمد أحمد محمد بيومي، علم اجتماع القيم، {د،ط}، مصر، دار المعرفة الجامعية {د،س}، ص 118.

(6) عبد الله عقلة مجلي الخزاعلة، الصراع بين القيم الاجتماعية والقيم التنظيمية في الإدارة التربوية، ط1، عمان، دار الحامد، 2008، ص ص 38،39.

(7) محراز سعاد، الدراما في التلفزيون وقيم السلوك التقمصي لأفراد الجمهور: دراسة ميدانية لدى جماعات القبالة، المؤتمر الدولي الثالث للإعلام القيمي بين التنظير والطرح الإمبريقي، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة مستغانم، 10-11 مارس 2015.

(8) إبراهيم ناصر، التربية الأخلاقية، ط1، الأردن، دار وائل للنشر، 2006، ص 141.

(9) سعاد جبر سعيد، القيم العالمية وأثرها على السلوك الإنساني، ط1، الأردن، دار جدارا للكتاب العالمية و عالم الكتب الحديث، 2008، ص37.

(10) محمد الفاتح حمدي، استخدام تكنولوجيا الاتصال والإعلام الحديثة وانعكاسه على سلوكيات الشباب الجزائري، مرجع سابق، ص36.

(11) سميرة سطوطاح، سمية بورقعة، القيم في الإشهار التلفزيوني وتوجيه السلوك الاستهلاكي للأفراد: دراسة ميدانية وتحليلية لعينة من إشهارات القناة الأولى (الأرضية)، الملتقى الدولي الثاني حول نظرية الحتمية القيمية في الإعلام، 2-3 ديسمبر 2013، جامعة عمار تليجي بالأغواط.

(12) عبد الرزاق محمد الدليمي، المرجع السابق، ص209.

(13) سعاد جبر سعيد، المرجع السابق، ص18.

- (14) عبد الله الثقفي، خالد الحموري، قيس عصفور، القيم الاجتماعية وعلاقتها بالتفكير التأملی لدى طالبات قسم التربية الخاصة المتفوقات أكاديميًا والعاديات في جامعة الطائف، المجلة العربية لتطوير التفوق، العدد6، 2013، ص62.
- (15) بدر الدين بن تردي، قاموس التربية الحديث: عربي-انجليزي-فرنسي، الجزائر، مجلس الأعلى للغة العربية، 2010، ص266.
- (16) سلوى السيد عبد القادر، الأنثروبولوجيا والقيم، {د،ط}، مصر، دار المعرفة الجامعية، 2010، صص217، 218.
- (17) محمد أحمد محمد بيومي، المرجع السابق، ص107.
- (18) عبد الرزاق محمد الدليمي، المرجع السابق، صص210، 211.
- (19) محمد الجزار، القيم في تشكيل السلوك الإنساني، ط1، القاهرة، مركز الكتاب للنشر، 2008، صص147.
- (20) محمد الجزار، المرجع السابق، ص209.
- (21) عبد الله عقلة مجلي الخزاولة، مرجع سبق ذكره، ص41.
- (22) سلوى السيد عبد القادر، م، س، ذ، ص219.
- (23) أمين سعيد عبد الغني، وسائل الإعلام الجديدة والموجة الرقمية الثانية، ط1، مصر، ايتراك للنشر والتوزيع، 2008، ص112.
- (24) أنو الجندي، الإسلام و المصطلحات المعاصرة، ط1، {د، ب}، دار الهدى، 1417هـ، ص215.
- (25) عبد الرحمن طه، الحق الإسلامي في الاختلاف الفكري، ط1، المغرب، المركز الثقافي، 2005، ص53.
- (26) عبد الله عقلة مجلي الخزاولة، المرجع السابق، ص39.
- (27) ماجد زكي الجلاذ، تعلم القيم وتعليمها: تصور نظري وتطبيقات لطرائق واستراتيجيات تدريس القيم، ط2، عمان، دار الميسرة للنشر والتوزيع، 2007، صص40، 41، 42.
- (28) رقية بوسنان، توالد وزحمة النظريات الإعلامية الغربية وأهمية التنسيق والتدافع المعرفي لتطوير "نظرية الحتمية القيمية الإعلامية"، الملتقى الدولي الثاني حول نظرية الحتمية القيمية في الإعلام، 2-3 ديسمبر 2013، جامعة عمار ثليجي بالأغواط.
- (29) ماجد زكي الجلاذ، المرجع السابق، صص45، 46.
- (30) صبرى خالد عثمان، القيم التربوية في شعر الأطفال، ط1، مصر، العلم والإيمان للنشر والتوزيع، 2008، ص164.
- (31) إبراهيم ناصر، المرجع السابق، صص146، 147.

- (32) محمد أمين الحق، " القيم الإسلامية في التعليم وآثارها على المجتمع "، مجلة الدراسات الجامعة الإسلامية العالمية شيتاغونغ، ديسمبر 2012، م 9، ص ص 337، 338.
- (33) <http://manifest.univ-ouargla.dz/index.php/fr-FR/seminaires/archive/facult%C3%A9-des-sciences-sociales-et-sciences-humaines/57-%.04-01-2017.10:57>.
- (34) محمد شفيق، السلوك الإنساني، ط1، الإسكندرية، المكتب الجامعي الحديث، 1999، ص 79.
- (35) محمد منير حجاب، الموسوعة الإعلامية، ط1، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، 2003، م4، ص 1369.
- (36) ثائر رشيد حسن، عدنان جواد خلف، تأثير درس التربية الرياضية على السلوك الاجتماعي المدرسي للتلاميذ بطيئي التعلم والأسوياء: بحث وصفي على تلاميذ الصف الرابع الابتدائي في محافظة ديالى، مجلة علم الرياضة، العدد الأول، 2009، ص ص 182، 183.
- (37) محمد جمال الفار، المعجم الإعلامي، ط1، عمان، دار أسامة للنشر والتوزيع، دار المشرق الثقافي، 2006، ص 52.
- (38) إيمان عبد الكريم ذيب، السلوك الاجتماعي للطالب الجامعي، مجلة مركز البحوث التربوية والنفسية، العدد الثاني عشر، {د،س}.
- (39) سمير سعيد حجازي، معجم المصطلحات الحديث في علم النفس والاجتماع ونظرية المعرفة: عربي فرنسي، ط1، بيروت، دار الكتب العلمية، 2005، ص 206.
- (40) وضاح زيتوني، المعجم السياسي، طبعة 2010، عمان، دار أسامة للنشر والتوزيع، دار الشروق الثقافي، 2006، ص 209.
- (41) محمد حسين غانم، الشباب المعاصر وأزماته: دراسات نفسية ميدانية، ط1، القاهرة، مكتبة الدار العربية للكتاب، 2008، ص 118.
- (42) عبد الرحمن عسوي، دراسات في السلوك الإنساني، {د،ط}، إسكندرية، المكتب العربي الحديث، {د،س}، ص 113.
- (43) السعيد بومعيزة، أثر وسائل الإعلام على القيم والسلوكيات لدى الشباب، دراسة استطلاعية بمنطقة البليدة، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراة دولة في علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والإعلام، قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 2006، 2005، ص 164.
- (44) جمال الخطيب، تعديل السلوك الإنساني، ط2، عمان، دار الفكر ناشرون وموزعون، 2011، ص ص 15، 16.
- (45) فائزة دسوقي أحمد، السلوك غير السوي للمستفيدين في المكتبات، {د،ط}، الرياض، مكتبة الملك فهد الوطنية، 2006، ص 14.



- (46) مسعودة بن قيدة، دور برامج الرعاية التربوية الخاصة في تحقيق السلوك التكيف لدى الأطفال ذوي متلازمة دوان، مرجع سابق، ص65.
- (47) شايح عبد الله مجلي، تقدير الذات وعلاقته بالسلوك العدواني لدى طلبة الصف الثامن من مرحلة التعليم الأساسي بمدينة صعدة، مجلة جامعة دمشق، العدد الأول، م 29، 2013، ص62.
- (48) نفين صابر عبد الحكيم السيد، ممارسة العلاج المعرفي السلوكي في خدمة الفرد لتعديل السلوك اللاتوافقي للأطفال المعرضين للانحراف، مجلة كلية الآداب، العدد 26 يوليو 2009، جامعة حلوان، ص707.
- (49) ثائر رشيد حسن، عدنان جواد خلف، المرجع السابق، ص ص183، 184.
- (50) سلوى السيد عبد القادر، مرجع سابق، ص334.
- (51) السعيد بومعيزة، مرجع سابق، ص168.
- (52) مرجع نفسه، ص ص168، 169.
- (53) مرجع نفسه، ص 169.

# الحتمية القيمية و تأثير الإنترنت على الشباب

يعتبر الشباب مجتمع دراستنا التي نهتم بدراسته، وهذا لمعرفة تأثيرات المضامين المنشورة عبر الإنترنت والتي يحصل عليها من خلال استخدامه وتعامله مع الشبكة على سلوك الشباب وقيمه، ثم نحاول التطرق إلى خصائص التي تميزه عن فئات الأخرى، و مكونات شخصية الشباب، ثم مؤسسات التنشئة الاجتماعية المختلفة التي تكسبه مجموعة من المبادئ و القيم، تساعد على معالجة مشاكله و حلها.

## 1.4.2. الشباب وعلاقته بالإنترنت:

### 1.1.4.2. مراحل فترة الشباب وخصائصها:

#### 1.1.1.4.2. مراحل فترة الشباب:

اختلف الباحثين في تحديد الفترة الزمنية التي يبدأ فيها مرحلة الشباب، وهذا نتيجة لتماشيها مع فترة المراهقة للأفراد، ونبرز من خلال هذه الدراسة وجهات نظر الباحثين حول فترة مرحلة الشباب. يعرف الشباب على أنه " شريحة عمرية تتراوح أعمارهم ما بين الخامسة عشر إلى سن الخامسة والعشرين، أو من يقفون بين الخامسة عشر وسن الثلاثين على ما يرى آخرون".<sup>(1)</sup> تقسم "إحسان الحسن" فترات مرحلة الشباب إلى:

- فترة ما قبل الحلم أو فترات المراهقة: وتستمر من 12- 15 سنة، وفي هذه الفترة يكون الفتى أو الفتاة في حالة عدم استقرار من النواحي الجسمية والانفعالية والإدراكية والاجتماعية، نظرا لسرعة التحولات الجسمية وغير الجسمية التي يمران بها.
- فترة الفتوة أو فترة الشباب الأولى: تمتد من بداية سن المراهقة حتى سن الواحد والعشرين، وهي مرحلة انتقالية يتحول خلالها الشاب إلى رجل بالغ أو امرأة بالغة، ويحقق فيها نضجه الجنسي ومستوى عاليا من النضج الانفعالي والاجتماعي.
- فترة الرشد أو فترة الشباب الثانية: تمتد من سن 21- 30 سنة.<sup>(2)</sup>

#### 2.1.1.4.2. سمات الشباب: يتميز الشباب بمجموعة من السمات والخصائص نورد منها مايلي:

##### 1- اجتماعيا:

يتصف الشباب فمرحلته التي تعتبر "مرحلة انتقالية إلى الرجولة، ويتخطى الفرد مراحل التوجيه والرعاية ويكون أكثر تحررا"<sup>(3)</sup>، كما أن شريحة الشباب تميل للتغيير والتجديد، لأن روابطها بالواقع المعاش واهية وهشة، أو لأن الشباب هم الأكثر إحساسا بالهوية، كما أنهم الأكثر تعبيراً وحساسية عن نبض المجتمع من ناحية، لأنهم أبناء كل الحاضر وبعض المستقبل.<sup>(4)</sup>

## 2- نفسيا:

أثناء مرحلة الشباب يتسم الشباب بالتوتر بين الذات والمجتمع، وفي تلك المرحلة يميل الشباب إلى قبول تعريفات مجتمعهم عنهم متمردين وهاربيين من المدرسة و أبطال رياضة، وتنسم بالنفور والصراع وعدم قبول الواقع الاجتماعي في كثير من الأحيان، وتتنابه أيضا عدد من المشاعر مثل العزلة وعدم الواقعية.

## 3- عقليا:

يتجه الشباب بحكم تكوينهم النفسي والاجتماعي نحو " رفض المعايير والمستويات والتوجيهات والسلطة التي يمارسها الكبار، و أحيانا ما يتخذون موقف عدائيا نحوهم، ويرجع ذلك بصفة أساسية إلى محتوى الذات الاجتماعية عند الشباب، فمن الملاحظ أن هناك محتوى مثاليا في هذه الذات ينتج مباشرة عن التربية والتنشئة التي تلقاها الشباب".<sup>(5)</sup>

تتميز هذه الفئة العمرية بعدد من الصفات والقدرات الاجتماعية المتميزة فإن مناقشة هذه الخاصية ينبغي أن تتم في ضوء ثلاثة قضايا أساسية:

أول هذه القضايا، إذا كنا نحدد في مصر والعالم العربي هذه الفترة من 16 إلى 30 سنة، فإن التحديد الزمني لنقطتي البداية والنهاية يختلف من مجتمع إلى آخر، حسب الأوضاع الاجتماعية والاقتصادية والثقافية السائدة في كل مجتمع، وتذهب القضية الثانية إلى أن تحديد الشباب بمرحلة عمرية معينة يفرض الاهتمام بالمسألة الجيلية، في ضوء ذلك يتهم الشباب عادة بأن لديهم نزعة إلى الاستقلال و إلى توفير حرية التعبير عن الذات، ونتيجة لهذه النزعة للسلطة المفروضة عليهم، وتشير القضية الثالثة إلى اعتبار مرحلة الشباب مرحلة مؤقتة بطبيعتها، فسنوات الشباب محدودة في عمر الإنسان.<sup>(6)</sup>

## 2.1.4.2. الشباب: بين المتطلبات والاهتمامات:

### 1.2.1.4.2. متطلبات الشباب:

يتطلب الشباب الذين " تتراوح أعمارهم ما بين الخامسة عشر إلى سن الخامسة والعشرين، أو من يقفون بين الخامسة عشر وسن الثلاثين على ما يرى آخرون" (7)، إلى العديد من المتطلبات، نذكر منها:

**1- فسيولوجية:** وهي المتطلبات الخاصة بالمحافظة على التوازن الفسيولوجي الضروري للإنسان، خاصة متطلبات النشاط الجنسي وهي تقتضي تكوين ميول نحو الجنس الآخر، والارتباط بعلاقات معه. (8)

وانطلاقاً من العلاقة التي تربط بين العمل الاجتماعي والشباب فإنه يمكن القول بأن عماد المورد البشري الممارس للعمل الاجتماعي هم الشباب، خاصة في المجتمعات الفتية، فضلاً عن أن العمل الاجتماعي يراكم الخبرات وقدرات تكوين الشباب ومرحلة ممارستهم لحياتهم العملية، حيث يساعدهم في تعزيز انتمائهم ومشاركتهم في مجتمعهم وتنمية قدراتهم ومهاراتهم الشخصية ويتيح للشباب الفرصة لتعبير عن آرائهم وأفكارهم في القضايا العامة التي تهم المجتمع. (9)

**2- المثل العليا الواضحة وقيادة واعية:** ويتضمن ما يأتي:

والذي تتطلب توضيح أهداف الدولة وأهداف خدماتها التعليمية والاقتصادية والسياسية، ومنه التوجيه الواعي عن طريق وسائل الإعلام، الذي يكفل الارتباط الموثق بالتراث القومي وبالمستقبل الذي نتقدم نحوه، بقيادة متخصصين في جميع الميادين. (10)

حيث يتخوف الشباب من المستقبل وما سوف يواجهه في الأيام القادمة، وهو ما يعرضه "ألفين توفلر" في كتابه "صدمة المستقبل"، فقد " زار الكثير من أماكن تجمعاتهم والتقى العديد من الشخصيات المعنية بهذا المجال، وكانت النتيجة التي توصل إليها هي أن معظم الشباب عبر عن قلقه البالغ من جهة المستقبل، بما يحمله في طياته من تغيير وتكيف ومخاوف". (11)

**3- تتطلب مرحلة المراهقة التي يمر بها الشباب إلى عناية خاصة، حيث ركزت مجلة "صباح الخير" على ضرورة الاهتمام بقضايا الشباب في كافة مجالات الحياة. (12)**

**4- الحاجة إلى التسلية من خلال ممارسة الهوايات والألعاب الرياضية والأنشطة الثقافية والاجتماعية والفنية، ومنه تخصيص أماكن ومؤسسات مختلفة يمارس الشباب فيها هواياتهم المختلفة ويقضون فيها وقت فراغهم، و توجيههم من قبل متخصصين مهنيين لمساعدة الشباب في مجال قضاء وقت فراغهم في إطار النظم الاجتماعية السائدة. (13)**

### 2.2.1.4.2. اهتمامات الشباب:

إنّ اهتمامات الشباب، شأنها شأن أية شريحة اجتماعية متنوعة ومتفاوتة الأهميّة، يمكن أن تندرج في أربع مجموعات رئيسيّة:

الأولى: الاهتمامات الشبابيّة الجادة ذات الطبيعة العمليّة التي لها علاقة بالمستقبل.

الثانية: الاهتمامات الذاتيّة التي يمكن أن تتصل بالمجموعة الأولى.

الثالثة: الاهتمامات الاستمتاعية بالحياة، والمرحلة العمرية، و اللامسؤولية والحرية والانطلاق.

الرابعة: الاهتمامات العامّة بقضايا المجتمع والوطن.

ومنه بروز إشكالية: كيف يمكن الوصول إلى التّوازن العملي بين الحق في القرار والفعل لدى الشباب من جهة، وبين كونهم في مرحلة التكوين والاستعداد من جهة، وما هي ضوابط الحريات والمسؤوليات؟ ويبيّن تقرير التنمية العربيّة لعام 2002 أن اهتمامات الشباب في عديد من الأقطار العربيّة كمايلي: في المرتبة الأولى "فرص العمل" إذ تبلغ (45)، بينما ينخفض الاهتمام بالمشاركة السياسية إلى (5%)، أما التعليم بالنسبة 23%، والبيئة ب(12%) وتوزيع الثروة (8%) والرعاية الصحيّة ب(4%) ثم الفقر (4%).<sup>(14)</sup>

### 3.1.4.2. مكونات الشخصية الشابة ومؤسسات تنشئتها:

#### 3.1.4.2.1. مكونات الشخصية الشابة:

##### 1- البيولوجي:

ونقصد به البنية العضوية والفيزيائية التي تجعل الفرد كائناً عضوياً حياً، حيث تلعب الوراثة البيولوجية دوراً أساسياً في نقل التكوين البيولوجي من جيل إلى جيل آخر، بيد أن الاختلاف الوحيد يكمن في امتلاك التكوين البيولوجي، و للإنسان القدرة على التفاعل مع البيئة المحيطة، ففي أعقاب الولادة البيولوجية للإنسان يبدأ دور الوراثة في التقلص، في مقابل زيادة تأثير وطأة البيئة وفاعليتها، حتى أنها تغلب أحياناً على التكوين البيولوجي ذاته.

وفي هذا الإطار نستطيع أن نقسم حياة الإنسان بيولوجياً إلى أربعة مراحل:

- مرحلة الصغر والنشأة: حيث أن الإنسان مولود بمجموعة من الدوافع والغرائز، الاستعدادات البيولوجية التي يسعى الكائن الحي لإشباعها وإعمالها، وأثناء عملية الإشباع هذه يقوى الكائن الحي بيولوجياً، حيث يحقق درجة أكثر من الاكتمال للأعضاء الأساسية. (15)

- مرحلة الثانية وهي مرحلة الشباب، ونجد أن " أعضاء الكائن الحي قد بلغت أوج نضجها، ومن الملاحظ أنه خلال هذه المرحلة تحدث عدة تغيرات في شكل الجسم، وفي الصوت، وفي الطاقة التي يتمتع بها الإنسان، غير أنه نجد أن الاكتمال الاجتماعي والثقافي لا يكون قد تحقق بعد، ومن ثم تعيش الشخصية الشابة عادة حالة من القلق، ومن ثم عدم التوازن البيولوجي.

- مرحلة الرجولة: مرحلة شباب التكوين البيولوجي الذي اكتمل في مرحلة الشباب.

- مرحلة الشيخوخة: حالة الانهيار لهذا البناء البيولوجي. (16)

##### 2- الثقافي:

حيث تعتبر التنشئة الاجتماعية " عملية يتعلم الفرد من خلالها أنماطاً معينة من السلوك الاجتماعي " (17) ، والشباب هم في مرحلة تتطلب التجريب والتغيير والتعديل الدائم لكل ما استوعبوه من قيم أنت إليهم من مختلف مؤسسات التنشئة الاجتماعية والثقافية، و خلال هذه المرحلة قد يعتنق الشباب قيماً مضادة لقيم المجتمع تماماً، ونتيجة لذلك نجد أن المكون الثقافي غالباً ما يكون مكوناً مرناً، وعدم تعمق جذورها في بنية الشخصية الشابة، ومن ثم فالتزام الشباب بهذا المكون الثقافي عادة ما يكون ضعيفاً.



### 3- الاجتماعي:

يتحدد مضمون هذا المكون " بمجموعة الممارسات التي تتولى إعداد أو تأهيل الشباب للتعامل مع العناصر الاجتماعية الأخرى داخل بنية المجتمع، أو التي تجيز قدرته على التعامل من خلال تعيين مكانته ودوره الاجتماعي بين الأشخاص إذا حدث تكامل بين توقعات الأنا واستجابة الآخر لهذه التوقعات، ومن خلال هذا التآزر تنشأ الجماعة والتجمع والنظام والنسق والبناء الاجتماعي".<sup>(18)</sup>

استخلاصا مما سبق فإننا نجد أنه إذا تضمنت الشخصية هذه المكونات الثلاث بصورة مكتملة، فإن الشخصية حينئذ تكون في أكثر مستويات مثالية واكتمالا، و إذا لم يحدث ذلك الاكتمال قد يعاني الشباب من أزمة الهوية.<sup>(19)</sup>

## 2.3.1.4.2. صراع الأدوار التربوية بين شبكة الانترنت ومؤسسات التنشئة الاجتماعية للشباب:

تعتبر التنشئة الاجتماعية "عملية بموجبها يعتنق أو يتقمص الناس قواعد أو قوانين السلوك السائدة في مجتمعهم واحترام لقواعده"، أو هي العملية التي يتكيف ويتوافق الفرد من خلالها مع بيئته الاجتماعية، ويصبح عضوا معترفا به متعاوناً، كما أنها تساعد على تمتع الفرد بالشعور بالقبول والانتماء. (20)

كما أن التنشئة الاجتماعية يتم بمقتضاها تلقين المرء مجموعة من القيم والمعايير الاجتماعية المستقرة في ضمير المجتمع بما يضمن بقاءها واستمرارها عبر الزمن، وهكذا يمكن تعريفها على أنها "تعليم الفرد لمعايير اجتماعية عن طريق مختلف مؤسسات المجتمع تساعده على أن يتعايش سلوكياً معه"، ومن خلالها يكتسب الفرد تدريجياً هويته الشخصية التي تسمح له بالتعبير عن ذاته وقضاء مطالبه بالطريقة التي تناسبه. (21)

وتتشرك العديد من المؤسسات في تنشئة الأبناء من بينها:

### 1- الأسرة:

هي الجماعة الأولى التي ينتمي إليها الطفل ويقع تحت تأثيرها ويستمتع إلى توجيهات أفرادها ونصحهم ، والأسرة هي المعمل النفسي الذي ينال الطفل فيه أول قسط من التربية وينعم فيها بالحب، ويصاحبه أثرها طوال حياته، وللأسرة مسؤولية كبرى دورها في تقرير النماذج السلوكية التي يبدو عليها الطفل في كبره، فلا شك أن شخصية الإنسان وفكرته عن هذا العالم، وتقاليده وعادات ومعايير السلوك هي نتاج لما تلقاه الطفل في أسرته منذ ميلاده، وهي التي تقوم بعملية التنشئة الاجتماعية وتشرف على النمو الاجتماعي للطفل وتكوين شخصيته وتوجيه سلوكه ومن الأسرة يستقي الطفل ما يسود من ثقافة ومن قيم وعادات. (22)

كما يجب على الآباء والأمهات أن يحرصوا فيهم القيم النبيلة، وأن يتعاملوا مع أولادهم بالعدل ، حيث تعتبر المسؤولة عن تلقينها للأطفال ليتهاياً لهم الجو الملائم، وبذلك تستطيع إقامة توازن في أنفسهم عند بلوغ النضج وظهور أمارات الشباب، وبهذه التربية تبدأ شخصية الطفل تكبر رويداً حتى يصير شاباً. (23)

### 2- الشارع:

ففي حال تخلي الأسرة عن وظيفتها التربوية أو تنهون فيها، فمعنى ذلك أنها تسلم الأطفال إلى مؤسسة أخرى وتحديداً الشارع، لأن الشارع كمؤسسة اجتماعية أصبح يتدخل في عملية تنشئة الأفراد اجتماعياً ويلقنهم سلوكيات غير التي تلقنها المؤسسات الأخرى كالأسرة والمدرسة. (24)

#### 4- المدرسة:

هي المؤسسة الاجتماعية الرسمية التي تقوم بوظيفة التربية ونقل الثقافة المتطورة، وعندما يبدأ الطفل تعليمه في المدرسة يكون قد قطع شوطا لا بأس به من التنشئة الاجتماعية في الأسرة، فهو يدخل المدرسة مزودا بالكثير من المعايير الاجتماعية في شكل منظم، ويتعلم أدوارا اجتماعية جديدة، كما يتعلم التعاون والانضباط في السلوك، وفي المدرسة يتعامل مع مدرسين كقيادات جديدة ونماذج مثالية تنمي شخصيته من كافة النواحي. (25)

و يقف في مقدمة أهداف المدرسة "العلم والتعليم" فهما يوسعان أفق العام للطالب ويولدان لديه قدرة على امتلاك ثقافة حقيقية تنسجم مع ضرورات الاجتماعية، بالإضافة إلى اكتساب المهارات والقدرات الخاصة، وتزرع في نفس الطالب طموحا كبيرا نحو أخذ المعرفة وتسير لديه الطريق إلى المعرفة والتثقيف بها. (26)

4- المسجد: يعتبر المسجد كمؤسسة دينية من إحدى مؤسسات التنشئة الاجتماعية للشباب حيث تسهر تلك المؤسسة على تعليم وتلقين الأطفال مجموعة من الدروس الهامة، التي تساهم في تنمية قدرات الأطفال إضافة إلى تنشئتهم على قيم وسلوكيات الحميدة المتأصلة في المجتمع والتي تستقى من الدين وتعاليمه.

#### 5- جماعة الأنداد:

فإن دورها يختلف إلى حد كبير عن دور كل من الأسرة والمدرسة، كذلك وسائل الإعلام، فجماعة الأنداد كما يرى "بارسونز" أكبر مجال للحصانة من عمليات الضغط والتحكم التي يقوم بها الكبار، حيث يتخلص الفرد من خلالها من كل سلطتي الأسرة والمدرسة، ويحل محلها ولاء جديد للجماعة والانصياع لمعاييرها. (27)

فإننا نجد أن جماعة الأنداد كمؤسسة من مؤسسات التطبيع الاجتماعي قد خضعت لهذه الآليات أيضا، فالمراهق أو الشاب من خلال ارتباطه بجماعة الأنداد، ومن خلال انصياعه لمعاييرها وولائه لها، ويصبح لزاما عليه الاحتفاظ بمكانته داخل المجموعة التي قد تكسبه سلوكيات وتجارب سلبية من حيث تعارضها مع عمليات التطبيع الاجتماعي. (28)

#### 6- وسائل الإعلام و شبكة الإنترنت:

على الرغم من الاعتقاد بأن وسائل الإعلام تمثل أداة مهمة من أهم أدوات التنشئة الاجتماعية ، توجد نزعة فكرية أخرى تقول إن وسائل الإعلام تمارس عملية تشويش على عملية التنشئة وتعيق حركتها، وهو ما يعرف بظاهرة اللاتنشئة فوسائل الإعلام في إطار هذا المنظور تؤدي إلى تفكيك الحياة

الاجتماعية للعائلة، وينظر بذلك لوسائل الإعلام بوصفها أدوات معادية للثقافة، ولكن وسائل الإعلام لا تمارس دورها بشكل مستقل عن باقي مؤسسات التنشئة الاجتماعية الأخرى، وبالتالي فإن التأثير السلبي الذي يمكن أن تمارسه على الثقافة مرهون إلى حد كبير بوجود عيوب في المؤسسات الاجتماعية الأخرى كالأسرة والمدرسة. (29)

ويرى "راو" (Rao) أن وسائل الإعلام عاملاً ميسراً للانتقال السهل من الطرق التقليدية إلى الطرق العصرية في الحياة، ويقول: "شرام" إن وسائل الإعلام تشارك في كل تغيير اجتماعي مثل الثورات الفكرية، الاجتماعية، والسياسية".

ولأن بناء الأسرة ووظائفها معرضة للتغيير والتقوُّب من جديد بفعل تأثير وسائل الإعلام المرئية، فتتغير العلامات وقد تتقلص وتهمل وظائف كثيرة لأفراد الأسرة تجاه بعضهم ، وتصبح لكل فرد نزعه خاصة به، الأمر الذي يدفع إلى تغيير مشاكل الأسرة من أسرة مترابطة فيما بينها إلى أسرة مغتربة فاقدة لأوصالها، وترابطاتها. (30)

و يرى " ابراهيم إمام" أن دور الأسرة أخذ في الانحياز في ظل ظروف العمل العصرية حيث خرجت الأمهات للعمل، وبالتالي تركت الأم دورها في تنشئة الأبناء تنشئة سليمة، وتركت الساحة لوسائل الاتصال والإعلام، خاصة التلفزيون الذي يقضى الأبناء معظم الوقت أمامه لمشاهدة البرامج وأفلام وافدة تضرهم وتكسبهم سلوكيات خاطئة، تعمل على زيادة عزلتهم الأسرية. (31)

## 4.1.4.2. مشاكل الشباب ومقترحات لحلها:

### 1.4.1.4.2. مشاكل الشباب:

#### 1- النفسية:

- الفلق Anxiety نتيجة للعمليات الانفعالية المؤلمة المتداخلة التي يحدثها الصراع والإحباط، والقلق المرضي يقترن بخوف وفزع لا يعرف الفرد مصدره وتكون أسبابه لا شعورية، والفرد يعجز عن السيطرة عليه، ومن ثم فإن هذا الفلق إنما يهز أركان شخصية الفرد. (32)

أما الشعور بالوحدة (Loneliness) الذي يعاني منها الشباب، حيث أنها خبرة تشمل المشاعر الحادة التي كونها الفرد من خلال الوعي الذاتي لتحطيم الشبكة الأساسية لعلاقة الواقع بعالم الذات (33)، وتعد أزمة الهوية Identity Crisis التي تنشأ من عدم قدرة الشباب على فهم ذاتهم الجديدة وتقبلها، والتعامل معها، وهي أزمة يتوقف على حلها، استمرار نضوج الشخصية بشكل سوي. (34)

أما "الشعور بالاغتراب" لدى الشباب وما يتبعه من شعور بعدم الانتماء لأسرته ولمجتمعه دفع الكثير من الشباب إلى عدم المشاركة في عمليات التنمية، بل واتجهوا إلى سلوكيات سلبية. (35) إن مشكلة اغتراب الشباب وفقدان هويتهم تشكل أبرز المشاكل التي يعاني منها الشباب، حيث يقصد بالاغتراب " التباعد وتحطيم العلاقات المتبادلة الوثيقة، وتفكك الشعور بالتبعية وزيادة درجة الانفصال عن التجمعات الاجتماعية". (36)

#### 2- الاجتماعية:

تعتبر مشكلة التعصب التي تظهر في التحيز الذي يبلغ حد الهوس والنوبات الهستيرية في تشجيع الأندية الرياضية، و يعرفه علماء النفس بأنه " اتجاه سالب نحو جماعة بشرية ونحو أعضائها شريطة أن يكون هذا الاتجاه عديم المبررات أو الأسس المعقولة ". (37)

أما "سمنر" رأى بأنه "اصطلاح علمي يطلق على تلك النظرية للأمور التي تجعل جماعة الشخص مركز كل شيء، وأن كل الجماعات الأخرى تقدر وتقوم وترتب بالقياس إليها". (38)

و تعتبر أيضا قضية صراع الأجيال والافتقار إلى الحوار بين الأبناء والآباء وانهايار الترابط الأسري من أهم قضايا العلاقات الأسرية التي تؤثر على حياة الشباب ، وقد أثبتت إحدى الدراسات أن الشباب يواجه بمشكلات عديدة في مختلف المجالات الاجتماعية، فمثلا قد لا تشكل الأسرة إطارا ملائما لإشباع الحاجات الأساسية للشباب، حيث يعاني بعض الشباب من مشكلات أسرية قد تدور حول صراع الأجيال. (39)

إضافة إلى أن المعاملة الأسرية التي تتسم بعلاقتها المباشرة لها تأثير على الفرد، إما أن تكون مساعدة له على إشباع حاجاته الجسمية والنفسية وعلى تحقيق نموه المتكامل، وإما أن تكون معرقة لإشباع حاجات الفرد ونموه النفسي (40)، كما قد تنجم عنها مشكلة أخرى، وهي مشكلة العزلة الاجتماعية داخل الأسرة، والتي هي " محصلة عدم توافق الفرد في علاقاته الاجتماعية سواء في محيط أسرته أو خارجها، إذ يفقد الشعور بالانتماء لجماعة الرفاق، ويؤدي ذلك إلى انسحابه من التفاعل الاجتماعي معهم". (41)

أما مشكلة الفراغ الذهني لدى الشباب، حينما يخلو عقل الفرد من وجود مذاهب سياسية أو اجتماعية أو اقتصادية مجددة للحياة، يوصف الفرد عندئذ بالفراغ الذهني، وعندما يحصل هذا الفراغ فإن سلوك الفرد يتصف بالعشوائية والعفوية والتردد، ذلك لأن الفلسفة التي يتخذها الفرد لنفسه، إنما يحدد له أسلوب العمل ومنهج النشاط والأهداف التي يسعى لتحقيقها. (42)

كما يعاني الشباب أيضا من قلة فرص العمل، التي يتمخض عنها مشاكل عديدة كانتشار البطالة، وارتفاع معدل الجريمة والانحراف، حيث تشير إحصائيات عام 1413هـ في السعودية إلى أن نسبة المتزوجين لا تتجاوز 58%، ومن المعلوم أن العلاقة في غاية القوة بين العزوبة والجريمة بأنواعها، إذ إن جرائم العزاب - لاسيما في القضايا الأخلاقية- تفوق جرائم المتزوجين، فقد وجدوا أن نسبة العزاب من السجناء تصل إلى أكثر من 76%، ومهما يكن الوضع فإن الشاب في ظل الظروف الاقتصادية والاجتماعية القائمة لا يستطيع الزواج إلا بعد الخامسة والعشرين. (43)

### 3- التعليلية:

يلعب القلق دور في التأثير على الأداء الأكاديمي للشباب، حيث أكد "سبيلبرجر" Spielberg بدراسته التي تناول فيها أثر القلق على الأداء الأكاديمي لطلاب الجامعة وتوصل إلى أن تأثير القلق على الأداء الأكاديمي يتوقف على مستوى قدرة الأفراد، فقد أظهرت الدراسة أن القلق المرتفع مع القدرة المتوسطة يؤدي إلى انخفاض في مستوى الأداء، بينما القلق المرتفع مع القدرة العالية يؤدي إلى مستوى عال من الأداء الأكاديمي. (44)

وتعد "أزمة السكن" مشكلة اجتماعية تمس قطاعات عديدة من المجتمع، ومع ذلك فإن أكثر الفئات تضررا من هذه المشكلة هم فئة الشباب في سن الزواج، وتحول ظروفهم المادية الضئيلة وارتفاع أسعار المساكن دون تمكنهم من الحصول على المسكن. (45)

وتطرق "محمد علي محمد" إلى العوامل التي تقف وراء مشكلة السكن التي تواجه الشباب، هذا الأخير الذي يدرك أن أهم العوامل التي أدت إلى تفاقم مشكلة السكن، هو عدم الاهتمام بتنظيم الأسرة، وأيضا تقدم الرعاية الطبية والصحية وارتفاع مستوى الوعي الصحي للأمهات. (46)

#### 4- الدينية والأخلاقية:

تعتبر الحيرة بخصوص الحياة والموت وما بعدهما والخوف من الموت والشك الديني، إضافة إلى الأسباب التي كشفت عنها الأبحاث والدراسات أن لها صلة وثيقة بمشكلات الشباب، تمثلت في الفراغ الروحي وضعف الإيمان بالله والعقيدة، وضعف الوازع الديني والخلفي، وطغيان المادة والقيم في الحياة، الشعور بالظلم والاعتداء على الحقوق الأساسية، إضافة إلى الصراع بين الأجيال. (47)

#### 5- الغياب الإيديولوجي:

إن الخلافات الأسرية لها أثر بالغ في وجود مشكلات الشباب، وعلينا أن نوفر لهم ما عجزت الأسرة عن إشباع حاجاتهم الأساسية: الجسمانية والنفسية والثقافية والاجتماعية كنتاج لواقع اجتماعي اقتصادي تعائشه الأسرة في إطار ظروف اجتماعية أشمل جعلت الشباب كل الوقت بعيد عن رعاية وحماية أسرته، التي من المفروض أنه يمارس أنواعا من الأنشطة لإشباع حاجاته من أجل البقاء مع الآخرين. (48)

إن ظروف الواقع الصعب الذي تعيشه فئة الشباب في المجتمعات العربية، وغياب الديمقراطية تسلط الأنظمة على شعوبها وتقييد الحريات العامة سواء الإعلامية أو حرية الرأي والتعبير لم يمنح الشباب الدور والفرصة للعب دور متقدم ورسم سياسة الدولة، مما أدى إلى شل الحركة الشبابية. (49)

كما انعكس تراجع عمليات التنمية في دول العالم الثالث على تحقيق الشباب لحاجاته ورغباته، كون أن الأزمة الاقتصادية التي تعرضت لها، مع سوء تنظيمها للموارد المحلية أدى إلى انخفاض مستوى معيشة الأغلبية من سكان العالم الثالث بما في ذلك فئة الشباب، ما أحدث نوعا من الإحباط Frustration وهو شعور الشباب بالخيبة عندما لا يستطيع إشباع حاجاته بسبب العوائق مادية واجتماعية. (50)

وفي هذا الإطار يرى "عباس محجوب" أن أسباب مشكلات الشباب في العالم العربي متمثل في الأتي:

- التناقض بين القيم والمجتمع، أي بين ما يجب أن يكون وبين الممارسة الفعلية.
- افتقاد الهوية الذاتية، وسبب ذلك البعد عن الثقافة الأمة وتراثها وتقاليدها وعقيدتها.
- مشكلة الجنس وصعوبة تكيف الشباب في هذه المشكلة و ثم وجود التربية الجنسية الصحيحة، وترجع هذه المشكلة إلى: الغزو المرتبط بالاحتلال، والمفاهيم المغلوطة عن الجنس ووظيفته في الحياة، والمثيرات الخارجية والعقبات التي توضع أمام الشباب في الزواج المبكر، والفراغ الفكري والعقلي والعاطفي، وتوفر أسباب الانحراف لدى الشباب وأخيرا عجز المنتديات الشباب عن أداء دورها.
- ضعف التعليم والثقافة والتخلف العلمي.
- ومن ناحية أخرى تعتبر المخدرات من المشكلات الخطيرة نظرا لارتباطها بالشباب ومن ثم الآثار السلبية الاقتصادية والاجتماعية والنفسية والصحية عليهم.(51)

## 6- الترفيحية:

يشكو معظم الشباب من أنهم لا يشتركون في النشاط غير الدراسي ولا يجدون عملا مسيرا في عطلة، وأن أخطر القيود في هذا الصدد هي تلك التي تفرضها الأسر على علاقات بناتها مع الجنس الآخر، وحتى أولئك الذين تتاح لهم بعض فرص النشاط الترويحي والاجتماعي، سيكون من إحساس بعدم الكفاءة في ممارسة مثل هذه النشاطات مما يعوق ارتقاءهم النفسي الاجتماعي، وتوتر علاقاتهم برفاق السن، فضلا أن بعض القيود التي تفرض عليهم في هذا المجال تؤدي إلى نقص تقدير الذات وعدم الثقة بالنفس.(52)

### 2.4.1.4.2. مقترحات لحل مشاكل الشباب:

لحل بعض المشاكل التي يتعرض لها الشباب لابد من:

- 1- الإنصات إلى الشباب: يعني ذلك إتاحة الفرصة للشباب للتعبير عن نفسه، والحديث مع الشاب ومنه يجب أن يكون التواصل مع الشاب بأسلوب الحوار والتبادل و عدم تحديد حرية الشاب في التعبير بأي من المحدّات الاجتماعية التقليدية كصغر السن، وعدم الخبرة والدراية.
- الإنصات إلى الشاب والاستمتاع إلى احتياجاته، والعمل على تلبيةها قدر الإمكان، والتعامل معه بالعقلانية والإقناع، عوضًا عن الجدل العقيم والأمر والنهي.(53)
- 2- أندية الحوار الجامعية: إن فكرة الأندية جيّدة وبناءة إلا أنها تفنقر إلى عدة من العناصر التي من شأنها تفعيل دورها وتنميّة إلى الحد المرغوب فيه، حيث تقتصر الأندية على عدد قليل من

الجامعات والمعاهد، ولا بدّ من تعميمها على مؤسسات التعليم العالي كافة، كما تحتاج هذه المنتديات إلى ترويج داخل المجتمع الجامعي وخارجه لزيادة الاهتمام بأنشطتها.(54)



ولابد من تعميم فكرة أندية الحوار الجامعية على مؤسسات التعليم العالي، وإعطاء هذه الأندية الشخصية الحقيقية والاعتراف بها من قبل الهيئات الجامعية، والعمل على تكثيف التغطية الإعلامية لأنشطة هذه الأندية مما سيعزز الروح التنافسية بين الأندية المختلفة.

**3- الحد من هجرة العقول الشابة:** لحل هذه الإشكالية لابد من تحفيز الشباب المبدعين على البقاء والعمل في وطنهم، بخلق حاضنات علمية ملحقه بالجامعات ومؤسسات البحث العلمي، وإنشاء مشاريع علمية تتوافر فيها الظروف والإمكانات وابتكاراتهم ويمكن أن يكون ذلك بتبني فكرة إنشاء جامعة العباقرة العرب، على أن تكون مشروعاً غريباً لذوي الطاقات الإبداعية المتميزة.<sup>(55)</sup>

**4- خلق صورة مشرفة للشباب العربي في وسائل الإعلام الغربية والعربية،** عبر تكثيف البرامج الحوارية الشبابية والبرامج التوعوية حول حقيقة الشباب العربي وطموحاتهم، وبث تلك البرامج عبر الفضائيات العربية والغربية باستئجار.

- لابد من تنمية شخصية هؤلاء الشباب تنمية حقيقية وشاملة، من خلال تنمية الهوية الوطنية والقومية للشباب العرب و ذلك بتركيز على تنمية اللغة العربية لدى الشباب، لأن اللغة هي أهم أركان الهوية والشخصية الوطنية.<sup>(56)</sup>

- اتفاق العاملين في أجهزة الإعلام على وضع ميثاق إعلامي يلتزمون به كدستور أخلاقي في كل ما يقدم للشباب، وأن تلتزم المؤسسات الإعلامية عند تطويرها لسياسات والبرامج والخطط الإعلامية الموجهة للوقاية من تعاطي المخدرات بالمنهجية والإدمان عليه.

- إنشاء إدارات للأبحاث والتدريب يعهد إليها بتدريب العاملين في المجال الإعلامي، وتوفير المادة العلمية للرسالة الإعلامية، وتقييم ما يقدم من أعمال وربط هذه الإدارات بالمراكز العلمية والجامعات في القطر العربي والعالم أجمع، وتزويد بالربط الإلكتروني.<sup>(57)</sup>

## 2.4.2. الحتمية القيمية في الإعلام:

تعتبر هذه النظرية أن القيمة هي الأساس في فهم وسائل الإعلام ومضامينها وتأثيراتها، وتعتبر " أن وسائل الإعلام تولد السالب والموجب وفق درجة الارتباط بالقيمة، وتتضمن النظرية العديد من المفاهيم المستحدثة كالخيال والوضع، وفعل السمع والبصر، و المخيال الإعلامي والمرئي وسلم الحقائق". (58)

### 1.2.4.2. نظرية الحتمية القيمية في الإعلام وإسهامات الباحثين في تطويرها

#### 1.1.2.4.2. الحتمية القيمية في الإعلام: التسمية والتطور:

##### 1.1.1.2.4.2. تسمية الحتمية القيمية في الإعلام:

تعود إلى إسهامات الدكتور "نصير بوعلي" الذي ذكرها في مؤلفه الإعلام والقيم بقوله " ويبدو أن هذه النظرية، الحتمية القيمية في الإعلام، أو كما سماها الدكتور "عزي" بالحتمية النظرية القيمية، لم تأتي إلى الوجود إلا بعد أن استكملت الشروط". (59)

### 2.1.1.2.4.2. بروز نظرية الحتمية القيمية في الإعلام وتطورها:

يشمل تعبير " الحتمية القيمية في الإعلام" على ثلاثة مصطلحات، وهي : الحتمية، القيم، الإعلام، فنقصد بـ:

- **الحتمية:** "اعتبار متغير واحد أنه المحرك الأساسي في تفسير أو فهم أي ظاهرة، والمتغير الرئيس في هذه النظرية القيمة، وتعتبر هذه النظرية أن المتغيرات الأخرى مثل الفعل الاجتماعي والاقتصادي والتاريخي، مكملة أي تابعة، وهو ما يميز النظرية عن الحتميات الأخرى مثل الحتمية التقنية الإعلامية التي تعتبر الوسيلة هي الرسالة (ماكلوهان)". (60)

أما الظاهرة فتخص الإعلام والاتصال، ويعني ذلك أن أي عنصر أو ظاهرة إعلامية يفسر من حيث قربه أو بعده من القيمة، أما القيمية فيقصد بها الارتقاء، أي ما يسمو في المعنى. (61)

- **القيمية:** يقصد بالقيمة " الارتقاء، أي ما يسمو في المعنى، والقيمة معنوية وقد يسعى الإنسان إلى تجسيدها عمليا، كلما ارتفع بفعله وعقله إلى منزلة أعلى، وتعني القيمة حسب " عزي" هي ما يعلو عن الشيء ويرتبط بالمعاني الكامنة في الدين". (62)

ويؤكد على أن " القيمة معنى مجرد ولكن يسعى الإنسان إلى تجسيده جزئيا ما استطاع إليه سبيلا، أما الصورة فشيء مجسد، والمجرد أولى وأرقى من المجسد ولو قلنا أنك تسعين التميز بالإبداع،

فيكون الإبداع (من بديع السماوات والأرض) قيمة مجردة جاذبة باستمرار ولكن متى اعتقدت أنك أصبحت مبدعة (المجسد) قلت من قيمة الإبداع الذي لم يعد مجردا وجاذبا". (63)

- الإعلام: رسالة الإعلام بوسائله التقليدية والجديدة (الإنترنت، الإعلام الاجتماعي)، حيث يرى أن الثقافة لها الأولوية على وسائل الإعلام، لأن الثقافة تستوعب وسائل الإعلام بينما تشمل وسائل الإعلام جزءا محدودا من الثقافة". (64)

إن تأسيس النظرية يعود إلى بداية الثمانينيات في كتابات الدكتور "عبد الرحمن عزي"، وبرزت أيضا في المحاضرة بعنوان "الإعلام الإسلامي: تعثر الرسالة في عصر الوسيلة"، التي ألقاها في الملتقى العلمي الثالث والعشرون للفكر الإسلامي بالجزائر، سنة 1989، ونشرت تلك المحاضرة في مجلة حوليات جامعة الجزائر سنة 1990، ثم بدأ يتوجه إلى طرح النظرية بشكل متكامل في دراسته "الثقافة وحتمية الاتصال: نظرة قيمة" والتي قدمت في محاضرة بمعهد علوم الإعلام والاتصال بالجزائر، في 1 أكتوبر 1993، التي نشرت في مجلة المستقبل العربي". (65)

انبثقت النظرية من "أصول معرفية (ابستمولوجية) معينة تحكم القبضة على أسس النظرية وأهدافها، لكن هذا الارتباط لا يتم دائما بشكل مباشر، وأحيانا يكون "مخفيا" حتى عن صاحب النظرية لاعتبارات التاريخ أو "جو المرحلة" والسياق الاجتماعي والتنشئة القيمة". (66)

بدأت نظرية الحتمية القيمة تتطور بفضل انتشارها في مجال الإعلام وانتهاجها كنظرية في دراسة إحدى الظواهر الإعلامية والاتصالية، كما ساهم "الدكتور "نصير بوعلي" بالدور الأساس في انتشار النظرية نظرا لإمكاناته المعرفية والتواصلية الواسعة والبيئة الأكاديمية النسبية في جامعة الأمير عبد القادر قسنطينة، حيث تناغمت تقديمات الحتمية القيمة مع برامج تلك الجامعة".

بعد ذلك نشر الدكتور عبد الرحمن عزي كتاب حول "نظرية الواجب الأخلاقي" التي جاءت لتدعم نظرية الحتمية القيمة في الإعلام، مما جعل بعض الباحثين خاصة المناصرين للحتمية القيمة يتحدثون عن "البراديجم القيمي للبروفسور عزي"، أي أن النظريتين التي تم طرحهما، والتي عنيت واحدة بنظرية الواجب الأخلاقي، ونظرية الشخصية.

- نظرية الواجب الأخلاقي في الممارسة الإعلامية: تعد "نظرية جزئية ضمن نظرية الحتمية القيمة في الإعلام و انبثقت من دراسة التراث القيمي والفلسفات الأخلاقية الغربية وواقع الممارسة الإعلامية محليا وإقليميا و عالميا، وهي بذلك تتخذ طابعا إنسانيا يمتد في الزمان و المكان، و تدخل نظرية الواجب الأخلاقي في الممارسة الإعلامية في إطار مبدأ (ما ينبغي أن يكون) انطلاقا من القيمة و كذلك إسهامات الفلسفات الأخلاقية العقلانية القائمة على المبادئ، وهي نظرية معيارية و تمثل نقلة نوعية من المسؤولية الأخلاقية في الممارسة الإعلامية في الحالة المعاصرة".

و تمس هذه النظرية كلا من الجانب الأكاديمي إذ تعد فرعا من التنظير الأخلاقي الفلسفي و الديني و الجانب المهني المتمثل في المرجعية الأخلاقية التي يمكن أن تنير و توجه الممارس و المؤسسة الإعلامية في عملية اتخاذ القرارات الخاصة بالتغطية الإعلامية في المضمون و الأداء".

كما تطرق إلى عنصر أخلاق الواجبات المطلقة و الطبيعة الإنسانية و أخلاق المسؤولية الاجتماعية، وتعد هذه النظرية أداة و مرجعا في موثيق الشرف وفي اتخاذ القرارات الأخلاقية في الممارسة الإعلامية، و يعني الواجب الأخلاقي في المطلق " أن مسؤولية الإعلامي و المؤسسة الإعلامية أخلاقية بالدرجة الأولى، وتأتي الاعتبارات الأخرى مثل العقلانية و الاجتماعية و المنفعة بمستويات مختلفة عندما لا تتعارض مع المسؤولية الأخلاقية الأولى، ومفهوم الإلزام الايجابي عند دراز من روافد النظرية، والتي جمعت بين البعدين العقلاني و الروحي و تسعى إلى ربط الممارسة بالوعي الأخلاقي الفردي و المرجعية القيمية". (67)

تقوم نظرية الواجب الأخلاقي على مجموعة من المبادئ الأساسية هي: (68)

- المبدأ الأول: منع الضرر على الآخرين: أن يمتنع الممارس و المؤسسة الإعلامية عن إحداث الضرر بالآخر بحكم أن هذا المبدأ يمثل أعلى مستويات القيمة الأخلاقية، ويشمل ذلك عدم القذف و السب و الشتم و التعدي على الخصوصية الفردية و السرقة الأدبية و الإهانة إلى كرامة الإنسان.

- المبدأ الثاني: إضفاء قيم إضافية على الآخر: ويدخل في مهام الإعلام من حيث الإسهام في ترقية المجتمع إعلاميا و حضاريا، و يعني ذلك أن تكون الرسالة أخلاقية بأبعادها المعلوماتية و المعرفية و الثقافية و الاجتماعية و الاقتصادية، فتكون القيمة محركا أساسيا و فروع الحياة المختلفة و المتنوعة تجسيدا لها بحيث يخرج المتلقي من التجربة أرقى و أكثر قدرة على التأثير ايجابيا على محيطه.

- المبدأ الثالث: تقديم العون للمتضرر و المحتاج: الإنصات إلى أصوات " المتضرر و المظلوم و المحتاج و المنكوب " في أوقات السلم و الحروب بوصف ذلك مسؤولية إعلامية أخلاقية بالدرجة الأولى، و يمكن أن يتجسد هذا المبدأ في العديد من القوالب الإعلامية من تغطية و تحقيق و استقصاء و تقرير ورأي.

- المبدأ الرابع: ممارسة النقد البناء بالتي هي أحسن: إن النقد عندما يكون بناء و لا يتضمن هدا لآخر يعد مسؤولية أخلاقية في الممارسة الإعلامية ذلك أنه يساهم في التعرف على أوجه القصور و الإغفال و التجاوز في مجالات الحياة المتعددة، وتكون طريقة النقد في هذا الطرح أهم من النقد ذاته على اعتبار أن الهدف هو الإصلاح دون التضحية بالآخر، أي أن يخرج كاسبا من هذه العملية الإعلامية الأخلاقية الهادفة كلما كان ذلك ممكنا.

وعرج البروفسور عزري على قيم الممارسة الإعلامية في نظرية الواجب الأخلاقي، والتي تمثلت في قيم الإيمان و البحث عن الحقيقة، الاتزان، الصدق، الاستقلالية، المحاسبة، ثم طرح مجموعة من الأسئلة الأخلاقية في نظرية الواجب الأخلاقي. (69)

#### 2.2.4.2. إسهامات الباحثين في النظرية:

ظهر جيل متميز من الباحثين الذين قدموا إسهامات نيرة في سياق النظرية، وقد ظهوروا على يد " نصير بوعلي"، الذي ظهر له كتاب " الإعلام والقيم: قراءة في نظرية المفكر الجزائري عبد الرحمن عزي" في سنة 2005، إضافة إلى إسهامات أ.د. عبد الله بوخلخال، مدير جامعة الأمير عبد القادر ، و أ.د. عبد الله بوجلال، نائب مدير الجامعة الذي نظم ندوة وطنية أولى حول النظرية، وقد ظهرت دراسات ميدانية من رؤى النظرية، نذكر منها:

- د. السعيد بومعيزة، أثر وسائل الإعلام على القيم والسلوكيات لدى الشباب: دراسة استطلاعية بمنطقة البليدة. (70)

- نور الدين لبجيري، الإشهار في يومية الخبر الجزائرية: دراسة تحليلية من منظور قيمي.

### 3.2.4.2. التعريف بصاحب نظرية الحتمية القيمية ونتاجاته:

#### 1.3.2.4.2. التعريف بمنظر نظرية الحتمية القيمية:

"مفكر جزائري، من مواليد 1954، ببني ورتلان، ولاية سطيف" (71)، تجاوزت "خبرته في التدريس والبحث والإشراف 30 سنة، ونشرت له في مجلات متخصصة في مجال الإعلام والاتصال أكثر من 50 دراسة باللغتين العربية والانجليزية". (72)

حمل الأستاذ عزي عبد الرحمن " شهادة الليسانس في الصحافة من جامعة الجزائر سنة 1977 ، وشهادة الماجستير في الصحافة سنة 1980، وشهادة الدكتوراه في سوسولوجية الإعلام من جامعة (North Texas State University)، عمل كمدرس لمدة 3 سنوات في ( North Texas State University) حيث حظي بتقدير التدريس بامتياز، ثم كأستاذ لمدة 11 سنة بمعهد علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر ثم كأستاذ لمدة 3 سنوات بقسم الاتصال بالجامعة العالمية الإسلامية ماليزيا ثم أستاذ لمدة 4 سنوات بقسم الإعلام جامعة الملك سعود بالرياض ثم أستاذ بجامعة الإمارات بالعين، ثم أستاذ لمدة 3 سنوات بجامعة الشارقة" منذ 2006 إلى يومنا هذا. (73)

شغل الأستاذ خلال المدة "عدة مناصب علمية، منها رئيس المجلس العلمي لمعهد علوم الإعلام والاتصال بجامعة الجزائر، رئيس تحرير المجلات الأكاديمية التالية: المجلة الجزائرية للاتصال، حوليات جامعة الجزائر وبحوث، نائب رئيس جامعة الجزائر للدراسات العليا والبحث العلمي، رئيس قسم الاتصال بالجامعة العالمية الإسلامية الماليزية، ورئيس قسم الاتصال الجماهيري بجامعة الإمارات العربية المتحدة". (74)

#### 2.3.2.4.2. أشهر نتاجات "عزي عبد الرحمن"، وهي :

- عبد الرحمن عزي، وآخرون، عالم الاتصال، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، 1992.
- وسائل الاتصال وأثرها في المجتمع العربي المعاصر، تونس، منظمة الألكسو، 1992.
- الثقافة والمثقف في الوطن العربي، بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية، 1992.
- عبد الرحمن عزي، دراسات إعلامية، مركز الطباعة لجامعة الجزائر، 1993.
- علم الاجتماع ومستقبل الإنسان العربي، مصر، جامعة الإسكندرية، 1993.
- عبد الرحمن عزي، وآخرون، فضاء الإعلام، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، 1994.
- الحق في الاتصال ومفاهيم الديمقراطية وحرية التعبير، تونس، منظمة الألكسو، 1994.
- "الفكر الاجتماعي المعاصر و الظاهرة الإعلامية الاتصالية: بعض الأبعاد الحضارية"، من إصدار دار الأمة، 1995.
- أعلام الصحافة في العالم العربي، تونس، منظمة الألكسو، 1995.

- Abderrahmane Azzi, Developoment : Ethical Competence in the information age , islamic research institute, 1999 .

- "دراسات في نظرية الاتصال: نحو فكر إعلامي متميز"، من إصدار مركز دراسات الوحدة العربية ، 2003. (75)

- عبد الرحمن عزي، وآخرون، العرب والإعلام الفضائي، مركز دراسات الوحدة العربية، 2003.

- Abderrahmane Azzi ,and others, Mass media in the Muslim world, Malaysia , 2004.

- الإنترنت والشباب، جامعة الشارقة، 2005.

- "الإعلام و تفكك البنيات القيمية في المنطقة العربية: قراءة معرفية في الرواسب الثقافية، تونس، الدار المتوسطة للنشر، 2009.

- عبد الرحمن عزي ، السعيد بومعيزة ، الإعلام والمجتمع رؤية سوسولوجية مع تطبيقات على المنطقة العربية والإسلامية، ط1، الجزائر دار الورسم للنشر والتوزيع، 2010.

- حوارات أكاديمية حول نظرية الحتمية في الإعلام، الجزائر، دار الورسم، 2010.

- عبد الرحمن عزي، علم الاجتماع الإعلامي، تونس، الدار المتوسطة، 2010.

- عبد الرحمن عزي، المصطلحات الحديثة في الإعلام والاتصال، تونس، الدار المتوسطة، 2011.

- "حفريات في الفكر الإعلامي القيمي: مالك بن نبي، النورسي، الورثيلاني، و صن تسو"، من إصدار الدار المتوسطة للنشر، 2011.

- عبد الرحمن عزي، قوانين الإعلام و الإعلام الاجتماعي: قراءة معرفية في النظام الأخلاقي، تونس ، الدار المتوسطة، 2013. (76)

- منهجية الحتمية القيمية في الإعلام ومقياس ( ع . س . ن ) للإعلام والقيم، الدار المتوسطة للنشر، تونس، الطبعة الأولى، 2013 . (77)

- عبد الرحمن عزي، دعوة إلى فهم: الجواب الكافي حول نظرية الحتمية القيمية في الإعلام، ط1 ، تونس، الدار المتوسطة للنشر، 2016. (78)

- د. عبد الرحمن عزي : نظرية الواجب الأخلاقي في الممارسة الإعلامية، 2016:

يتضمن ثلاثة محاور: الأول: ويقدم الخلفية الفلسفية لنظرية الواجب الأخلاقي، الثاني: ويخص التصنيف المعرفي للمجال الأخلاقي في الإعلام، والثالث: ويتناول نظرية الواجب الأخلاقي في الممارسة الإعلامية: نظرة قيمية، ويتضمن الكتاب أيضا تعليقا للأستاذ كريستنز كليفورد و ترجمة لميثاق الشرف الإعلامي بجمعية الصحفيين المحترفين بأمريكا. (79)

- المقالات والدراسات:

- 1 - " تعثر الرسالة في عصر الوسيلة " ، ملتقى الفكر الإسلامي الثالث والعشرون، تبسة ، 28 أوت ، 1989.
- 2 - " الرأي العام والعصبية والشورى "، المجلة الجزائرية للاتصال عدد 5، 1991.
- 3 - " وسائل الاتصال والمجتمع الريفي في العالم العربي: أزمة المنطلق وتمدن الرسالة "، عدد 6، 1992 .
- 4- عبد الرحمن عزي، اللغة والاتصال، الموسوعة العربية للمعرفة، بيروت، المنظمة العربية للترجمة، 2006.
- 5 - القيمة والإعلام والبنية البيولوجية للعقل والتفكير، مجلة المعيار، عدد 16 ، جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية، قسنطينة، جوان 2008.
- 6- " التواصل القيمي في الرحلة الورثيانية " ، ط1، الجزائر، دار كنوز الحكمة، 2011.
- د. عبد الرحمن عزي، محاضرة عن القيمة في البيئة الإعلامية الجديدة على طلبة الإعلام بجامعة إيست كاليفورنيا.



**2.2.4.2. مصادر النظرية القيمية في الإعلام و أهم الركائز و المفاهيم:**

**1.2.2.4.2. مصادر الحتمية القيمية ومفاتيح قراءتها:**

**1.1.2.2.4.2. مصادر الحتمية القيمية الإعلامية:**

اعتمد الدكتور "عبد الرحمن عزي" على مجموعة من المصادر التي ساعدته على إظهار نظرية الحتمية القيمية الخاصة به إلى الوجود، نذكر منها:

1- النص القرآني والنبوي.

2- نصوص التجديد في التراث: الغزالي وابن القيم والنورسي.

مثال: عبد الرحمن عزي، "أخلاقيات إعلامية في الرؤية النورسية النورانية".

3- الخلفية الاجتماعية: ابن خلدون:

فكتب عبد الرحمن عزي مقال عن "المدارس الاجتماعية في القرن العشرين وتأملات حول المنظار الخلدوني"، وكذلك كتب "الرأي العام والعصبية والشورى: دراسة نقدية".

4- الخلفية الحضارية: مالك بن نبي:

حيث كتب الدكتور عزي مقال بعنوان "الإعلام في فكر مالك بن نبي".

5- الخلفية الغربية: أدوات النظريات الاجتماعية الغربية: الظاهراتية، التفاعلية الرمزية، البنيوية، النقدية: ونذكر مقالاته عن "الفكر الاجتماعي المعاصر والظاهرة الإعلامية الاتصالية: بعض الأبعاد الحضارية"، إضافة إلى :

"Phenomenological Sociology : On Wagner's Reflections on Schutz".<sup>(80)</sup>

**2.1.2.2.4.2. مفاتيح قراءة الحتمية القيمية:**

قدم في إحدى دراسات " نصير بوعلي" مفاتيح لقراءة النظرية وفهمها، وتتمثل هذه المفاتيح استنادا إلى المقاربة البنيوية في:

- إن نظرية الحتمية القيمية في الإعلام كبنية تتضمن عناصر البناء التالية:

أ- علوم الإعلام والاتصال كمادة خام.

ب- الفكر الاجتماعي المعاصر في القرن العشرين كمادة مستوردة.

ج- التراث العربي الإسلامي على سبيل الاجتهاد وليس النقل كمادة محلية.

د- القرآن الكريم بمثابة الاسمنت الذي يمسك النظرية بإحكام.

- أسبقية النظرية ككل على الأجزاء: فنظرية الحتمية القيمية في الإعلام هي ذلك الكل المركب من

دراسات وأبحاث نظرية عبد الرحمن عزي، ويستحيل فهمها ما لم يكن هناك إلمام بعدد معتبر

من دراساته التي تزيد عن خمسين دراسة تنطلق كلها تقريبا من إشكالية واحدة هي كيفية فهم الظاهرة الاتصالية والإعلامية فهما قيما وحضاريا. (81)

- أسبقية العلاقة على الأجزاء أو القيمة المحددة لها: تتضح هذه النظرية أكثر عند إمعاننا النظر في العلاقة التي تحكم دراسات عزي عبد الرحمن، لأن ذلك سيقود إلى التغلغل في الدواخل وتوليد المعاني العميقة للنظرية، وتعتبر القيمة هي الحلقة أو العلاقة بنيويا التي تمسك أبحاث المفكر وتجعلها مساقط لا تتحرك إلا ضمن دائرة النظرية.

- إن عناصر نظرية الحتمية القيمية لا تحمل أي معنى إلا في إطار السياق العام: أي يجب استحضار العوامل الاجتماعية والثقافية والحضارية والتاريخية التي ساعدت على تبلور هذه النظرية. (82)

#### 2.1.2.2.4.2. افتراضات النظرية القيمية في الإعلام و أهم ركائزها:

#### 1.2.1.2.2.4.2. افتراضات النظرية القيمية في الإعلام:

تنطلق النظرية من افتراض أساس يعتبر الإعلام رسالة وأهم معيار في تقييم الرسالة هو القيمة التي تنبع أساسا من المعتقد، ولذلك فإن تأثير وسائل الإعلام يكون إيجابيا إذا كانت محتوياتها وثيقة الصلة بالقيم ، وكلما كانت الوثائق أشد كان التأثير إيجابيا، وبالمقابل، يكون التأثير سلبيا إذا كانت المحتويات لا تتقيد بأية قيمة أو تتناقض مع القيمة، وكلما كان الابتعاد عن القيمة أكبر كان التأثير السلبي أكثر. (83)

ويعتبر مفهوم السالب والموجب من بين المفاهيم الجديدة التي قدمها عبد الرحمن عزي بالإضافة إلى المخيال الإعلامي (في مقابل الرأي العام)، والزمن الإعلامي، والرأس مال الإعلامي الرمزي ، والوضع و الخيال "والتمعقل" (من استخدام العقل) وفعل السمع والبصر، والبنية القيمية وغيرها (84) ، وهي بمثابة مباحث فرعية يرتكز عليها النسق الكلي وهو النظرية.

#### 2.2.1.2.2.4.2. أهم ركائز النظرية القيمية: من أهم الركائز، هي:

- أن يكون الاتصال نابعا ومنبثقا من الأبعاد الثقافية الحضارية التي ينتمي إليها المجتمع.
- أن يكون الاتصال تكامليا، فيتضمن الاتصال السمعي البصري، والمكتوب والشفوي الشخصي، مع التركيز على المكتوب لأنه من أسس قيام الحضارات.
- أن يكون الاتصال قائما على مشاركة واعية من طرف الجمهور المستقبل لا أن يكون أحاديا متسلطا. (85)
- أن يكون الاتصال دائما حاملا للقيم الثقافية والروحية التي تدفع الإنسان والمجتمع إلى الارتقاء والسمو. (86)

#### 3.1.2.2.4.2 مفاهيم نظرية الحتمية القيمة:

**1.3.1.2.2.4.2 الإبلاغ:** يقصد به "فعل توصيل القيمة إلى المتلقي إما عن طريق المشافهة أو الوسيلة، والمفهوم "مشحون" بالمضمون إذ يشتق من مصدر البلاغ، أي الرسالة وأسمائها البلاغ المبين، أي الرسالة السماوية، في قوله تعالى " وما علينا إلا البلاغ المبين"(يس، 17).

ويختلف المصطلح في الإعلام حيث يحيل الإبلاغ إلى القيمة أو إلى الواقع انطلاقاً من القيمة بينما يتعلق الاتصال بعملية تواصلية إنسانية عادية، ويخص الإعلام نقل الحدث وفق نظرة المرسل أو المؤسسة الإعلامية، فالإبلاغ ينتمي إلى عالم القيمة ويستوعب الاتصال والإعلام". (87)

**2.3.1.2.2.4.2 الرأسمال المادي:** ( أي المال ذاته): يمثل "البنية الاقتصادية التي يقوم عليها الرأسمال الرمزي، ويكون شرطاً "ضرورياً" في تأسيسه لما تتطلبه وسائل الإعلام الحديثة من إمكانات تقنية وبشرية ضخمة، وقد يتحول الرأسمال إلى محرك "مادي" آخر حين تسعى هذه الوسائل إلى استقطاب المعلنين وتوسيع الرأسمال الاقتصادي الداعم الأساسي في جل هذه القنوات التي يصعب عليها الاستقلال عن مصادر هذا التمويل، وبمعنى آخر، فهي قائمة حتى وإن كانت ليست مربحة تجارياً بالمعنى يكمن سر وجودها واستمرارها في تمتين النظام الاقتصادي والسياسي وتسويق صورة موجبة عن طبيعته وأهدافه".

وينتمي الرأسمال المادي إلى مجال النفوذ، أي السلطة، وبحكم ارتباطه بالمجال السياسي، فإن نفوذه يصبح عملية بنوية تمتد إلى عدة مجالات تنفيذية وتشريعية وقانونية، ويوجد الرأسمال المادي أكثر في المناطق العربية الثرية، أي البلدان الخليجية، ويتصف الرأسمال المادي بفك الارتباط بين الرأسمال المادي والقيمة، أي ينظر إلى الرأسمال المادي على أنه رأسمال وليس أداة تعكس القيمة، ويكون هذا الأمر الأساسي في توجه هذا الرأسمال إلى الاستثمار في القنوات الترفيهية والتي أصبحت تسمى باللهجة العامية القنوات الهابطة". (88)

**3.3.1.2.2.4.2 الرحلة:** " فن يدون خبرة تنقل شخصية ثقافية عبر الثقافات المتنوعة بحثاً على القيمة في الحياة والكون من مثل الرحلات إلى مكة المكرمة، ويعتبر "عزي" أن الرحلة بمفهوم المجازي بداية الفنون الصحفية بالمفهوم المعاصر".

**4.3.1.2.2.4.2 الزمن الإعلامي:** يقصد به " الزمن الذي تفرضه وسائل الإعلام إن في المضمون أو الشكل على المتلقي، ويشمل ذلك الوتيرة التي تحدث عنها ابن "خلدون"، أي المدى الزمني الذي يتخذه تعاقب الأحداث بالبطء أو السرعة النسبية أو الفائقة". (89)

ويعتبر الزمن الإعلامي " المجال الوقتي المرتبط بوتيرة ومضمون محتويات وسائل الإعلام والاتصال ، فحركية وسائل الإعلام، في ديمومتها، حركية زمنية، أي أن استعمال وسائل الإعلام في نهاية المطاف هو استعمال للوقت بشكل رمزي". (90)

**5.3.1.2.2.4.2. المخيال الإعلامي:** هو " حالة تتضمن المشاعر النفسية الاجتماعية، التي يتكون بفعل ما يتعرض له الجمهور (العربي الإسلامي عامة) من محتويات وسائل الاتصال من جهة، وبفعل ما يحمله هذا الجمهور من مخزون تراثي وأسطوري من جهة أخرى". (91)

وهو "حالة ذهنية شعورية وغير شعورية تمتزج فيها العادات والأساطير والنتائج الاجتماعي لحظة التعرض إلى صور رمزية من بيانات مختلفة تعرضها على المشاهد وسائل الإعلام المعاصرة، وهذا المخيال دائم التكوين والتغير وهو أقرب إلى ما يشهده جمهور وسائل الإعلام في المنطقة، وما يحمل ذلك من تناقضات بنوية بين المحلي والعالمي والديني والدنيوي والأخلاقي وغير الأخلاقي، والمجرد والمجسد". (92)

**6.3.1.2.2.4.2. الزمن الاجتماعي:** يقصد به " المعاش في واقع الحياة"، أي ما يعيشه الأفراد من ظروف وأحداث وما شابه ذلك في حياتهم اليومية.

**7.3.1.2.2.4.2. الزمن القيمي:** " يخص المجال القيمي المرتبط بعقيدة المجتمع، وما تشهده المنطقة العربية الإسلامية المعاصر تفكك الأزمنة لفقدان الترابط، إضافة إلى تحول الزمن القيمي إلى زمن ديني أكثر ما يكون مرتبط بجانب الطقوس العبادات في الوقت وتكون منظومة القيمية فيه شبه معطلة، وإذا غابت القيمة بوصفها الرابط الأساس في العلاقات الاجتماعية تحولت هذه الأخيرة إلى بيئة طارة، ومن الزمن القيمي حين يمتد إلى الأزمنة الأخرى يكون صالح لها ويمثل بذلك مدخل للبيئة الحضارية". (93)

**8.3.1.2.2.4.2. الرأسمال القيمي:** يتعلق بقيم المجتمع ومعانيه الثقافية، التي تشكل هويته وانتماءه إلى بيئة حضارية ذات أبعاد إنسانية عالمية، وينتمي الرأسمال القيمي إلى مجال التدافع، الذي يتضمن الحراك الاجتماعي التاريخي في العلاقة القيمية والتضاد بين الخير والشر، إن على مستوى القول (الرمزي) أو الفعل (السلوك)، والرأسمال القيمي هو المرجع في أداء كل من الرأسمال المادي والرأسمال الرمزي، فالترابط بين العناصر الثلاثة المكونة للرأسمال أساس البناء الحضاري. (94)

**9.3.1.2.2.4.2. المكان الرمزي:** يعنى به " المكان الذي تؤسسه وسائل الإعلام في المخيال الاجتماعي من خلال الصورة المصنعة والإعلان والمضامين المرئية المسموعة الأخرى، ويعمل

المكان الرمزي على فك ارتباط الفرد في المنطقة العربية الإسلامية بالقيمة في التعامل مع البيئة الفيزيولوجية وما تحمله من دلائل في المعنى والإرث التاريخي".

**10.3.1.2.2.4.2. عنف اللسان والإعلام:** يشير إلى " خروج فعل الكلام على مستوى الاتصال الشخصي ومضامين وسائل الإعلام عن البنية القيمية في اللغة، وتأخذ البنية التركيبية أو النحوية رغم ارتباط العملتين في الأصل".<sup>(95)</sup>

**11.3.1.2.2.4.2. الرأسمال الرمزي:** يتعلق بالإعلام، وبالفضائيات على وجه التحديد، لرمزيتها (أي حديث عن الواقع) ونفوذها، وهو فضاء واسع برموزه، وتتداخل فيها الكثير من المصالح والاعتبارات، ويصعب تثبيت من دون البناء المستمر والمعاودة، كما إنه عرضة للتشويش الدلالي والدعائي مما يجعله أكثر أنواع الرأسمال جدلية وحساسية، ويستمد قوته من رمزيته، ومن قدرته على النفوذ إلى عقول الأفراد وبنيتهم الذهنية والثقافية من جهة أخرى.<sup>(96)</sup>

**12.3.1.2.2.4.2. السكة القيمية الإعلامية:** "يعود السكة كالمفهوم إلى بديع الزمان النورسي، ويقصد بالسكة القيمية الإعلامية النظر إلى مضامين الإعلام من خلال معيار ما إذا كانت تقترب أو تبتعد عن السكة القيمية".

**13.3.1.2.2.4.2. الأخلاقيات القيمية الإعلامية:** يرى "عبد الرحمن عزي" أن الرسول صلى الله عليه وسلم هو المرجع في استنباط أخلاقيات المرسل، و"تمثلت الأخلاقيات في السمات القيمية التالية: الإيمان، البحث عن الحقيقة، الاتزان، الصدق، الاستقلالية، المحاسبة".

**14.3.1.2.2.4.2. القابلية الإعلامية للتبعية:** أخذ مصطلح القابلية من "مالك بن نبي"، ويعنى بالقابلية الإعلامية التبعية " أن أزمة الإعلام في المنطقة العربية والإسلامية داخلية مما وفر الأرضية للمنتج الإعلامي الغربي".

**15.3.1.2.2.4.2. معادلة الإنسان-التراب-الزمن-الإعلام:** والتي تعود إلى معادلة مالك بن نبي (الإنسان والتراب والزمن) وهو أساس تركيب الحضارة، ويعنى بمعادلة الإنسان والتراب والزمن والإعلام" الذي ينتمي إلى مجال القيمة، وعندما يكون الإعلام فاعلا يسهم في تأسيس ذلك التركيب، وعندما ينعدم حضور الطاقة الفاعلة للإعلام يتم تفتيت التركيب، ومن تأسيسه يستجوب حضور تلك الطاقة للإعلام".<sup>(97)</sup>

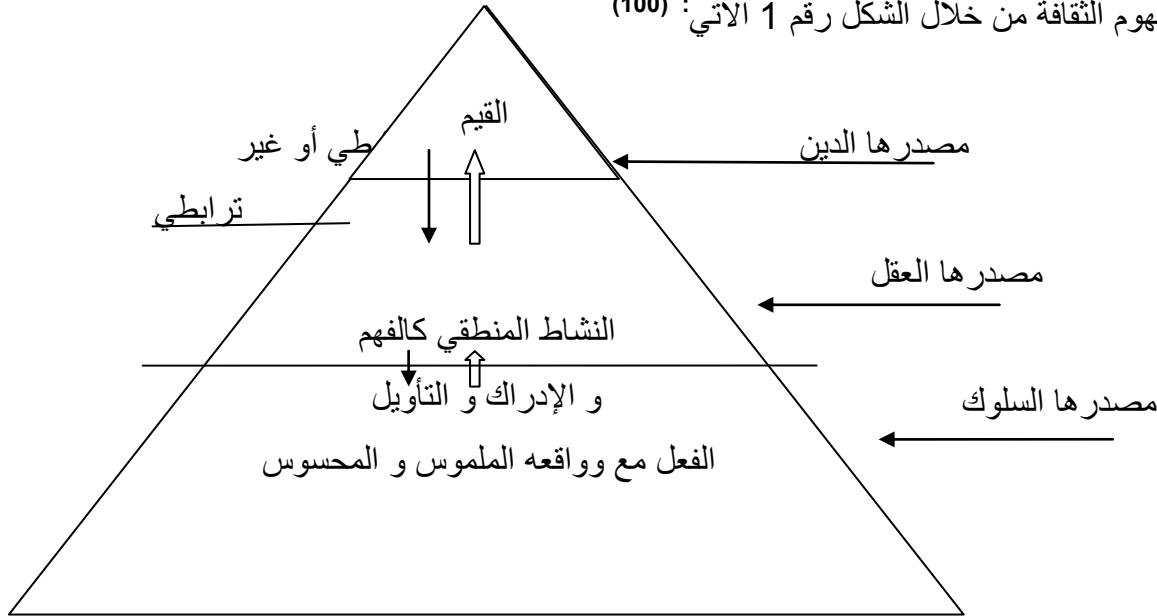
**16.3.1.2.2.4.2. البيئة البيولوجية للقيمة والتأثير:** وربط هنا القيمة بالبيئة البيولوجية، حيث تتأثر القيمة بالبيئة البيولوجية التي تتحكم فيها المراكز الذهنية العصبية والحالات النفسية التي تؤثر على قيم الأفراد.

#### 17.3.1.2.2.4.2. الثقافة: هي حسب "عزي" "معايشة الواقع انطلاقا من القيم" ويكون النشاط

المنطقي وسيلة في تحقيق الترابط بين القيمة والسلوك، وبذلك يبين التعريف الكيفية التي ينبغي أن تبنى عليها الثقافة، ويحدد التعريف المرجعية التي يمكن أن تدرس بها الثقافة ومستواها". (98)

وأیضا عرفها على أنها " كل ما يحمله المجتمع (الماضي) وما ينتجه (الحاضر والمستقبل) من قيم ورموز معنوية أو مادية، وذلك في تفاعله مع الزمان (التاريخ) والمكان (المحيط بماضي ذلك النظام الاجتماعي) انطلاقا من بعض القيم التي تشكل ثوابت الأمة وأصولها (البعد الحضاري)". (99)

ويمكن تلخيص مفهوم الثقافة من خلال الشكل رقم 1 الآتي: (100)



#### 18.3.1.2.2.4.2. الثابت والمتغير: يقصد بالثابت هو " المعنى والمتغير هو المعايير، وإدراك الثابت

يرتبط بالحقائق الإيمانية، فطرة الله التي فطر الناس عليها، لا تبديل لخلق الله ذلك الدين القيم، أما المتغير فنظرتنا إلى تلك الحقائق، أي أن الكثير من التصورات حول تلك الحقائق يتم بناؤها اجتماعيا أو إعلاميا وتتغير وفق الظروف والأحوال". (101)

#### 19.3.1.2.2.4.2. العولمة:

يذهب "نصير بوعلي" إلى أن الأستاذ عزي عبد الرحمن" من خلال أبحاثه لمّح بإشارات استشرافية إلى ما سماه " أخطبوطات لا محالة و هو ظاهرة العولمة " و من تحدث عن العولمة كظاهرة و ليس كمفهوم ، و حالة العولمة هي تلك الظاهرة التي يعيشها الناس في الأرض كلها من التواصل اليومي و الآني بعضهم ببعض . (102)

وللإشارة فقد كان ومزال الجدل والنقاش حول العولمة ومزال التضارب على مفهوم العولمة كمصطلح وكظاهرة، حيث صرح وزير الخارجية الألماني " جوسكا فيشر" خلال محاضرة ألقاها في مركز الدراسات والبحوث الدولية في 22 أبريل 2001 بباريس، بأن " خوف الأوربيين من العولمة هو تعبير عن ضعفهم ليس عن ضعف قدراتهم، ولكن ضعف تنظيمهم". (103)

#### **20.3.1.2.2.4.2. البنية القيمية اللغوية: إن الأصل في " اللغة احتواء القيمة ونقلها كما دلت على ذلك**

الكتب السماوية، فاللغة وعاء يحوي أسمى ما يمكن أن يتعلق به الفرد من معاني، فاللغة رسالة و وسيلة في نقل القيمة وليست فقط أداة للاتصال تدرس لذاتها وفي وحداتها، وترتبط القيمة بدورها بقواعد النحو إذ أن التغيير في المبنى يؤدي إلى التغيير في المعنى، فالقيمة تأخذ الأولوية على بنيات اللغة الأخرى كالنحو و الاشتقاق، أن قواعد النحو بنية فوقية إن صح هذا التعبير و تمثل البنية القيمية التي تتأسس عليها اللغة، و إذا ضعفت أو انتفت هذه العلاقة التلازمية انحصر دور اللغة و أصبحت أصواتا تعنى كل شيء و لا تعني أي شيء في ذات الوقت". (104)

#### **20.3.1.2.2.4.2. الرسالة هي القيمة: أي أن " الاتصال يكون دائما حاملا للقيم الثقافية والروحية**

التي تدفع بالإنسان والمجتمع إلى الارتقاء والسمو، وهو ما ينعكس ايجابيا على محيط الإنسان المعنوي والمادي سواء على المستوى المحلي أو الدولي، فالرسالة هادفة نافعة إذا ما تمت في إطار أو تصور أو فكر أو انتماء، أي باسم أرضية تشكل المنطلقة المعرفي المتماusk، لا أن تتوجه هذه الرسالة إلى استشارة العواطف أو الغرائز، أو طلب استجابة مادية ظرفية آنية".

" أن يكون هذا النمط من رسائل الاتصال تكامليا، فيتضمن الاتصال السمعي البصري، والاتصال المكتوب، الاتصال الشفهي الشخصي، ويفهم من هذا الكلام أن القيمة حتمية ضرورية عند دراسة الإعلام، وكلما اقترنت القيمة بالإعلام كلما كان التأثير ايجابيا على المجتمع، وكلما ابتعد الإعلام عن القيمة أو تناقض معها كلما كان التأثير سلبيا".

ومنه يرى "الدكتور عزي" أن القيمة " تؤسس الإنسان ولا يكون هذا الأخير مصدر القيمة بل أداة لها (أي تتجسد فيه القيمة)". (105)



### 3.2.4.2. منظور النظرية القيمية للأخلاقيات المهنية الإعلامية و الرؤى العربية والغربية حولها:

#### 1.3.2.4.2. أخلاقيات الإعلام: الاختلاف بين المنظور الغربي و القيمي:

#### 1.1.3.2.4.2. المنظور القيمي لأخلاقيات المهنة الإعلامية:

الأخلاق هي " شكل من أشكال الوعي الإنساني يقوم على ضبط وتنظيم سلوك الإنسان في كافة مجالات الحياة الاجتماعية، يرى الدكتور عزي أن القيمة ذات المرجعية الدينية هي المنبع في تأسيس الأخلاقيات". (106)

حيث أن الأخلاقيات الإعلامية يتم وضعها من قبل مجموعة من الموثيق الإعلامية أو ما يعرف أيضا بمجالس الصحافة، التي يتم نقاش فيها عن أخلاقيات الإعلام ووضع مبادئه ومواده، في حين رأى " إيفيرت دينيس" (Dennis) إلى أن " الدور الذي تقوم به مجالس غير ضروري، بل ينطوي على خطورة ضد المجتمع ووسائل الإعلام، فهناك العديد من الدول تمارس الرقابة على الصحف من خلال مجالس الصحافة" (107)، أكثر من محاولتها وضع أخلاقيات المهنة.

كما أن هناك موثيق شرف إعلامية حرصت على وضع أخلاقيات المهنة الصحفية التي من شأنها أن ترفع من مستوى الممارسة الإعلامية، على غرار " ميثاق شرف إسلامي عالمي"، الذي "نص على ضرورة التزام الإذاعيين بأسلوب عف كريم في تأدية رسالتهم حرصا على قدسية المهنة و شرفها و صونا لكرامة الأمة الإسلامية". (108)

و قد نشط البروفسور والدكتور "عبد الرحمن عزي" ندوة حول "الاتجاهات الحديثة في أخلاق الإعلام وقوانينه"، وذلك بالمدرسة الوطنية العليا للصحافة وعلوم الاتصال اليوم الخميس 12 مارس 2015، من تنظيم وزارة الاتصال ضمن سلسلة الدورات التكوينية لفائدة مهني الصحافة الوطنية والتي تحرص الوزارة على تنظيمها ضمن إستراتيجية تمكين الإعلاميين، تناول خلالها البروفسور تطور أخلاق الإعلام في المعرفة والممارسة ومهد بداياتها بجامعة كولومبيا، بنيويورك وصولا إلى ميثاق المهنيين الإعلاميين المعاصر بمبادئه الأربعة الكبرى.

كما تطرق إلى ارتباط أخلاق الإعلام بالفلسفات والقيم الروحية الأخلاقية سواء النظريات "التقليدية" على نحو نظريات المعدل الوسطي والواجب الأخلاقي والمنفعة أو "الحديثة" على نوع النظريات الإنسانية لكريستنز كليفورد، وكذا مسائل أخلاق الإعلام: الفذف، الخصوصية الفردية، الملكية الفكرية، العنف وجرائم الإنترنت، و كذا أنواع القوانين المرتبطة بالإعلام: من الدستوري إلى التشريعي إلى المدني إلى الاستثنائي. (109)

وهناك من يفرق بين مصطلح "الأخلاق" و"الأخلاقيات" بحيث أن الأولى ذات طابع إنساني، والثانية تختص بمجتمع معين، بالإضافة إلى كون الأولى مصدرها الدين بشكل رئيسي، والثانية تستند إلى مصادر أخرى كالقوانين والأنظمة إلى جانب الدين.

إن الدكتور عزي أطلق على أخلاقيات التي لا بد على الإعلاميين أن يتقيدوا بها في ممارستهم الإعلامية بـ "الأخلاقيات القيمية الإعلامية" حيث يرى أن "سيرة الرسول صلى الله عليه وسلم المرجع في استنباط أخلاقيات القائم بالاتصال، وقد سلكنا في منظورنا مسلكا مماثلا عبر قراءة هذه الأخلاقيات في نصوص النورسي خاصة في ربط تلك الأخلاقيات بجانب من جوانب أسماء الله الحسنى"، وتتمثل هذه الأخلاقيات في السمات القيمية التالية: (110)

أ- الإيمان: إن من "صفات المرسل الإيمان من اسم الله عز وجل المؤمن، وقد أبرز النورسي أن أسمى غاية للخلق وأعظم نتيجة للفطرة: الإيمان بالله سبحانه، وأعلى مرتبة للإنسانية وأفضل مقام للبشرية هو معرفة الله تعالى، واسم المؤمن يتجلى في الإيمان بالله الذي يعد منبع القيمة".

ب- البحث عن الحقيقة: إن "مهام المرسل البحث عن الحقيقة من اسم الله تعالى الحق، وهذه المهمة لا شك أنها نبيلة وشاقة، إذ يعرف أن الصحافة مهنة المتاعب، وقد ورد عن النورسي إن الإنسان بسبب جوهره العالي، وماهيته المكرمة إنما يدور خلف الحق والحقيقة".

ج- الاتزان: وذلك تجلى من اسم الله تعالى العدل، على النحو الذي أورده النورسي، وحظ المرسل في ذلك استخدام ميزان الحق في موازنه الظواهر حتى عندما تكون مدافعة متناقضة بقدر ممكن، ويدخل في ذلك معاني فرعية متعددة كأن يكون وسطا بين الإفراط و التفريط، ( وكذلك جعلناكم أمة وسطا لتكونوا شهداء على الناس)".

ث- الصدق: هو الصدق في القول والإخلاص في العمل، وقد ورد نقلا عن البيهقي، أن اسم الصادق من أسماء الله، ويعني ( تطابق أفعاله مع أقواله، فقد خاطب الله تعالى عباده وأخبرهم بما يرضيه ويغضبه منهم، فصدقهم في ذلك)، وغاية الصدق ليس أمرا دنيويا أو رضا المؤسسة الإعلامية، بل أبعد من ذلك مرضاة الله سبحانه".

ج- الاستقلالية: ويدخل ذلك في معاني من اسم الله تعالى الحكم، وفق لرؤية النورسي، وحظ المرسل في ذلك عدم الميل إلى سبل متفرقة من مثل الايديولوجية أو الطائفية، ولا تعني غياب الرؤية وإنما عدم الانسياق إلى الشيء، دون وعي ذاتي مستقل عن تلك المؤثرات الطرفية المؤقتة".

ح- المحاسبة: ورد اسم الله تعالى الحسيب: الذي يحاسب عباده، وحظ المرسل في ذلك مراقبة النفس في القول والعمل والإحساس بالمسؤولية تجاه الآخر، فمراقبة المرسل لما يكتبه أو يذيعه". (111)

### 1.1.3.2.4.2. الاختلاف بين المنظور القيمي و الغربي لأخلاقيات الإعلام:

يمكن أن نجمل الفرق بين المنظور القيمي والمنظور الغربي لأخلاقيات الممارسة الإعلامية في العناصر التالية:

#### 1- اختلاف المنطلقات الفكرية لكل منهما:

تجدر الإشارة إلى أن النظرية التي يبني عليها القرار الأخلاقي في الفكر الغربي ينطلق من مرجعية وضعية بشرية، تمثل اجتهادات قد يعتربها خطأ أو الصواب، وفي سياق قيم ما بعد الحداثة فان الموضوعات الأخلاقية هي قضايا جدلية غير محسومة.

"لا توجد المعاني أو الأخلاقيات أو الحقيقة بشكل موضوعي في العالم، ولكن يكونها المجتمع، ولذلك لا يمتلك أحد الحقيقة المطلقة أو جوهر معرفة الأشياء، كما أن الاتفاق بين البشر أفضل من معرفة الحقيقة." بينما القرار الأخلاقي القيمي يستند إلى مرجعية الوحي، وترتبط ارتباطا وثيقا بأسماء الله الحسنى ، وفي هذا الإطار يجتهد كل فرد في التمثل بهذا الصفات ما أمكنه ذلك، وما يدعم ذلك أن تعبير "الأخلاقيات" في اللغة العربية له ثلاث اشتقاقات متماسكة:

أ- الخالق سبحانه وتعالى في ذاته أو صفاته "الأسماء الحسنى".

ب- الخلق(بفتح الخاء) أي المخلوقات ومنها الإنسان المكرم المفضل، "ولقد كرمنا بني ادم وحملناهم في البر والبحر ورزقناهم من الطيبات وفضلناهم على كثير ممن خلقنا تفضيلا" صدق الله العظيم.

ج-الخلق(بضم الخاء)، أي القيم التي تحكم الخلق (بفتح الخاء) بوصفها، بلغة النورسي، تجليات أسماء الخالق الحسنى.

ورجل الإعلام يمكن أن يحظى بنصيب من تجليات أسماء الله الحسنى في الكون، مثل اتصافه بالصدق، والعدل، والأمانة، والحكمة، والرحمة، والعفو، وغير ذلك من الأسماء والصفات.

وهو يتمثل بها بدافع ذاتي فيه حرص شديد على صفاء القصد لله والانقياد لتوجيهاته ونواهيته، وليس رغبة في تحقيق محمدا عند الآخرين، أو من باب التصنع وإشباع حاجات نفسية في تحقيق العلو والمكانة عند الناس.

#### 2- اختلاف المقصد والغاية:

وفقا للمنظور الغربي لأخلاقيات الممارسة الإعلامية فان الغاية هي تحقيق السعادة الدنيوية للمؤسسة الإعلامية والعاملين فيها، بحيث تتحقق المنافع المادية والمعنوية، أما الغاية من الالتزام بالأخلاق وفقا للمنظور القيمي فهي تتمثل في:

أ- اكتساب مرضاة الله تعالى الخالق الرازق المنعم المحي المميت الذي يجازي على الحسنه بأضعافها، ويجازي على السيئة بمثلها.

ب- تحقيق أفساط من السعادة المستطاعة التحقيق في ظروف الحياة الدنيا، وهي أنواع السعادة التي تمنحها سنن الله في كونه، الشاملة لجميع خلقه، من آمن به منهم ومن كفر به، والنجاة من أفساط من الشقاوة التي تجلبها الجرائم والجنابات وفق سنن الله في كونه، الشاملة لجميع خلقه من آمن به منهم ومن كفر به.

فالعامل الإعلامي هو من مجالات الاجتهاد البشري التي يثاب عليها المرء إن أحسن فيها صنعا ويجازى بالعقاب إن زاع عن الطريق القويم. (112)

### 3- اختلاف الدافع للالتزام بالأخلاقيات:

"الدوافع هي كل ما يدفع إلى السلوك، ذهنيا كان هذا السلوك أم حركيا، وهي بمثابة محركات تعمل على تنشيط السلوك وإثارته وذات مصادر مختلفة فسيولوجية واجتماعية ومواقع متباينة داخلية وخارجية ، ويمكن القول أن الدافع الإسلامي للالتزام بالأخلاق هو تحقيق النجاح الدنيوي والفلاح في الآخرة، خاصة وأن هناك من الأحاديث النبوية التي تشير إلى أن الدرجة الرفيعة في المصير الآخروي لا يدركها إلا من حسن خلقه، مصداقا لقول المصطفى- صلى الله عليه وسلم:" أنا زعيم ببيت في ربض الجنة لمن ترك المراء وان كان محقا، وبيت في وسط الجنة لمن ترك الكذب وإن كان مازحا، وبيت في أعلى الجنة لمن حسن خلقه" رواه أبو داود بإسناد صحيح عن أبي أمامة الباهلي.

فرجل الإعلام يعمد إلى التزام فضائل الأخلاق حتى لو ترتب عليها تضييع لفرص في الساحة الإعلامية ، ذلك لأن الأهداف التي يسعى إلى تحقيقها لا تكمن في مجرد الوصول إلى ربح مادي مقصود لذاته، لأن هذه الأخيرة مجرد وسيلة تتحقق بها غايات أخرى، وهو في هذه الحالة لا يكلف إلا بالاجتهاد والسعي ولا يطالب بالنتيجة، وهذا النوع من التفكير هو الذي يجعله يحس بالطمأنينة والاستقرار في أحلك الظروف، وفي هذا السياق يقول أبو الأعلى المودودي: "وإذا كان الأمل في نعيم الجنة، وخشية النار، راسخين بقوة في أعماق قلب الإنسان فإنهما يمدانه ببواعث قوية على ممارسة الفضائل حتى في الظروف التي تبدو له فيها نتائج تلك الممارسة شديدة الضرر له ويمدانه ببواعث تباعد بينه وبين الشرور حتى في الظروف التي يبدو فيها الشر بالغ الجاذبية والفائدة". (113)

### 4- الاختلاف حول الصلاحية الزمنية والمكانية:

إن القواعد الأخلاقية الغربية يتم إعادة النظر فيها، كلما وجدت مصلحة ما، أو تدور مع مقتضيات الحال فيتم تعديلها وتكييفها مع الظروف والمستجدات.

وفيما يتعلق بالمنظور القيمي فإن " الأخلاق الإسلامية هي حقائق في ذاتها، وهي ثابتة ما دام نظام الكون ونظام الحياة ونظام الخير والشر أمورا مستمرة ثابتة، وهي ضمن المفاهيم الإسلامية الصحيحة غير

قابلة للتغيير ولا التبديل من شعب إلى شعب، ولا من زمان إلى زمان"، والثبات في الأخلاق الإسلامية مرده إلى مصدرها وهو الوحي الذي له صلاحية التطبيق على مر الأزمان والأوطان، ومن غير الممكن أن تتحول الفضيلة إلى رذيلة، والعكس بالعكس. (114)

#### 2.3.2.4.2. الرؤية العربية و الغربية لنظرية الحتمية القيمية في الإعلام

انتشر صدى نظرية الحتمية القيمية في الإعلام في الدول العربية والغربية معا، حيث بدأ الباحثين في هذه الدول بالبحث في مبادئ هذه النظرية، وكذا إجراء دراسات حولها، ومن:

##### 1.2.3.2.4.2. الرؤى العربية لنظرية القيمية:

- في الأردن: تم تقرير وضع ديبلوم أي تمكين الطلاب من الحصول ونيل شهادة علمية حول نظرية الحتمية القيمية في الإعلام من طرف بعض مراكز البحث في الأردن، وهذه الشهادة العلمية أو ديبلوم جاء تحت عنوان " ديبلوم خاص بالفكر الإعلام القيمي " استنادا إلى هذه النظرية.

إضافة إلى المساهمة في نشر نظرية الحتمية القيمية من خلال نشر مقالات الدكتور عبد الرحمن عزي، على غرار مركز البحث للوحدة الدراسات المستقبلية العربية التي نشرت العديد من كتب حول النظرية إضافة إلى المقالات والدراسات التي تشرح هذه النظرية، نذكر من الدراسات التي نشرت " الإنترنت والشباب، جامعة الشارقة، 2005".

##### 1.2.3.2.4.2. الرؤى الغربية حول النظرية القيمية:

- أمريكا: إشادة " الأستاذ "كروستنز كليفورد" بنظرية الحتمية القيمية وكذلك بالطرح في مقال الدكتور "عزي" حول أخلاقيات الإعلام في أمريكا، حيث اعتبر النظرية من النظريات الإعلامية الحديثة في المجال". (115)

كما تم دعوة الدكتور "عزي" إلى جامعة "اسيت كالورلينا" بأمريكا، حيث ألقى محاضرة بعنوان " القيمة في البيئة الإعلامية الجديدة: الحاجة إلى المنهج المقارن"، التي قدمها على طلبة الإعلام، والتي تحدث فيها عن أربعة محاور، شمل المحور الأول جهوده في التنظير الأخلاقي المقارن بالتركيز على أبحاثه حول مفهوم الواجب عند كانت، ومفهوم الإلزام الإيجابي عند "دراز" وكذلك مفهوم العاطفية عند "ماكنتاير" ومفهوم الغرض عند "أبو حامد الغزالي".

أما المحور الثاني فتناول قراءة ميثاق الشرف الإعلامية منها ميثاق جمعية الصحفيين الأمريكيين ، بعدها في المحور الثالث تعرض للقضايا الأخلاقية ممثلة في الخصوصية الفردية والقدف باعتبارها قضايا مدنية في السياق الغربي وجنائية في سياقات غير غربية، ومحور الأخير تطرق إلى ارتباط أخلاق الإعلامية بالبيئة القانونية.

أما الأستاذ "فاستس إريبو" أستاذ أخلاقيات الإعلام بالكلية، والذي ناقش حول مرجعية المنطق والمعتقد في النظريات الأخلاقية والحاجة إلى دراسات مقارنة على مستوى التنظير الأخلاقي والاتجاهات الحديثة في الأخلاقيات الإعلامية العالمية.

كذلك ألقى "د. زي" محاضرة على طلبة الإذاعة والتلفزيون، تناول فيها المضمون الإعلامي المسموع والمرئي، وأدراها أستاذ الإنتاج الإعلامي بالكلية "توكن ماكلوفلن". (116)

## 4.2.4.2. الانتقادات المصوبة للنظرية الحتمية القيمية والرد عليها:

### 1.4.2.4.2. الانتقادات المصوبة للحتمية القيمية:

#### 1.1.4.2.4.2. صعوبة قياس القيم :

لعل الانتقاد الأساس الذي وجه للنظرية هو في مدى علمية موضوعها (القيم)، انطلاقاً من التيارات العلمية السائدة، والتي تعتبر العلم هو دراسة الواقع، لا دراسة ما يجب أن يكون عليه هذا الواقع. إن مقياس ع. س. ن. للإعلام والقيم " غابت على النسق المعرفي والفكري والمنهجي للأستاذ " عبد الرحمن " مسألة أساسية، وهي: صعوبة قياس القيم، وهو عائد للثغرة المعرفية في مختلف العلوم الشرعية ولاسيما موقف الإسلام من تجسيد القيم والعمل بها".

لكن عبد الرحمن عزي يكون بنظريته قد تجاوز هذه الأشكال إلى جعل القيمة ليست فقط موضوع يدرس أو مجموعة من الأحكام الأخلاقية التي على الباحث أن يتحلى بها، أو حتى سياقاً إيديولوجياً، ولكنه جعلها المتغير والمنطور والمنهج والرؤية التي تحكم كيفية النظر إلى الظاهرة وكيفية الاقتراب منها ودراساتها، وهذا في العرف العلمي فعل صادم لا يمكن تقبله بسهولة وبساطة. (117)

#### 2.1.4.2.4.2. مشكلة الحتمية:

مصطلح "الحتمية" الذي يعرفه عبد الرحمن عزي على أنه يعني: "عملية اعتماد متغير واحد من دون المتغيرات الأخرى في تفسير الظواهر". (118)

إذ كيف يعود الحديث إلى الحتمية في العلوم الإنسانية والاجتماعية في الوقت الذي يكون العالم قد كتب نهاية الحتميات، حتى في العلوم الطبيعية والفيزيائية.

#### 3.1.4.2.4.2. مشكلة المنهج:

تعتبر المنهجية الركيزة الأساسية للنظريات التي تطمح إلى الارتقاء إلى منظورات و براديجمات شاملة، ولعل كتاب عبد الرحمن عزي منهجية الحتمية القيمية في الإعلام جاء ليسد هذا الفراغ، وليرد على سؤال الأنصار والمنتقدين حول خصوصية منهجية نظريته، ولكن الكتاب جاء مقتضبا في إجابته، لم يحمل الجديد إلا فيما يخص مقياس (ع ن س) للقيم.

وهو في حقيقة الأمر نتيجة لتراكم مقاييس وضعت من قبل، كمقياس ألبرت و فيرنون و لنديزي الذين يقسمون القيم إلى:

- القيم الاجتماعية: التي تهتم بالنواحي الاجتماعية والعلاقات بين الأشخاص.

- القيم النظرية: والتي ترتبط بالحقيقة والمعرفة.

- القيم الاقتصادية: وترتبط بالنواحي المادية والمالية.

- القيم الجمالية: وترتبط بالشكل والتناسق.
- القيم الدينية، وترتبط بالمعتقدات والسلوك الديني.
- القيم السياسية: وترتبط بالمركز والسلطة. (119)

#### 4.1.4.2.4.2. مشكلة تأثره بالأفكار السابقة:

قد يكون العلم تراكمي، ولا يضير الباحثين تأثرهم بمن سبقهم، وهو ما جعل **عبد الرحمن عزي** يصرح في كل موضع عن تأثره ببعض المفكرين والأفكار، ولكنه في سياق الحديث عن نظرية جديدة تماما قد يمثل ذلك مشكلة وتحديا أمام إثبات مناحي الابتكار والتجديد، وأما تأثر **عبد الرحمن عزي** فقد كان بالشخصيات والمدارس والنظريات الآتية:

**مالك بن بني، النورسي، بيار بورديو، جاك دريدا**، أما المدارس فقد استعان بأداة التضاد الثنائي ، و الظاهر آتية عند استئناسه بمستويات الحقيقة، ومبدأ الاختزال الذي تطرحه هذه المدرسة. وأيضا اعتماده على بعض نظريات التأثير، والتي كانت واضحة من خلال الآثار السلبية والايجابية لوسائل الإعلام على الثقافة ويمكن توضيح ذلك كالآتي: (120)

الأثر	النظرية الأصل
جمهرة الثقافة	النظرية النقدية
الإعلام والتفسير والتحليل.	الوظيفية
الإشباع والتحويل والترفيه: الاستخدامات والإشباع.	نظرية الاستخدامات والإشباع
تقمص أدوار النجوم	نظرية التقمص الوجداني
الفجوة الإعلامية	نظرية الفجوة المعرفية

#### 2.4.2.4.2. الرد على الانتقادات الموجهة للنظرية القيمية:

##### 1. 2.4.2.4.2. نظرة الدكتور نصير بو علي للانتقادات:

يرد الدكتور "**نصير بو علي**" على بعض الانتقادات بقوله أن " إن النقد الموجهة للنظرية يمكن أن يكون موجود وبكثرة وفي كل المجالات لا يساهم في التقدم وأحداث التراكم العلمي والمعرفي بقدر ما هو مثبت للعزائم، كما أن الانشغال بالنقد من أجل النقد لا يفيد كثيرا في الذات، أما إذا كان القصد من النقد هو عرض وتفسير المنتج العلمي من أجل توعية القارئ بأهمية هذا المنتج ومساعدته في اختيار ما يقرأ وما لا يقرأ، فهو نقد بناء، كما أن النقد يقتضي ذكر الايجابيات قبل السلبيات ". (121)



## 2.2.4.2.4.2. رد منظر النظرية الدكتور "عبد الرحمن عزي" على الانتقادات:

أما الدكتور "عبد الرحمن عزي" فيرى أن "من المعروف أكاديميا أن النقد بالمطلق ليس له قيمة معرفية وإنما النقد يكون في العلاقة مع فكرة محددة وفي السياق الذي وردت فيه بناء على قراءة متأنية ونزيهة، والحاصل أن قيم النقد وأدب الحوار عندنا ليست متطورة وشروطه غير متوفرة كثيرا ومنها: أن يكون النقد أخلاقيا، أي:

أ) يكون مبنيا على قراءة ومعرفة كافية بالموضوع محل النقد.

ب) أن يكون أمينا في تلك القراءة وليس من نوع تحريف الكلم عن مواضعه.

ج) أن يكون بنائيا، أي يسهم في بناء المعرفة وتطويرها وليس من نوع الذي يسعى إلى الهدم ومن باب "خالف تعرف" دون تقديم البديل.

د) أن يكون نزيها، بأن يهدف إلى إثراء المعرفة وليس الإساءة إلى الآخر أو تحقيق مآرب شخصية. و يؤكد على أن "النقد في مجمله أمر سهل، إذ يمكن لأي شخص أن ينتقد أي شيء، أما البناء فلا يقدر عليه إلا القلة، فإذا كثر النقد قل البناء، وبالطبع فإن النقد البناء مطلوب ومشروع، ويذهب باحثون متمرسون أمثال الفيلسوف الأمريكي "سانتايانا" (George Santayana) إلى القول بأن النقد الحقيقي يتطلب أولا التعاطف مع الموضوع محل النقد، وبدونه يغيب الفهم وتكون النتيجة "سوء الفهم"، ويضرب لذلك مثلا بنفسه أنه عندما حاول دراسة "الظاهراتية" نقديا اتخذ منهجا نزيها، أي فهم الظاهراتية من الداخل ولم يكن ذلك ممكنا إلا بنوع من التعاطف (empathy) مع النظرية، ويضيف، وعندما سلكت هذا النهج أصبحت ظاهرتيا، يقول في ذلك "لم أفهم الظاهراتية إلا بعدما أصبحت ظاهرتيا" فالفرد لا يقدر على فهم شيء يحمل عنه أفكارا "نمطية مسبقة" أو يكرهه أو لا يرغب فيه، وذلك ما نقرأه في النص القرآني من ربط الهدى بالتقوى. (122)

### 3.4.2. ثلاثية الإنترنت والحتمية القيمية والشباب: قراءة في التأثير

يعتبر الشباب من بين أهم مستخدمي الإنترنت، حيث تكمن العلاقة بين الشباب ووسيلة الإنترنت في "التأثير والتأثر"، فعندما يستخدم الشباب الإنترنت فإن المضامين المنشورة عبرها تؤثر عليه كجمهور، وذلك بفرض منظورات متعددة لإقناع المستخدمين، لذلك هناك تأثيرات ايجابية وأخرى سلبية ، هي:

#### 1.3.4.2. تأثيرات الايجابية:

استعرضت الباحثة "هاجر أسود" آراء بعض المهتمين والمختصين في علم الاجتماع وعلم النفس وأساتذة الجامعات في العراق في "بحث مركز حول أهمية مواقع المحادثة على شبكة الإنترنت والعلاقات التي تنشأ من خلالها، وأما إذا كانت هذه المواقع مضعية للوقت أو ذات فائدة بعنوان: " مواقع الدردشة والفيس بوك تآكل وقتهم...علاقات الشباب الإنترنتية...قمة من هو واهم" ومن هذه الآراء: تعرف الدكتورة "سوسن حامد" أستاذ علم النفس بهذا الصدد: إن الشكل للاتصال يعد من معطيات العصر وتبادل العلاقات بين الشباب والتعارف في عالم افتراضي، هو شكل حديث من أشكال التطور الذي يفرض نفسه، وقد يعود إدمان الشباب من كل الجنسين على غرف الشات والمنتديات بسبب الفراغ الاجتماعي الذي يصيبهم بسبب الظروف السياسية، وما مر به البلد من إرباكات أمنية والتي دفعت الشباب للجلوس على الإنترنت وتفرغ طاقتهم المكبوتة وملاً الفراغ الذي أصابهم سواء الفراغ الاجتماعي أو العاطفي.

وتعرف الدكتورة " مروج العاملي" أستاذ أصول التربية بكلية البنات جامعة بغداد هذا العالم بقول " عالم المنتديات له الكثير من النواحي الايجابية، خاصة في مجال التخصص العلمي، حيث ينتقل البعض من العرض العقلي إلى مرحلة الالتقاء بين البعض نتيجة الإحساس بالألفة والانجذاب العقلي، وقد تسير هذه العلاقة في اتجاهين، عاطفية وهمية وتندرج لما هو أسوأ". (123)

#### 1- التأثيرات الشخصية:

1- إزالة التوتر: تتنوع رؤية الطلبة لاستخدامهم للإنترنت فيما يتعلق بإزالة التوتر إذا اختلف تقييمهم للموسيقى 22,4%، والألعاب 11,2% والبرامج الدينية 7,8%، مواقع الدردشة 5,2%

والبريد الإلكتروني بنسبة 5,2%، التلفزيون والأفلام 4,3% والبرامج الرياضية 4,3% أما الأخبار والبرامج السياسية بنسبة 1,7%. (124)

أما "الدكتور عزي عبد الرحمن" يرى بأن التأثير " يكون ايجابيا إذا كانت محتويات وسائل الإعلام وثيقة الصلة بالقيم، وكلما كانت الوثائق أشد كان التأثير ايجابيا". (125)

وباعتبار أن وسيلة الإنترنت تعد أحيانا وسيلة اتصالية إذا استخدمت للردشة والاتصال عبر مواقع التواصل، ووسيلة إعلام باعتبار أن هناك مؤسسات إعلامية تنشط على هذه الشبكة وتبث محتوياتها الإعلامية بواسطتها لجمهورها، ومنه تظهر تأثيرات الايجابية لشبكة الإنترنت على الشباب في:

**1- تعزيز القيم:** "عالج "لازار سفيلد" هذا الموضوع في دراساته الميدانية وأشار في مقولته المعروفة إلى أن وسائل الاتصال لا تغير آراء الناس ومواقفهم بقدر ما تعمل على تدعيم هذه الأخيرة" (126)، ومن باب أن وسيلة الإنترنت هي وسيلة اتصال فإنها تساهم في تدعيم آراء.

و يرتبط التعزيز " بنثبيت مواقف الفرد السابقة وإعطائها ألفة إضافية، ولعب تعبير التعزيز دورا أساسيا في فهم تأثيرات وسائل الاتصال في المجتمع، وقد عالج لازرسفيلد هذا الموضوع في دراساته الميدانية، وأشار في مقولته المعروفة إلى أن وسائل الاتصال لا تغير آراء الناس وموقفهم بقدر ما تعمل على تدعيم هذه الأخيرة، ويرتبط هذا الطرح بافتراض أن العامل الاجتماعي أساس تكوين الآراء والمواقف، ومنه التعزيز مشروطا بتوافق العاملين الاجتماعي والإعلامي، فيكون الإعلامي داعما للاجتماعي، أما إذا كان الإعلامي غير متكامل مع الاجتماعي، فإن التأثير قد يكون عكسيا، أي يظل الجمهور متمسكا بما تفرزه العلاقات الاجتماعية ويزيل الصدقية في تعامله مع وسائل الاتصال".

**2- التنشئة الاجتماعية:** وهي "الصيرورة التي يتم من خلالها اكتساب قيم المجتمع وثقافته، و أن وسائل الاتصال هي أدوات التنشئة الاجتماعية، وأن كل نوع من محتويات وسائل الاتصال يحدث تنشئة معينة، فالبرامج التعليمية تساهم في التنشئة التربوية". (127) و منه البرامج المتنوعة الموجودة على الشبكة تساهم أيضا في التنشئة الاجتماعية.

**3- تحقيق الانسجام وتعزيز الترابط الاجتماعي:** تحدث وسائل الاتصال " الإحساس بالانتماء إلى المجتمع الذي تربطه صفات مشتركة كالقيم والثقافة واللغة والتاريخ والتجربة والحيز الجغرافي، وقد تعزز تلك الوسائل العلاقات الاجتماعية، فأفراد الجمهور لا يكتفون عادة بما يقرأونه ويشاهدونه بل يتحدثون عن تجاربهم الإعلامية مع ذويهم وأقرانهم".

**4- توسيع دائرة الاستفادة من الثقافة:** ساهمت " وسائل الاتصال من بينها الإنترنت في "نشر المعرفة والثقافة في أوساط واسعة من المجتمع، وإن الثقافة المعاشة في الواقع تتسع عندما تنتقل إلى تلك الوسائل".

**5- الوعي بالعالم الخارجي أو توسيع المحيط:** ارتبطت وسائل الاتصال في نشأتها بالحاجة إلى معرفة الأحداث في المحيط، وساهمت هذه الوسائل في تحقيق الرباط بين أفراد المجتمع داخليا وإحداث الاهتمام بالأحداث في الخارج. (128)

**6- النظر إلى الذات والمجتمع من زاوية خارجية:** توفر "وسائل الاتصال تجربة إضافية قد لا تتوفر محليا كأن ينتقل الفرد من ثقافة إلى أخرى بمجرد تغيير القناة، وذلك ما يجعل الفرد ينظر إلى ذاته ومحيطه من بعد أو أبعاد تجتث الفرد من عالمه المحدود".

**7- معاشة عوالم متعددة تحمل الإنسان عبر الزمان والمكان:** تقدم وسائل الاتصال إمكانية تجربة عوالم قد لا تكون حاضرة في واقع الفرد، وتنقل الفرد إلى عدة عوامل رمزية وخيالية تجعل هذا الأخير يبتعد ولو إلى حين عن هموم الواقع ويجد التعويض في هذه المنظومة الرمزية الخيالية.

**8- الإشباع والتحويل والترفيه:** إن العلاقة بين الفرد والوسيلة الإعلامية مسألة إلزامية في المجتمع المعاصر، وتشمل الاحتياجات التي تقدمه وسائل الاتصال: الاحتياجات المعرفية، العاطفية، الاجتماعية، الترفيهية. (129)

**9- نقد الذات وتغييرها:** تساهم " محتويات الاتصال في إحداث الوعي بالذات وعلاقتها مع الآخرين، فالتجارب المعروضة عبر الوسائل تجعل الفرد يعدل من آرائه ومواقفه وسلوكياته وفق ما يراه ذا قيمة من أحداث.

**10- الإعلام والتفسير والتحليل:** أسهمت نظرية الوظيفية في فهم طبيعة وسائل الاتصال وأدوارها في المجتمع، وترى أن وجود أي مؤسسة منها مؤسسات الإعلامية هو وظائفها في المجتمع، التي تتمثل في الإعلام والإخبار والتحليل والترفيه. (130)

إضافة إلى قضاء الوقت في غرف الدردشة وزيادة المعلومات من خلال تبادل المعلومات والآراء على الشبكة، كما يساهم في الوصول إلى المعلومات بكل حرية.

### **2.3.2. تأثيرات السلبية:**

#### **1- التأثيرات الاجتماعية:**

في دراسة قام بها "كريستوف سانديرز" نشرت في صيف 2000، تبين أن هناك علاقة بين استعمال الإنترنت و مشاعر العزلة الاجتماعية والاكتئاب، وبينت الدراسة أخرى أن الاستعمال الزائد للإنترنت

كانت له علاقة مع انخفاض الاتصالات العائلية، ونقص حجم الدائرة الاجتماعية المحلية للعائلة، مع زيادة مشاعر الاكتئاب والوحدة، فالتقنيات الاتصالية للإنترنت تجعل الفرد يشعر بمتعة وانسباط، نظرا لإمكانية الحديث مع أشخاص من كل أنحاء العالم وفي الوقت الآني المتزامن، وهذا ما يجعله يستغرق في النقاشات ويقضي أوقات دون أن يشعر، وبالتالي ينفصل عن المجتمع الحقيقي ويدخل في مجتمعات افتراضية، ويصبح شخص غريبا عن مجتمعه.

ومع مرور الوقت يتحول إلى شخص منعزل تماما من بيئته الاجتماعية، ويصبه ما يسمى "بالانعزال الذاتي" *Le replisur soi* ويزداد ارتباطه بأصدقائه الافتراضيين، إلى درجة أن يفقد الرغبة في الجلوس لمدة طويلة مع أفراد عائلته وأصدقائه.

وكنتيجة لهذا الانعزال والانفصال الاجتماعي، يحدث نوع من التفكك الاجتماعي وتطغى النوعية الفردية على الجماعية، ويتراجع الاهتمام بقضايا الجماعة، لكن هذا الانعزال لا يجب أن يجعلنا نغفل عن العلاقات الجديدة التي يكتسبها الفرد مع أفراد من كل الأنحاء، لكن لا يمكن أن تحل تلك العلاقات محل العلاقات الواقعية مع محيطنا الاجتماعي. (131)

## 2- التأثيرات المختلفة على السلوكيات والمواقف:

يمكن لمستعمل الإنترنت ولاسيما تطبيقاتها الاتصالية الإلكترونية أن يتأثروا بالأشخاص الذين يتواصلون معهم فيحدث جراء ذلك تغيرا في سلوكياتهم وتصرفاتهم، كما تتغير كذلك مواقفهم واتجاهاتهم المختلفة، لأن اكتساب الاتجاهات الاجتماعية لدى الفرد وغيره من أفراد المجتمع، ونظر لاندماج الفرد كلية في الاتصال مع أشخاص آخرين، يحدث له نوع من الشعور بالولاء والانتماء والالتزام بمعايير جماعته الافتراضية، وبالتالي تبنى مواقفهم وأفكارهم، بالإضافة إلى ذلك فإن المحادثة لأوقات طويلة يجعل الفرد يتخلى عن سلوكيات كان يقوم بها لتحل محلها سلوكيات غيرها، ولذلك يحذر المختصون من أخطار وانعكاسات الاتصالات الإلكترونية على الأطفال والمراهقين، ومن إمكانية انحراف سلوكياتهم وأخلاقهم. (132)

## 3- التأثيرات على الجانب الديني والأخلاقي:

من أخطر التأثيرات التي يمكن أن تنتج عن الاستعمال إلى المفرط للخدمات الإلكترونية، تلك المتعلقة بالجانبين الديني والأخلاقي، حيث أن مناقشة مواضيع تافهة ومنحرفة أخلاقيا، ولاسيما تلك المتعلقة بالجنس، قد تؤدي إلى تدهور منظومة القيم وانحطاط أخلاقي لدى الأفراد، لأن الحديث الإلكتروني قد يكون مع أشخاص جديين ومختلفين، كما قد يكون مع أشخاص منحرفين لا قيم لهم ولا مبادئ، وهذا ما

يشكل خطر خاصة بالنسبة للأطفال والمراهقين، الذين قد يتعرضون لنقاشات إباحية تؤدي إلى انحراف سلوكياتهم بشكل كبير، بالإضافة إلى هذا فإن استغراق أوقات طويلة في استعمال الإنترنت قد يؤدي إلى تهاون في أداء الواجبات الدينية. (133)

إن الإنترنت بقدر ما تساهم في تيسير ظروف الحياة على نحو إيجابي، بقدر ما " تحمل في ثناياها العديد من المواد السلبية والهدامة ومقدار كبير من المفاصد الاجتماعية والخلقية والدينية، وخاصة على شريحة الشباب، حيث أن الكثير منهم يستهويه الدخول على مواقع الإنترنت التي تحمل في طياتها مواد منحرفة تشكل خطر عليهم، حيث يثير شهواتهم ويحرك غرائزهم، وهم يقضون في إشباع انحرافهم أوقات طويلة تستنفذ طاقاتهم الجسمية والنفسية، وتقرر علاقتهم الأسرية والمجتمعية". (134)

قامت الصين في محاولة لحماية شعبها من التأثيرات الغربية ببناء " انترانت Interanet تمنع الصينيين من رؤية البرامج الفاحشة على الإنترنت، كما تخطط لاستخدام خادم مانع Proky servers كالمستخدم في سنغافورة، وقد اتهمت ماليزيا الإنترنت بصب الأفكار الغربية على المجتمع والثقافة الماليزية، وإن كان البعض يذهب إلى أن ميلاد الإنترنت قد يكون إعلانا لوفاة الرقابة في جميع أنحاء العالم". (135)

في عام 2006 شكل قرار صحيفة " واشنطن بوست" الذي اتخذته بإغلاق مدونة لتعليقات القراء على إحدى مقالات الصحيفة المنشورة على موقعها الإلكتروني، تمهيدا لما يمكن أن تتسبب به مثل هذه الخدمة من مساءلة قانونية للصحف والمواقع الإلكترونية التي تستقبل تعليقات قراءها، دون وجود ضوابط صارمة مثل هذه التعليقات التي تجنح قليلا، بما يعرض الموقع تحت طائلة القانون وربما التعويضات التي لا تنتهي، وكانت صحيفة واشنطن بوست قد بررت قرارها بسبب " خروج القراء من آداب الحوار وعجز المحررين عن السيطرة على سير الحوار ومنع القراء من استخدام ألفاظ نابية لشتم بعض المسؤولين الأمريكيين وأعضاء الكونغرس". (136)

#### 4- التأثيرات النفسية:

##### 1- الإحباط النفسي:

من بين التأثيرات التي تسببها الأوقات المتواصلة أمام الشبكة الإلكترونية، الإصابة بالإحباط النفسي، والإحساس بالقلق بسبب قضاء أوقات طويلة، ولاسيما إذا كان هذا الاستعمال عشوائيا أي دون هدف محدد مسبق.

أو أجرى نقاشا في موضوع تافها لا ينفذ كالمواضيع الإباحية، فإنه من دون شك يشعر في الأخير بالذنب وتضييع المال والوقت، وهو ما يؤدي به إلى الشعور بالإحباط النفسي والمعنوي. (137)

##### 2- سايبرفوبيا:

ويسبب الانترنت أيضا "القلق الكمبيوترى" (Computer anxiety) والذي يعرف أيضا باسم "سايبيرفوبيا" (Cyberphobia) أو "كمبيوتر فوبيا" وهو "الخوف من الكمبيوتر"، ومن خلال بعض التقديرات فإن هذا المرض "يصيب المتعاملين الجدد مع أجهزة الكمبيوتر، ويعاني الذي وصلوا إلى حالات متقدمة في هذا المرض من الغثيان والدوار".

ويرجع القلق من الكمبيوتر إلى العديد من الأسباب الكامنة، بما فيها "الخوف من أنهم سوف يحدثون تلفا في الجهاز بالضغط على المفاتيح الخطأ والخوف من الفشل الشخصي، والشعور بعدم التحكم من قبل الأشخاص الذين لا يتمتعون بخبرة فيه عندما يواجهون بنظام تقني معقد". (138)

## 5- الآثار السلبية على الصحة:

حيث ظهر ما يصطلح عليه بـ "الإصابة بالتعب المتكرر" (Repetitivestrain injuries) وهذا الخطر يهدد 1000 صحفي من المتعاملين مع شاشات وحدات العرض المرئي عبر العالم، ومن بين هؤلاء الذين تأثروا بهذا العاملون في صحيفة "فاينيشال تايمز" و "الجار ديان البريطانيتين، وصحيفتي "لوس أنجلس تايمز" و "نيوز داي" الأمريكيتين، وتعرف بالإصابة بالتعب المتكرر (RSIS) بأنها الإصابة التي تلحق بالأيدي والرقبة عندما يتم الضغط على المجموعات العضلية من خلال الحركات السريعة المتكررة، ويمثل الأفراد الذين يستخدمون لوحة المفاتيح الملحقة بجهاز الكمبيوتر 12% من إجمالي نسبة المصابين بالتعب المتكرر. (139)

## 6- التأثيرات الثقافية:

### - التغريب الثقافي:

مما لا شك فيه أن استعمال الإنترنت كوسيلة اتصال لا يخلو من تأثير وتأثر بثقافات الغير، فالشخص الذي يتحادث ويتفاعل مع شخص آخر مختلف عن ثقافته ومجتمعه، لابد وأن ينقل كل واحد منها أفكاره للآخر، ويسوق له ثقافة وقيم مجتمعه، فالاتصال أصبح ملازما لثقافة، كما يقول "فلاح كاظم" فإن "التكافل والتفاعل بين الثقافة والاتصال، قد غدا في عصرنا الراهن أكثر وضوحا في أي وقت مضى"، ومن الأخطار المحتملة على المستعملين، خطر "التغريب الثقافي" والذي يمس بالخصوص الشباب، ويجعلهم يتخلون عن ثقافتهم وخصوصيتهم، ويستنكرون من عاداتهم وحضارتهم متشبثين بالقيم الغربية، وينجر عنه الاهتمام بكل ما يفعلونه (سلوكيات- عادات- لباس) والاهتمام بلغتهم إلى درجة إهمال اللغة الأم ومنه تفتير اللغة المستعملة "appauvrissement du langage courant" وبالتالي يحدث عجز في القدرة على الاصطلاح "capacité a conceptualiser" وقصور حتى في التفكير الحر.

ويرى الكاتب Chevalier J.M وآخرون أن الإنترنت "قد أحدثت وأوجدت حقلا جديدا للتفاعل وشكلا من أشكال نقل المعلومات"، حيث أن الأفراد بإمكانهم تبادل المعارف المختلفة، والحصول

على المعلومات وجعل ثقافتهم تنتشر بين شعوب العالم، وهذا ما يؤدي إلى تلاقح وتزاوج هذه الثقافات. (140)

هناك من رأى أن تأثير الإنترنت على الشباب يتمثل في:

#### - التأثير الأول: الأفكار المحرفة عن الواقع:

يشكل مثل هذه التأثيرات الدافع الرئيسي لمعظم ما تقدمه وسائل الاتصال، ومن ثم فإن التعرض المستمر للواقع المحرف يجعل الناس يشبون على اتجاهات وقيم ومعتقدات غير حقيقية، التي يحاولون العيش بها ، ولما كان السلوك البشري أساسا محكوم عادة بالاتجاهات والقيم والمعتقدات، لذا فإنه يعكس بنظام الصواب والخطأ، ويتمثل دور وسائل الاتصال بخصوص تشويه الواقع فيمايلي:

إن الإنترنت على رغم من تقديمه معلومات تشوه الواقع وتلعب بعضها دور محافظ وتقديم صورا خيالية للعالم إلا أنه في حقيقة الأمر يقدم الصور النقيضة لكل ذلك، فهناك المواقع الحكومية وهناك مواقع المعارضة، هناك المواقع الدينية.

وممكن الخطر في هذا كله أي طبيعة مرحلة الشباب والمراهقة التي هي مرحلة بناء نفسي وفكري وعقدي، تتسم بالتمرد والتعرف على غير المألوف وإشباع الرغبات والروح الثائرة على أشكال الحدود أو القيود، ويبحثون أيضا عما يحقق لهم الترفيه والمتعة، وهذا متاح من خلال غرف الدردشة والمواقع الإغوائية. (141)

#### - التأثير الثاني: توقع الترفيه المحترف باستمرار في الحياة:

يتدفق يوميا ترفيهه إلى حياتنا عبر آخر مخترعات الاتصال الرقمي، مما " يزيد القدرة على تقييم الأداء في المعروض ومع مرور الوقت، فإن المرء لا يتوقع فحسب أن يجد دائما الترفيه بل يتوقعه ترفيهها احترافيا ذا مستوى عال.

ولذا فإن الشباب الذي يتعرض للمعلومات بطريقة ترفيهية وسهلة والتعرض للترفيه الذي يعلم، سيكون له تأثير جانبي آخر يحد من واقعية التجربة والمعاناة الواقعية في الحياة، وخصوصا ما يقدمه الإنترنت في هذا المجال من إمكانية الحصول على المعلومات والتعلم الإلكتروني ببسر، لا يمكن مقارنته بالطريقة التقليدية ومن ثم يشبه المرء وهو يتوقع الترقية في الحياة". (142)

يكون التأثير سلبي لوسائل الاتصال والإعلام حسب الدكتور "عزي عبد الرحمن" إذا كانت محتويات تلك الوسائل لا تنقيد بأي قيم أو تتناقض معها، وكلما كان الابتعاد عن القيمة أكبر كلما كان التأثير سلبي أكبر، ويمكن أن تحدث تأثيرات غير مرغوب فيها على المستخدمين الشباب، منها:



**1- تحديد القيم:** يقصد بها " إبعاد كعوامل مؤثرة، ويتمثل ذلك في تغييب القيم في المحتويات وبخاصة الترفيهية، إذ لا تتقيد هذه الأخيرة بنظام مع القيم، إنما تتبنى على مبدأ ما يمكن أن يسوق للجمهور، فإن عملية استثناء القيم تكون دائرية: فوسائل الاتصال تعرض ما يرغب فيه الجمهور، والجمهور يرتبط بتلك الوسائل لكي تحقق رغباته، وهو ما أدى إلى انتشار العنف والجنس".

**2- جمهرة الثقافة:** يقصد بها " محاولة كسب الجمهور الواسع على حساب النوعية، فالثقافة ارتقاء، أما ما تبثه وسائل الاتصال المسموعة والمرئية فإنه ثقافة سميت بالجاهيرية، وهي تلك الثقافة التي تنتجها وسائل الاتصال الساعية إلى التأثير الدعائي وإحداث احتياجات وهمية لدى الجمهور الواسع". (143)

**3- تضيق المحيط:** أظهرت نظرية المحيط الواسع " أن وسائل الاتصال تلعب دورا سالباً بطريقة غير مقصودة في المجتمع الغني بالعادات والتقاليد والتفاعل الاجتماعي، ذلك لأن تلك الوسائل تبعد أفراد المجتمع عن بعضهم البعض، ويترتب عن ذلك أن تدفع وسائل الاتصال المجتمع الغني

بالثقافة المعاشة والعلاقات الاجتماعية إلى الفقر، ومن ثم التشابه مع المجتمعات التي تتصف بالانعزال الاجتماعي وقلة الروابط الثقافية".

**4- تقليص المحلي وتوسيع العالمي:** تتجه " وسائل الاتصال نحو العولمة، منه الاهتمام بالأحداث الخارجية في الثقافة الوافدة قد يكون على حساب الواقع المحلي، وأدت الشبكات المعلوماتية إلى إيجاد ما يسمى بالمجتمع الخائلي **Society Virtual** الذي يتشكل من الأفراد الذين يتفاعلون باستمرار من دون ارتباط هؤلاء بثقافة أو مجتمع أو مكان محدد، وكادت تكنولوجيا الواقع الخائلي أن تسقط الحاجز الواقعي والوهمي، وبين الاتصال مع كائنات الواقع الفعلي والكائنات الرمزية التي تقطن فضاء المعلومات".

**5- تقلص الزمن الاجتماعي المخصص للعلاقات الاجتماعية.**

**6- انتحال الشخصية وسرقة البطاقات الانتمائية.** (144)

**7- إضعاف نسيج الاتصال الاجتماعي:** تعمل وسائل الاتصال بطريقة غير مقصودة على " تقليص الزمن الاجتماعي، ومنه إحداث التفكيك الاجتماعي على اعتبار أن الزمن الذي يقضيه الفرد مع هذه الوسائل يكون بالنتيجة على حساب التفاعل الاجتماعي المباشر، ويحدث مع الزمن أن يألف الفرد هذا النمط من الاتصال، فيصبح انعزالياً ويعفي نفسه من المسؤولية الاجتماعية تجاه الآخرين، فقد أوجدت الشبكة المعلوماتية زمن التصفح، ومنه اقتربنا مما اسماه "فيراروتي" ب نهاية المحادثة والاتصال الشخصي المباشر".

**8- إضعاف دور قادة الرأي والفكر:** تقلص دور قادة الرأي وأصبح الناشر مؤسسات إعلامية كبرى، وأصبحت تلك المؤسسات تضم أعداد من المحررين والمخرجين والفنيين التي يشاركون كمجموعة في إنتاج المادة الإعلامية وتسويقها.

**9- تقمص أدوار النجوم السينمائية وغيرها:** يبرز تقمص في تقليد الممثلين والشخصيات التي يصنعها الإعلام، وقد الباحث " بارندورا" صاحب نظرية التعلم الاجتماعي أن تأثير وسائل الاتصال يكمن في التقمص **Mdelling** ويعني أن الجمهور يلاحظ ويشارك تجربة الآخر، ثم يتخذ نموذجا، أما التأثير السلبي يكمن في طبيعة صاحبي القدوة في ما إذا كانت صفاته قيمة أو غير ذلك. (145)

**10- المعيارية والاستهلاكية:** أوردت " النظرية النقدية أو وسائل الاتصال تحدث تأثيرات المعيارية في المجتمع، تعني المعيارية قولبة الثقافة في شكل بضائع متجانسة قابلة للاستهلاك، وتظهر في وسائل الاتصال في إحداث أو تعزيز النزعة المادية بترويج عملية البيع عبر الإعلان، أو عبر أنماط الحياة التي توردها في الأفلام".

**11- إضعاف الحساسية تجاه الممنوعات الثقافية:** إن بعض " محتويات الاتصال كأفلام العنف والجنس التي تخل بالقيم تعمل مع الزمن على إضعاف درجة الانفعال أو المقاومة التي تصاحب هذه المحتويات في بداياتها، ويدخل في إطار هذا تأثيرات أفلام العنف، وأظهرت الدراسات التأثيرات السلبية التي تبرز في أشكال التقمص، والتعلم مثل تعلم مهارات السرقة، والتحفيز بإثارة النزعات العدوانية التي تكمن في الفرد.

**12- الفجوة المعرفية:** أظهرت نظرية الفروق الفردية أن مستويات الاستفادة الإعلامية تختلف من شريحة إلى أخرى، فالأكثر معرفة أكثر استفادة إعلاميا من الأقل معرفة، ومن تزيد وسائل الاتصال في تعميق الهوية بين الأكثر معرفة والأقل معرفة. (146)

**13- الإدمان على الوسيلة:** يتضح أن شدة الارتباط بالوسيلة الإعلامية يكون على حساب المسؤوليات الاجتماعية، فإذا ازدادت ساعات الاستخدام للوسيلة زاد الإدمان، الذي يترتب عنه قلة التفاعل الاجتماعي المباشر ومنه إضعاف الروابط.

**14- منع الفرد من نقد ذاته أو تغييرها:** إن شدة تعلق الفرد بوسائل الاتصال قد يدفعه إلى التقريط في معالجة واقعه، ومنه انشغال عن الاهتمام بعالمه الذاتي وتغييره، ومنه تؤثر الوسائل سلبا على الأفراد، كونها تلهيهم عن ما يجري في محيطه المباشر.

**15- التركيز على حاسة البصر على حساب الحواس الأخرى:** أوجدت الوسائل التي تعتمد على الصوت والصورة ثقافة تعتمد أساسا على الصورة، وتلعب حاسة العين دورا أساسيا في استقبال محتويات هذه الوسائل، ومنه طبيعة الاتصال ووتيرته تفرضها الوسيلة لا العين، ومنه شدة سكون العين وارتباطها بالصورة في الوسيلة يضعف عملية التفكير، ويصبح الفرد كائنا ساكنا في أدنى مستويات نشاطه الذهني. (147)

## الهوامش:

- (1) نورهان منير حسن فهمي، القيم الاجتماعية والشباب: منظور ديني، {د، ط}، الإسكندرية، المكتب الجامعي الحديث، 2008، ص244.
- (2) محمد السيد حلاوة، رجاء علي عبد العاطي، العلاقات الاجتماعية للشباب: بين دردشة الانترنت والفيس بوك، {د، ط}، مصر، دار المعرفة الجامعية، 2011، ص ص14، 15.
- (3) أحمد زكي بدوي، معجم مصطلحات الرعاية والتنمية الاجتماعية: عربي انجليزي فرنسي، ط1، القاهرة، بيروت، دار الكتاب المصري، دار الكتاب اللبناني، 1987، ص278.
- (4) علي ليله، الشباب العربي وإرادة التغيير من داخل التراث، {د، ط}، مصر المكتبة المصرية للطباعة والنشر والتوزيع، 2006، ص ص140، 130.
- (5) أعضاء هيئة التدريس، الطفل والشباب في إطار التنمية الاجتماعية والاقتصادية، الإسكندرية، دار المعرفة الجامعية، 2002، ص121.
- (6) علي ليله، الشباب والمجتمع أبعاد الاتصال والانفصال، {د، ط}، الإسكندرية، المكتبة المصرية للطباعة والنشر والتوزيع، 2004، ص176.
- (7) نورهان منير حسن فهمي، القيم الاجتماعية والشباب: منظور ديني، {د، ط}، الإسكندرية، المكتب الجامعي الحديث، 2008، ص244.
- (8) عزت حجاري، الشباب العربي ومشكلاته، {د، ط}، الكويت، عالم المعرفة، 1985 ص49.
- (9) أشجان محمد سليمان، تربية الشباب في المجتمع المعاصر، {د، ط}، الإسكندرية مؤسسة شباب الجامعة، 2009، ص ص169، 170.
- (10) محمد سيد فهمي، العولمة والشباب من منظور اجتماعي، ط1، الإسكندرية، دار الوفاء لنديا للطباعة والنشر، 2009، ص ص105، 106.
- (11) مجدي كامل، الشباب والمستقبل في القرن 21، ط1، القاهرة، دار الأمين للطبع والنشر والتوزيع، 2005، ص158.
- (12) محمد عبده محجوب، المرأة والقيم في المجتمعات العربية، {د، ط}، مصر، دار المعرفة الجامعية، 2011، ص299.
- (13) عبد المنصف حسن رشوان، ممارسة الخدمة الاجتماعية في رعاية الشباب وقضاياهم، {د، ط}، مصر، المكتب الجامعي الحديث، 2006، ص13.

- (14) إعداد منتدى الفكر العربي، الشباب العربيّ وتحديات المستقبل، ط1، عمان، دار جرير للنشر والتوزيع، 2005، ص ص 42، 44، 43.
- (15) على ليلة، الشباب والمجتمع أبعاد الاتصال والانفصال، {د، ط}، المرجع السابق، ص 171.
- (16) على ليلة، الشباب والمجتمع: أبعاد الاتصال والانفصال، المرجع السابق، ص 171.
- (17) محمد جاد أحمد، الإعلام الفضائي وأثاره التربوية، ط1، الإسكندرية، العلم والإيمان للنشر والتوزيع، 2008، ص 101.
- (18) علي ليله، المرجع السابق، ص ص 173، 174.
- (19) علي ليله، المرجع السابق، ص 175.
- (20) تهاني محمد عثمان، عزة محمد سليمان، العنف لدى الشباب الجامعي، {د، ط} الرياض، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، ص 33.
- (21) بطرس حلاق، تأثير البرامج التلفزيونية على التنشئة الاجتماعية: المجتمع السوري نموذجاً، مجلة جامعة دمشق المجلد 23، العدد الثاني، 2007، ص 97.
- (22) محمد شفيق، السلوك الإنساني، ط1، الإسكندرية، المكتب الجامعي الحديث، 1999، ص ص 75، 76، 77.
- (23) منصور الرفاعي عبيد، الإسلام وقضايا الشباب، ط1، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، 2001، ص ص 22، 23.
- (24) السعيد بومعيزة، مرجع نفسه، ص ص 168، 169.
- (25) محمد شفيق، مرجع سابق، ص 79.
- (26) نجم الدين السهوروري، ميادين رعاية الشباب، ط1، بغداد، دار الزمان للطبع، 1971، ص 35.
- (27) أحمد محمد موسى، الشباب بين التهميش والتشخيص: رؤية انسانية، ط1، مصر، المكتبة العصرية للنشر والتوزيع، 2009، ص 102.
- (28) أحمد محمد موسى، المرجع السابق، ص 103.
- (29) ماجد الزيود، الشباب والقيم في عالم المتغير، ط1، عمان، دار الشروق، 2005، ص 56.
- (30) موسى عبد الرحيم حلس، ناصر علي مهدي، دور وسائل الإعلام في تشكيل الوعي الاجتماعي لدى الشباب الفلسطيني: دراسة ميدانية على عينة من طلاب كلية الآداب جامعة الأزهر، مجلة جامعة الأزهر بغزة، العدد 2، المجلد 12، 2010، ص ص 148، 149.

- (31) محمد جاد أحمد، الإعلام الفضائي وأثاره التربوية، ط1، مصر، العلم والإيمان للنشر والتوزيع، 2008، ص 105.
- (32) محسن الصماد، تربية الأبناء ومشاكل الشباب النفسية، {د، ط}، مصر، مكتبة بستان المعرفة، 2008، ص92.
- (33) عبد الباسط متولى خضر، تنمية وتعديل سلوك الأطفال والشباب: الخلفية النظرية – التشخيص – العلاج، {د، ط}، القاهرة، دار الكتاب الحديث، 2004، ص199.
- (34) سامية الساعاتي، الشباب العربي والتغير الاجتماعي، ط1، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، 2003، ص21.
- (35) محمد سلامة محمد غباري، التنمية ورعاية الشباب، {د، ط}، مصر، المكتب الجامعي الحديث، 2011، ص28.
- (36) محمد محمد بيومي خليل، التربية وجودة الشباب العربي فى عصر العولمة، {د، ط}، مصر، المكتب الجامعي الحديث، 2001، ص17.
- (37) عبد الرحمن محمد العيسوي، جنوح الشباب المعاصر ومشكلاته، ط1، بيروت، منشورات الحلبي الحقوقية، 2004، ص35.
- (38) فوزية دياب، القيم والعادات الاجتماعية مع بحث ميدانى لبعض العادات الاجتماعية، {د، ط}، بيروت، دار النهضة العربية للطباعة والنشر، 1980، ص136.
- (39) منى سعيد الحديدي، سلوى امام علي، الإعلام والمجتمع، ط2، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، 2006، صص207-210.
- (40) أحمد محمد موسى، المرجع السابق، ص ص32-33.
- (41) علي عبد الرحيم صالح، المعجم العربي لتحديد المصطلحات النفسية، ط1، عمان، دار المكتبة الحامد للنشر والتوزيع، 2014، ص183. (51) نورهان منير حسن فهمي، المرجع السابق، ص 265.
- (42) عبد الرحمن العيسوي، موسوعة ميادين علم النفس- سيكولوجية الشباب والجنوح: دراسة نفسية، ط1، بيروت، دار الراتب الجماعية، 2004، ص ص 49،50.
- (43) عدنان حسن باحارث، وسائل المجتمع الاقتصادية لتأهيل الشباب المبكر للحياة الاجتماعية، ط1، {د، ب}، دار المجتمع للنشر والتوزيع، 2004، ص ص 12-13.
- (44) سهير كامل أحمد، دراسات فى سيكولوجية الشباب، {د، ط}، مصر، مركز الإسكندرية للكتاب، 1998، ص77.

- (45) سناء الخولي، أزمة و مشاكل الشباب، {د، ط}، مصر، دار المعرفة الجامعية طبع ونشر توزيع، 2011، ص121.
- (46) محمد علي محمد، الشباب العربي والتغير الاجتماعي، {د، ط}، بيروت، دار النهضة العربية للطباعة والنشر، 1985، ص142.
- (47) نورهان منير حسن فهمي، الشباب والمجتمع، المرجع السابق، ص ص 267، 268، 269.
- (48) خالد محمد الزواوي، الشباب والفرغ ومستقبل البحث العلمي، {د، ط}، الإسكندرية، مؤسسة حورس الدولية للنشر والتوزيع، 2007، 2008، ص90.
- (49) عزة شرزة بيضون، وآخرون، الشباب العربي ورؤى المستقبل، ط1، بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية، 2006، ص101.
- (50) علي بوعنافة، الشباب ومشكلاته الاجتماعية في المدن الحضرية، ط1، لبنان، مركز دراسات الوحدة العربية، 2007، ص128.
- (51) فرد ميلسون، الشباب في مجتمع متغير، ترجمة يحي مرسى عيد بدر، ط1، الإسكندرية ، دار الوفاء لنديا الطباعة والنشر، 2007، ص18.
- (52) عزت حجازي، الشباب العربي ومشكلاته، الكويت، عالم المعرفة، 1985، ص 94.
- (53) إعداد منتدى الفكر العربي، المرجع السابق، ص ص81،80.
- (54) إعداد منتدى الفكر العربي، المرجع السابق، ص81.
- (55) إعداد منتدى الفكر العربي، المرجع السابق، ص84،82.
- (56) إعداد منتدى الفكر العربي، المرجع السابق، ص91،86.
- (57) جميل بني عطاء، كمال الحوامدة، الشباب الجامعي وآفة المخدرات، ط2، عمان، دار كنوز المعرفة العلمية للنشر والتوزيع، 2011، ص 207.
- (58) عبد الرحمن عزي، اللغة والاتصال، الموسوعة العربية للمعرفة من أجل التنمية المستدامة، ط1، بيروت، الدار العربية للعلوم ناشرون، 2007، م3، ص 249.
- (59) عبد الرحمن عزي، نظرية الحتمية القيمية في الإعلام، ط1، تونس، الدار المتوسطة للنشر، 2011، ص16.
- (60) عبد الرحمن عزي، نظرية الحتمية القيمية في الإعلام، المرجع السابق، ص9.

(61) ساعد هماش، نظرية الحتمية القيمية في الإعلام من التخصيص إلى التعميم: من علوم الإعلام والاتصال إلى العلوم الإنسانية والاجتماعية، الملتقى الدولي الثاني حول نظرية الحتمية القيمية في الإعلام، 2-3 ديسمبر 2013، جامعة عمار ثلجي بالأغواط.

(62) عبد الرحمن عزي، دراسات في نظرية الاتصال: نحو فكر إعلامي متميز، ط1، بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية، 2003، ص108.

(63) <https://sites.google.com/site/valuemediadeterminismtheory/uofl.27-10-2016.10:29>.

(64) عبد الرحمن عزي، نظرية الحتمية القيمية في الإعلام، المرجع السابق، ص10.

(65) عبد الرحمن عزي، نظرية الحتمية القيمية في الإعلام، المرجع السابق، ص11.

(66) عبد الرحمن عزي، نصير بوعلي، حوارات أكاديمية حول نظرية الحتمية القيمية في الإعلام، ط1، الجزائر، الدار الورسم للنشر، 2010، ص9.

(67) عبد الرحمن عزي، نظرية الواجب الأخلاقي في الممارسة الإعلامية، ط1، تونس، الدار المتوسطة للنشر، 2016، ص5، 6، 53.

(68) عبد الرحمن عزي، نظرية الواجب الأخلاقي في الممارسة الإعلامية، المرجع السابق، ص60، 65.

(69) عبد الرحمن عزي، نظرية الواجب الأخلاقي في الممارسة الإعلامية، المرجع السابق، ص65، 66، 67، 68، 70.

(70) عبد الرحمن عزي، نظرية الحتمية القيمية في الإعلام، المرجع السابق، ص14-15.

(71) عبد الرحمن عزي، حوارات أكاديمية حول نظرية الحتمية القيمية في الإعلام، مرجع سبق ذكره، ص1.

(72) محمد مساهل، أمال ايزة، " أساتذة وباحثون يناقشون موضوع الإعلام القيمي بمدرسة مستغانم للإعلام"، جريدة الوصل، العدد 2928، 10 مارس 2015، ص12.

(73) عبد الرحمن عزي، حفريات في الفكر الإعلامي القيمي: مالك بن نبي- النورسي- الورثيلاني- صن تسو، ط1، تونس، الدار المتوسطة للنشر، 2011، ص207.

(74) عبد الرحمن عزي، نظرية الحتمية القيمية في الإعلام، مرجع سابق، ص93.

(75) <https://sites.google.com/site/valuemediadeterminismtheory/journalcontent.2>  
7-10-2016.10:11.

(76) عبد الرحمن عزي، قوانين الإعلام و الإعلام الاجتماعي: قراءة معرفية في النظام الأخلاقي، تونس، الدار المتوسطة، 2013.

(77) عبد الرحمن عزي، منهجية الحتمية القيمية في الإعلام ومقياس (ع . س . ن ) للإعلام والقيم، ط1، تونس، الدار المتوسطة للنشر، 2013 .

(78) عبد الرحمن عزي، دعوة إلى فهم: الجواب الكافي حول نظرية الحتمية القيمية في الإعلام، ط1، تونس، الدار المتوسطة للنشر، 2016.

(79) <https://valuemediaschool.com/.27-10-2016.10:00>.

(80) عبد الرحمن عزي، نظرية الحتمية القيمية في الإعلام، المرجع السابق، ص ص 58، 59.

(81) نصير بوعلي: مفاتيح نظرية الحتمية القيمية في الإعلام؛ مقارنة بنيوية، مجلة كنوز الحكمة، العدد الثاني، نوفمبر 2009، ص-ص 144-149.

(82) <https://valuemediaschool.com/%D9%85%D9%84%D8%AE%D8%B5-%D8%AA% %D 9%8 6%D8%B8%D8%B1%D9%8A%D8%A9/.27-10-2016.10:08>.

(83) عبد الرحمن عزي: دراسات في نظرية الاتصال؛ نحو فكر إعلامي متميز، مرجع سابق، ص112.

(84) إعداد نصير بوعلي، قراءات في نظرية الحتمية القيمية في الإعلام، ط1، قسنطينة، منشورات مكتبة اقرأ، 2009، ص ص 129، 146.

(85) عبد الرحمن عزي، المرجع السابق، ص-ص 143-144.

(86) فؤاد بداني، "حتمية ماكلوهان لفهم قيمية عزي عبد الرحمن"، مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية، العدد الرابع، جانفي 2014، جامعة الوادي، ص 122.

(87) عبد الرحمن عزي، نظرية الحتمية القيمية في الإعلام، المرجع السابق، ص45.

(88) عبد الرحمن عزي ، وآخرون، ثورة الصورة: المشهد الإعلامي وفضاء الواقع، ط1، بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية، 2008، ص ص 105، 104.

(89) عبد الرحمن عزي، نظرية الحتمية القيمية في الإعلام، المرجع السابق، ص ص 45، 46.

(90) نصير بوعلي، "مفاهيم نظرية الحتمية القيمية في الإعلام عند عبد الرحمن عزي: مقارنة نقدية"، سلسلة كتب المستقبل العربي، بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية، ص 97.

(91) عبد الرحمن عزي، اللغة والاتصال، المرجع السابق، ص 256.



(92) <http://www.jadidpresse.com/%D8%A7%A7%D9%85%D9%8A-%D8%B9%D8%A8%D8%AF-%D8%A7%D9%84%D8%B1%D8%AD%D9%85/27-10-2016.09:49>.

(93) عبد الرحمن عزي، نظرية الحتمية القيمية في الإعلام، المرجع السابق، ص ص 46 ، 48 .  
(94) عبد الرحمن عزي ، وآخرون، ثورة الصورة، المرجع السابق، ص 108.  
(95) عبد الرحمن عزي، نظرية الحتمية القيمية في الإعلام، المرجع السابق، ص ص 48 ، 49، 51.

(96) عبد الرحمن عزي ، وآخرون، ثورة الصورة، المرجع السابق، ص 105.  
(97) عبد الرحمن عزي، نظرية الحتمية القيمية، المرجع السابق، ص ص 51 ، 54 ، 55.  
(98) عبد الرحمن عزي، دراسات في نظرية الاتصال، المرجع السابق، ص ص 106 ، 107.  
(99) ساعد هماش، " الشبكات الاجتماعية و آثارها على الفرد و المجتمع من منظور قيمي: شبكة الفيس بوك نموذجاً"، مجلة الدراسات الإعلامية القيمية المعاصرة، العدد الثاني، 2012، م 1، ص 72.

(100) شهرزاد سوفي، " القيم المتضمنة في إعلانات التلفزيون الجزائري و آثارها على جمهور الطلبة الجامعيين الجزائريين: دراسة في ضوء نظرية الحتمية القيمية في الإعلام"، العدد الثالث، 2012، م 1، ص 44.

(101) عبد الرحمن عزي، نصير بوعلي، وآخرون، حوارات أكاديمية حول نظرية الحتمية القيمية في الإعلام، المرجع السابق، ص 15.

(102) [http://hadiaoucif.blogspot.com/2013/08/blogpost\\_3588.html](http://hadiaoucif.blogspot.com/2013/08/blogpost_3588.html).27-10-2016.09:45.

(103) صويلح بوجمعة، " العولمة والأمن"، مجلة النائب، العدد الأول، الجزائر، المجلس الشعبي الوطني، 1423هـ، ص 117.

(104) عبد الرحمن عزي، دعوة إلى فهم: المصطلحات الحديثة في الإعلام و الاتصال، ط1، تونس، الدار المتوسطة للنشر، 2011، ص 68.

(105) نصير بوعلي، الإعلام والقيم: قراءة في نظرية المفكر الجزائري عبد الرحمن عزي، الجزائر، دار الهدى للطباعة والنشر والتوزيع، 2005، ص ص 48 ، 49.

(106) عبد الرحمن عزي، حفريات في الفكر الإعلامي القيمي، تونس، الدار المتوسطة للنشر، 2011، ص 66.

(107) حسن عماد مكاوي، أخلاقيات العمل الإعلامي: دراسة مقارنة، ط1، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، 1994، ص 144.

(108) محمد سيّد محمد، المسؤولية الإعلامية في الإسلام، الجزائر، المؤسسة الوطنية للكتاب، 1986، ص 376.

(109) <http://www.ministerecommunication.gov.dz/ar/node/819.27-10-2016.10:34>.

(110) عبد الرحمن عزي، نظرية الحتمية القيمية في الإعلام، م، س، ذ، ص ص 51، 52.

(111) عبد الرحمن عزي، نظرية الحتمية القيمية في الإعلام، م، س، ذ، ص ص 53، 54.

(112) أحسن خشة، الأخلاقيات الإعلامية من منظور قيمي، الملتقى الدولي الثاني حول نظرية الحتمية القيمية في الإعلام، 2-3 ديسمبر 2013، جامعة عمار ثليجي بالأغواط.

(113) أحسن خشة، الأخلاقيات الإعلامية من منظور قيمي، المرجع السابق.

(114) أحسن خشة، الأخلاقيات الإعلامية من منظور قيمي، المرجع السابق.

(115) م. مساهل، "الإنترنت أوجدت جيلا مجهولا وسرعت بموت إيديولوجيا الاحتكار والتضليل"، جريدة الوصل، العدد 2909، 16 فيفري 2015، ص 04.

(116) عبد الرحمن عزي، "القيمة في البيئة الإعلامية الجديدة: الحاجة إلى المنهج المقارن"

[http://badislounis.blogspot.com/2015/11/blog-post\\_31.html](http://badislounis.blogspot.com/2015/11/blog-post_31.html). 08-02-2016. 14:08h.

(117) أحمد عيساوي، "رؤية تحليلية نقدية لـ" منهجية [ نظرية ] الحتمية القيمية في الإعلام: للباحث المفكر الأستاذ الدكتور عزي عبد الرحمن"، الملتقى الدولي الثاني حول نظرية الحتمية القيمية في الإعلام، 2-3 ديسمبر 2013، جامعة عمار ثليجي بالأغواط.

(118) عبد الرحمن عزي، نظرية الحتمية القيمية، المرجع السابق، ص 09.

(119) باديس لونيس، "تحديات تواجه نظرية الحتمية القيمية في الإعلام: دراسة نقدية مقارنة"، الملتقى الدولي الثاني حول نظرية الحتمية القيمية في الإعلام، 2-3 ديسمبر 2013، جامعة عمار ثليجي بالأغواط.

(120) باديس لونيس، "تحديات تواجه نظرية الحتمية القيمية في الإعلام: دراسة نقدية مقارنة"، المرجع السابق.

(121) عبد الرحمن عزي، نصير بوعلي، وآخرون، حوارات أكاديمية حول نظرية الحتمية القيمية في الإعلام، المرجع السابق، ص 79.

(122) عبد الرحمن عزي، "الرد على نقد نظرية الحتمية القيمية":

<http://badislounis.blogspot.com/2014/07/blog-post.html>. 27-10-2016. 10:36.

- (123) صلاح عبد الحميد، الإعلام والثورات العربية، ط1، القاهرة، مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع، 2013، ص ص 52، 53.
- (124) صالح خليل أبو أصبع، استراتيجيات الاتصال وسياساته وتأثيراته، ط2، عمان، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، 2011، ص 355.
- (125) نصير بو علي، الإعلام والقيم، المرجع السابق، ص 66.
- (126) رشيدة سبتي، "تأثيرات الإنترنت على العلاقات الاجتماعية"، مجلة الحكمة للدراسات الاتصالية والإعلامية، العدد 25، السداسي الثاني، 2013، ص 276.
- (127) عبد الرحمن عزي، دراسات في نظرية الاتّصال، المرجع السابق، ص 112.
- (128) عبد الرحمن عزي، نظرية الحتمية القيمية في الإعلام، المرجع السابق، ص ص 30، 31.
- (129) عبد الرحمن عزي، دراسات في نظرية الاتّصال، مرجع سبق ذكره، ص ص 114، 115.
- (130) عبد الرحمن عزي، نظرية الحتمية القيمية، المرجع السابق، ص 34.
- (131) إبراهيم بعزیز، تكنولوجيا الاتصال الحديثة وتأثيراتها الاجتماعية والثقافية، ط1، القاهرة، دار الكتاب الحديث، 2011، ص ص 74، 75.
- (132) إبراهيم بعزیز، تكنولوجيا الاتصال الحديثة وتأثيراتها الاجتماعية والثقافية، المرجع السابق، ص ص 75-76.
- (133) إبراهيم بعزیز، تكنولوجيا الاتصال الحديثة وتأثيراتها الاجتماعية والثقافية، المرجع السابق، ص 76.
- (134) سامية شينار، "حينما لا نستثمر في الاتجاه الصحيح: الإنترنت..تقنية حديثة لانحراف الشباب"، مجلة شباب Jeunesse، العدد 03، 2015، ص 26.
- (135) أحمد بدر، الصحافة الكونية: دراسات في الإعلام والاتصال الدولي، ط1، القاهرة، دار غريب للطباعة والنشر والتوزيع، 2006، ص 176.
- (136) محمود علم الدين، الصحافة الالكترونية، ط1، القاهرة، دار السحاب للنشر والتوزيع، 2008، ص 285.
- (137) إبراهيم بعزیز، تكنولوجيا الاتصال الحديثة وتأثيراتها الاجتماعية والثقافية، المرجع السابق، ص 76.
- (138) شريف درويش اللبان، تكنولوجيا الاتصال الحديثة، المرجع نفسه، ص 163.
- (139) شريف درويش اللبان، تكنولوجيا النشر الصحفي: الاتجاهات الحديثة، ط3، مصر، الدار المصرية اللبنانية، 2001، ص ص 162-163.

(140) ابراهيم بعزير، تكنولوجيا الاتصال الحديثة وتأثيراتها الاجتماعية والثقافية، المرجع السابق، ص ص 77-78.

(141) صالح خليل أبو أصبع، المرجع السابق، ص ص 334، 335.

(142) صالح خليل أبو أصبع، المرجع السابق، ص 336.

(143) عبد الرحمن عزي، دراسات في نظرية الاتّصال، المرجع السابق، ص ص 116، 117.

(144) عبد الرحمن عزي، نظرية الحتمية القيمية في الإعلام، المرجع السابق، ص ص 36، 37.

(145) عبد الرحمن عزي، دراسات في نظرية الاتّصال، مرجع سبق ذكره، ص ص 118، 119.

(146) عبد الرحمن عزي، نظرية الحتمية القيمية في الإعلام، المرجع السابق، ص ص 39، 40، 41.

(147) عبد الرحمن عزي، دراسات في نظرية الاتّصال، المرجع السابق، ص ص 121، 122.

# الجانب الميداني للدراسة

### 1.3.3. دخول الإنترنت للجزائر:

يجدر التذكير بظهور استخدام الإنترنت وتطوره في الجزائر، حيث أن الجزائر لم تكن من الدول الأولى التي عرفت الإنترنت، مثل لبنان التي كانت سباقة مقارنة بالدول العربية التي "دخلت إليها بصورة مبكرة في فترة التسعينيات عبر الجامعة الأمريكية تحديدا بالتعاون مع مؤسسات أكاديمية حكومية وخاصة أخرى، وكان ذلك في 1993 و كانت مقتصرة على خدمة بروتوكول نقل الملفات و البريد الإلكتروني".<sup>(1)</sup>

يتوفر الاتصال بشبكة الإنترنت في الجزائر من خلال شبكة الاتصالات القومية (Algeria net)، ارتبطت بالشبكة في شهر مارس 1994 ويزود مركز البحوث العلمي وتقنية المعلومات (CERIST) الجزائري، الجامعات ومركز البحوث والشخصيات العلمية بإيصال كامل بشبكة الإنترنت.<sup>(2)</sup>

ويقوم مركز البحوث بإيصال الخدمة للمستخدمين وتشمل خدمات تلت وتوكل ونقل الملفات والبريد الإلكتروني، كما يوجد في الجزائر "مركز البحث في المعلومات العلمية والتقنية (جيكوس)، وفيه موقع خاص يتم من خلاله عرض الخدمات اللازمة للجالية الجزائرية المقيمة بالخارج، ويقدم خدمات الإنترنت للمواطنين ويمكن خلاله أن يتصل المواطنون بذويهم عبر البريد الإلكتروني.<sup>(3)</sup>

وأنشأ (CERIST) في شهر مارس سنة 1986 من قبل وزارة التعليم العالي والبحث العلمي، وكان من مهامه الأساسية آنذاك، هو العمل على إقامة شبكة وطنية وربطها بشبكات إقليمية ودولية.

ففي سنة 1994 كانت " الجزائر مرتبطة بالإنترنت عن طريق إيطاليا، تقدر سرعة الارتباط ب 9600 حرف ثنائي في الثانية، وهي سرعة جد ضعيفة، وقد تم ذلك في إطار مشروع تعاون مع منظمة اليونسكو، بهدف إقامة شبكة معلوماتية في إفريقيا تسمى ب (RINAF)، وتكون الجزائر هي النقطة المحورية في شمال إفريقيا".

### 2.3.3. تطور استخدام الإنترنت في الجزائر:

في سنة 1996 وصلت سرعة الخط إلى 64 ألف حرف في الثانية، عن طريق العاصمة الفرنسية باريس، وتم في نهاية 1998 ربط الجزائر بواشنطن عن طريق القمر الصناعي بقدر 1 ميغا بايت في الثانية (Méga Bytes)، وفي شهر مارس 1999 أصبحت قدرة الإنترنت في الجزائر بقوة 2 ميغا بايت في الثانية، وتم إنشاء أكثر من 30 خطا هاتفيا جديدا من خلال نقاط الوصول التابعة للمركز والمتواجدة عبر مختلف ولايات الوطن (الجزائر، سطيف، ورقلة، وهران، تلمسان)، والمربوطة بنقطة خروج وحيدة هي الجزائر، قدر عدد الهيئات المشتركة في الإنترنت سنة 1996 بحوالي 130 هيئة

، وفي سنة 1999 قدر عدد الهيئات المشتركة في الشبكة بـ 800 هيئة، منها 100 في القطاع الجامعي، و50 في القطاع الاقتصادي، و150 في القطاعات الأخرى، وكان لمركز البحث في الإعلام العلمي والتقني حوالي 3500 مشترك، ولأن هناك تباين كبير بين عدد المشتركين ومستعملي الإنترنت في الجزائر نظرا لانخفاض نسبة الاشتراك الفردي بالمقارنة مع نسبة اشتراك الهيئات (مقاهي الإنترنت، ميدياتيك، مؤسسات) بسبب ارتفاع تكلفة الربط بالشبكة، فإنه يمكن تقدير أن هناك حوالي 180 ألف مستعمل للإنترنت، حوالي 50 مستعمل لكل اشتراك، يمثل هذا العدد نسبة أكبر بقليل من 01 في الألف من عدد مستعملي الإنترنت في العالم.(4)

#### الجدول رقم (15): يوضح توزيع المؤسسات المزودة عن طريق Cerist (5)

النسبة	العدد	القطاع
40%	40000	الإدارات والمؤسسات العمومية
10%	10000	الجامعات والمؤسسات التعليمية
30%	30000	المؤسسات الخاصة
20%	20000	الخواص
100%	100000	المجموع

حيث تملك الجزائر شبكة اتصالات هام لكنها تأخرت كثيرا عن تحديثها، وهي تشهد قفزة نوعية وكمية من حيث مبادرة القطاع الخاص لتوفير تكنولوجيا المعلومات من خلال مزاولات الإنترنت، التي بلغت 28 شركة حتى شهر نوفمبر 2000.

أما المنظومة القانونية قد تأخرت عن مواكبة التطورات الحاصلة في هذا المجال، حيث صدر أول مرسوم تنظيمي للإنترنت في عام 1998، أي بعد أربع سنوات من دخول الإنترنت إلى الجزائر، ولذلك أنشئت أول سبير مقهى في عام 1997، تحت تسمية " مدرسة للتكوين في الإعلام الآلي".(6)

تضمن المرسوم التنفيذي رقم 98-257 بتاريخ 25 أوت 1998 الذي حدد شروط وكيفيات وضع استغلال خدمة الإنترنت ويعرف خدمة الإنترنت في مادته الثانية " أنها خدمة الواب واسعة النطاق ، وهي خدمة تفاعلية الاطلاع أو احتواء صفحات متعددة الوسائط، موصولة بينها عن طريق وصلات تسمى نصوص متعددة"، والبريد الإلكتروني هو خدمة تبادل رسائل الكترونية.(7)

أما في مادته الرابعة فقد نص على أنه " لا يرخص بإقامة الإنترنت واستغلالها لأغراض تجارية ضمن الشروط المحددة أدناه في المادة الخامسة، إلا الأشخاص معنويين خاضعين للقانون الجزائري المدعويين

مقدمو الإنترنت وبرأسمال يملكه فقط أشخاص معنويين خاضعين للقانون العام أو أشخاص طبيعيين من جنسية جزائرية".

وقد سهل المرسوم عملية استغلال الوسيلة لدى الجمهور، بالإضافة إلى عدم احتكارها من طرف القطاع العام وفتحها للقطاع الخاص سواء كانت هذه الخدمة متمثلة في فتح مزودين آخرين للإنترنت دون Cerist أو بفتح مقاهي Cyber café وهي أماكن يرتادها المستعملون لشبكة الإنترنت من مختلف الأعمار والمستويات، ويمكنهم الارتباط بالشبكة والتجول في أنحاء العالم بكل سهولة.(8)

إن المرسوم التنفيذي رقم **257-98** بتاريخ **25 أوت 1998** والمعدل بمرسوم تنفيذي آخر يحمل رقم **307-2000** بتاريخ **14 أكتوبر 2000**، الذي يحدد شروط وكيفيات وضع واستغلال خدمة الإنترنت ، ظهر مزودون جدد خواص وعموميين إلى جانب مركز البحث في الإعلام العلمي والتقني، مما زاد في عدد مستخدمي الشبكة، وقد وصل عدد الرخص الممنوحة إلى الخواص عبر القطر الجزائري إلى **65** رخصة حتى نهاية **2001**.

وفي وقت لاحق ستشرع وزارة البريد والمواصلات في شبكتين عن طريق السائل **Vsat Lmmarsat** ، هذا الأخير الذي يدور على محور إفريقيا، وجزء من أوروبا- الشرق الأوسط وأمريكا، مما يسمح بتقوية ربط المواقع والمستخدمين بشبكة الإنترنت، إن زيادة عدد هذه المؤسسات وحده دون تطوير البنية التحتية للاتصالات، التي تعد أمرا ضروريا لتحسين خدمات الوصول إلى الإنترنت، حيث تم إحصاء حوالي **1,4** مليون خط هاتفي في الجزائر، أي بمعدل خط لكل **25** فرد، وهو حد بعيد عن معدل العالمي (خط لكل **6** أفراد) من بين هذه الخطوط المتوفرة هناك **300** ألف إلى **400** ألف خط عاطل.

وفرت الجهة الوصية وزارة البريد والمواصلات خط اتصال أساسي للإنترنت (**backbone**) من الألياف الضوئية قدرته **34** ميغابايت في الثانية، قابل لتوسعة لغاية **144** ميغا بايت/ثا، فإدارة البريد شرعت في إقامة شبكة لتقديم خدمات الإنترنت للأفراد والمؤسسات، قدرتها تفوق **10.000** خط ويتوقع أن يكون لها **100.000** مشترك، وتتميز هذه الشبكة بضمها لمختلف الخدمات التي يوفرها الويب بالإضافة للخدمات التي تتطلبها التجارة الإلكترونية.

أما مركز البحث العلمي والتقني سعى إلى تقوية بنيته التحتية، حيث بدأ في مشروع يربطه بموزعه في الولايات المتحدة بخط سعته تصل إلى **30** ميغا بايت/ثا، وزودت المشتركين العوام بأكثر من **20** نقطة وصول للإنترنت، و**43** خط متخصص لقطاع التعليم العالي والهيئات البحثية، و **48** خط متخصص لبقية القطاعات الأخرى من بينها الموزعين الخواص، ويصل عدد خطوط الهاتف المستخدمة في الولوج إلى الشبكة بـ **2000** خط، وحسب مصادر المركز فإن عدد المستخدمين في سنة **2001** بلغ **250.000** مستخدم، منهم **20.000** مشترك.(9)



كما بدأ الاستثمار في الخدمات الهاتفية التي يوفرها الإنترنت في الجزائر، وذلك بمبادرة إنشاء أول جامعة جزائرية إلكترونية، وهي جامعة "التكوين المتواصل" (10)

دخل مركز البحث العلمي والتقني في الخوض في غمار التجارة الإلكترونية من خلال تنمية البرامج، وبناء المواقع التجارية، ويشرف المركز على إدارة وتسيير النطاق (.dz)، حيث يساهم المركز في تنمية الإنترنت، ففي بداية 2003 انطلق المركز وبيعاز من الوزارة الوصية، في تشييد شبكة علمية على المستوى الوطني، يتم الولوج إليها من خلال الشبكة الدولية للمعلومات، ويطلق على الشبكة اسم الشبكة الأكاديمية للبحث ARN، هدفها ربط جميع الجامعات الجزائرية وتزويدها بحاسبات موزعة (Serveurs) لاحتواء موقع الويب، بحيث يشتمل كل موقع على الأبحاث العلمية والمذكرات وما يتاح لدى المؤسسة الجامعية من دوريات وكتب ومجلات علمية، أي تشكيل مكتبة افتراضية، بقصد تبادل المعلومات بين الجامعات والهيئات والمراكز البحثية بالوطن، إضافة للاستعانة بهذه الشبكة في تقديم الدروس عن بعد (Telé-enseignement)، وركز المركز على مساهمة مشاركة الشبكة الأكاديمية للبحث، ولذلك عمد لإقامة دورات تدريبية لتكوين المكونين بمساهمة هيئات خارج الوطن للإسراع في عملية التنفيذ. (11)

يعيش النظام المصرفي الجزائري مشاكل عديدة ومعقدة تظهر أثناء تقديمه لخدماته، بحيث تقف عائق أما تطوره وحاجزا في وجه الاستثمار، نظرا للدور البارز الذي يلعبه هذا القطاع في حلقة التنمية الاقتصادية وتتعلق هذه المشاكل عادة بالكفاءة والسرعة في الأداء، حتى وإن تعلق الأمر بالعمل على المستوى المحلي، هذا في ظل غياب شبكات محلية تربط مختلف الهيئات المالية وتنسق العمل بينها، إن هذه الحالة تفرض إيجاد حلول جديدة من شأنها تقديم خدمات أحسن وأسرع مثل النقود الإلكترونية، التي تسهل عمليات التسديد أو الدفع المباشر عبر الإنترنت.

بادرت بعض المؤسسات بتطوير شبكات الاللكترونية للدفع والتسديد، منتشرة في نقاط محدودة من التراب الوطني، ولكن عدم القدرة على التحكم فيها وتسييرها جعل بعضها على حلول وأنظمة مستوردة غير متوافقة وخصائص السوق الجزائرية، لكن الطلب متزايد على هذه الخدمات مثل التسديد والدفع ببطاقات المعاملات المالية، شجع بعض المؤسسات على مواصلة تقديمها مثل بطاقة الدفع المقدم لخدماتها الهاتفية وبطاقة السحب من الصرافات الآلية لمؤسسة البريد والمواصلات، البطاقات البنكية للسحب والدفع (القرض الشعبي الجزائري، بنك الجزائر الخارجي، بنك الفلاحة والتنمية الريفية، الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط).

شرعت الجزائر في انجاز المرحلة الأخيرة من مشروع شبكة ما بين البنوك المتخصصة (RIS)، وقد جاء هذا المشروع كثمرة اتفاق بين وزارة المالية ووزارة البريد والمواصلات، ليسمح بربط جميع

البنوك ببعضها البعض من أجل إنشاء وسائل دفع جديدة واستعمال النقود الإلكترونية وجعل الاتصال بين البنوك يتم في زمن حقيقي، وهو ما يعتبر إعادة هيكلة وتطوير لقطاع البنوك وقد كلفت بهذا المشروع شركتين:

- الأولى برتغالية: أوكلت لها مهمة دراسة المشروع وتقييم احتياجات القطاع المعني.

- الثانية هولندية مكلفة بمهمة المساعدة التقنية.<sup>(12)</sup>

المشروع الذي يقوم على أربع مراحل:

المرحلة الأولى: تتم فيها دراسة الاحتياجات المتعلقة بالخدمات ذات القيمة المضافة، كما هو الحال في البنوك المتطورة في العالم هذه المرحلة أنجزت في **جانفي 2000**.

المرحلة الثانية: تستوجب اختبار دو طابع تكنولوجي وتقني للشبكة، حيث يتم اختيار نظام سهل وبسيط وبأقل تكلفة يدعى (**Wireless fixed Access**) وقد تم اختيار العملية بنجاح بين المدن الثلاث الجزائر، البلية، وتيزي وزو.

المرحلة الثالثة: وضع مخطط الإنجاز وتكلفة المشروع لتعميمها في باقي ولايات الوطن.

المرحلة الرابعة: تعتمد على تنظيم وتكوين المستخدمين (موظفي البنوك) وتكوين حوالي **3400** عون لمدة **اثنا عشرة شهرا**، ابتداء من شهر **ماي 2000**، كما ستقوم وزارتي العدل والمالية بتكوين كبار موظفيها في ميادين التسيير المالي والبنكي، وسيتم توسيع الشبكة إلى خدمات التأمين، الضرائب والجمارك، ستغطي هذه الشبكة كل التراب الوطني بحوالي **1000** موقع للربط.<sup>(13)</sup>

## الهوامش:

- (1) مي العبد الله سنو، الاتصال في عصر العولمة: الدور والتحديات الجديدة، ط2، لبنان، دار النهضة العربية، 2001، ص 146.
- (2) طريف أقيب، الإنترنت: المعلومات الشاملة للبشرية جمعاء، ط1، سوريا، دار إيمان، ج2، ص457.
- (3) عبد الملك ردمان الدناني، الوظيفة الإعلامية لشبكة الإنترنت، ط1، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، 2003، ص 172.
- (4) هارون منتصر، تكنولوجيا الاتصال الحديثة: المسائل النظرية والتطبيقية، ط1، قسنطينة، دار الألمعية للنشر والتوزيع، 2012، ص ص 141-142.
- (5) سعدية قصاب، التكنولوجيا الحديثة في الاقتصاديات الانتقالية، مجلة الجزائرية للعولمة والسياسات الاقتصادية، العدد1، 2010، ص141.
- (6) محمد لعقاب، مجتمع الإعلام والمعلومات: دراسة استكشافية للإنترنتيين الجزائريين، مجلة اتحاد الإذاعات الدول العربية، {د، ت}، ص 117.
- (7) رضوان بلخيري، مدخل إلى وسائل الإعلام والاتصال: نشأتها وتطورها، ط1، الجزائر، جسور للنشر والتوزيع، 2014، ص 237.
- (8) رضوان بلخيري، المرجع السابق، ص 238.
- (9) هارون منتصر، المرجع السابق، ص ص 143-144-145.
- (10) محمد لعقاب، المرجع السابق، ص 117.
- (11) هارون منتصر، المرجع السابق، ص ص 145-146.
- (12) هارون منتصر، المرجع السابق، ص ص 148-149.
- (13) هارون منتصر، المرجع السابق، ص 149.

تحليل نتائج الاستخدام والتأثير

### 1.2.3. مجتمع البحث وعينته:

#### 1.1.2.3. مجتمع الدراسة:

عرف الباحثين مجتمع البحث على أنه "مجموع من الوحدات الإحصائية المعرفة بصورة واضحة، والتي يراد منها الحصول على بيانات". (1)

ومجتمع دراستنا هو الشباب الذي يستخدم شبكة الإنترنت ومنه يتعرض لمضامينها المنشورة، ومنه يشمل مجتمع الدراسة الشباب الجزائري في كل من ولايات التالية: العاصمة، بسكرة، باتنة، وهران، وذلك من أجل أن تكون ولاية الجزائر (العاصمة) تمثل ولايات الشمال، و ولاية بسكرة تمثل ولايات الجنوب الجزائري، و ولاية وهران تمثل ولايات الغرب، أما ولاية باتنة فتتمثل ولايات الشرق الجزائري، ومنه مجتمع هذه الدراسة هم الشباب الذي يستخدم وسيلة الإنترنت و المتواجد في كل من العاصمة و بسكرة و وهران و باتنة.

جاء هذا الاختيار نتيجة لكون أن العاصمة الجزائر هي أكبر ولاية من حيث العدد السكاني، ثم تلتها بعد ذلك من ناحية ولايات الغرب الجزائري وهران، أما الولاية الثانية من ولايات الجنوب الجزائري فكانت ولاية بسكرة، وتلتها ولاية باتنة كالثالثة ولاية كبرى من ولايات الشرق الجزائري من حيث عدد السكان، حيث جاء الترتيب ولايات حسب عدد السكان في كل منها، كالتالي: (2)

1- الجزائر 1.523.000 1.507.241 1.519.570 3.518.083 ولاية الجزائر.

2. وهران 491.901 628.558 692.516 871.066 ولاية وهران.

5. باتنة 102.756 181.601 242.514 317.206 ولاية باتنة، بعد سطيف و تيزي وزو.

11. بسكرة 90.471 128.281 170.956 207.987 ولاية بسكرة، وهي أولى من بين ولايات الجنوب.

#### 2.1.2.3. عينة الدراسة:

يجب على أي باحث ومهما كان مجاله العلمي أن يعتمد على استخدام عينة في بحثه في حالات المجتمعات الكبيرة التي تعد مفرداتها بالمئات، كما هو الحال في دراستنا، ونظرا لهذا الأمر فإن حصر مفردات مجتمع البحث بشكل دقيق يصبح صعبا، لهذا نحاول أن نجعل العينة ممثلة لمجتمع البحث، التي عرفها "محمد عبد الحميد" على أنها: "عبارة عن عدد محدود من المفردات التي سوف يتعامل الباحث معها منهجيا". (3)

في هذه الدراسة نحاول الاعتماد على العينة القصدية والعينة الحصصية، هذه الأخيرة، التي تعتبر " من أنواع العينات غير الاحتمالية وتتميز بالمرونة والسرعة، وتستخدم بنسبة عالية في بحوث القراء والمستمعين والمشاهدين وبحوث الرأي العام نظرا لاتساع حجم مجتمع الدراسة".(4)

حيث " يقسم الباحث المجتمع على طرقات أو فئات بالنسبة لخصائص معينة ويعمل على تمثيل كل فئة من فئات العينة بالنسبة إلى وجودها في المجتمع، والتي يكثر استخدامها في البحوث بصفة عامة.(5)

أما العينة العمدية أو القصدية **Purposeful Sample** فعرفت على أنها " يتقصد الباحث اختيار عينته، بحيث يتحقق في كل منهم شروط معينة، ويعتقد الباحث عند اختياره هذه العينة أنها تمثل المجتمع أفضل تمثيل، أي يختار الوحدة أو الوحدات التي تكون مقابيسها مماثلة أو مشابهة لمقياس المجتمع الأصلي".(6)

لذلك اخترنا كل ولاية من جهة مختلفة من جهات الوطن، لتمثل الولايات في كامل الوطن، وجاء ذلك التقسيم الجغرافي نتيجة الإحصاء لسنة **2008**، الذي رتب الولايات حسب عدد السكان فيها، وفقا لما تم ذكره أعلاه، ومنه حسب كثافتها السكانية، وفيما يلي نأتي إلى التفصيل ذلك:

تم اعتماد على العينة القصدية و العينة الحصصية في اختيار عينة الدراسة، فقصدنا الشباب الذين يستخدمون شبكة الإنترنت، و المتروحة أعمارهم ما بين **16** و **29** سنة، المتواجدين في كل من ولاية الجزائر (العاصمة) و وهران، باتنة، بسكرة، كون أن ولاية الجزائر هي أولى الولايات، إضافة إلى أنها أولى الولايات في ولايات الشمال الجزائري، أما ولاية بسكرة فهي أولى من بين ولايات الجنوب الجزائري، كما تعد ولاية وهران ثاني ولاية من حيث عدد السكان في الجزائر، وأولى ولايات الغرب الجزائري، وبالنسبة لولاية باتنة احتلت المرتبة الثالثة في ولايات الشرق الجزائري، أما العينة الحصصية فقد تم اعتماد عليها في تقسيم أفراد العينة إلى حصتين ذكور وإناث، ومنه التمكن من معرفة إذا كان هناك اختلاف في تأثير الإنترنت على الذكور والإناث، وتمثل حجم العينة في البداية **518** مفردة، ولكن عند الاسترجاع أصبحت العينة **485** وخضعت عملية الاختيار إلى ما يلي:

- متغير الموقع الجغرافي: حيث تم اختيار الشباب في ولاية الجزائر و بسكرة و باتنة و وهران، مع مراعاة التوازن بين الجنسين أي في أفراد العينة كون أن العينة حصصية، أي **50%** ذكور و **50%** إناث.

- متغير السن: شملت عينة الدراسة على الشباب الذي تتراوح أعمارهم ما بين **16** و **29** سنة.

تم توزيع 150 في ولاية الجزائر، وتم استرجاعها كاملة، أما في ولاية بسكرة فتم توزيع 100 على الشباب، وتم استرجاع 91 استمارة، أما في ولاية باتنة فتم توزيع 126 استمارة، وتم استرجاع 120، وبقيت ولاية وهران فتم توزيع 130 في حين تم استرجاع 124 استمارة، ومنه قدر عدد العينة في الاخير بـ 485 مفردة.

ومنه قدرت مفردات الدراسة بـ 485 مفردة، وبعد جمع كل المفردات من كل ولاية، فصلنا على 256 إناثا و 229 ذكور، و التي كانت عينة الدراسة الحقيقية، حيث تم تقسيم مجتمع البحث لهذه الدراسة إلى حصتين، بحيث تكون ممثلة لجميع مفردات هذا المجتمع.

### 2.2.3. منهج الدراسة وأدواته:

#### 1.1.2.2.3. منهج الدراسة:

يتعين على كل باحث أن يوضح المنهج الذي اعتمده في دراسته، ويرجع تحديد المنهج حسب طبيعة البحث والإشكالية المطروحة.

واعتمادنا في هذه الدراسة على المنهج المسحي الوصفي، هذا المنهج الذي عرف بأنه "دراسة استطلاعية نقوم بها بقصد الكشف عن مشاكل المجتمع، أو أنه محاولة منظمة لتقرير وتحليل وتفسير الوضع الراهن لنظام اجتماعي أو لجماعة معينة تنصب على الوقت الحاضر بشكل أساسي".<sup>(7)</sup> ويمكن الهدف من وراء استعمالنا لهذا المنهج بغية الوصول إلى البيانات والمعلومات الخاصة بالشباب، ومعرفة كيفية استخدامهم للإنترنت وتفاعلهم معها.

و عُرف في كتاب "أسس ومبادئ البحث العلمي" على أنه "محاولة منظمة لجمع البيانات وتحليل وتفسير وتقرير الوضع الراهن لموضوع ما في بيئة محددة، ووقت معين، أي أن البحث ينصب على الوقت الحاضر".<sup>(8)</sup>

أما الباحث "ذوقان عبيدات" فرى أنه "المنهج الذي يقوم على جمع المعلومات والبيانات عن الظاهرة المدروسة، قصد التعرف على وضعها الحالي وجوانب قوتها وضعفها".<sup>(9)</sup>

أما المنهج الوصفي الذي فعرف على أنه "الرصد والمتابعة الدقيقة لظاهرة أو حدث معين بطريقة كمية أو نوعية في فترة زمنية معينة، أو عدة فترات، من أجل التعرف على الظاهرة أو الحدث من حيث المحتوى، والوصول إلى نتائج وتعميمات تساعد في فهم الواقع وتطويره".<sup>(10)</sup>

والمنهج الوصفي **descriptive method** هو "الذي يهتم بالتعرف على المشكلة عن طريق وصف ظواهرها وخصائصها وطبيعتها، ومعرفة أسبابها وسبل التحكم فيها معتمدا على تجميع البيانات وتحليلها وبالتالي استخلاص النتائج بغرض معالجة المشكلة تم تعميم هذه النتائج".<sup>(11)</sup>

ولهذا اعتمدنا على المنهج الوصفي من أجل تتبع تطور بحوث التأثير مرحلة بمرحلة، وحصر مختلف جوانب الموضوع وذلك لتقديم صورة مكتملة عن الموضوع، تهدف إلى إزالة الغموض عن الموضوع، إضافة إلى وصف كيفية استعمال الشباب لوسيلة الإنترنت، وما هي الأوقات المفضلة لاستخدام الإنترنت واهتماماتهم نحو مواضيع معينة فيها؟.

كما لا يفوتنا أن نذكر ايجابيات البحوث المسحية، رغم ما تتميز به من سلبيات كعدم القدرة على السيطرة على المتغيرات المستقلة مما يخلق صعوبة التأكد من العلاقات بين المتغيرات، لكن رغم هذه العيوب التي نجدها في البحوث المسحية إلا أنها تبقى مهمة في الحصول على البيانات وجمعها حول الظاهرة المدروسة، كما أن ايجابيات البحوث المسحية تتمثل في مايلي:

- أنها تستخدم لدراسة المشكلات في ظروفها الطبيعية.
- تمكن من جمع كم معتبر من البيانات والمعطيات.
- اختبار عدد كبير من المتغيرات.
- توفر بيانات لإجراء هذا النوع من البحوث.(12)
- من أنسب المناهج العلمية ملائمة للدراسات الوصفية بصفة عامة، ذلك لأن المنهج يستهدف تسجيل و تحليل و تفسير الظاهرة في وضعها الراهن بعد جمع البيانات اللازمة، وعن عناصرها من خلال مجموعة من الإجراءات المنظمة التي تحدد البيانات و مصدرها.(13)

### 2.2.2.3. أدوات الدراسة:

تعتمد هذه الدراسة على أداة بحث تناسب المنهج المسحي، وهي أداة الاستمارة، و هي عبارة عن "مجموعة أسئلة مكتوبة تعدّ بقصد الحصول على معلومات أو آراء المبحوثين حول ظاهرة أو موقف معين، وهي من أكثر الأدوات المستخدمة في جمع البيانات الخاصة بالعلوم الاجتماعية". (14)

وتم الاعتماد على الاستمارة في هذه الدراسة كونها تقنية مباشرة في استجواب الأفراد، كما تعدّ أكثر الأدوات ارتباطاً بالمنهج المسحي الذي نعتمده في دراستنا، إضافة إلى المعلومات التي تقدمها لنا بعد إجابة الأفراد المبحوثين، وتم تسليم هذه الاستمارة إلى مجموعة من الأساتذة المحكّمين \* لتقييمها ، وعلى ضوء ملاحظاتهم لهذه الاستمارة واقتراحاتهم التي تم توجيهها لها، والتي كانت متقاربة وتخدم هذه الدراسة، تم تعديل ما يجب تعديله في الاستمارة بناء على تحكيمهم لها.

ومن خلال الأسئلة المطروحة في الاستمارة نحاول أن نعرف استخدام الشباب لشبكة الإنترنت، وما إذا كانت تلك المضامين التي يشاهدها الشباب، ساهمت في تعزيز قيمهم وساعدتهم على تجاوز بعض السلوكيات، وكذا معرفة علاقة الشباب بوسيلة الوسائل.



كما اشتملت هذه الاستمارة على أربعة محاور، و التي احتوت بدورها على 40 سؤال، مقسمة على محاور، في المحور الأول المتعلق " بعادات وأنماط استخدام الإنترنت" من قبل الشباب ضم 8 أسئلة، أما المحور الخاص بوسيلة الإنترنت فقد احتوى على 16 سؤال، والمحور الثالث اختص بالقيم و السلوكيات وعلاقتها بالإنترنت وضم 8 أسئلة، وبقيت 8 أسئلة خاصة بالبيانات الشخصية.

**1- محور عادات استخدام الإنترنت:** الذي ضم أسئلة متنوعة عن استخدام الإنترنت، وإذا كان تستخدم في الفترة الصباحية أم المسائية، وحجم الساعي للاستخدام، ومكان استخدامها، والأوقات المفضلة لاستخدامها، ومواضيع التي يتصفحها.

**2- محور خاص بالوسيلة:** تضمّن هو الآخر مجموعة من الأسئلة حول فترة استخدام الإنترنت، وإذا كانت تستخدم دائما أم أحيانا، وكيفية قراءة الأخبار في الصحف الورقية والالكترونية عبر الإنترنت.

### **3- محور السلوكيات و القيم:**

احتوى على مجموعة من السلوكيات و القيم التي نعتمد عليها في هذه الدراسة والتي تم استعارتها من مجموعة من الدراسات، وذلك كوننا وجدناها أكثر ملائمة لهذه الدراسة، التي تهدف لمعرفة تأثير الإنترنت على قيم الشباب وسلوكياته، التي نفترض فيها أن المضامين المنشورة في الإنترنت التي تساعد الشباب على تجاوز السلوكيات السلبية، كونها لا تتوافق مع المعايير السائدة في المجتمع الجزائري، وتعكس هذه السلوكيات بعض الأبعاد المحددة حسب منهج " ن، س، ع" للبروفسور عزري عبد الرحمن"، على النحو التالي:

- 1- البعد الإيماني: الإخلاص في العمل، إهمال الفرائض الدينية، الابتعاد عن النميمة، الكذب.
  - 2- البعد المكاني: عدم العناية بالبيئة.
  - 3- البعد الاجتماعي: التصرف بعنف تجاه الآخرين، عدم الاهتمام بالمشاكل الراهنة، عدم احترام الأهل.
  - 4- البعد النفسي والشخصي: القلق والتوتر، اللامبالاة، المبالغة في حب المال، تقليد النجوم واللاعبين الرياضيين والإعجاب بهم، لعب القمار، البحث عن الحبيب.
  - 5- البعد الاقتصادي: التبذير والإسراف، عدم الاهتمام بالعمل.
- كما قمنا بتقسيم القيم إلى أبعاد تمثلت في:

- 1- البعد الإيماني للقيمة: الإحسان، الشك الديني.
- 2- البعد الزمني: عدم المثابرة، التزام بالوقت.

3- البعد الاجتماعي: التنشئة الاجتماعية، المسؤولية، حسن الحديث، احترام الآخرين، التضامن مع الآخرين، المثابرة، الثقافة، العادات والتقاليد، الغاية تبرر الوسيلة، محبة الناس، احترام الأهل، العزلة الاجتماعية.

4- البعد النفسي والشخصي: تدعيم أواصر المحبة، إثبات الذات، الثقة، الصدق، التفكير والنقد، الصبر ، المسؤولية، القلق و التوتر، الإدمان.

5- البعد التواصلية: عدم الإساءة، التعارف مع الطرف الآخر.

6- البعد التربوي: العلم.

7- البعد السياسي: العدل، المساواة، السلطة.

وبذلك وضعنا مجموعة من القيم في هذه الدراسة، وحاولنا اعتماد على مقياس "ليكارت" (Likert) لكون هذا المقياس كما يرى "Munton" سهل وسريع الاستعمال ويوفر الوقت، ولا يؤثر على دقة القياس. (15)

كما اعتمدنا أيضا على مقياس (ع. س. ن) للإعلام والقيم على النحو التالي: (16)

- مقياس: أداة منهجية تدرس مدى حضور منظومة قيمية في وسط اجتماعي معين، و يعني المقياس في مقياس الحتمية القيمية في الإعلام أداة منهجية علمية دقيقة تدرس مدى حضور أو فعالية القيم في وسائل الإعلام أو لدى المتلقي في القول ( أي الموقف المصرح به) و الفعل (أي السلوك الاجتماعي) أخذا بعين الاعتبار خصوصية كل مجتمع أثناء تطبيق الأداة.

- (ع. س. ن): اختصار لأسماء الثلاثة الذين طوروا و حكموا هذه الأداة: د. عبد الرحمن عزي، جامعة الشارقة، د. السعيد بومعيزة، جامعة الجزائر، د. نصير بوعلي، جامعة الأمير عبد القادر.

- القيمة: ما يسمو و يرقى من المعاني و مصدرها المعتقد، ويمكن أن تتجسد في سلوك الإنسان بأبعادها الإثني عشر المتنوعة وفق تصنيف نظرية الحتمية القيمية في الإعلام: الإيمان والاتصالية و الزمنية و المكانية و اللسانية و الاجتماعية و الاقتصادية و التربوية و السياسية و الجمالية و الإنسانية. و الجديد في التصنيف و تأسيس أداة منهجية متخصصة في حقل الإعلام و الاتصال، ويتضمن هذا المقياس عدة عناصر:

أ- دليل الأبعاد المختلفة للقيمة ( الجدول 1) ويتضمن أمثلة عن القيم عن كل تصنيف (الاثني عشر) ، يمكن للباحث أن يختار عينة من تلك القيم أو يضيف وفق أسس نظرية الحتمية القيمية في الإعلام.

الجدول (16): دليل الأبعاد المختلفة للقيمة وفقا لمقياس ع. س. ن (17)

المجال	القيمة
(1) البعد الإيماني	الإيمان بالله، أداء العبادات، العمل الصالح، الإخلاص في العمل، النفقة في الدين، إلخ.
(2) البعد التواصلية	حسن التواصل مع الآخر، إتباع أسلوب الحوار مع الآخر، ممارسة الإقناع بدل التسلط على الآخر، توظيف فن التفاوض و الحلول الوسطى، الجدل بالتي أحسن، التبسم للآخر، إلخ.
(3) البعد الزمني	احترام الوقت، أداء العبادات في أوقاتها، أداء العمل في وقته، إعادة الدين في وقته، إلخ.
(4) البعد المكاني	الغاية بالمكان الداخلي (البيت)، العناية بالفضاء العام، حب المكان، الوعي بأهمية البيئة، إلخ.
(5) البعد اللساني	استخدام الكلمات الايجابية(القيمية) في الحديث، حفظ اللسان، ستر الآخر، إلخ.
(6) البعد النفسي	الرضا، ضبط النفس، الرجاء، الصدق، الأمانة، الحلم، ترشيد الاستهلاك، الوقار، الاعتدال، الصبر، القناعة، تقدير الذات، الاستقامة، الحياء، الاحتشام، الكرم، الوفاء، التواضع، الزهد، الثقة بالنفس، كتم السر، إلخ.
(7) البعد الاجتماعي	حسن الجوار، التعاون، الصداقة، العمل التطوعي، مساعدة المحتاج، محبة الناس، التكافل الاجتماعي، احترام الآخرين، الإيثار، النصيحة، توقير الكبير، الرفق بالصغير، بر الوالدين، احترام المرأة، التسامح، حسن الظن بالآخرين، صلة الرحم، التراحم، رعاية الأبناء، إلخ.
(8) البعد الاقتصادي	حب العمل، إتقان العمل، الاستثمار الحلال، الكسب الحلال، الاعتدال في الإنفاق، الادخار، الوفاء بالدين، الإنفاق في سبيل الله، القناعة، احترام ملكية الآخر، إلخ.
(9) البعد التربوي	حب العلم، طلب العلم، تقدير العلماء، الأمانة العلمية، إلخ.
(10) البعد السياسي	العدل، الشورى، الحرية، الأمر بالمعروف، النهي عن المنكر، إلخ.
(11) البعد الجمالي	الذوق، الجمال، إلخ.
(12) البعد الإنساني	احترام الإنسان كالإنسان، احترام التنوع الثقافي و اللساني و السياسي والعرقى، احترام الأديان الأخرى، إلخ.

المصدر: عزى عبد الرحمن

**4- محور البيانات الشخصية:** اشتمل هذا المحور على الأسئلة العادية التي تخص الجنس، السن، المستوى التعليمي، مكان السكن، المهنة، الحالة المدنية، الدخل الشهري.

### 3.2.3. الإطار الزمني للدراسة:

#### 1.3.2.3. الإطار الزمني للدراسة:

بدأت مدة الزمنية للدراسة من سنة **2015** حيث تم اختيار موضوع الدراسة وضبطه في شكله النهائي ، ومن بعد تم تحديد الإجراءات المنهجية الأخرى من صياغة فرضيات الدراسة و أسباب اختيار الدراسة وأهدافها وأهميتها، ومن ثم تحديد مجتمع الدراسة وعينته، وكذا اختيار المنهج المناسب لهذه الدراسة و أدواتها، وباقي الخطوات المنهجية الأخرى.

أما الفترة الزمنية للدراسة الميدانية فقد بدأت من **أفريل 2017** إلى غاية جانفي سنة **2018**، حيث وزعت الاستمارة على شباب في ولاية باتنة من **22** أفريل إلى **24** أفريل **2017**، أما الشباب في ولاية بسكرة فبدأ التوزيع عليهم من **25** أفريل **2017** ، ووزعت أيضا في ولاية العاصمة في الفترة الزمنية من **18** ماي إلى **29** ماي **2017**، في حين كان التوزيع بولاية وهران من **30** ماي إلى **31** ماي **2017**، وبذلك اشتملت الفترة الزمنية لتوزيع استمارة الدراسة من **24** أفريل **2017** إلى **31** ماي **2017**، أما جمع البيانات و تحويلها الى معلومات ونتائج فاستغرق باقي الفترة الزمنية .

#### 2.3.2.3. الإطار المكاني للدراسة:

اشتمل توزيع استمارة الدراسة على مجموعة من الأماكن الجغرافية، وذلك على النحو التالي:

- مستوى التمثيل الجغرافي: ويعتمد على المناطق و المساحات العامة في كل من أوساط ولاية الجزائر العاصمة، بسكرة، وهران، باتنة.

#### - ولاية الجزائر:

فوزعت **150** مفردة في ولاية العاصمة، في منطقة بن عكنون، و حي ابيدير تومي، و شارع الشهيد مصطفى خالف، و منطقة بوزريعة، و ساحة البريد المركزي، ساحة 1 ماي، و حديقة صوفيا.

#### - ولاية بسكرة:

**91** مفردة وزعت على شباب في ولاية بسكرة، و شملت كل من حي العالية، جامعة محمد خيضر ، حي فلياش، مقهى الإنترنت ( سيار face book )، حي الهدى، حي شتمة، حي 322 مسكن ( حي العسكري)، قطب شتمة –جامعة محمد خيضر.

## - ولاية وهران:

أما وهران **124** مفردة فوزعت في ولاية وهران، في كل من مكتبة كندرال، ساحة **1** نوفمبر **1954** ، حديقة العمومية، حي دار الحياة ( مدينة الجديدة)، حي زبانه، حي المهاجرين، جامعة كلية الطب، حي البلاطو، حي ايسطو.

## - ولاية باتنة:

وتبقى **120** مفردة وزعت على الشباب في ولاية باتنة، ووزعت في حي بوزغاية، حي النصر، حي سيتي شيخي (طريق بسكرة)، مقهى الإنترنت (الاندلس)، ساحة **1** نوفمبر (حديقة **1** نوفمبر)، منطقة العرقوب (كلية الحقوق و السياسة جامعة باتنة **1**)، حي تجزئة المجاهدين، وقد تم استخدام عينة من الشباب قوامها **120** مفردة، وزعت عليها **120** استمارة، حيث تم استرجاع **120** منها، وبذلك تكون العينة الحقيقية لدراسة **485** مفردة.

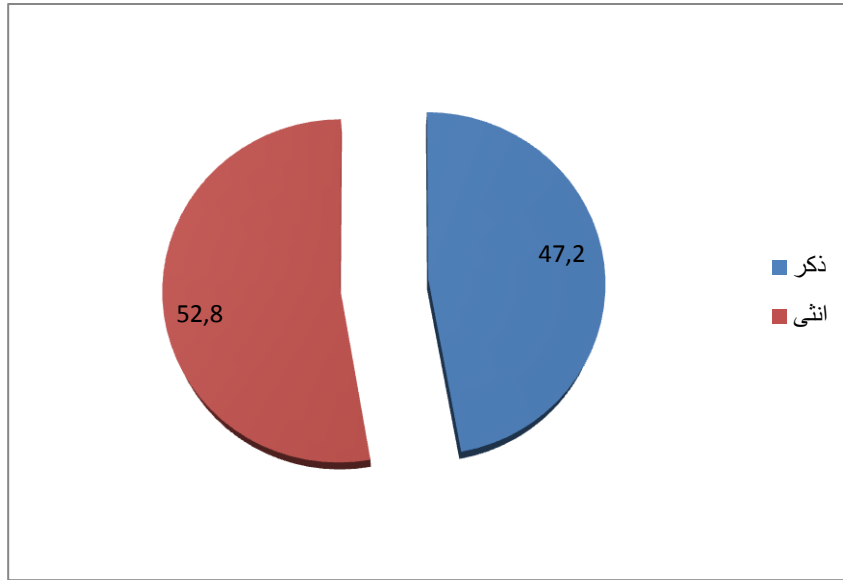
و في دراستنا هذه نعتمد على العينة الحصصية، بمعنى يكون **50%** للذكور، و**50%** للإناث، بهدف المقارنة بين اختلاف التأثير الذي تحدثه المضامين الموجودة في الإنترنت على الإناث والذكور، وما إذا كانت الخصائص الديمغرافية و السوسيو-ثقافية لها دور في إحداث هذا الاختلاف في التأثير، إلا أن عدد الذكور **229** مفردة، مقارنة بالإناث **256** مفردة.

### 4.2.3. تحليل نتائج الاستخدام:

جدول رقم 17: يبين توزيع أفراد العينة حسب الجنس

الجنس	العدد	%
ذكر	229	47,2
انثى	256	52,8
المجموع	485	100

الشكل البياني رقم 2: يوضح توزيع العينة حسب الجنس



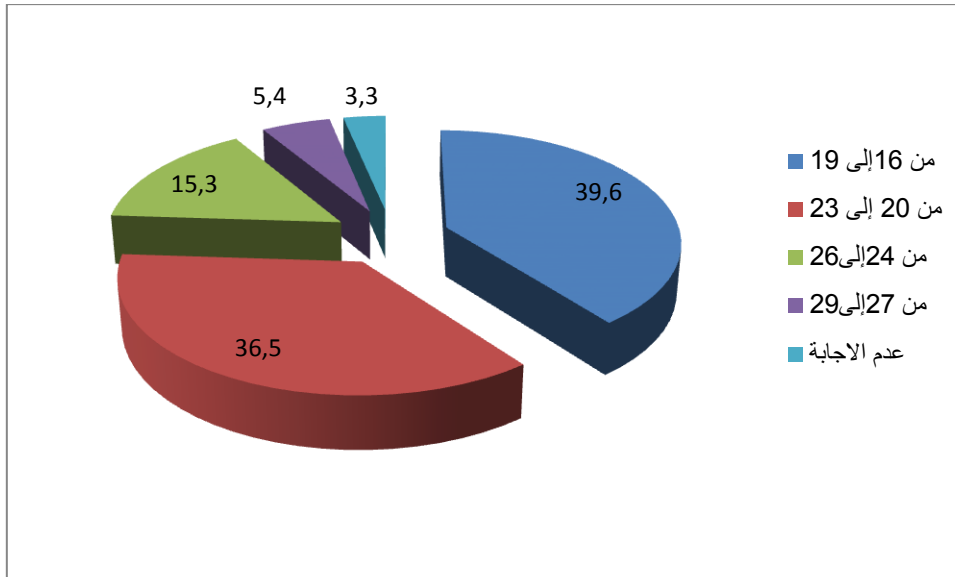
يتضح من الجدول أن توزيع أفراد العينة حسب الجنس جاء بالتساوي تقريبا، أي 47,2% ذكور، مقابل 52,8% إناث.

**جدول رقم 18: يبين توزيع المبحوثين حسب متغير السن**

السن	التكرار	%
من 16 إلى 19	192	39,6
من 20 إلى 23	177	36,5
من 24 إلى 26	74	15,3
من 27 إلى 29	26	5,4
عدم الاجابة	16	3,3
المجموع	485	100

المصدر: اعداد الباحثة

الشكل البياني رقم 3: يوضح توزيع أفراد العينة حسب السن



من خلال الجدول يظهر أن فئة 16-19 تمثل أكثر فئة وبلغت نسبتها 39,6%، وفي المقابل احتلت فئة 29-27 نسبة أقل قدرت بـ 5,4%، وتوسّطت هذه الفئتين فئة 24-26 التي بلغت نسبتها 15,3%.

و نفسر هذا أن فئة من 16-19 يعتبرون مراهقين، و هم أكثر فضولا على الاطلاع على الوسائل و جديدها، حيث سميت فترة بـ " فترة الفتوة أو فترة الشباب الأولى، و تمتد من بداية سن المراهقة حتى

سن الواحد والعشرين، وهي مرحلة انتقالية يتحول خلالها الشاب إلى رجل بالغ أو امرأة بالغة، ويحقق فيها نضجه الجنسي ومستوى عاليا من النضج الانفعالي والاجتماعي". (18)

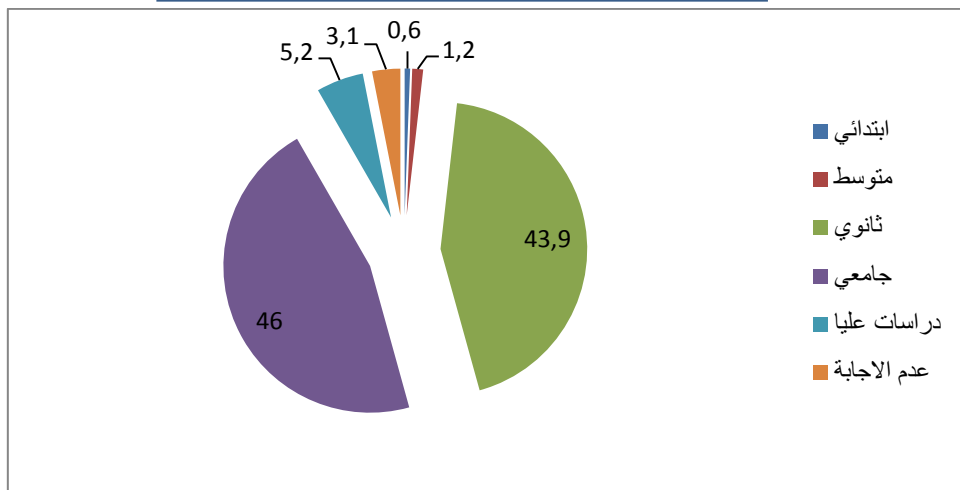
كما أكدت دراسة " السعيد بومعيزة" أن فئة من 19-24 عاما أكثر استخداما للإنترنت بنسبة 54,2%، أما فئة 25-29 فبنسبة 45,8%، وهذا يدل على أن الفئة الأولى أفرادها لم يخرجوا من مرحلة المراهقة، وما تتميز به من أحلام يقضة، المرتبطة ارتباطا وثيقا بمحتويات وسائل الاتصال و الاعلام ، و يزاولون دراستهم في الثانوية مع ذويهم، أما الفئة الثانية تكون خرجت من فترة المراهقة و قد تكون مستقلا ماديا و لا تعيش مع الأهل و هو ما يؤثر على كيفية الاستخدام". (19)

### جدول رقم 19: يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى التعليمي

المستوى التعليمي	التكرار	%
ابتدائي	3	0,6
متوسط	6	1,2
ثانوي	213	43,9
جامعي	223	46,0
دراسات عليا	25	5,2
عدم الاجابة	15	3,1
المجموع	485	100

المصدر: اعداد الباحثة

الشكل البياني رقم 4: يوضح توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي





يتضح من الجدول أن المستوى التعليمي الجامعي احتل أعلى نسبة قدرت بـ 46%، مقارنة بالمستوى التعليمي المتوسط و الابتدائي، الذي قدرت نسبتهما بـ 1,2% و 0,6%، في حين توسط المستوى التعليمي ثانوي بنسبة 43,9%.

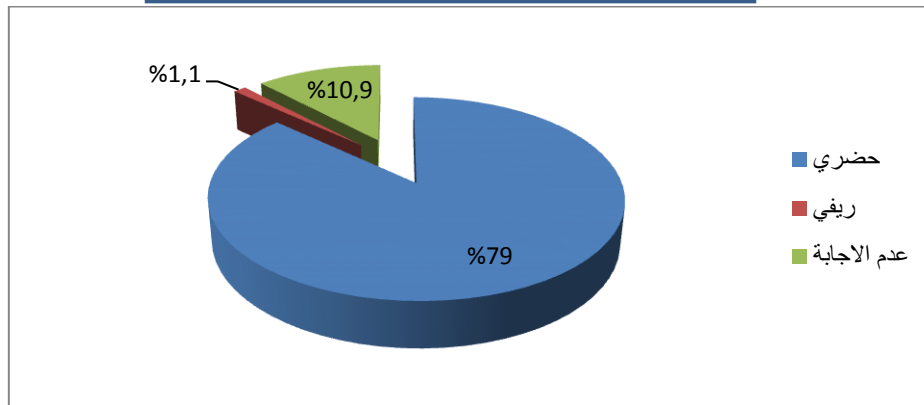
وكذا انعدام المستوى التعليمي الابتدائي، وهذا يعود إلى سياسة الدولة المتبعة في المنظومة التربوية ، حيث أقرت مجانية التعليم، وغدت تمحو الأمية، وذلك بفتح مراكز "محو الأمية"، كما توصلت دراسة بعنوان "اتجاهات جمهور مستخدمي الانترنت " إلى نفس نتائج دراستنا كون أن الأتترنيتيون في الجزائر يمثلون الطلبة بدرجة كبرى، حيث " أن أكبر نسبة مستخدمي الإنترنت في الجزائر سجلت لدى فئة الطلبة 67%، و هو ما يشير إلى أن استخدام الإنترنت في الجزائر لا يزال محصورا بشكل كبير في المجال التعليمي". (20)

#### جدول رقم 20: يبين توزيع أفراد العينة حسب مكان الإقامة

مكان الإقامة	التكرار	%
حضري	383	79,0
ريفي	49	10,1
عدم الاجابة	53	10,9
المجموع	485	100

#### المصدر: اعداد الباحثة

الشكل البياني رقم 5: يوضح توزيع أفراد العينة حسب مكان الإقامة



يتضح من خلال الجدول أعلاه أن أفراد العينة الذين يقطنون في أماكن الحضرية أحتلت أعلى نسبة بقيمة 79%، مقابل نسبة الأفراد الذين يسكنون في أحياء الريفية التي بلغت نسبتهم 10,1%، كما امتنع بعض المبحوثين عن الإجابة و بلغت نسبتهم 10,9%.

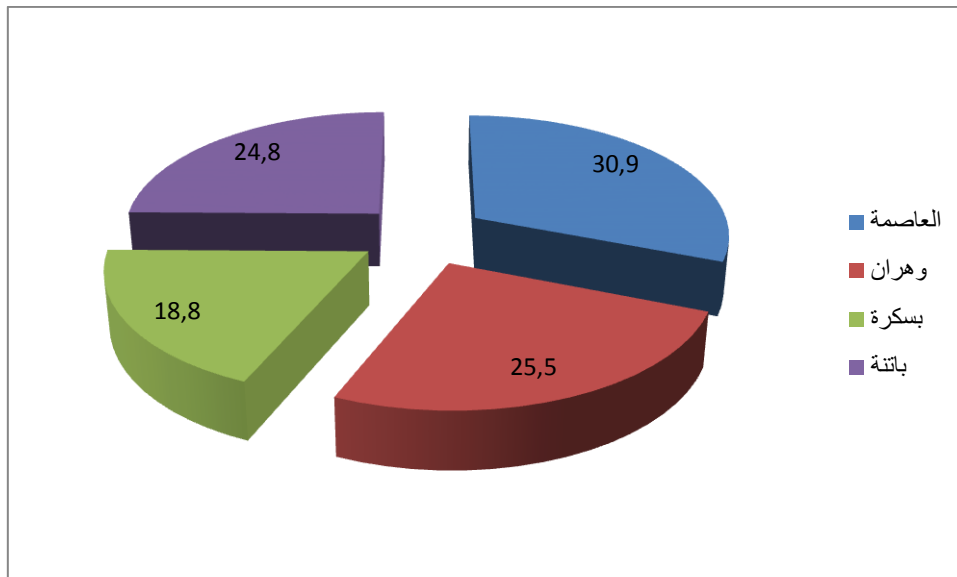
اتفقت دراسة " اتجاهات استخدام الإنترنت" مع نتيجة المتوصل إليها، في كون أن " استخدام الإنترنت بشكل كبير من قبل أفراد المقيمون في مناطق الحضرية، وقدرت نسبة 69%، و هذا نظرا لانتشار نوادي الإنترنت في تلك المناطق بشكل واسع، وتتفصل في المناطق الريفية". (21)

### جدول رقم 21: يبين توزيع أفراد العينة حسب الولاية

الولاية	التكرار	%
العاصمة	150	30,9
بسكرة	91	18,8
وهران	124	25,5
باتنة	120	24,8
المجموع	485	100

المصدر: اعداد الباحثة

الشكل البياني رقم 6: يوضح توزيع أفراد العينة حسب الولاية



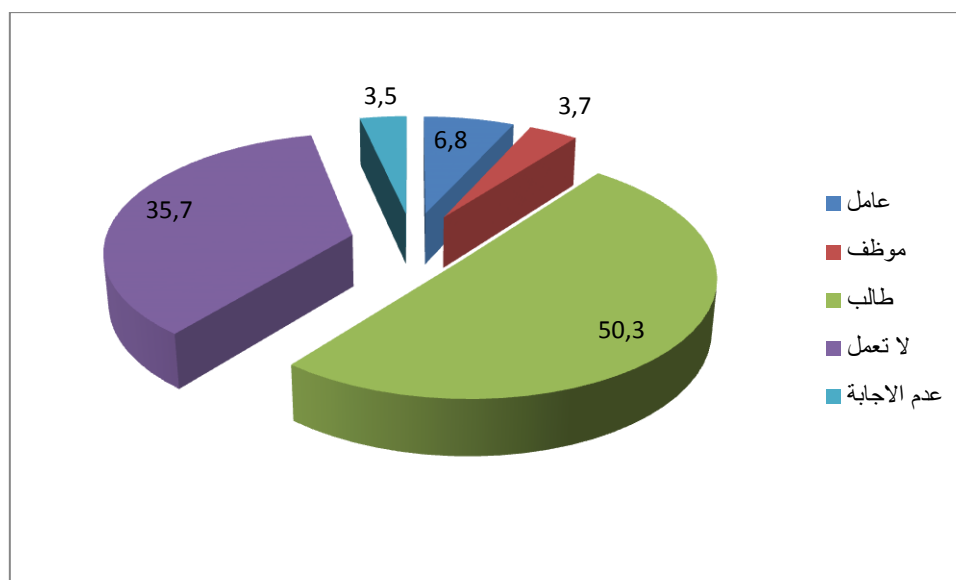
يبين لنا الجدول أعلاه توزيع أفراد العينة حسب الولاية، حيث بلغت أعلى نسبة للشباب القاطنين في ولاية الجزائر العاصمة، والتي قدرت بـ 30,9%، وتلتها نسبة الشباب القاطنين بولاية وهران و باتنة بـ 25,5%، و 24,8%، و أقل نسبة للشباب بولاية بسكرة بنسبة 18,8%.

### جدول رقم 22: يبين توزيع المبحوثين حسب متغير المهنة

	التكرار	%
عامل	33	6,8
موظف	18	3,7
طالب	244	50,3
لا تعمل	173	35,7
عدم الاجابة	17	3,5
المجموع	485	100

المصدر: اعداد الباحثة

الشكل البياني رقم 7: يوضح توزيع العينة حسب المهنة



يبين لنا الجدول أعلاه أن أعلى نسبة، والتي قدرت بـ 50,3%، للمبحوثين الطلاب، في مقابل نسبة العاملين و التي تعتبر أقل نسبة و قدرت بـ 3,7%، و توسطت النسبتين إجابة المبحوثين الذين لا يعملون بنسبة 35,7%.

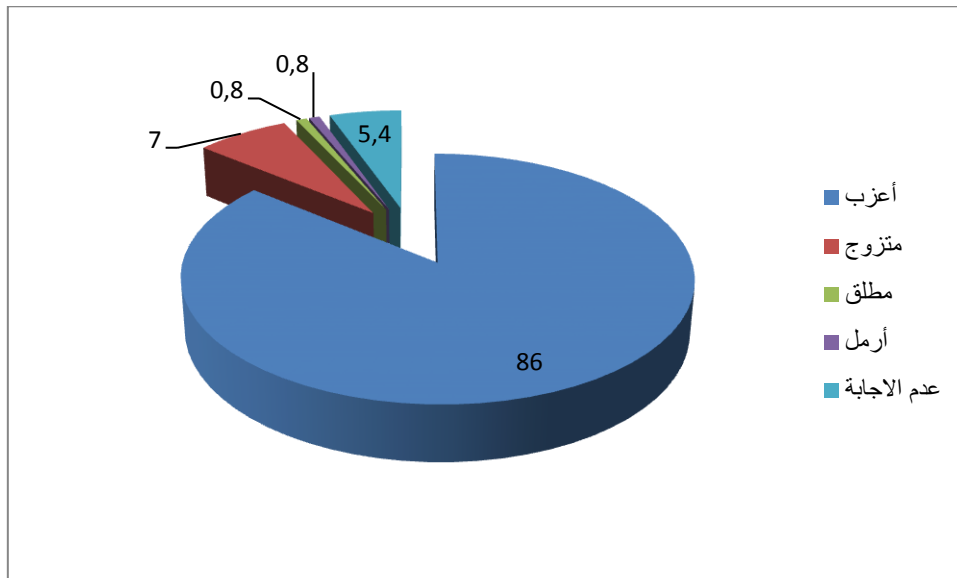
وعليه، من خلال النتائج نرى بأن ارتفاع نسبة الطلبة الجامعيين، ساهم في امتصاص نسبة البطالة ، لكن رغم هذا فإن عامل المهنة لا يؤثر استخدام شبكة الإنترنت حيث أن ومع تمكين خدمة الجيل الثالث و الرابع في الجزائر و الأسعار المناسبة لكل المشتركين، ساهم في ازالة العوائق و الحواجز التي تحول دون الارتباط بالشبكة والتواجد عبرها، رغم أن عدد البطالين بلغ 1,169,000، أي بنسبة 11,3%، لسنة 2008. (22)

### جدول رقم 23: يبين توزيع المبحوثين حسب الحالة المدنية

الحالة المدنية	التكرار	%
أعزب	417	86,0
متزوج	34	7,0
مطلق	4	0,8
أرمل	4	0,8
عدم الاجابة	26	5,4
المجموع	485	100

المصدر: اعداد الباحثة

الشكل البياني رقم 8: يوضح توزيع أفراد العينة حسب الحالة المدنية



من خلال الجدول يتضح أن نسبة العزاب احتلوا أعلى نسبة، التي قدرت بـ 86%، مقابل أقل نسبة للمطلقين والأرامل، التي بلغت نسبتهما 0,8%، وتوسّطت هذه النسب نسبة المتزوجين قدرت بـ 7%.

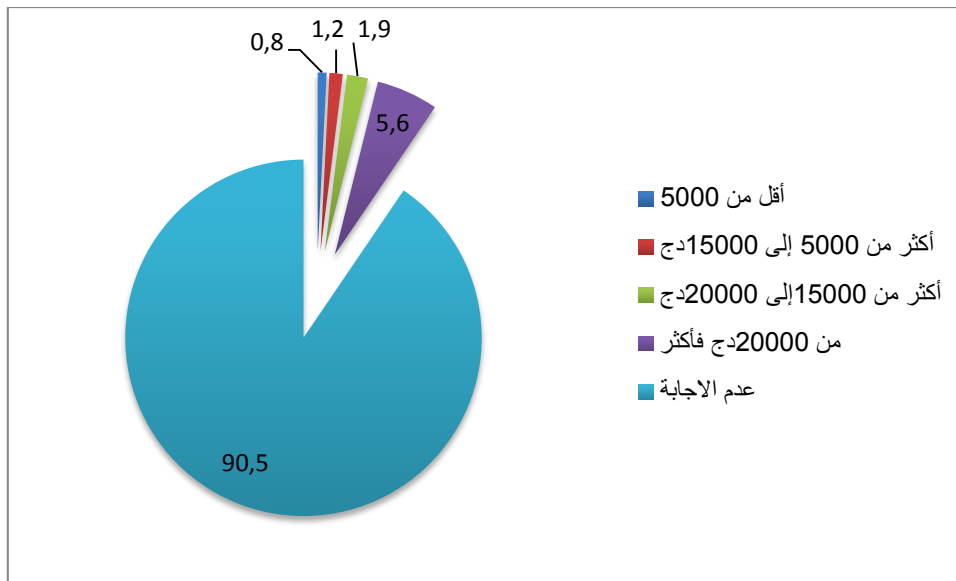
و نفس النتيجة توصلت إليها الدراسة المعنونة بـ " أثر استخدام الانترنت على سلوكيات الطلبة" أن فئة العزاب من أكثر الفئات استخداما للإنترنت بنسبة 97,4%، وهذا بهدف بناء علاقات في الفضاء السيبراني<sup>(23)</sup>، كما أن الدخل المعيشي تحسن مقارنة بما سبق، خاصة المستوى الدخل الفردي.

#### جدول رقم 24: يبين توزيع المبحوثين حسب الدخل الشهري

الدخل الشهري	التكرار	%
أقل من 5000	4	0,8
أكثر من 5000 إلى 15000 دج	6	1,2
أكثر من 15000 إلى 20000 دج	9	1,9
من 20000 دج فأكثر	27	5,6
عدم الاجابة	439	90,5
المجموع	485	100

#### المصدر: اعداد الباحثة

الشكل البياني رقم 9: يوضح توزيع أفراد العينة حسب الدخل الشهري



يتضح من خلال الجدول أن أعلى نسبة احتلتها امتناع المبحوثين عن الاجابة، في حين أقل نسبة عادت لأفراد العينة الذين يتقاضون أجر أقل من 5000 دينار جزائري، والتي بلغت نسبتهم بـ 0,8% ، و توسطت نسبة 5,6% للفئة التي بلغ دخلها الشهري من 20000 فأكثر.

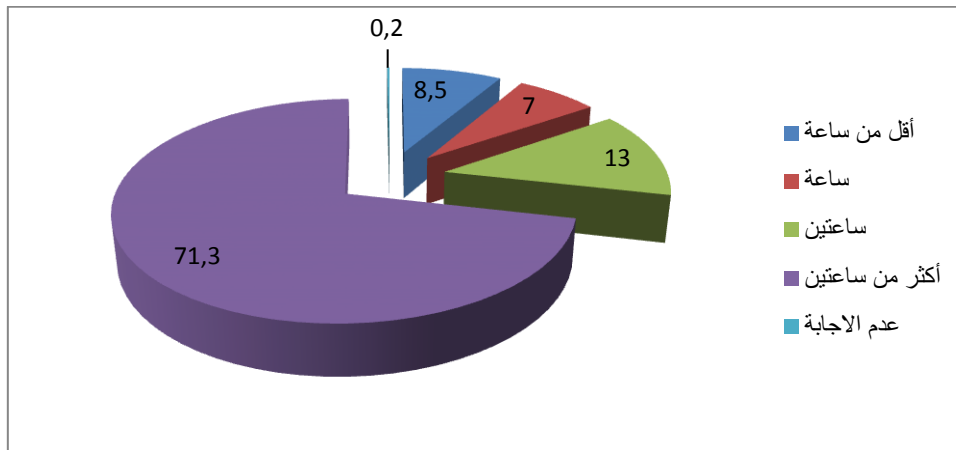
و يفسر هذا بأن أغلبية افراد العينة هم طلاب، و تقدر المنحة الجامعية لهم بـ 4000 دينار جزائري ، و يأخذونها بشكل دوري أي في كل مدة ثلاثة أشهر، وتزداد بعد التدرج من مرحلة إلى اخرى، أي بانتقال في المستوى التعليمي الجامعي، أما بالنسبة للفئة التي دخلها أكثر من 20000 دينار جزائري ، فهم موظفون و عاملون لهم دخل شهري نتيجة اشتغالهم في مهنة مختلفة.

#### جدول رقم 25: توزيع أفراد العينة وفق الوقت اليومي لاستخدام الانترنت

	التكرار	%
أقل من ساعة	41	8,5
ساعة	34	7,0
ساعتين	63	13,0
أكثر من ساعتين	346	71,3
عدم الاجابة	1	0,2
المجموع	485	100

المصدر: اعداد الباحثة

الشكل البياني رقم 10: يوضح توزيع أفراد العينة حسب الوقت اليومي في استخدام الانترنت



يتضح من خلال الجدول أعلاه أن نسبة المبحوثين الذين أجابوا بأنهم يستخدمون الإنترنت أكثر من ساعتين أي بنسبة 71,3%، كانت أعلى من نسبة المبحوثين الذين يستخدمون الوسيلة في وقت يقدر بساعة بنسبة 7%، ومثلت أقل نسبة، و توسطت نسبة 13%، للمبحوثين الذين يستخدمون الإنترنت في ظرف ساعتين.

أكدت دراسة بعنوان " أثر استخدام الانترنت على سلوكيات الطلبة " حيث أن الأفراد الذين يستخدمون الإنترنت لمدة تفوق ثلاث ساعات يجعلهم مهددين بالإدمان، حيث أن الدراسات الحديثة التي أجريت في هذا المجال أثبتت أن الأفراد الذين يستخدمون الانترنت أكثر من ثلاث ساعات يكونون مهددين بالعزلة، والأمراض النفسية الأخرى التي تنتسب فيها الانترنت، و أن أغلبية عينة الدراسة التي تستخدم الانترنت من ساعة إلى ثلاث ساعات يوميا قدرت بـ 65,30% (24)، كما يمكن إرجاع هذا إلى خصائص الشباب وميلهم إلى الأشياء حيوية.

**جدول رقم 26 : توزيع أفراد العينة حسب مكان استخدام الانترنت**

		التكرار	%
البيت	نعم	447	92,2
	لا	38	7,8
العمل	نعم	64	13,2
	لا	421	86,8
الجامعة	نعم	78	16,1
	لا	407	83,9
مقهى الإنترنت	نعم	45	9,3
	لا	440	90,7
الفضاءات العمومية	نعم	150	30,9
	لا	334	68,9
	عدم الاجابة	1	0,2
المجموع		485	100

المصدر: اعداد الباحثة

يتجلى من خلال الجدول رقم 26 أن نسبة المبحوثين الذين يستخدمون الإنترنت في البيت قد احتلت أعلى نسبة قدرت بـ 92,2%، مقابل نسبة المبحوثين الذين يستخدمونها في مقاهي الإنترنت (سيبار كافي)، أي بنسبة 9,3%، والتي مثلت أقل نسبة، وتوسطت هذه النسب، نسبة المبحوثين الذين يستخدمون الشبكة العنكبوتية في الفضاءات العمومية بنسبة 30,9%، وتليها نسبة 16,1% للمبحوثين الذين يستخدمونها في مكان الفضاء الجامعي.

فأغلبية المبحوثين يفضلون استخدام الإنترنت في المنزل، وهذا من أجل الاسترخاء و قضاء وقت الفراغ في هذا الفضاء، إضافة إلى أن الشباب يقومون باستخدام الإنترنت في الفضاءات العمومية وهذا نظرا لتوفر خدمة الإنترنت في هذا المكان، كما أنهم لا يدفعون ثمن معين أثناء استغلالهم لهذا الفضاء، و من ناحية أخرى توفر الأجهزة الذكية لدى المستخدمين، و امتلاك معظم أفراد الاسر الجزائرية الوسائل التكنولوجية للاتصال بالإنترنت كالهواتف الذكية و الكمبيوتر المحمول و الألواح الذكية، في حين نفت هذه النتيجة ما توصلت اليه دراسة "محمد لعقاب" إلى أن الشباب لا يستخدمون الإنترنت في الفضاء الجامعي، إلا بنسبة 0,56%، وبرر ذلك بأن الجامعة الجزائرية كانت ما تزال لم تواكب عالم العلم والمعرفة، و اذا لم تسارع إلى توفير مجالات الاستفادة من الإنترنت للطلبة و الاساتذة سيتجاوزها الزمن". (25)

كما تناقضت نتيجة الدراسة مع ما توصلت اليه دراسة الدكتور "السعيد بومعيزة" إلى أن "مستخدمي الإنترنت في الجزائر يستخدمون الإنترنت في مقاهي الافتراضية بنسبة 78,3%، و فسر هذا بغرض الاستعمال مثل التسلية أي الالعاب و الموسيقى، كما أن التحرر من رقابة الأولياء" (26)، و يفسر ذلك بامتلاك افراد الاسر الجزائرية وسائل التكنولوجيا الحديثة و أيضا توفر الانترنت في مختلف الفضاءات العمومية و الجامعية، حيث سارعت الجامعات الجزائرية إلى توفير الإنترنت، بخلق أماكن في الفضاء الجامعي تتوفر على خدمة الاتصال بالشبكة، و تتيح للطلبة الاستفادة منها و بدون دفع مقابل مالي لهذه الخدمة، ولم تضع عوائق الزمن لذلك، يعني أن الإنترنت تتوفر في أي وقت.

كما لم تتفق هذه النتيجة مع دراسة " أثر استخدام الانترنت على سلوكيات الطلبة" أن الشباب الطلبة يستخدمون الانترنت في المقاهي الافتراضية بنسبة 60,2%، في حين الذين يستخدمونها في البيت بنسبة 34,2%". (27)

ومنه لا يفضل المبحوثين استخدام الشبكة في مقاهي السابير كافي، و هو ما تناقض مع دراسة الدكتور " محمد لعقاب" بعنوان "مجتمع الإعلام و المعلومات: دراسة استكشافية" و التي توصلت إلى أن السابير مقهى يمثل المكان الرئيسي الذي يستخدم فيه الجزائريون الإنترنت، وذلك بنسبة 88,63% (28)، و مع



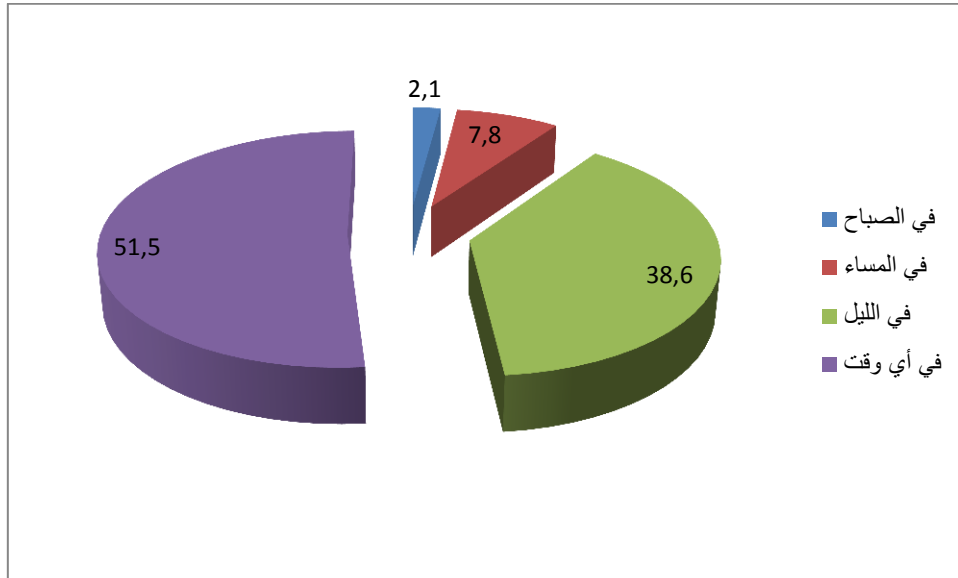
تطور شبكة الإنترنت في الجزائر و انتشارها في مختلف المؤسسات الجزائرية و بمختلف مجالاتها، ساهم في احداث الفارق و تمكين الجزائريين من الاستفادة من خدمات الانترنت في المنزل و في الفضاءات العمومية.

**جدول رقم (27) : يبين الاوقات المفضلة للمستجوبين لاستخدام الانترنت**

الاقوات المفضلة	التكرار	%
في الصباح	10	2,1
في المساء	38	7,8
في الليل	187	38,6
في أي وقت	250	51,5
المجموع	485	100,0

المصدر: اعداد الباحثة

الشكل البياني رقم 11: يوضح توزيع أفراد العينة حسب الاوقات المفضلة لاستخدامهم للإنترنت



من خلال الجدول أعلاه يتبين أن أعلى نسبة قدرت بـ 51,5%، وهي للأفراد العينة الذين أجابوا بأنهم يستخدمون الإنترنت في أي وقت، مقابل النسبة الأقل أي 2,2% فضلوا استخدام الشبكة العنكبوتية في الصباح، وتوسطت هذه النسب نسبة 38,6% للمبحوثين الذين يستخدمونه في الليل.

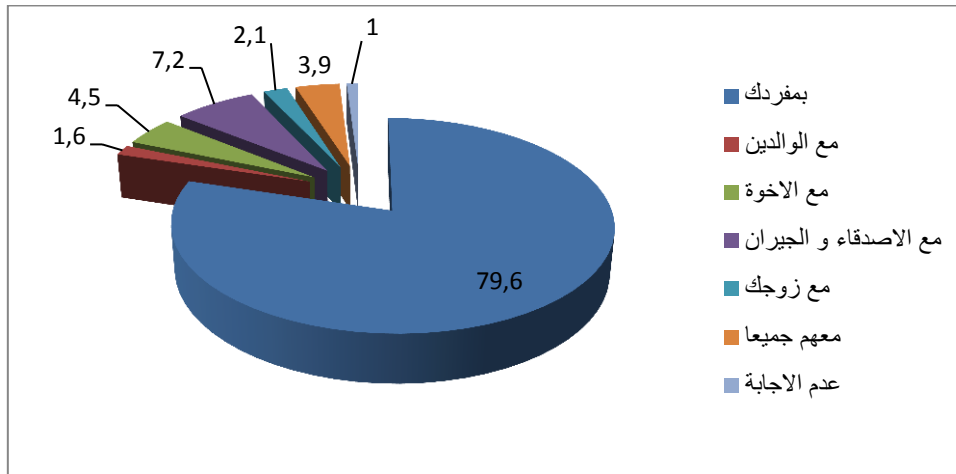
وعليه، نرى أن المبحوثين يفضلون استخدام الإنترنت في أي وقت، وهذا يرجع أساسا إلى تسهيلات خدمة الانترنت، حيث يستطيع أي فرد أن يقوم باختيار تسعيرة تناسبه و تمكنه من الاطلاع على الشبكة و تواجد عبرها، ما جعل الشباب يحبذون البقاء في شبكة الانترنت على الحديث مع افراد عائلته.

**جدول رقم 28: يبين مع من يستخدم المبحوثين الانترنت**

مع من تستخدم الانترنت	التكرار	%
بمفردك	386	79,6
مع الوالدين	8	1,6
مع الاخوة	22	4,5
مع الاصدقاء و الجيران	35	7,2
مع زوجك	10	2,1
معهم جميعا	19	3,9
عدم الاجابة	5	1,0
المجموع	485	100

المصدر: اعداد الباحثة

الشكل البياني رقم 12: يوضح مع من يستخدم أفراد العينة الانترنت



من خلال الجدول أعلاه يتبين أن أعلى نسبة قدرت بـ 79,6%، وهي للأفراد العينة الذين أجابوا بأنهم يستخدمون الإنترنت بمفردهم، مقابل النسبة الأقل أي 1,6% فضلوا استخدام الشبكة العنكبوتية مع الوالدين، وتوسّطت هذه النسب نسبة 7,2% للمبحوثين الذين يستخدمونها مع أصدقائهم و جيرانهم.

وعليه، نرى أن المبحوثين يفضلون استخدام الإنترنت بمفردهم، وهذا يرجع أساسا إلى انعدام الاتصال في كنف الأسرة، وكذلك إلى غياب الروح الجماعية، ما جعل الشباب يحذون الوحدة، أما أفراد العينة الذين يستخدمون تلك الوسيلة مع أصدقائهم و جيرانهم، فسره بأن الأصدقاء يمثلون الجماعات الأولية، وقد استعمل هذا مصطلح "تشارلز كولي" لوصف الجماعات التي تربط أعضائها بعلاقات مباشرة، وهي علاقات وجدانية حميمية، مشوبة بالعاطفة وتترك تأثيرا طويلا المدى في نفسية أعضائها، وقد تكون هذه الجماعة الأولية هي: الأسرة، المدرسة، الجيران، أو الرفاق.

و يمكن تفسيره أيضا، أن الشباب بحكم تكوينهم النفسي والاجتماعي يتجهون نحو " رفض المعايير والمستويات والتوجيهات والسلطة التي يمارسها الكبار، و أحيانا ما يتخذون موقف عدائيا نحوهم، ويرجع ذلك بصفة أساسية إلى محتوى الذات الاجتماعية عند الشباب، فمن الملاحظ أن هناك محتوى مثاليا في هذه الذات ينتج مباشرة عن التربية والتنشئة التي تلقاها الشباب".<sup>(29)</sup>

جدول رقم 29 : توزيع أفراد العينة حسب الكتابة على الانترنت

لغة الكتابة على الانترنت	التكرار	%	
العربية	نعم	128	26,4
	لا	356	73,4
	عدم الاجابة	1	0,2
الفرنسية	نعم	231	47,6
	لا	253	52,2
	عدم الاجابة	1	0,2
الانجليزية	نعم	68	17,7
	لا	398	82,1
	عدم الاجابة	1	0,2
عربية بحروف فرنسية	نعم	223	47,8
	لا	252	52,0
	عدم الاجابة	1	0,2
عامية	نعم	53	10,9
	لا	431	88,9
	عدم الاجابة	1	0,2
الخلط بين العامية و الفرنسية	نعم	129	26,6
	لا	355	73,2
	عدم الاجابة	1	0,2
أمازيغية بحروف عربية	نعم	71	3,5
	لا	467	96,3
	عدم الاجابة	1	0,2
المجموع	485	100	

المصدر: اعداد الباحثة

من خلال الجدول أعلاه يتبين أن أعلى نسبة قدرت بـ 47,8%، وهي للأفراد العينة الذين أجابوا بأنهم يكتبون على الإنترنت بالعربية بحروف فرنسية، و تلتها نسبة 47,6% يكتبون بالفرنسية، مقابل النسب التالية للأفراد الذين أجابوا بـ "لا" على أنهم يكتبون بالأمازيغية بحروف عربية بنسبة 96,3% و 88,9% للعامية، و نسبة 82,1% للإنجليزية، و 73,4% للعربية، و 73,2% للخلط بين العامية و الفرنسية. ونجد أن أغلبية المبحوثين يكتبون على شبكة الإنترنت بالعربية بحروف فرنسية، وهذا نظرا لطبيعة التكوين الذي تلقوه، فبعد سياسة التعريب المنتهجة أصبح التعليم باللغة العربية إجباري، مما أدى إلى

فقدان اللغات الأجنبية، خاصة الفرنسية والانجليزية، وتقول الدكتورة "خولة طالب الإبراهيمي" في هذا الصدد، أن " الدولة سعت من خلال التعريب إلى ترسيخ العربية ابتداء من 1962 إلى غاية 1989، أي إلى غاية تعريب كل مراحل التعليم، وهو ما جعل الجزائر تعاني من عدم إتقان استعمال اللغات الأجنبية، خاصة وأن سوق العمل والاقتصاد حاليا يعتمد على اللغة الفرنسية والانجليزية، وهنا المفارقة، لذلك استوجب تفعيل قانون التعريب على الأقل في الأوساط الرسمية خاصة". (30)

كما اتفقت نتائج دراستنا مع دراسة الدكتور " محمد لعقاب" بأن " اللغات و بالأخص اللغة الانجليزية تشكل العائق اللغوي الرئيسي للجزائريين أثناء تجوالهم في الإنترنت، مما يحد من استفادتهم الفعلية من هذه الشبكة العالمية خاصة في مجال البحث العلمي". (31)

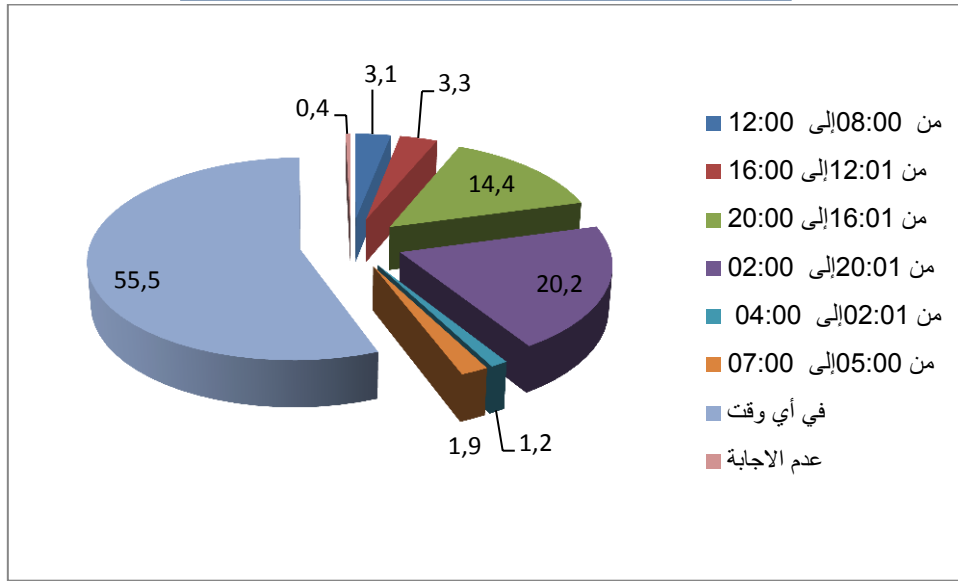
يعتبر اذن مشكل اللغة من عوائق التي تحول دون استفادة الأفراد من الانترنت، خاصة و أن أغلبية المعلومات المنتجة على الشبكة باللغة الانجليزية، حيث قام الباحث " هشام فتحي" في " أطروحة الماجستير بتحليل المواقع المصرية المتاحة خلال الشبكة العنكبوتية، حيث اختار الباحث عينة بلغت 625 مفردة من أصل 1545 موقعا مصريا، ووجد أن اللغة الانجليزية تسيطر على 89% من المواقع المصرية، واحتلت اللغة العربية المركز الثاني بنسبة 9%". (32)

#### جدول رقم 30 : يبين فترات استخدام الانترنت حسب المبحوثين

فترات الاستخدام	التكرار	%
من 08:00 إلى 12:00	15	3,1
من 12:01 إلى 16:00	16	3,3
من 16:01 إلى 20:00	70	14,4
من 20:01 إلى 02:00	98	20,2
من 02:01 إلى 04:00	6	1,2
من 05:00 إلى 07:00	9	1,9
في أي وقت	269	55,5
عدم الاجابة	2	0,4
المجموع	485	100

المصدر: اعداد الباحثة

الشكل البياني رقم 13: يوضح توزيع أفراد العينة حسب فترات استخدام الانترنت



يتجلى من خلال الجدول أعلاه أن نسبة المبحوثين الذين يستخدمون الإنترنت في أي وقت قد احتلوا أعلى نسبة قدرت بـ 55,5%، مقابل نسبة المبحوثين الذين يستخدمون الإنترنت من 02:01 إلى 04:00، أي بنسبة 1,2%، والتي احتلت أقل نسبة، وتوسطت نسبة المبحوثين الذين يستخدمون الإنترنت من 20:01 إلى 02:00 بنسبة 20,2%، وتليها نسبة 14,4% للمبحوثين الذين يتواجدون على شبكة الإنترنت من وقت 16:01 إلى 20:00.

تتوافق النتيجة المتوصل إليها إلى حد ما مع ما تمخض عن دراسة الدكتور " السعيد بومعيزة" في كون أن المستخدمين " يفضلون استخدام الانترنت في الفترة المسائية و الليلية، وذلك بنسبة التالية: 32,5%، و 30,4%، و هذا يفسره بتلاءمه مع وقت فراغ الأفراد، و من ناحية أخرى وقتا خاصا للتفاعل الاجتماعي بين الأقارب و الجماعات الأولية"<sup>(33)</sup>، إلا أن تطور المستمر لتكنولوجيا و كذا تطور الصفحات المعروضة على شبكة الإنترنت، ساهم في تواجد الأفراد على الشبكة في أي وقت، مما انعكس على سلوك الالتزام بالوقت و الانضباط في اداء الأعمال، ومن جهة اخرى قيام العديد من افراد الاسر الجزائرية الاشتراك في خدمة الدفع الشهري للارتباط بالإنترنت، و كذا العروض المقدمة من قبل مختلف المتعاملين في مجال الاتصال و في متناول العديد من الأفراد.

جدول رقم 31: يبين الوسيلة المستخدمة للارتباط بالإنترنت

وسيلة الانترنت	التكرار	%	
الكمبيوتر العادي	نعم	72	14,8
	لا	412	84,9
	عدم الاجابة	1	0,2
الكمبيوتر المحمول	نعم	142	29,3
	لا	342	70,5
	عدم الاجابة	1	0,20
الهاتف الذكي	نعم	411	84,7
	لا	73	15,1
	عدم الاجابة	1	0,20
الالواح الرقمية	نعم	44	9,1
	لا	440	90,7
	عدم الاجابة	1	0,2
المجموع	485	100	

المصدر: اعداد الباحثة

يوضح الجدول أعلاه أن نسبة المستجوبين الذين يستخدمون الإنترنت عبر وسيلة الهاتف الذكي أعلى نسبة قدرت بـ 84,7%، مقابل اجابة المبحوثين الذين لا يستخدمون الإنترنت عن طريق الكمبيوتر العادي بنسبة 84,9%، و نسبة 70,5% عن طريق الكمبيوتر المحمول.

نفسر هذا بأن الشباب يحبون جديد الوسائل التكنولوجية، و أحدث صيحات الوسائل، و هو ما يجعل الافراد يتصلون بالإنترنت عن طريق الهاتف، هذا من جهة، ومن جهة أخرى سهولة حمل الجهاز، كون أن حجمه يساعد الشباب على حمله و التنقل به، على عكس الكمبيوتر العادي و المحمول.

كما أن الشباب يحبون التباهي أمام أقرانهم و جماعتهم من الأنداد بامتلاك أحدث الاجهزة، خاصة الهواتف الذكية و الالواح الرقمية، من أجل الاطلاع على جديد الإنترنت و مواقعها، و الترفيه و التسلية بواسطها من خلال الالعاب المختلفة الموجودة فيها، اضافة الى حب استماع الى الاغاني المتنوعة.

جدول رقم 32 : يبين تصفح أفراد العينة للمواضيع على الانترنت

مواضيع المتصفح	التكرار	%	
السياسية	نعم	182	37,5
	لا	290	59,8
	عدم الاجابة	13	2,7
الثقافية	نعم	318	65,6
	لا	154	31,8
	عدم الاجابة	13	2,7
العلمية	نعم	274	56,5
	لا	198	40,8
	عدم الاجابة	13	2,7
الرياضية	نعم	292	60,2
	لا	180	37,1
	عدم الاجابة	13	2,7
الفنية	نعم	266	54,8
	لا	206	42,5
	عدم الاجابة	13	2,7
التسلية	نعم	330	68,0
	لا	142	29,3
	عدم الاجابة	13	2,7
الاجتماعية	نعم	255	52,6
	لا	217	44,7
	عدم الاجابة	13	2,7
الدينية	نعم	276	56,9
	لا	196	40,4
	عدم الاجابة	13	2,7
الاخبارية	نعم	219	45,2
	لا	253	52,2
	عدم الاجابة	13	2,7
الوطنية	نعم	171	35,3
	لا	301	62,1
	عدم الاجابة	13	2,7
المجموع	485	100	

المصدر: اعداد الباحثة



جدول رقم 33: يبين تصفح المبحوثين للمواضيع على الانترنت

		التكرار	%
المحلية	نعم	159	32,8
	لا	313	64,5
	عدم الاجابة	13	2,7
الدولية	نعم	180	37,1
	لا	292	60,2
	عدم الاجابة	13	2,7
الطبخ وشؤون المنزل	نعم	227	46,8
	لا	245	50,5
	عدم الاجابة	13	2,7
طرائف و غرائب	نعم	246	50,7
	لا	226	46,6
	عدم الاجابة	13	2,7
الروبوتات والتحديات	نعم	168	34,6
	لا	304	62,7
	عدم الاجابة	13	2,7
مواضيع متنوعة	نعم	166	34,2
	لا	306	63,1
	عدم الاجابة	13	2,7
المجموع		485	100

المصدر: اعداد الباحثة

يتضح من الجدولين رقم (32) و رقم (33) أعلاه أن المواضيع التي احتلت المرتبة الأولى عند المبحوثين هي مواضيع التسلية بنسبة 68%، وهي أعلى نسبة، تلتها مواضيع الثقافية والرياضية بنسبة 65,6% و 60,2%، وأيضاً احتلت المرتبة الرابعة مواضيع الدينية و مواضيع العلمية أي بنسبة 56,9% و 56,5%، و مواضيع الفنية في المرتبة الخامسة بنسبة 54,8%، و بلغت نسبة مواضيع اجتماعية 54,6%، ومواضيع الطرائف و الغرائب نسبة 50,7%.

أما مواضيع متنوعة و الربورتاجات و اخبار المحلية و الدولية و الوطنية، وكذا مواضيع السياسية لم تلج ضمن المواضيع المتصفح من قبل المبحوثين.

و أكدت دراسة " تأثير استخدام الإنترنت على القيم و الاتجاهات الأخلاقية للشباب الجامعي " لـ " أمين سعيد" نفس النتيجة كون أن الأفراد يتصفحون مواضيع التسلية و الرياضة و التثقيف أكثر من المواضيع الأخرى، حيث احتلت " يتصفح الشباب الجامعي بنسبة 74% مواضيع الترفيه ثم الثقافة و بعدها مواضيع الرياضية على شبكة الانترنت"، و هو ما توصلت اليه " نجوى عبد السلام" في دراستها بعنوان " أنماط و دوافع استخدام الشباب المصري لشبكة الانترنت: دراسة استطلاعية" على عينة مكونة من 149 مبحوثا، تتراوح أعمارهم بين 18-35 عاما، و أكدوا على تصفحهم لمواضيع الترفيه و التسلية بنسبة 47%، و تكوين الصداقات بنسبة 42,3%". (34)

نستخلص من هذه النتائج أن المبحوثين يتصفحون العديد من المواضيع على شبكة الإنترنت، وهذا من أجل الاطلاع مختلف الأشياء ومنه زيادة ثقافتهم و مكتسباتهم، في حين لا يهتمون بالأخبار عامة و بالأخبار المحلية و الوطنية و كذا الدولية، كما يقومون يتصفحون مواضيع التسلية و الطرائف و الغراب و الفن من أجل الترفيه و المتعة.

وفي نفس السياق، رأى البروفسور " عبد الرحمن عزي" أن الوسائل الاتصالية تساهم في تضيق المحلي، ومنه جعل الافراد لا يهتمون بالأخبار المحلية و الوطنية، و انما الاهتمام بالقضايا العالمية، ومنه تتجه " وسائل الاتصال نحو العولمة، منه الاهتمام بالأحداث الخارجية في الثقافة الوافدة قد يكون على حساب الواقع المحلي، وأدت الشبكات المعلوماتية إلى إيجاد ما يسمى بالمجتمع الخائلي **Society Virtual** الذي يتشكل من الأفراد الذين يتفاعلون باستمرار من دون ارتباط هؤلاء بثقافة أو مجتمع أو مكان محدد، وكادت تكنولوجيا الواقع الخائلي أن تسقط الحاجز الواقعي والوهمي، وبين الاتصال مع كائنات الواقع الفعلي والكائنات الرمزية التي تقطن فضاء المعلومات". (35)

كما تقدم الإنترنت " حلولا مختلفة لقضاء وقت الفراغ، بحيث تناسب جميع الأذواق، فيمكن للمتصفح الاطلاع على العروض السياحية، و صور للأماكن السياحية العالمية، و أيضا التسجيلات الصوتية و الأفلام، إضافة إلى الألعاب". (36)

إضافة إلى مشكلة الفراغ الذهني لدى الشباب، و التي قد تجعله لا يبالي بقيمة الوقت و تؤدي به إلى استخدام الانترنت لأوقات طويلة، حيث " يخلو عقلهم من وجود مذاهب سياسية أو اجتماعية أو اقتصادية مجددة للحياة، يوصف الفرد عندئذ بالفراغ الذهني، وعندما يحصل هذا الفراغ فإن سلوك الفرد يتصف

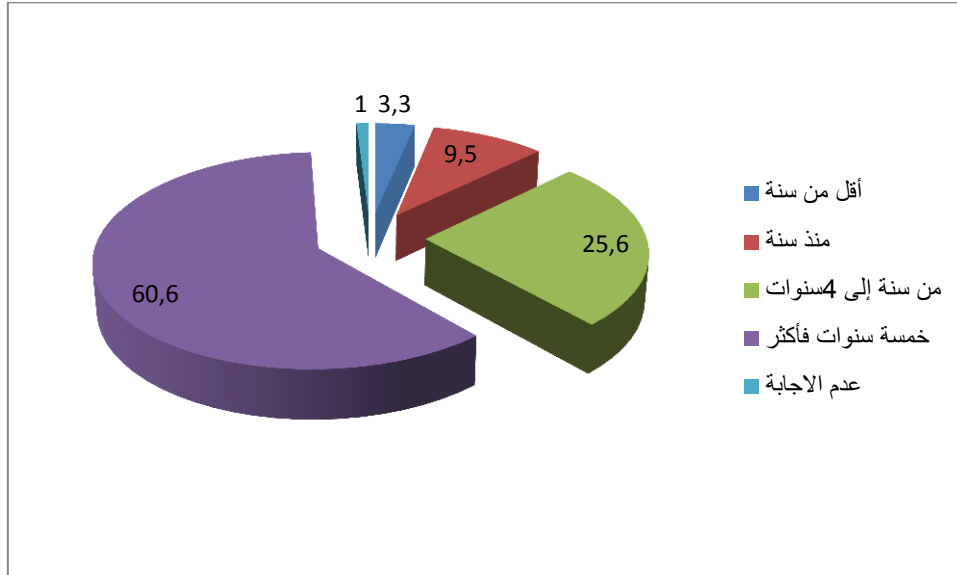
بالعشوائية والعفوية والتردد، ذلك لأن الفلسفة التي يتخذها الفرد لنفسه، إنما يحدد له أسلوب العمل ومنهج النشاط والأهداف التي يسعى لتحقيقها". (37)

#### جدول رقم 34: توزيع أفراد العينة حسب مدة استخدام الإنترنت

مدة الاستخدام	العدد	%
أقل من سنة	16	3,3
منذ سنة	46	9,5
من سنة إلى 4 سنوات	124	25,6
خمسة سنوات فأكثر	294	60,6
عدم الاجابة	5	1,0
المجموع	485	100

#### المصدر: اعداد الباحثة

الشكل البياني رقم 14: يوضح توزيع أفراد العينة حسب مدة استخدام الإنترنت



يتجلى من خلال الجدول أعلاه أن نسبة المبحوثين الذين يستخدمون الإنترنت منذ خمسة سنوات فأكثر احتلوا أعلى نسبة قدرت بـ 60,6%، مقابل نسبة المبحوثين الذين يستخدمون الإنترنت منذ أقل من

سنة أي بنسبة 3,3%، والتي احتلت أقل نسبة، وتوسّطت نسبة المبحوثين الذين يستخدمون الإنترنت منذ سنة إلى أربع سنوات 25,6%.

هذا يفسر بأن الشباب يقضون مختلف أوقاتهم مع بعضهم، و هو ما يجعلهم يتبادلون الاحاديث و التجارب مع بعضهم، و هو ما انعكس بدوره على استخدام الانترنت منذ وقت معتبر، خاصة التجربة بامتلاك حساب شخصي على مختلف مواقع الاجتماعية و مواقع الاتصالية، الذي يجعل الفضول لدى الشباب يكون حافزا لاستخدام الانترنت منذ زمن بروز مواقع الاجتماعية في الجزائر و انتشارها.

جدول رقم 35: يبين غرض تصفح المستجوبين للانترنت

غرض تصفح الانترنت	التكرار	%	
المواقع الالكترونية	نعم	83	17,1
	لا	399	82,3
	عدم الاجابة	3	0,6
المواقع الاخبارية	نعم	44	9,1
	لا	438	90,3
	عدم الاجابة	3	0,6
مواقع التواصل	نعم	474	97,7
	لا	8	1,6
	عدم الاجابة	3	,6
محركات البحث	نعم	229	47,2
	لا	253	52,2
	عدم الاجابة	3	0,6
البريد الالكتروني	نعم	92	19,0
	لا	390	80,4
	عدم الاجابة	3	0,6
تحميل الأغاني	نعم	237	48,9
	لا	245	50,5
	عدم الاجابة	3	0,6
الاطلاع على المدونات	نعم	40	8,2
	لا	442	91,1
	عدم الاجابة	3	0,6
الهكر	نعم	2	0,4
	لا	480	99,0
	عدم الاجابة	3	0,6
مواد اباحية	نعم	2	0,4
	لا	406	83,7
	عدم الاجابة	77	15,9
المجموع	485	100	

المصدر: اعداد الباحثة

يوضح جدول غرض تصفح الإنترنت، أن مواقع التواصل الاجتماعي احتلت المرتبة الأولى لدى المبحوثين بنسبة 97,7%، وهي أعلى نسبة، في حين توسطت تحميل الأغاني و محركات البحث النسب وذلك بنسبة 48,9% و 47,2%، في حين لا يفضل المبحوثين تصفح كل من المواقع الاخبارية و الهاكر، الاطلاع على المدونات، المواقع الالكترونية، المواد الاباحية، و البريد الالكتروني، رغم أن بعض المبحوثين يتصفحون محتويات الاباحية على شبكة الإنترنت بنسبة 0,4%.

وهذا يفسر بزيادة تطور الانترنت من الجيل الأول إلى الجيل web 2، هذا المصطلح الذي " يشير إلى الجيل الثاني من الخدمات المقدمة عبر الإنترنت **Web –based services** مثل مواقع التشبيك الاجتماعي **Social net works photo** ، وهو ما أفضل إلى إعادة تشكيل مسار العملية الاتصالية بإشراك المستخدم كجزء منها، ما جعل ملايين المستخدمين هم أيضا ملايين المنتجين"<sup>(38)</sup>، و زاد تطور الشبكة، ففي الجزائر أصبح نشترك في مختلف أجيال الإنترنت، خاصة الجيل الثالث و الرابع، الذي مكن الأفراد من الابحار على مواقع التواصل الاجتماعي.

في حين اختلفت النتائج المتوصل اليها في دراسة " مجتمع الإعلام والمعلومات: دراسة استكشافية " إلى أن " الاستخدامات الرئيسية للإنترنت من قبل الأنترنتيين الجزائريين تتمثل أساسا في البحث العلمي ثم ارسال و استقبال البريد الالكتروني و المشاركة في فرق النقاش و الاستماع إلى الموسيقى و مطالعة الصحف و الكتب"<sup>(39)</sup>.

توافقت النتيجة المتوصل اليها مع ما تمخض عن دراسة " أثر وسائل الاعلام على القيم و السلوكيات" و ذلك كون أن مستخدمي الانترنت " يستعملون الانترنت لغرض الدردشة و عبر عنه بنسبة 60,4%، و دل هذا على استعمال الانترنت لغرض التفاعل و التواصل مع الاخرين، كما يسمح الانترنت للمبحوثين بتجاوز بعض النقائص مثل الخجل و كذلك الاتصال في مجهولية بين النوعين، و ايضا استعملت الشبكة لغرض البحث العلمي بنسبة 56,2%"<sup>(40)</sup>، في حين أصبح الاستخدام الشبكة بدرجة أولى لدردشة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، و تحميل الأغاني، و لم ترد استخدامات البريد الالكتروني إلا بنسبة ضئيلة و تكاد تكون منعدمة، في حين لم يجب المبحوثين على أنهم يتصفحون الصحف و الكتب عبر الشبكة.

و يشير إلى أن الإنترنت تعتبر في الأساس " وسيلة اتصال، وهي تحمل من الخصائص ما يمكنها من الحلول محل جميع وسائل الاتصال، فالبريد الالكتروني يقوم بدور وسائل الاتصال المكتوبة، و بكلفة أقل، و هاتف الانترنت يقوم مقام الهاتف العادي، و يتزايد اعتماد الناس على الانترنت كوسيلة اتصالية يوما بعد يوم".<sup>(41)</sup>

جدول رقم 36: يبين توزيع المبحوثين وفقاً لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي

مواقع التواصل الاجتماعي	التكرار	%	
فيسبوك	نعم	440	90,7
	لا	41	8,5
	عدم الاجابة	4	,8
تويتر	نعم	70	14,4
	لا	410	84,5
	عدم الاجابة	5	1,0
يوتيوب	نعم	283	58,4
	لا	198	40,8
	عدم الاجابة	4	,8
ماي سبيس	نعم	14	2,9
	لا	467	96,3
	عدم الاجابة	4	,8
أخرى	نعم	134	27,6
	لا	347	71,5
	عدم الاجابة	4	,8
المجموع	485	100	

المصدر: اعداد الباحثة

يتجلى من خلال الجدول أعلاه أن نسبة المبحوثين الذين يستخدمون موقع التواصل الاجتماعي فيسبوك احتلوا أعلى نسبة قدرت بـ 90,7%، مقابل نسبة الذين يستخدمون موقع التواصل الاجتماعي ماي سبيس 2,9%، والتي احتلت أقل نسبة، وتوسطت نسبة المبحوثين الذين يفضلون استخدام الموقع الاجتماعي يوتيوب بـ 58,4%، كما أجابوا بأنهم لا يستخدمون كل من مواقع التواصل الاجتماعي ماي سبيس و تويتر و مواقع أخرى.

يتزايد استخدام موقع التواصل الاجتماعي فيسبوك كل يوم، خاصة في الدول العربية، و أكدت ذلك دراسة بعنوان " الإعلام الاجتماعي و الحراك المدني: تأثير فيسبوك و تويتر " على أن " شعبية وسائل الاعلام الاجتماعي تتزايد خلال الربع الأول من عام 2011، واتسعت منصات و قاعدة مستخدمي فيسبوك و تويتر، ليتجاوز عدد مستخدمي فيسبوك 677 مليون مستخدم في أبريل من العام ذاته، وجاءت منطقة الشرق الاوسط من بين المناطق التي كان لها نصيب الاسد من حيث عدد المستخدمين الجدد". (42)

جدول رقم 37: يبين مشاركة مستجوبين المحتويات على مواقع التواصل الاجتماعي

مشاركة المحتويات عبر مواقع التواصل	التكرار	%	
أمورك الشخصية (كحالتك النفسية، تجاربك)	نعم	188	38,8
	لا	260	53,6
	عدم الاجابة	37	7,6
أمور العائلية (كالأحداث و المناسبات)	نعم	70	14,4
	لا	377	77,7
	عدم الاجابة	38	7,8
سياسية	نعم	40	8,2
	لا	407	83,9
	عدم الاجابة	38	7,8
رياضية	نعم	131	27,0
	لا	316	65,2
	عدم الاجابة	38	7,8
ثقافية	نعم	136	28,0
	لا	311	64,1
	عدم الاجابة	38	7,8
اقتصادية	نعم	21	4,3
	لا	426	87,8
	عدم الاجابة	38	7,8
ترفيه	نعم	198	40,8
	لا	249	51,3
	عدم الاجابة	38	7,8
الفيديوهات	نعم	135	27,8
	لا	312	64,3
	عدم الاجابة	38	7,8
الصور الشخصية	نعم	130	26,8
	لا	317	65,4
	عدم الاجابة	38	7,8
الصور المختلفة	نعم	159	32,8
	لا	288	59,4
	عدم الاجابة	38	7,8
أخرى	نعم	69	14,2
	لا	378	77,9
	عدم الاجابة	38	7,8
المجموع	485	100	

يوضح الجدول أعلاه مشاركة المضامين على شبكة الإنترنت، حيث يشارك المبحوثين عبر مواقع التواصل الاجتماعي مواضيع ترفيهية، والتي احتلت أعلى نسبة قدرت بـ 40,8%، مقابل نسبة الذين يشاركون محتويات عبر موقع التواصل الاجتماعي تتضمن قضايا اقتصادية قدرت بـ 4,3%، والتي احتلت أقل نسبة، إضافة إلى مشاركة محتويات سياسية بنسبة 8,2%، وتوسّطت نسبة 38,8% و 32,8%



لمشاركة أمور شخصية و أمور مختلفة، في حين لا يشاركون أمورهم العائلية و صورهم الشخصية و أمور سياسية واقتصادية و ثقافية، وكذا الفيديوهات إلى بنسبة قليلة جدا.

ونستخلص أن المجتمع الجزائري يتصف بالكتمان، فهو لا يحب الحديث عن أمورهم الشخصية لكل الأشخاص، بل يشاركها مع أشخاص مقربون له قد يكونون من اقاربه أو اصدقائه المحددين، و هو ما يفسر امتناع افراد العينة من مشاركة أمورهم العائلية و خاصة الاقتصادية، و من جهة اخرى يمكن ان يدل هذا عن عدم ثقتهم في الشبكة، بعد سماعهم عن مختلف المشاكل القانونية المختلفة التي يتسبب فيها القرصنة، وما قد يتعرضون له اذا تم سرقة صورهم و اسرارهم المختلفة.

جدول رقم 38 : يبين نشر المبحوثين صور عبر مواقع التواصل الاجتماعي

		التكرار	%
خاصة بك	نعم	191	39,4
	لا	259	53,4
	عدم الاجابة	35	7,2
خاصة بأهلك	نعم	22	4,5
	لا	428	88,2
	عدم الاجابة	35	7,3
بأصدقائك	نعم	100	20,6
	لا	349	72,0
	عدم الاجابة	36	7,4
بصديقاتك	نعم	47	9,7
	لا	404	83,3
	عدم الاجابة	34	7,0
صور اللاعبين الرياضيين	نعم	91	18,8
	لا	359	74,0
	عدم الاجابة	35	7,2
صور الفنانين	نعم	75	15,5
	لا	375	77,3
	عدم الاجابة	35	7,2
صور مضحكة	نعم	178	36,7
	لا	272	56,1
	عدم الاجابة	35	7,2
صور مختلفة	نعم	252	52
	لا	199	41,0
	عدم الاجابة	34	7,0

المصدر: اعداد الباحثة

يبين الجدول نشر الصور عبر مواقع التواصل الاجتماعي، حيث ينشر المبحوثين عبر مواقع التواصل الاجتماعي صور مختلفة، والتي احتلت أعلى نسبة بـ 52%، مقابل أقل نسبة للذين ينشرون الصور الخاصة بالأهل، والتي بلغت 4.5%، وتوسّطت نسبة 39,4% 36,7% لنشر صور مضحكة و صور

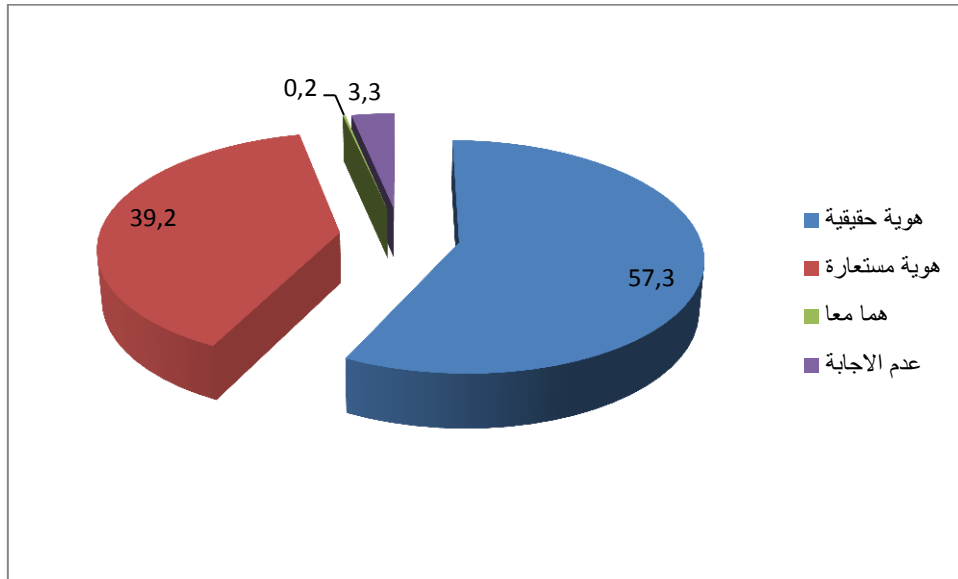
خاصة عبر صفحات التشبيك الاجتماعي، كما اجاب المبحوثين بإجابة لا عما اذا كانوا ينشروا عبر مواقع التواصل صور خاصة بالأهل و أصدقائهم و صديقاتهم.

#### جدول رقم 39 : توزيع أفراد العينة حسب الهوية المستخدمة في مواقع التواصل الاجتماعي

الهوية المستخدم في مواقع التواصل	التكرار	%
هوية حقيقية	278	57,3
هوية مستعارة	190	39,2
هما معا	1	0,2
عدم الاجابة	16	3,3
المجموع	485	100

#### المصدر: اعداد الباحثة

الشكل البياني رقم 15: يوضح الهوية المستخدمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي حسب المبحوثين



يوضح الجدول أعلاه الهوية المستخدمة في مواقع التشبيك الاجتماعي، و احتل استخدام الهوية الحقيقية أعلى نسبة قدرت بـ 57,3%، مقابل نسبة الذين يفضلون استخدام الهوية الحقيقية و الهوية المستعارة معا والذي قدرت بـ 0.2%، والتي احتلت أقل نسبة، وتوسطت نسبة 39,2% للمبحوثين الذين يستخدمون هوية مستعارة.

يستخدم الشباب هويتهم الحقيقية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، كون أن أغلبية أفراد العينة ينتمون إلى الطبقة المثقفة و باعتبارها كذلك، فهي تتميز بأنها واعية، و منه فهم مطلعون على أن

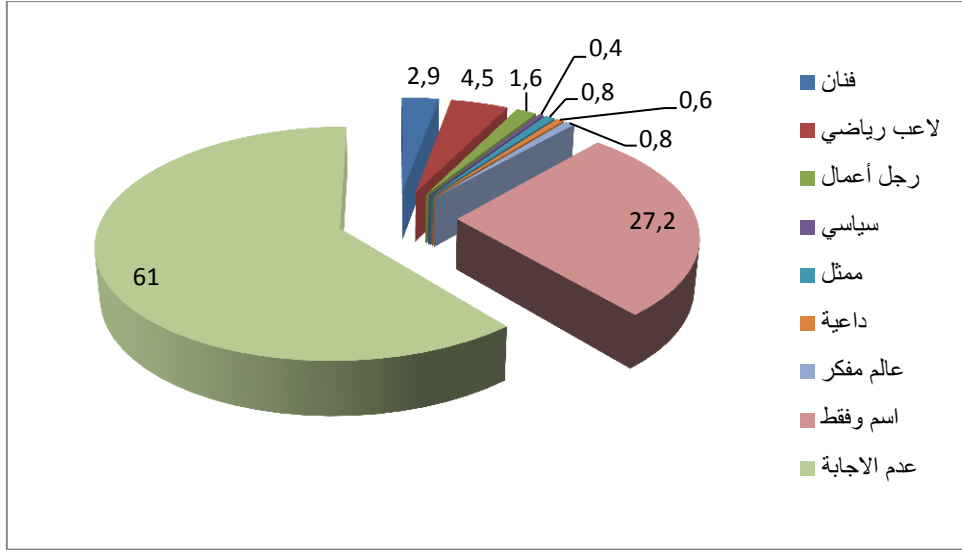
شركات التي تملك مواقع التواصل الاجتماعي تعرف معلوماتهم، و من ناحية أخرى معظم أصدقائهم هم يختلفون، من أقارب و أفراد عائلة و جيران و أصدقاء، لذلك رأوا أنهم ينبغي عليهم وضع أسمائهم الحقيقية.

كما فضل البعض منهم استخدام أسماء مستعارة وهذا كون أن الشباب يملون إلى التغيير و التجديد، من جهة، ومن جهة أخرى يحبون إقامة علاقات مع الطرف الاخر ومعرفته، حيث أن شريحة الشباب " تميل للتغيير والتجديد، لأن روابطها بالواقع المعاش واهية وهشة، أو لأن الشباب هم الأكثر إحساسا بالهوية، لأنهم الأكثر خضوعا لعملية التشكل، كما أنهم الأكثر تعبيراً وحساسية عن نبض المجتمع من ناحية، لأنهم أبناء كل الحاضر وبعض المستقبل ومن ثم فهم الأكثر نقاء و قدرة على إدراك طريق الاندفاع نحو المستقبل، فتقاليد الماضي لا تخلق لديهم القدرة على التفكير من خارج هذه التقاليد، ثم أنها الأكثر قابلية للتأثر بكل ما يؤثر على بناء المجتمع، إذا كان المجتمع قادراً فسوف ينعكس ذلك في وجود فرص الملائمة لإشباع حاجاتهم الأساسية". (43)

**جدول رقم 40 : يبين توزيع أفراد العينة حسب استخدامهم للشخصيات الهوية المستعارة المستخدمة في مواقع التواصل الاجتماعي**

	التكرار	%
فنان	14	2,9
لاعب رياضي	22	4,5
رجل أعمال	8	1,6
سياسي	2	0,4
ممثل	4	0,8
داعية	3	0,6
عالم مفكر	4	0,8
اسم فقط	132	27,2
عدم الاجابة	296	61,0
المجموع	485	100

الشكل البياني رقم 16: يوضح استخدام الشخصيات في الهوية المستعارة عبر مواقع التواصل الاجتماعي حسب



يبين الجدول أعلاه أن أعلى نسبة كانت للمبحوثين الذين لم يجابوا بنسبة 61%، ثم تلتها استعمال اسم فقط لهويتهم عبر موقع التواصل الاجتماعي بنسبة 27,2%، مقابل أقل نسبة للذين يفضلون استعمال اسم لرجل سياسي، والتي بلغت 0.4%، وتوسّطت نسبة 4,5% و 2,9% لاستعمال اسماء لاعبين رياضيين و فنانيين.

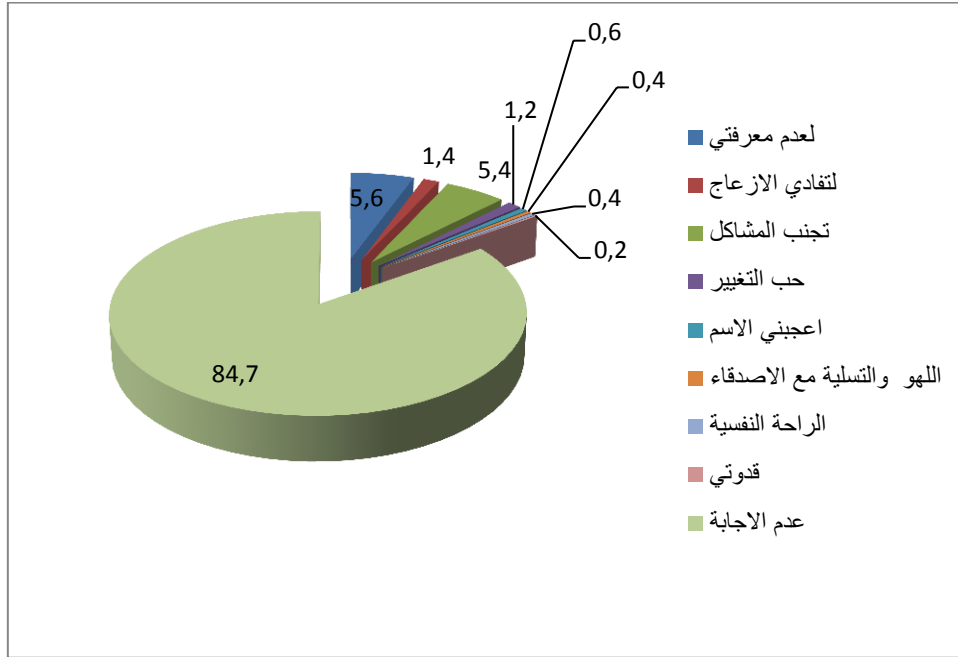
و يمكن تفسير هذا في كون أن الشباب يرغبون في استعارة اسماء لشخصيات معينة، من أجل البقاء في سرية تامة و لا تكتشف هويتهم، و هو ما أكدته دراسة "حسيبة قيدوم" في "الانترنت و استعمالاتها في الجزائر: دراسة وصفية في عادات و أنماط و اشباعات الاستعمال" في فترة سبتمبر 2000 إلى جوان 2001 على أن الأفراد " يقيمون علاقة مع الجنس الاخر في ظل غياب الخطر و كذا الاحساس بالمتعة و الأمن، و أيضا الرغبة في الهروب من العالم الواقعي للابتعاد و لو مؤقتا و التحرر من معايير يفرضها النسق القيمي الثقافي للمجتمع الجزائري". (44)

جدول رقم 41 : يبين سبب استخدام المبحوثين هوية مستعارة في مواقع التواصل الاجتماعي

أسباب استخدام هوية مستعارة	التكرار	%
لعدم معرفتي	27	5,6
لتفادي الازعاج	7	1,4
تجنب المشاكل	26	5,4
حب التغيير	6	1,2
اعجبي الاسم	3	0,6
اللهو والتسلية مع الاصدقاء	2	0,4
الراحة النفسية	2	0,4
قدوتي	1	0,2
عدم الاجابة	411	84,7
المجموع	485	100

المصدر: اعداد الباحثة

الشكل البياني رقم 17: يوضح سبب استخدام الهوية المستعارة في مواقع التواصل الاجتماعي حسب المبحوثين



يتجلى من خلال الجدول أسباب استخدام المبحوثين هوية مستعارة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، حيث احتلت عدم اجابة المبحوثين أعلى نسبة قدرت بـ 84,7%، وتلتها نسبة الذين يستخدمونها لعدم معرفتهم و بلغت 5.6%، كما احتلت نسبة 0,2% أقل نسبة لإجابة اعتبارهم قدوة، وتوسّطت نسبة 5,4% لتجنب المشاكل.

نخلص إلى أن أفراد العينة الذين لم يجيبوا يستخدمون هوية حقيقية، حيث الذين يستخدمون هوية حقيقية في مواقع التواصل الاجتماعي قد احتلت أعلى نسبة قدرت بـ 57,3%، أما الذين أجابوا بأنهم يفضلون استخدام هوية مستعارة، و هذا لتجنب المشاكل و عدم معرفتهم في هذه المواقع، و منه التعرف على الطرف الاخر و معرفة اهتماماتهم، و أيضا عدم معرفتهم من قبل اشخاص معينون لكي لا يتسببون لهم بالمشاكل، نتيجة للمحتويات التي ينشرونها و الاحاديث التي يتداولونها، خاصة لدى الاناث، والضغط الممارس عليهم من قبل الاهل، و ما قد ينجر عنه دخولهم في مشاكل غير منتهية.

جدول رقم 42: يبين ترتيب المستجوبين للردشة عبر مواقع التواصل الاجتماعي

الردشة عبر مواقع التواصل	التكرار	%	
الاصدقاء	نعم	400	82,5
	لا	63	13,0
	عدم الاجابة	22	4,5
الصديقات	نعم	362	74,6
	لا	101	20,8
	عدم الاجابة	22	4,5
زملاء العمل	نعم	194	40,0
	لا	269	55,5
	عدم الاجابة	22	4,5
زميلات في العمل	نعم	164	33,8
	لا	299	61,6
	عدم الاجابة	22	4,5
أفراد العائلة	نعم	287	59,2
	لا	176	36,3
	عدم الاجابة	22	4,5
الاقارب	نعم	299	61,6
	لا	164	33,8
	عدم الاجابة	22	4,5
الجيران	نعم	195	40,2
	لا	268	55,3
	عدم الاجابة	22	4,5
المجموع	485	100	

المصدر: اعداد الباحثة

يبين الجدول أعلاه أن أعلى نسبة كانت للمبحوثين الذين أجابوا بـردشتهم مع الأصدقاء و الصديقات بنسب 82,5% و 74,6%، ثم تلتها تفضيل الردشة مع الأقارب بنسبة 61,6% و نسبة 59,2% لردشة مع أفراد العائلة، مقابل أقل نسبة للردشة مع زميلات في العمل قدرت بـ 33,8%، وتوسطت نسبة 40,2% النسب، ممثلة الردشة مع الجيران.



و نخلص إلى أن الشباب يحب مشاركة أفكاره و مشاعره مع أصدقائه و اقرانه، لذلك احتلت نسبة الدردشة مع الأصدقاء أعلى نسبة، ويرى "بارسونز" أن جماعة الأنداد هي أكبر مجال للحصانة من عمليات الضغط والتحكم التي يقوم بها الكبار، حيث يتخلص الفرد من خلالها من كل سلطتي الأسرة والمدرسة، ويحل محلها ولاء جديد للجماعة والانصياع لمعاييرها.

فإننا نجد أن جماعة الأنداد كمؤسسة من مؤسسات التطبيع الاجتماعي قد خضعت لهذه الآليات أيضا، فالمراهق أو الشاب من خلال ارتباطه بجماعة الأنداد، ومن خلال انصياعه لمعاييرها وولائه لها، ويصبح لزاما عليه الاحتفاظ بمكانته داخل المجموعة أن يجارى أفرادها في مظهرهم وسلوكهم وتجاربهم، والتي قد تكون في الأحيان مظاهر وسلوكيات وتجارب سلبية من حيث تعارضها مع عمليات التطبيع الاجتماعي. (45)

كما أن هناك مشكل في اتصال الشخصي او المواجهتي و من تفضيل الانترنت للحديث مما ساهم في خلق العزلة الاجتماعية لديهم، حيث أكدت دراسة بعنوان " أثر استخدام الانترنت في التفكك الاسري و الاجتماعي: دراسة مسحية لطلبة الجامعات العراقية" أن الأفراد يفضلون تكوين الصداقات الافتراضية أحيانا وبنسبة 40%، و مشاركة افكارهم و همومهم عبر الشبكة بنسبة 40%، و هو ما ساهم في الانشغال بالصداقات الافتراضية و أدى إلى الابتعاد عن الجو الاسري بنسبة 46%". (46)

و أكدت دراسة قام بها "كريستوف سانديرز" نشرت في صيف 2000، تبين أن هناك "علاقة بين استعمال الإنترنت و مشاعر العزلة الاجتماعية والاكتئاب، وبينت الدراسة أخرى أن الاستعمال الزائد للإنترنت كانت له علاقة مع انخفاض الاتصالات العائلية، ونقص حجم الدائرة الاجتماعية المحلية للعائلة، مع زيادة مشاعر الاكتئاب والوحدة، فالتقنيات الاتصالية للإنترنت تجعل الفرد يشعر بمتعة وانبساط، نظرا لإمكانية الحديث مع أشخاص من كل أنحاء العالم وفي الوقت الآني المتزامن، وهذا ما يجعله يستغرق في النقاشات ويقضي أوقات دون أن يشعر، وبالتالي ينفصل عن المجتمع الحقيقي ويدخل في مجتمعات افتراضية، ويصبح شخص غريبا عن مجتمعه". (47)

جدول رقم 43 : يبين موافقة أفراد العينة على طلب الصداقة عبر مواقع التواصل الاجتماعي

		التكرار	%
الأصدقاء	نعم	322	66,4
	لا	129	26,6
	عدم الاجابة	34	7,0
أفراد العائلة	نعم	194	40,0
	لا	256	52,8
	عدم الاجابة	35	7,2
أقارب	نعم	182	37,5
	لا	269	55,5
	عدم الاجابة	34	7,0
الاساتذة	نعم	131	27
	لا	320	66,0
	عدم الاجابة	34	7,0
صديقات	نعم	270	55,7
	لا	181	37,3
	عدم الاجابة	34	7,0
أشخاص اخرون	نعم	56	11,5
	لا	395	81,4
	عدم الاجابة	34	7,0
كل من يرسل طلب صداقة	نعم	27	5,6
	لا	424	87,4
	عدم الاجابة	34	7,0
المجموع		485	100

المصدر: اعداد الباحثة

يوضح الجدول رقم(42) أن أعلى نسبة كانت لتفضيل المستجوبين الموافقة على طلب الصداقة المبعوث من قبل الأصدقاء و الصديقات بنسبة 66,4% و 55,7%، مقابل أقل نسبة للموافقة على كل طلبات الصداقة و قدرت بـ 5,6%، في حين تبين أن المبحوثين لا يفضلون قبول طلب الصداقة المبعوث من قبل كل شخص يرسل طلب و أشخاص الاخرون بنسبة 87,4% و 81,4%.

و نخلص إلى أن الشباب يحب مشاركة أفكاره و مشاعره مع أصدقائه و اقرانه، لذلك احتلت نسبة الدردشة مع الأصدقاء أعلى نسبة، ويرى "بارسونز" أن جماعة الأنداد هي أكبر مجال للحصانة من عمليات الضغط والتحكم التي يقوم بها الكبار، حيث يتخلص الفرد من خلالها من كل سلطتي الأسرة والمدرسة، ويحل محلها ولاء جديد للجماعة والانصياع لمعاييرها.

فإننا نجد أن جماعة الأنداد كمؤسسة من مؤسسات التطبيع الاجتماعي قد خضعت لهذه الآليات أيضا، فالمراهق أو الشاب من خلال ارتباطه بجماعة الأنداد، ومن خلال انصياعه لمعاييرها وولائه لها، ويصبح لزاما عليه الاحتفاظ بمكانته داخل المجموعة أن يجارى أفرادها في مظهرهم وسلوكهم وتجاربهم، والتي قد تكون في الأحيان مظاهر وسلوكيات وتجارب سلبية من حيث تعارضها مع عمليات التطبيع الاجتماعي. (48)

كما لا يفضل أفراد العينة قبول طلبات الصداقة من اشخاص اخرين وهذا راجع لعدم ثقتهم في هؤلاء الاشخاص، خاصة مع تطور عمليات القرصنة وسرقة المعلومات على الشبكة، و انتحال الشخصيات **Impersonation**، الذي يتم عن " طريق قيام المهاجم بسرقة مفتاح التشفير السري، أو اقتناص الاسم وكلمة السر، خلال مرورهما بالشبكة أو بالتسجيل بعض الرسائل المارة بالشبكة، وإعادة إرسالها في وقت لاحق **Replay** ". (49)

جدول رقم 44: يبين ترتيب المبحوثين لبعث طلبات الصداقة عبر مواقع التواصل الاجتماعي

		التكرار	%
أفراد العائلة	نعم	272	56,1
	لا	161	33,2
	عدم الاجابة	52	10,7
الاصدقاء	نعم	353	72,8
	لا	79	16,3
	عدم الاجابة	53	10,9
زملاء الدراسة	نعم	298	61,4
	لا	134	27,6
	عدم الاجابة	53	10,9
أساتذة	نعم	142	29,3
	لا	290	59,8
	عدم الاجابة	53	10,9
لاعبين رياضيين	نعم	96	19,8
	لا	336	69,3
	عدم الاجابة	53	10,9
فنانين	نعم	96	19,8
	لا	336	69,3
	عدم الاجابة	53	10,9
أقارب	نعم	200	41,2
	لا	232	47,8
	عدم الاجابة	53	10,9
أصدقاء صديقي	نعم	106	21,9
	لا	326	67,2
	عدم الاجابة	53	10,9
أصدقاء صديقتي	نعم	115	23,7
	لا	317	65,4
	عدم الاجابة	53	10,9
جيران	نعم	123	25,4
	لا	309	63,7
	عدم الاجابة	53	10,9
أشخاص اخرون	نعم	90	18,5
	لا	343	70,7
	عدم الاجابة	52	10,7
المجموع		485	100

المصدر: اعداد الباحثة

يبين الجدول أن أعلى نسبة كانت للمبحوثين الذين أجابوا ببعثهم لطلبات الصداقة عبر مواقع التشبيك الاجتماعي للأصدقاء بنسبة 72,8% و تلتها نسبتي أفراد العائلة و زملاء الدراسة والتي قدرت بـ

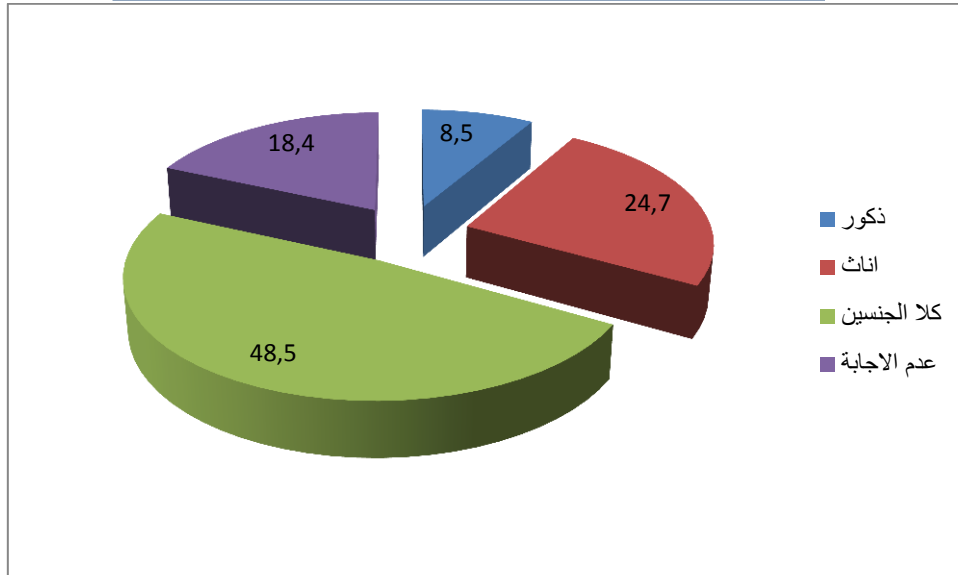
61,4% و 56,1% مقابل أقل نسبة للأشخاص الاخرون قدرت بـ 18,5%، وتوسّطت نسبة 41,2% النسب، ممثلة بعث طلب الصداقة للأقارب، كما أجاب المبحوثين برفضهم لبعث طلبات الصداقة لكل من أشخاص الاخرون بنسبة 70,7% و لاعبين الرياضيين والفنانين بنسبة 69,3%، و أصدقاء صديقي بنسبة 67,2% و أصدقاء صديقتي بنسبة 65,4%.

### جدول رقم 45 : توزيع أفراد العينة حسب أصدقائهم من بلدان اجنبية عبر مواقع التواصل الاجتماعي

	التكرار	%
ذكور	41	8,5
اناث	120	24,7
كلا الجنسين	235	48,5
عدم الاجابة	89	18,4
المجموع	485	100

#### المصدر: اعداد الباحثة

الشكل البياني رقم 18: يوضح أصدقاء المبحوثين من بلدان اجنبية عبر مواقع التواصل الاجتماعي



يتجلى من خلال الجدول أعلاه أن نسبة المبحوثين الذين لهم أصدقاء من بلدان مختلفة و من كلا الجنسين احتلوا أعلى نسبة قدرت بـ 48,5%، مقابل نسبة 8,5%، والتي احتلت أقل نسبة لتواصل مع

أصدقاء أجنيين ذكور، وتوسّطت نسبة المبحوثين الذين يفضلون الصداقة مع أصدقاء أجانب من جنس إناث 24,7%.

ومنّه نخلص إلى أن أفراد يستخدمون الإنترنت في تواصل مع أفراد من بلدان مختلفة، وهو ما أكدته دراسة " تأثير الإنترنت على الاتصال الاجتماعي " إلى أن " الأفراد استفادوا من فرصة التي اتاحها لهم الإنترنت في مجال تعارفهم على بعضهم، و تكوين صداقات اجتماعية بينهم تخترق الحدود الجغرافية و الثقافية، و بلغت نسبة 64,5% من أفراد الذين اجابوا بأن الإنترنت ساعدتهم في التعرف إلى شباب من مختلف الفئات الاجتماعية و السياسية و الثقافية في المجتمع العربي ". (50)

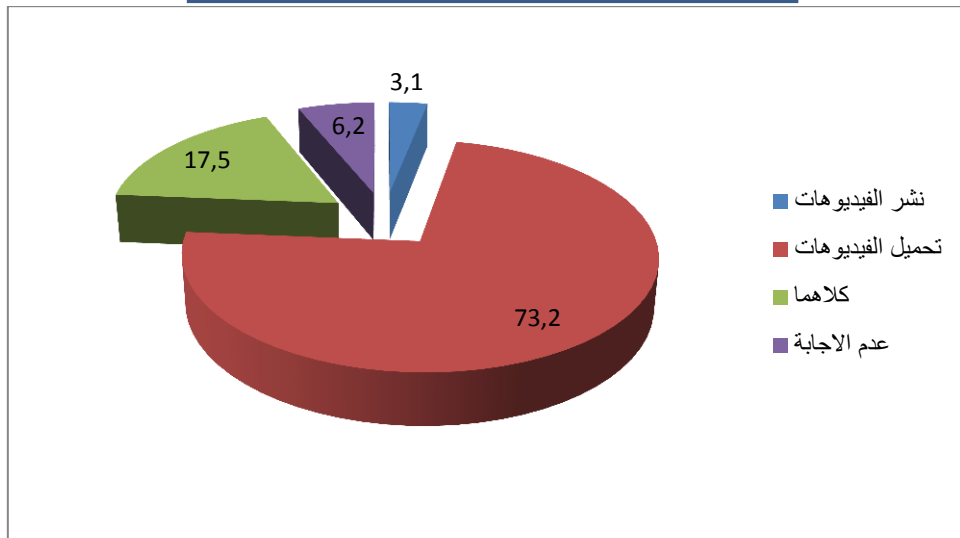
جدول رقم 46 : توزيع افراد العينة حسب استخدام موقع التواصل الاجتماعي "

اليوتيوب"

	التكرار	%
نشر الفيديوهات	15	3,1
تحميل الفيديوهات	355	73,2
كلاهما	85	17,5
عدم الاجابة	30	6,2
المجموع	485	100

المصدر: اعداد الباحثة

الشكل البياني رقم 19: يوضح استخدام اليوتيوب حسب المبحوثين



يبين الجدول أعلاه أن أعلى نسبة للمبحوثين الذين أجابوا بتحميل الفيديوهات عبر موقع التواصل الاجتماعي يوتيوب بنسبة 73,2%، مقابل أقل نسبة لنشر الفيديوهات و قدرت بـ 3,1%، وتوسّطت نسبة 17,5% النسب، ممثلة للنشر والتحميل الفيديوهات معا.

و نفسر النتائج المتوصل إليها إلى أن مساهمة نشر المعلومات عبر الإنترنت قليلة من قبل العرب، كون أن أغلبية المعلومات المتداولة على الشبكة هي معلومات ذو انتاج غربي و نحن نستفيد من هذه المعلومات المستوردة، و اكد تقييم لواقع الإنترنت في المملكة العربية السعودية صدر في مارس 2002 من أن " حجم حركة البيانات من الإنترنت إلى المملكة يمثل بين أربعة و خمسة أضعاف حجمها من المملكة إلى الإنترنت"، و في دراسة شعبية الحاسب الالي في ادارة تعليم الرياض على بعض طلاب المدارس الثانوية في مدينة الرياض تبين أن " 56% ليس لهم مشاركات في الإنترنت، وهذا يعني أنهم متأثرون و ليسوا مؤثرين، بينما تصدرت المشاركة في مجموعات النقاش نسبة المشاركة في الإنترنت بـ 40% تلتها الصفحات الشخصية بنسبة 39% بينما المشاركات البحثية لا تعدو 7%". (51)

جدول رقم 47 : يبين مضامين المنشورة في اليوتيوب حسب المبحوثين

		التكرار	%
أمور خاصة بك	نعم	38	7,8
	لا	62	12,8
	عدم الاجابة	385	79,4
أمور عائلية	نعم	7	1,4
	لا	91	18,8
	عدم الاجابة	387	79,8
فيديوهات الاصدقاء و الصديقات	نعم	19	3,9
	لا	80	16,5
	عدم الاجابة	386	79,6
فيديوهات ثقافية	نعم	49	10,1
	لا	50	10,3
	عدم الاجابة	386	79,6
اقتصادية	نعم	18	3,7
	لا	81	16,7
	عدم الاجابة	386	79,6
فيديوهات سياسية	نعم	12	2,5
	لا	87	17,9
	عدم الاجابة	386	79,6
فيديوهات رياضية	نعم	32	6,6
	لا	67	13,8
	عدم الاجابة	386	79,6
دينية	نعم	38	7,8
	لا	61	12,6
	عدم الاجابة	386	79,6
محتويات اباحية	نعم	11	2,3
	لا	88	18,1
	عدم الاجابة	386	79,6
المجموع		485	100

المصدر: اعداد الباحثة



يتجلى من خلال الجدول أعلاه أن المبحوثين الذين يقومون بنشر مضامين و فيديوهات ثقافية عبر موقع التواصل الاجتماعي يوتيوب احتلوا أعلى نسبة قدرت بـ 10,1%، مقابل نسبة 1.4% لنشر أمور عائلية، والتي احتلت أقل نسبة، كما أجابوا بأنهم لا ينشرون فيديوهات تتضمن محتويات اقتصادية و سياسية و رياضية، دينية، اباحية، و فيديوهات للأصدقاء و الصديقات بنسبة بلغت 79,6%.

أما نسبة 79,6% لم يجيبوا اذا ما كانوا يتصفحون المواد الاباحية، و هذا يمكن ارجاعه إلى الخوف من التصريح عن زيارتهم لهذه المواقع، كونها تؤثر على نفسيتهم من جهة و تساهم في البحث معرفة الطرف الاخر، وهو ما أكدته دراسة " أثر استخدام الإنترنت على سلوكيات الطلبة" إلى أن أغلبية أفراد العينة من الطبقة المثقفة و أن " لهذه المواقع أثارها النفسية و الاجتماعية، أما الذين يشاهدونها بنسبة قليلة فيمكن تفسيره بتميز الشباب بالفضول و البحث عن الاخر في الشبكة العنكبوتية، و أحيانا قد يجبر الأشخاص عن رؤيتها من خلال الاعلانات و الصور المخلة بالحياء التي تظهر في المواقع الالكترونية". (52)

جدول رقم 48: يبين تحميل المبحوثين للفيديوهات عبر موقع اليوتيوب

		التكرار	%
سياسية	نعم	36	7,4
	لا	398	82,1
	عدم الاجابة	51	10,5
دينية	نعم	144	29,7
	لا	291	60,0
	عدم الاجابة	50	10,3
ثقافية	نعم	218	37,5
	لا	253	52,2
	عدم الاجابة	50	10,3
ترفيهية	نعم	263	54,2
	لا	172	35,5
	عدم الاجابة	50	10,3
أفلام ومسلسلات	نعم	201	41,4
	لا	234	48,2
	عدم الاجابة	50	10,3
رياضية	نعم	132	27,2
	لا	303	62,5
	عدم الاجابة	50	10,3
فيديوهات تعليمية	نعم	145	29,9
	لا	290	59,8
	عدم الاجابة	50	10,3
المجموع		485	100

المصدر: اعداد الباحثة

يبين الجدول أعلاه أن أعلى نسبة للمبحوثين الذين أجابوا بتحميلهم فيديوهات ترفيهية عبر موقع التواصل الاجتماعي يوتيوب بلغت 54,2%، ثم تلتها تحميل أفلام ومسلسلات بنسبة 41,4%، مقابل أقل نسبة لتحميل فيديوهات سياسية قدرت بـ 7,4%، في حين اجابوا افراد العينة برفضهم لتحميل فيديوهات رياضية بنسبة 62,5%، و دينية بنسبة 60%، و تعليمية بنسبة 59,8%، ثقافية 52,2%.

نفسر هذا بكون أن أفراد العينة يطلعون على مواضيع الترفيهية بدرجة اولى، مما يجعلهم يتصفحون فيديوهات مختلفة في هذه المواضيع، و يقومون بتحميلها و تخزينها لديهم للاطلاع عليها في وقت فراغهم من جهة، و هروبهم من ضغوط الحياة اليومية من جهة اخرى.

في نفس السياق، أشارت الدراسة التي أجرتها الدكتورة " نجوى عبد السلام" على أن هناك علاقة معنوية بين مستوى التعليم واستخدام الإنترنت بدافع التسلية والترفيه، فكلما زاد المستوى التعليمي قل استخدام الإنترنت لتسلية والترفيه، وأن هناك علاقة مؤكدة بين مستوى التعليم واستخدام الإنترنت بدافع تكوين الصداقات، فكلما زاد المستوى التعليمي قل استخدام الإنترنت في تكوين الصداقات. (53)

#### جدول رقم 49 : يبين الوقت اليومي لاستخدام أفراد العينة للإنترنت حسب الجنس

الوقت اليومي لاستخدام الإنترنت	ذكر		أنثى		المجموع	
	التكرار	%	التكرار	%		
أقل من ساعة	15	3,1	25	5,2	40	8,3
ساعة	18	3,7	16	3,3	34	7
ساعتين	32	6,6	31	6,4	63	13
أكثر من ساعتين	162	33,4	183	37,7	245	71,1
عدم الاجابة	3		%0,6		485	100

#### المصدر: اعداد الباحثة

يبين الجدول أعلاه أن أعلى نسبة للمبوحثين الاناث اللواتي اجابوا بان وقت اليومي لاستخدامهم للإنترنت يكون أكثر من ساعتين و بلغت نسبتهم 37,7%، مقابل نسبة الذكور الذين يستخدمون الانترنت أكثر من ساعتين في اليوم بـ 33,4%، أما أقل نسبة فمثلت استخدام الانترنت بوقت أقل من ساعة من قبل الذكور و قدرت بـ 3,1%، في حين اجاب بلغت النسبة الاقل لدى الاناث بإجابتهم على أنهم يستخدمون الانترنت بوقت ساعة و بلغت 3,3%، و توسطت نسب 6,6% و 6,4% اجابة الذكور ثم الاناث لاستخدامهم الشبكة بمعدل ساعتين في اليوم.

و نفسر نتائج هذا الجدول بأن الاناث اكثر استعمالا للإنترنت بمعدل اكثر من ساعتين في اليوم، وهذا ما يمكن ارجاعه إلى أن الذكور في أوقات المسائية يميلون الى قضاء الوقت مع اصداقائهم و البقاء معهم

الى اوقات متأخرة من الليل، في حين الاناث لا يسمح لهم بذلك، و مرتبطين بوقت محدد لدخول الى المنزل، مما يجعلهم يقضون اوقاتهم عبر هذا الفضاء.

#### جدول رقم 50: يبين مكان استخدام المبحوثين للإنترنت حسب الجنس

	ذكر		انثى		المجموع		
	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%	
البيت	نعم	206	42,5	239	49,3	485	100
	لا	21	4,3	17	3,5		
	عدم الاجابة	2		%0,4			
العمل	نعم	43	8,9	21	4,3	485	100
	لا	184	37,9	235	48,5		
	عدم الاجابة	2		%0,4			
الجامعة	نعم	32	6,6	46	9,5	485	100
	لا	195	40,2	210	43,3		
	عدم الاجابة	2		%0,4			
الانترنت	نعم	33	6,8	12	2,5	485	100
	لا	194	40	244	50,3		
	عدم الاجابة	3		%0,6			
الفضاءات العمومية	نعم	75	15,5	74	15,3	485	100
	لا	152	31,3	181	37,3		
	عدم الاجابة	3		%0,6			

#### المصدر: اعداد الباحثة

يبين هذا الجدول أن أعلى نسبة للمبحوثين الاناث الذي يستخدمون الانترنت في البيت بنسبة 49,3%، ثم تلتها نسبة الذكور بـ 42,5%، مقابل أقل نسبة للإناث و الذكور الذين يستخدمون الانترنت في مقهى الانترنت بنسب التالية 2,5% و 6,8%، في حين توسطت نسب 15,5% و 15,3% النسب، والتي تمثل اجابة الذكور و الاناث على أنهم يستغلون الفضاءات العمومية في الاتصال بالإنترنت، في حين أنهم لا يستخدمون الانترنت في الجامعة و العمل إلا نادرا.

و نخلص من خلال هذا الجدول إلى أن أغلبية المبحوثين يستخدمون الانترنت في البيت، وهذا يرجع أساسا إلى تزودهم بأجهزة التكنولوجيا الضرورية لاستعمال الانترنت كالهواتف الذكية و الحواسيب المحمولة و اللوحات الذكية وحتى الحواسيب العادية، و هي نتيجة المتناقضة و النافية لنتيجة المتوصل

إليها في دراسة " أثر وسائل الاعلام على القيم وسلوكيات الشباب" و التي توصلت إلى أن " أغلبية الشباب يستخدمون الانترنت في مقاهي الانترنت بنسبة 78,3%، وهذا راجع إلى التحرر من رقابة الأولياء، و خاصة لدى الاناث، مما يجعلهم يستخدمون الانترنت في مقاهي الانترنت". (54)

#### جدول رقم 51 : يبين الاوقات المفضلة لاستخدام المستجوبين للانترنت حسب الجنس

الاقوات المفضلة للاستخدام	ذكر		انثى		المجموع	
	ت	%	ت	%	ت	%
في الصباح	3	0,6	7	1,4	485	100
في المساء	18	3,7	20	4,1		
في الليل	106	21,9	80	16,5		
في أي وقت	100	20,6	149	30,7		
عدم الاجابة	2		0,4			

#### المصدر: اعداد الباحثة

يوضح الجدول رقم (50) أن أعلى نسبة للمبحوثين الاناث اللواتي يستخدمن الانترنت في أي وقت بنسبة 30,7%، مقابل المبحوثين الذكور الذين يستخدمونه في الليل بنسبة 21,9%، أما أقل نسب فكانت لإجابة المبحوثين الذكور بأنهم يفضلون استخدام الانترنت في الصباح ب 0,6%، أما الاناث بنسبة 1,4%، وتوسطت نسبة 20,6% لإجابة المبحوثين الذكور باستخدامهم للانترنت في أي وقت، في حين يفضل الاناث استخدامها في الليل بنسبة 16,5%.

و نفسر هذه النتائج في كون أن الانترنت و تسعيرتها أصبحت في متناول الجميع، خاصة مع ظهور خدمات مختلفة للانترنت نذكر منها خدمة الجيل الرابع، التي مكنت أغلبية الشباب من التواجد على شبكة الانترنت في أي وقت و مكان، اضافة إلى تعدد المؤسسات المزودة بهذه الخدمات و تنويعها لخدماتها من أجل جذب المستخدمين إليها، مما جعل الخدم تتلاءم مع الظروف الاقتصادية للشباب الجزائري، سواء كان عاملا أو طالبا، اضافة إلى فراغ الحياة الاجتماعية الذي يعيشه الشباب، ويجعله يعيش في عزلة اجتماعية، تؤدي به إلى الهروب من واقعه الاجتماعي إلى التكنولوجيا.

جدول رقم 52: يبين توزيع أفراد العينة في استخدامهم للإنترنت حسب الجنس

	ذكر		انثى		المجموع	
	ت	%	ت	%	ت	%
بمفردك	189	39	196	40.4	485	100
مع الوالدين	3	0.6	5	1		
مع الاخوة	7	1.4	14	2.9		
مع الاصدقاء و الجيران	14	2.9	21	4.4		
مع زوجك	6	1.3	4	0.8		
معهم جميعا	7	1.4	12	2.5		
عدم الاجابة	7		1,4			

المصدر: اعداد الباحثة

يبين الجدول أعلاه أن أعلى نسبة للمبوهين الاناث و الذكور الذين يفضلون استخدام الانترنت بمفردهم بنسب 40,4% و 39%، أما أقل نسب فكانت لإجابة المبوهين الاناث و الذكور اللذين يستخدمون الوسيلة مع الوالدين بـ 1% و 0,6%، وتوسطت نسب 4,4% و 2,9% النسب لإجابة كل من المبوهين الاناث و الذكور لاستخدامهم للإنترنت مع أصدقائهم و جيرانهم. و نخلص إلى أن تفضيل كلا الجنسين من المبوهين لاستخدام الانترنت بمفردهم يرجع إلى تراجع دور الاسرة و كذا دور باقي مؤسسات التنشئة الاجتماعية، حيث تعتبر الاسرة من بين أهم مؤسسات التنشئة الاجتماعية في المجتمع عن دورها في تنشئة الأفراد و غرس قيم و سلوكيات المشاركة الاجتماعية لدى هؤلاء، مما شكل لديهم حب الميول إلى الانفراد و العزلة عن الاخرين، خاصة و أن هذا الفضاء يخلق لهم علاقات تعارف و صداقة مع اشخاص جدد و من مختلف الجنسيات، و الذين يفضلون تبادل الحوار معهم على الجلوس مع الاهل، لعدم وجود جو اتصالي يسمح لهم من ابداء انشغالاتهم و مشاركة همومهم و قضاياهم، مما جعلهم يفضلون استخدام الوسيلة و البقاء فيها على مشاركة الاخرين.

جدول رقم 53: يبين فترات استخدام المبحوثين للإنترنت حسب الجنس

	ذكر		انثى		المجموع	
	ت	%	ت	%	ت	%
من 08:00 إلى 12:00	7	1,4	8	1,6	485	100
من 12:01 إلى 16:00	7	1,4	9	1,9		
من 16:01 إلى 20:00	28	5,8	41	8,5		
من 20:01 إلى 02:00	56	11,5	42	8,7		
من 02:01 إلى 04:00	1	0,2	5	1		
من 05:00 إلى 07:00	5	1	4	0,8		
في أي وقت	123	25,4	145	30		
عدم الاجابة	4		0,8			

المصدر: اعداد الباحثة

يوضح هذا الجدول أن أعلى نسبة للمبحوثين الإناث و الذكور الذين يستخدمون الإنترنت في أي وقت بنسب 30% و 25,4%، أما أقل نسب فكانت لإجابة المبحوثين الإناث و الذكور اللذين يستخدمون الوسيلة من الوقت 05:00 إلى 07:00 بـ 0,8% و 1%، وتوسّطت نسب 11,5% و 8,7% النسب لإجابة كل من المبحوثين الذكور و الإناث لاستخدامهم الإنترنت من توقيت 20.00 إلى 02:00. و لان هذه الوسيلة الغت الرقابة على الشباب كونها للم تضع حدود لتوجد ثل هذه الرقابة خاصة من قبل الوالدين و من جهة أصبح الشباب في مرحلة انتقالية الى أن يؤسسوا حياة خاصة بهم تخول لهم ان يقومون بسلوكيات مسؤولون عنها، و من جهة أخرى تعود الشباب على التواجد في الإنترنت في اي وقت ما جعلهم يدمنون عليها خاصة وانها تلبي فضولهم و حبهم للمعرفة الجديد فيها و كذا تعلقهم بعلاقاتهم الافتراضية التي تربطهم بمختلف الاشخاص الافتراضيون المتواجدون على هذا الفضاء، حيث يختلف الزمن الاعلامي عن الزمن الاتصالي، الذي يساهم في بناء الحقيقة الاجتماعية وفقا لما تعرضه الوسائل الاعلامية، وتختلف بناء الحقيقة الاجتماعية عن ما يوجد في الواقع.

جدول رقم 54: يبين فترات استخدام أفراد العينة للإنترنت حسب متغير المستوى التعليمي

	ابتدائي		متوسط		ثانوي		جامعي		دراسات عليا		المجموع	
	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%
من 08:00 إلى 12:00	1	0,2	2	0,5	5	1	5	1	1	0,2	485	100
من 12:01 إلى 16:00	0	0	0	0	9	1,9	7	1,4	0	0		
من 16:01 إلى 20:00	0	0	0	0	34	7	28	5,8	4	0,8		
من 20:01 إلى 02:00	1	0,2	2	0,5	31	6,4	56	11,5	7	1,4		
من 02:01 إلى 04:00	1	0,2	0	0	3	0,6	1	0,2	1	0,2		
من 05:00 إلى 07:00	0	0	0	0	4	0,8	5	1	0	0		
في أي وقت	0	0	2	0,5	125	25,8	121	24,9	12	2,5		
عدم الاجابة	17						3,5					

المصدر: اعداد الباحثة

يبين الجدول أعلاه أن أعلى نسبة للمبحوثين الذين لديهم مستوى تعليمي ثانوي حيث يفضلون استخدام الانترنت في أي وقت بنسبة 25,8%، ثم تلتها نسبة المبحوثين الذين لديهم مستوى تعليم جامعي بلغت 24,9%، أما أقل نسب فكانت لإجابة المبحوثين الذين يتمتعون بمستوى تعليمي ابتدائي و دراسات عليا بنسبة تراوحت بين منعدمة و بين 0,2%، و الذين يستخدمونه في الفترة الزمنية من 08:00 إلى 12:00 و من 02.01 إلى 04:00، وتوسطت نسبة 11,5% النسب لإجابة المبحوثين الذين لديهم مستوى تعليمي جامعي ويستخدمون الوسيلة من 02.01 إلى 04:00.

و نفسر هذه النتيجة بأن الشباب الذي يدرسون في التعليم الثانوي مازالوا في فترة المراهقة و هنا تبدأ مرحلة الخوف لديهم و تحدد شخصياتهم و بذلك يسعون الى اكتشاف كل ما هو جديد و ممتع و هو ما وجدوه في هذا الفضاء الغني بمعلومات في مختلف المجالات، وايضا الحديث و التواصل مع مختلف الاشخاص و باختلاف اعمارهم و مستوياتهم و جنسياتهم، اضافة الى اضطراب الحالة العاطفية لديهم و الميل الى الجنس الاخر و حب التعرف عليه و اقامة علاقات معه.

في حين يتجه استخدام الانترنت لدى المبحوثين الذين يتميزون بمستوى دراسات عليا باستخدام العقلاني لهذه الوسيلة، كون أن مستواهم التعليمي سمح لهم باكتساب طرق و كفاءات التعامل مع هذا الفضاء و اخذ ما يحتاجونه، في حين أن أفراد العينة الذين لديهم مستوى تعليمي جامعي فائز عليهم الانترنت كونهم



أصبحوا يستخدمونه في أي وقت و احيانا من توقيت متأخر جدا ما يؤثر على صحتهم و دراستهم و سلوكهم في المواظبة و احترام الوقت.

جدول رقم 55: يبين تصفح أفراد العينة للمواضيع عبر الانترنت حسب الجنس

		ذكر		انثى		المجموع	
		ت	%	ت	%	ت	%
السياسية	نعم	86	17,7	94	19,4	485	100
	لا	135	27,8	155	32		
عدم الاجابة		15		3,1			
الثقافية	نعم	138	28,5	178	36,7	485	100
	لا	83	17,1	71	14,6		
عدم الاجابة		15		3,1			
العلمية	نعم	107	22,1	165	34	485	100
	لا	114	23,5	84	17,3		
عدم الاجابة		15		3,1			
الرياضية	نعم	164	33,8	126	26	485	100
	لا	57	11,8	123	25,4		
عدم الاجابة		15		3,1			
الفنية	نعم	105	21,6	159	32,8	485	100
	لا	116	23,9	90	18,6		
عدم الاجابة		15		3,1			
التسلية	نعم	141	29,1	187	38,6	485	100
	لا	80	16,5	62	12,8		
عدم الاجابة		15		31			
الاجتماعية	نعم	104	21,4	149	30,7	485	100
	لا	117	24,1	100	20,6		
عدم الاجابة		15		3,1			
الدينية	نعم	112	23,1	162	33,4	485	100
	لا	109	22,5	87	17,9		
عدم الاجابة		15		3,1			
الاخبارية	نعم	91	18,8	127	26,2	485	100
	لا	130	26,8	122	25,2		
عدم الاجابة		15		3,1			
الوطنية	نعم	73	15,1	96	19,8	485	100
	لا	148	30,5	153	31,5		
عدم الاجابة		15		3,1			

المصدر: اعداد الباحثة

جدول رقم 56: يبين المواضيع المتصفح من قبل المبحوثين عبر الانترنت حسب الجنس

المحلية		ذكر		انثى		المجموع	
		ت	%	ت	%	ت	%
المحلية	نعم	58	12	99	20.4	485	100
	لا	163	33.6	150	30.9		
عدم الاجابة		15		3.1			
الدولية	نعم	70	14,4	108	22,3	485	100
	لا	151	31,1	141	29,1		
عدم الاجابة		15		3.1			
الطبخ وشؤون المنزل	نعم	50	10,3	175	36,1	485	100
	لا	171	35,3	74	15,3		
عدم الاجابة		15		3.1			
الطرائف والغرائب	نعم	97	20	147	30,3	485	100
	لا	124	25,6	102	21		
عدم الاجابة		15		3.1			
الربورتاجات والتحقيقات	نعم	66	13,6	100	20,6	485	100
	لا	155	32	149	30,7		
عدم الاجابة		15		3.1			
الحوارات واللقاءات	نعم	59	12,2	105	21,6	485	100
	لا	162	33,4	144	29,7		
عدم الاجابة		15		3.1			
مواضيع متنوعة	نعم	69	14,2	153	31,5	485	100
	لا	125	25,8	96	19,8		
عدم الاجابة		15		3.1			

#### المصدر: اعداد الباحثة

يوضح الجدولين رقم (55) و رقم (56) أن أعلى نسبة للمبحوثين الاناث اللواتي يتصفحن المواضيع التسلية و كل من المواضيع الثقافية و الطبخ و العلمية والدينية و الفنية عبر الانترنت بنسب 38,6% و 36,7% و 36,1% و 34% و 33,4% و 32,8%، مقابل الذكور اللذين يتصفحون الانترنت من أجل مواضيع الرياضة و الترفيه و الثقافة بنسب 33,8% و 29,1% و 28,5%، أما أقل النسب فكانت لكل من المواضيع التي تعنى بالطبخ و الربورتاجات و التحقيقات و الوطني و السياسي بالنسبة للذكور بنسب التالية: 10,3% و 13,6%، 15,1% و 17,7%، أما الإناث بنسب 19,8% و 19,4% لتصفح

المواضيع الوطنية و السياسية، وتوسّطت نسب 26,1% و 23,1% و 22,1% لإجابة المبحوثين الإناث و الذكور اللذين يتصفحون المواضيع الاخبارية و الدينية و العلمية عبر الانترنت. و نخلص إلى أن المبحوثين الاناث و الذكور يختلفون في تصفحهم للمواضيع على شبكة الانترنت، كون أن الميولات لكل الجنسين تختلف وهذا لاختلاف الخصائص بين الجنسين، حيث تفضل الاناث مواضيع التسلية بدرجة أولى، ثم المواضيع الثقافية و الطبخ و العلمية والدينية و الفنية بدرجات أقل، أما الذكور فهم يفضلون المواضيع الرياضية بدرجة أولى، ثم الثقافية و التسلية بدرجات أقل، و لا يحبون كل من مواضيع التي تميل إلى النساء أكثر منهم، كالتبخ و مواضيع الفن، و هذا يرجع أيضا إلى اختلاف الاهتمامات بين الجنسين، فكل له مجالاته و احتياجاته.

#### جدول رقم 57: يبين مدة استخدام أفراد العينة للانترنت حسب الجنس

	ذكر		انثى		المجموع	
	ت	%	ت	%	ت	%
أقل من سنة	3	0,6	12	2,5	485	100
منذ سنة	12	2,5	34	7		
من سنة إلى 4 سنوات	49	10,1	75	15,5		
خمسة سنوات فأكثر	160	33	133	27,4		
عدم الاجابة	7		1,4			

#### المصدر: اعداد الباحثة

يبين الجدول مدة استخدام الانترنت من قبل المستجوبين حيث أن أعلى نسبة مثلت المبحوثين الذكور الذين يستخدمون الانترنت منذ خمسة سنوات فأكثر بنسبة 33%، مقابل نسبة الاناث التي بلغت 27,4%، أما أقل النسب فكانت لكل من الذكور و الاناث الذين يستخدمونه منذ أقل من سنة بنسب التالية: 0,6% و 2,5%، وتوسّطت نسب 10,1% و 15,5% لإجابة المبحوثين الذكور و الإناث اللذين يستخدمون الوسيلة منذ سنة إلى أربع سنوات.

و نخلص من خلال النتيجة المتوصل إليها بأن فئة الشباب أكثر استخداما للانترنت، و منه حبهم إلى الولوج إلى جديد تكنولوجيا المعلومات و الاتصال، خاصة بعدما أن أصبحت الشبكة متاحة لكل المؤسسات بدون استثناء، ولم تبقى حكرا على مؤسسات العسكرية كما كانت في بداية دخولها إلى الجزائر، وذلك بعد " إنشاء أكثر من 30 خطا هاتفيا جديدا من خلال نقاط الوصول التابعة للمركز

والمتواجدة عبر مختلف ولايات الوطن (الجزائر، سطيف، ورقلة، وهران، تلمسان)، والمربوطة بنقطة خروج وحيدة هي الجزائر، قدر عدد الهيئات المشتركة في الإنترنت سنة 1996 بحوالي 130 هيئة، وفي سنة 1999 قدر عدد الهيئات المشتركة في الشبكة بـ 800 هيئة، منها 100 في القطاع الجامعي، و 50 في القطاع الاقتصادي، و 150 في القطاعات الأخرى".<sup>(55)</sup>

كما جاء " المرسوم التنفيذي رقم 257-98 بتاريخ 25 أوت 1998 الذي حدد شروط وكيفيات وضع استغلال خدمة الإنترنت ويعرف خدمة الإنترنت في مادته الثانية " أنها خدمة الواب واسعة النطاق، وهي خدمة تفاعلية الاطلاع أو احتواء صفحات متعددة الوسائط، موصولة بينها عن طريق وصلات تسمى نصوص متعددة "<sup>(56)</sup>، وقد سهل المرسوم "عملية استغلال الوسيلة لدى الجمهور، بالإضافة إلى عدم احتكارها من طرف القطاع العام وفتحها للقطاع الخاص سواء كانت هذه الخدمة متمثلة في فتح مزودين آخرين للإنترنت دون Cerist أو بفتح مقاهي Cyber café".<sup>(57)</sup>

جدول رقم 58 : يبين عرض تصفح المبحوثين للإنترنت حسب الجنس

		ذكر		انثى		المجموع	
		ت	%	ت	%	ت	%
المواقع الالكترونية	نعم	50	10,3	32	6,6	485	100
	لا	177	36,5	221	45,6		
	عدم الاجابة	5		1			
المواقع الاخبارية	نعم	30	6,2	13	2,7	485	100
	لا	197	40,6	240	49,5		
	عدم الاجابة	5		1			
مواقع التواصل	نعم	223	46	249	51,3	485	100
	لا	4	0,8	4	0,8		
	عدم الاجابة	5		1			
البحث في محركات	نعم	91	18,8	136	28	485	100
	لا	136	28	117	24		
	عدم الاجابة	5		1			
البريد الالكتروني	نعم	46	9,5	45	9,3	485	100
	لا	181	37,3	208	42,9		
	عدم الاجابة	5		1			
تحميل الاغاني	نعم	113	23,3	123	25,4	485	100
	لا	114	23,5	130	26,8		
	عدم الاجابة	5		1			
الاطلاع على المدونات	نعم	23	4,7	16	3,3	485	100
	لا	204	42,1	237	48,9		
	عدم الاجابة	5		1			
الهكر	نعم	1	0,2	1	0,2	485	100
	لا	226	46,6	252	52		
	عدم الاجابة	5		1			
مواد باحثة	نعم	1	0,2	1	0,2	485	100
	لا	199	41	207	42,7		
	عدم الاجابة	77		15,9			

المصدر: اعداد الباحثة

يوضح الجدول أعلاه أغراض تصفح الانترنت حسب الجنس، حيث بلغت أعلى نسبة للمبوحثين الاناث اللواتي يستخدمن الانترنت لغرض تصفح مواقع التواصل الاجتماعي و البحث في المحركات البحث و تحميل الأغاني بنسبة 51,3% و 28% و 25,4%، مقابل نسبة الذكور التي بلغت 46% لغرض تصفح مواقع التواصل الاجتماعي و 23,3% لتحميل الأغاني، أما أقل النسب فكانت لكل من الذكور و الاناث الذين يستخدمون الانترنت لغرض الهاكر و تصفح المواد الاباحية بنسب التالية: 0,2% و 0,2%، وتوسطت نسب 18,8% و 10,3% لإجابة المبوحثين الذكور اللذين يستخدمون الوسيلة لغرض البحث في محركات و تصفح مواقع الالكترونية، في حين أجابوا برفضهم لاستخدام الانترنت لغرض تصفح المواد الاباحية بنسبة 42,7% للمبوحثين الإناث، و 41% للمبوحثين الذكور.

و نفسر هذه النتائج المتوصل إليها، أن الشباب الجزائري يستخدم الانترنت من اجل الوظيفة الاولى وهي الترفيه و ذلك من خلال تحميله للأغاني و الدردشة على مواقع التواصل الاجتماعية، و هذا للخروب من ضغوطات الحياة اليومية و كذا ملء الفراغ الموجود لديهم، مما يجعلهم لا يستثمرون في هذا الشبكة و هذا عبر الاستفادة منها لبناء مشاريعهم و تثقيف أنفسهم لزيادة تحصيلهم العلمي، و بذلك تعتبر الانترنت وسيلة تلبي احتياجات الشباب من ناحية الترفيه و التسلية، كونها " تنشر المعلومات المتنوعة عن كافة المجالات، التي تتناسب مع مختلف الأعمار كما أنها تشبع الحاجات النفسية مثل الحاجة إلى المعلومات والتسلية والترفيه". (58)

جدول رقم 59 : يبين غرض تصفح المستجوبين للانترنت حسب متغير المستوى التعليمي

الموقع الإلكتروني	نعم	ابتدائي		متوسط		ثانوي		جامعي		دراسات عليا		المجموع	
		ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%
المواقع الإلكترونية	نعم	1	0,2	1	0,2	27	5,6	41	8,5	7	1,4	485	100
	لا	2	0,4	5	1	184	37,9	181	37,3	18	3,7		
عدم الاجابة		18				3,7							
المواقع الاخبارية	نعم	0	0	0	0	19	3,9	20	4,1	4	0,8	485	100
	لا	3	0,6	6	1,2	192	39,6	202	41,6	21	4,3		
عدم الاجابة		18				3,7							
مواقع التواصل	نعم	3	0,6	6	1,2	207	42,7	218	44,9	25	5,2	485	100
	لا	0	0	0	0	4	0,8	4	0,8	0	0		
عدم الاجابة		18				3,7							
البحث في محركات	نعم	0	0	4	0,8	90	18,6	113	23,3	15	3,1	485	100
	لا	3	0,6	2	0,4	121	24,9	109	22,5	10	2,1		
عدم الاجابة		18				3,7							
تحميل الاغاني	نعم	1	0,2	1	0,2	118	24,3	97	20	9	1,9	485	100
	لا	2	0,4	5	1	93	19,2	125	25,8	16	3,3		
عدم الاجابة		18				3,7							
الاطلاع على المدونات	نعم	0	0	0	0	13	2,7	24	4,9	1	0,2	485	100
	لا	3	0,6	6	1,2	198	40,8	198	40,8	24	4,9		
عدم الاجابة		18				3,7							
الهكر	نعم	0	0	0	0	1	0,2	1	0,2	0	0	485	100
	لا	3	0,6	6	1,2	210	43,3	221	45,6	25	5,2		
عدم الاجابة		18				3,7							
مواد اباحية	نعم	0	0	0	0	1	0,2	1	0,2	0	0	485	100
	لا	3	0,6	5	1	169	34,8	193	39,8	25	5,2		
عدم الاجابة		88				18,1							

#### المصدر: اعداد الباحثة

يتبين من خلال الجدول رقم (58) أن أعلى نسبة مثلث للمبحوثين اللذين يستخدمون الانترنت لغرض تصفح كل من مواقع التواصل الاجتماعي و البحث في المحركات البحث و تحميل الأغاني يكتسبون مستوى تعليمي جامعي و ثانوي بنسب 44,9% و 23,3% للذين يتمتعون بمستوى تعليمي جامعي و 42,7% و 24,3% للمبحوثين الذين لهم مستوى تعليمي ثانوي، أما أقل النسب فكانت لكل من المبحوثين باختلاف مستوياتهم التعليمية، رأوا بأنهم يستخدمون الانترنت لغرض الهكر و تصفح المواد الاباحية بنسب التالية: 0% و 0,2%، وتوسطت نسب 18,6% و 13% لإجابة المبحوثين الذين يتمتعون بمستوى تعليمي ثانوي و متوسط و الذين يستخدمون الوسيلة لغرض البحث في محركات و تصفح المدونات الإلكترونية.



و نخلص إلى أن الشباب الذين يتمتعون بمستوى تعليمي ثانوي و جامعي متقاربون في أغراض استخدام وسيلة الانترنت في الاحتياجات الترفيهية أكثر من الاحتياجات العلمية، و منه توصل هذه الدراسة إلى نتيجة مغايرة لنتيجة المتوصل اليها في دراسة الدكتور "السعيد بومعيزة" بعنوان " أثر وسائل الإعلام على القيم و السلوكيات لدى الشباب" بأن " استعمال الانترنت من طرف الشباب الذين لهم مستوى تعليمي أعلى يستعملونها من أجل البحث العلمي بالدرجة الأولى ثم الدردشة فالبريد الالكتروني"<sup>(59)</sup>، فهم أصبحوا يفضلون استخدامها من أجل الاحتياجات الترفيهية و الاجتماعية بدرجة أولى، و منه تغير النتائج بسبب تغير ظروف الشباب و احتياجاتهم و تفضيلاتهم.

## الاستنتاجات الأولية لنتائج الاستخدام والتأثير:

من خلال تحليل جداول الاستخدام والتأثير، نخلص إلى الاستنتاجات الأولية التالية:

- إن أغلبية المبحوثين يستخدمون الإنترنت و يتصفحون مضامينها أكثر من ساعتين يوميا.
- نجد أن أغلبية أفراد العينة يستخدمون الإنترنت من فئة 16 إلى 19 بنسبة 39,6% و تقل في فئات الاخرى، كلما زاد السن.
- نجد أن أغلبية المستجوبين الذين يستخدمون شبكة العنكبوتية ذو مستوى تعليمي مقبول، فأغليبتهم ذو مستوى تعليمي جامعي و ثانوي.
- نجد أن أغلبية أفراد العينة الذي يقطنون الأماكن الحضرية هم أكثر استخداما لشبكة الإنترنت.
- لا يؤثر متغير المهنة في استخدام الإنترنت من قبل الشباب، حيث أن الطلبة الجامعيين و الذين لا يعملون يتصفحون الإنترنت أكثر من الموظفين و العاملين.
- يؤثر متغير الحالة المدنية في استخدام الإنترنت، حيث أن الأفراد العزاب يتصفحون الإنترنت أكثر من غيرهم.
- يستخدم أغلبية المبحوثين الذين يستخدمون الإنترنت و الذين لم يصرحوا بدخلهم الشهري، و الملاحظ أنه كلما كان الدخل الشهري مرتفعا كلما كان التواجد على الشبكة الإنترنت بساعات أطول و بشكل دائم، حيث بلغت نسبة فئة الدخل الشهري من 20000 دج فأكثر 5,6%، مقابل نسبة 1,9% لفئة الدخل من 15000 إلى 20000 دج، و نسبة 0,8% لفئة أقل من 5000 دج.
- يفضل الأفراد المستجوبون استخدام الإنترنت و هم متواجدون في المنزل بدرجة أولى، ثم في الفضاءات العمومية و الفضاء الجامعي.
- يتصفح أفراد العينة مضامين الإنترنت بمفردهم، و لا يفضلون مشاركتها مع أفراد العائلة و الاصدقاء و الجيران.
- إن أغلبية المبحوثين يفضلون الكتابة بالعربية بحروف فرنسية على صفحات الإنترنت، في حين لا يستخدمون الإنترنت باللغات الاخرى.
- إن أغلبية أفراد العينة يستخدمون الإنترنت في أي وقت، كما يستخدمونها بدرجة أقل من وقت 20:01 إلى 01:00، و من 16:01 إلى 20:00، لتصفح مضامين الشبكة.
- يفضل المبحوثين الارتباط بشبكة الإنترنت عن طريق وسيلة الهاتف الذكي، ومنه يحبذون كل جديد صيحات الوسائل.
- احتلت المواضيع التسلية، المرتبة الأولى لدى أفراد العينة، بنسبة 68% وتلتها المواضيع الثقافية و رياضية بنسب 65,6% و 60,2%، أما مواضيع الدينية والعلمية بنسب 56,9% و 56,5%،

و 54,8% للمواضيع الفنية، بعدها المواضيع الاجتماعية بنسبة 54,6%، و بلغت نسبة الطرائف و الغرائب 50,7%.

- يستخدم المبحوثين شبكة الإنترنت منذ أكثر من خمسة سنوات بنسبة 60,6%.
- يفضل الأفراد المستجوبون تصفح الإنترنت لأغراض التالية: التواصل عبر مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة 97,7%، و تحميل الأغاني و البحث في محركات البحث.
- يستخدم أفراد العينة موقع التواصل الاجتماعي فيسبوك أكثر من المواقع الأخرى، وذلك بنسبة 90,7%.
- إن أغلبية المبحوثين يفضلون مشاركة مضامين ترفيهية و أمور شخصية و مختلفة على صفحات الإنترنت.
- إن أغلبية أفراد العينة يستخدمون هوية حقيقة عبر مواقع التواصل الاجتماعي على شبكة الإنترنت بنسبة 57,3%، في حين يستخدمون أيضا هوية مستعارة وذلك بنسبة متوسطة قدرت بـ 31,2%.
- يستخدم المبحوثين شخصيات لهويتهم المستعارة و تكون أغلبها أسماء وهمية، و للاعبين رياضيين و فنانين.
- سبب استعمال أسماء مستعارة من قبل أفراد العينة عبر مواقع التواصل الاجتماعي راجع لعدم معرفتهم و لتجنب الوقوع في المشاكل.
- يفضل أفراد العينة الدردشة عبر موقع التواصل الاجتماعي مع الأصدقاء و الصديقات، وكذا الأقارب و أفراد العائلة.
- يتواصل المبحوثين مع أشخاص أجنب و من كلا الجنسين، أي يقيمون صداقات مع الذكور و الإناث من مختلف الدول.
- إن أغلبية المبحوثين يقومون بتحميل الفيديوهات من شبكة الإنترنت بنسبة 73,2%، مقابل نسبة 3,1% لنشرهم الفيديوهات.
- المبحوثين الذين يقومون بنشر مضامين فيديوهات ثقافية عبر موقع التواصل الاجتماعي يوتيوب بنسبة قدرت بـ 10,1%.
- يقوم المبحوثين بتحميل فيديوهات ترفيهية عبر موقع التواصل الاجتماعي يوتيوب بلغت 54,2%، ثم تلتها تحميل أفلام ومسلسلات بنسبة 41,4%.

- أجاب الإناث بأن الوقت اليومي لاستخدامهم الإنترنت يكون أكثر من ساعتين و بلغت نسبتهم 37,7%، مقابل نسبة الذكور الذين يستخدمون الانترنت أكثر من ساعتين في اليوم بـ 33,4%.
- يستخدم المبحوثين من كلا الجنسين الانترنت في البيت بنسبة 49,3% للإناث، ثم تلتها نسبة الذكور بـ 42,5%، و نسب 15,5% و 15,3% تمثل اجابة الذكور و الإناث على أنهم يستغلون الفضاءات العمومية في الاتصال بالإنترنت.
- يستخدم المستجوبين الذكور الانترنت منذ خمسة سنوات فأكثر بنسبة 33%، مقابل نسبة 27,4% للإناث.
- أجاب أغلبية أفراد العينة بأنهم يستخدمون الانترنت في أي وقت بنسبة 30,7% للإناث، مقابل المبحوثين الذكور الذين يستخدموه في الليل بنسبة 21,9%، و نسبة 20,6% لذكور الذين استخدموا الإنترنت في أي وقت، في حين يفضل الإناث استخدامها في الليل بنسبة 16,5%.
- يفضل المبحوثين من كلا الجنسين استخدام الانترنت بمفردهم بنسب 40,4% و 39%، ثم استخدامها مع أصدقائهم و جيرانهم بمرتبة أقل، بنسب 4,4% و 2,9%.
- أغلبية المبحوثين الإناث و الذكور الذين يستخدمون الانترنت في أي وقت بنسب 30% و 25,4%، و أيضا تفضيل استخدامهم لها من توقيت 20:00 إلى 02:00 بنسب 11,5% و 8,7%.
- يفضل أفراد العينة الذين لديهم مستوى تعليمي ثانوي استخدام الانترنت في أي وقت بنسبة 25,8%، أما المبحوثين الذين لديهم مستوى تعليمي جامعي فبنسبة 24,9%.
- يتصفح أغلبية المبحوثين الانترنت من أجل اطلاع على مواضيع التسلية و كل من المواضيع الثقافية و الطبخ و العلمية والدينية و الفنية بنسب 38,6% و 36,7% و 36,1% و 34% و 33,4% و 32,8% بالنسبة للإناث، مقابل الذكور بنسب 33,8% و 29,1% و 28,5% للمواضيع الرياضية و الترفيهية و الثقافية.
- يستخدم المبحوثين الانترنت منذ خمسة سنوات فأكثر بنسبة 33% للذكور، مقابل نسبة الإناث التي بلغت 27,4%.
- يستخدم الإناث الانترنت لغرض تصفح مواقع التواصل الاجتماعي و البحث في المحركات البحث و تحميل الأغاني بنسبة 51,3% و 28% و 25,4%، مقابل نسبة الذكور التي بلغت 46% لغرض تصفح مواقع التواصل الاجتماعي و 23,3% لتحميل الأغاني، وتوسطت نسب 18,8% و 10,3% لإجابة المبحوثين الذكور الذين يستخدمون الوسيلة لغرض البحث في محركات و تصفح مواقع الالكترونية.

- لا يؤثر متغير المستوى التعليمي في تأثير الشباب بالمضامين الانترنت عند استخدامهم لها، حيث أن نسبة المبحوثين الذين يستخدمون الانترنت لغرض تصفح كل من مواقع التواصل الاجتماعي و البحث في المحركات البحث و تحميل الأغاني يكتسبون مستوى تعليمي جامعي و ثانوي بنسب %44,9 و %23,3 للذين يتمتعون بمستوى تعليمي جامعي، و %42,7 و %24,3 للمبحوثين الذين لهم مستوى تعليمي ثانوي، و نسب %18,6 و %13 للذين يتمتعون بمستوى تعليمي ثانوي و متوسط و يستخدمون الوسيلة لغرض البحث في محركات و تصفح المدونات الالكترونية.

## الهوامش:

- (1) رحيم يونس كرو العزاوي، مقدمة في منهج البحث العلمي، ط1، عمان، دار دجلة، 2008، ص 161.
- (2) <http://www.mouwazaf-dz.com/t22463-topic.10-11-2016.10:46>.
- (3) يوسف تمار، تحليل المحتوى للباحثين والطلبة الجامعيين، ط1، الجزائر، طاكسيج - كوم، 2007، ص 24.
- (4) سمير محمد حسين، دراسات في مناهج البحث العلمي بحوث الإعلام، القاهرة، عالم الكتب، 2006، ص 303.
- (5) سناء محمد الجبور، الإعلام والرأي العام العربي والعالمي، عمان، دار أسامة للنشر والتوزيع، 2009، ص 196.
- (6) رحيم يونس كرو العزاوي، المرجع السابق، ص 173.
- (7) مروان عبد الحميد إبراهيم، أسس البحث العلمي الإعداد الرسائل الجامعية، ط1، عمان مؤسسة الوراق، 2000، ص 129.
- (8) فاطمة عوض صابر، ميرفت على خفاجة، أسس ومبادئ البحث العلمي، ط1، مصر مكتبة ومطبعة الإشعاع الفني، 2002، ص 89.
- (9) أحمد بن مرسل، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، {د،ط}، بن عكنون، ديوان المطبوعات الجامعية، 2003، ص 286.
- (10) ربحي مصطفى عليان، عثمان محمد غنيم، مناهج وأساليب البحث العلمي: بين النظرية والتطبيق، ط1، عمان، دار صفاء للنشر والتوزيع، 2000، ص 43.
- (11) محمد عوض العايدي، إعداد وكتابة البحوث والرسائل الجامعية مع دراسة عن مناهج البحث، {ط،1}، القاهرة، مركز الكتاب للنشر، 2005، ص 69، 70.
- (12) السعيد بومعيزة، المرجع السابق، ص 24.
- (13) مختار جلولي، الإدارة الإعلامية للأزمات الداخلية في الصحافة الجزائرية: دراسة تحليلية مقارنة بين جريدتي الخبر و الشروق خلال أزمة غرداية، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه الطور الثالث في علوم الإعلام و الاتصال، تخصص وسائل الإعلام والمجتمع، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، قسم علوم الإعلام والاتصال وعلم المكتبات، 2016-2017، ص 17.
- (14) محمد عبيدات، محمد أبو نصار، عقلة مبيضين، منهجية البحث العلمي القواعد والمراحل والتطبيقات، ط2، عمان، دار وائل للنشر والتوزيع، 1999، ص 63.

- \* - د. محمد قارش، أستاذ في علوم الإعلام والاتصال، جامعة باتنة 1 (الحاج لخضر).
- أ.د. أحمد بوزراع، أستاذ بقسم علم الاجتماع، جامعة باتنة 1.
- د. السعيد بومعيزة، أستاذ في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3.
- د. مناد سميرة، أستاذة في شعبة علم الاجتماع، جامعة عبد الحميد ابن باديس (مستغانم).
- د. شفيق ايكوفان، أستاذ في علوم الإعلام والاتصال، جامعة تيزي وزو.
- د. أحمد عبدلي، أستاذ في علوم الإعلام والاتصال، جامعة قسنطينة.
- (15) السعيد بومعيزة، أثر وسائل الإعلام على القيم والسلوكيات: دراسة استطلاعية، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الإعلام و الاتصال، قسم علوم الاعلام و الاتصال، كلية العلوم السياسية والاعلام، جامعة الجزائر، 2005-2006، ص 27.
- (16) عبد الرحمن عزي، منهجية الحتمية القيمية في الإعلام، ط1، تونس، الدار المتوسطة للنشر، 2013، ص 87.
- (17) عبد الرحمن عزي، منهجية الحتمية القيمية في الإعلام، المرجع السابق، ص ص 89، 90.
- (18) نورهان منير حسن فهمي، القيم الاجتماعية والشباب: منظور ديني، {د، ط}، الإسكندرية، المكتب الجامعي الحديث، 2008، ص 244.
- (19) السعيد بومعيزة، المرجع السابق، ص ص 192، 193.
- (20) خضرة واضح، اتجاهات جمهور مستخدمي الإنترنت في الجزائر نحو الاعلانات الالكترونية: دراسة ميدانية بنوادي الانترنت في ولاية قسنطينة، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام و الاتصال، قسم علوم الإعلام و الاتصال، كلية العلوم الاجتماعية و العلوم الانسانية، جامعة منتوري قسنطينة، 2009-2010، ص 195.
- (21) خضرة واضح، المرجع السابق، ص 198.
- (22) Statistique de population et L'Emploi et Activite ; Chômage; 2008 .
- (23) سليمان بورحلة، أثر استخدام الانترنت على اتجاهات الطلبة الجامعين و سلوكياتهم: دراسة ميدانية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام و الاتصال، قسم علوم الإعلام و الاتصال، كلية العلوم السياسية و الإعلام، جامعة الجزائر، 2007-2008، ص 154.
- (24) سليمان بورحلة، المرجع السابق، ص 159.
- (25) محمد لعقاب، مجتمع الإعلام والمعلومات: دراسة استكشافية للأنترنيتيين الجزائريين، أطروحة لنيل شهادة دكتوراه دولة في علوم الإعلام و الاتصال، قسم علوم الإعلام و الاتصال، كلية الآداب و اللغات، جامعة الجزائر، 2000-2001، ص 335.
- (26) السعيد بومعيزة، المرجع السابق، ص 206.

- (27) سليمان بورحلة، المرجع السابق، ص 156.
- (28) محمد لعقاب، المرجع السابق، ص 334.
- (29) أعضاء هيئة التدريس، الطفل والشباب في إطار التنمية الاجتماعية والاقتصادية، الاسكندرية، دار المعرفة الجامعية، 2002، ص 121.
- (30) <http://www.djazairress.com/akhersaa/67328;28-05-2015;07: 22>.
- (31) محمد لعقاب، المرجع السابق، ص 367.
- (32) محمد فتحى عبد الهادي، المكتبات والمعلومات في عالم جديد، ط1، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، 2007، ص 87.
- (33) السعيد بومعيزة، المرجع السابق، ص 206.
- (34) ابراهيم أبو عرقوب، حمزة خليل الخدام، تأثير الإنترنت على الاتصال الشخصي بالأسرة و بالأصدقاء: دراسة ميدانية، مجلة دراسات للعلوم الانسانية و الاجتماعية، العدد 2، 2012، م 39، ص 425، 426.
- (35) عبد الرحمن عزي، نظرية الحتمية القيمية في الإعلام، المرجع السابق، ص 36، 37.
- (36) علي بن عبد الله عسييري، الاثار الأمنية لاستخدام الشباب للإنترنت، الرياض، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، 2004، ص 43، 44.
- (37) عبد الرحمن العيسوي، موسوعة ميادين علم النفس- سيكولوجية الشباب والجنوح: دراسة نفسية، ط1، بيروت، دار الراتب الجامعية، 2004، ص 49، 50.
- (38) فاطمة الزهراء عبد الفتاح، المدونات الإلكترونية والمشاركة السياسية، ط1، القاهرة، دار العالم العربي، 2012، ص 13.
- (39) محمد لعقاب، المرجع السابق، ص 350.
- (40) السعيد بومعيزة، المرجع السابق، ص 211.
- (41) علي بن عبد الله عسييري، المرجع السابق، ص 31.
- (42) تقرير الاعلام الاجتماعي العربي: الاعلام العربي الاجتماعي و الحراك المدني: تأثير فيسبوك و تويتر، الاصدار الثاني، ماي 2011، كلية دبي للإدارة الحكومية، ص 1، 2.
- (43) علي ليله، الشباب العربي وإرادة التغيير من داخل التراث، {د،ط}، مصر المكتبة المصرية للطباعة والنشر والتوزيع، 2006، ص 140، 130.
- (44) عبد الوهاب بوخنوفة، المدرسة، التلميذ و المعلم، وتكنولوجيات الإعلام و الاتصال: التمثل و الاستخدامات: دراسة على عينة من التلاميذ و المعلمين في الجزائر، أطروحة لنيل شهادة دكتوراه



- الدولة في علوم الإعلام و الاتصال، قسم علوم الإعلام و الاتصال، كلية العلوم السياسية و الإعلام، جامعة الجزائر يوسف بن خدة، الجزائر، 2006-2007، ص ص 171، 174.
- (45) أحمد محمد موسى، الشباب بين التهميش والتشخيص: رؤية انسانية، ط1، مصر، المكتبة العصرية للنشر والتوزيع، 2009، ص ص 102، 103.
- (46) ضمياء عبد الاله جعفر، سعاد حمود مسلم، أثر استخدام الانترنت في التفكك الأسرى و الاجتماعي: دراسة مسحية لطلبة الجامعات العراقية، مجلة المستنصرية للدراسات العربية و الولية، العدد 39، العراق، ص ص 230، 231.
- (47) إبراهيم بعزیز، تكنولوجيا الاتصال الحديثة وتأثيراتها الاجتماعية والثقافية، ط1، القاهرة، دار الكتاب الحديث، 2011، ص ص 74، 75.
- (48) أحمد محمد موسى، الشباب بين التهميش والتشخيص: رؤية انسانية، ط1، مصر، المكتبة العصرية للنشر والتوزيع، 2009، ص ص 102، 103.
- (49) حسن طاهر داود، أمن شبكات المعلومات، الرياض، مركز البحوث للمملكة العربية السعودية، 2004، ص 102.
- (50) حلمي خضر ساري، تأثير الاتصال عبر الإنترنت في العلاقات الاجتماعية: دراسة ميدانية في المجتمع القطري، مجلة جامعة دمشق، العدد الأول و الثاني، 2008، م 24، ص 335.
- (51) علي بن عبد الله عسيري، المرجع السابق، ص ص 88، 89.
- (52) سليمان بورحلة، المرجع السابق، ص 166.
- (53) خالد عبده الصرايرة، النشر الإلكتروني وأثره على المكتبات ومراكز المعلومات، ط1، عمان، دار كنوز المعرفة، 2007، ص 96.
- (54) السعيد بومعيزة، المرجع السابق، ص 206.
- (55) هارون منتصر، تكنولوجيا الاتصال الحديثة: المسائل النظرية والتطبيقية، ط1، قسنطينة، دار الألمعية للنشر والتوزيع، 2012، ص ص 141-142.
- (56) رضوان بلخيري، مدخل إلى وسائل الإعلام والاتصال: نشأتها وتطورها، ط1، الجزائر، جسور للنشر والتوزيع، 2014، ص 237.
- (57) رضوان بلخيري، المرجع السابق، ص 238.
- (58) محمد شفيق، السلوك الإنساني، ط1، الإسكندرية، المكتب الجامعي الحديث، 1999 ص 82.
- (59) السعيد بومعيزة، المرجع السابق، ص 258.

# تحليل نتائج السلوك

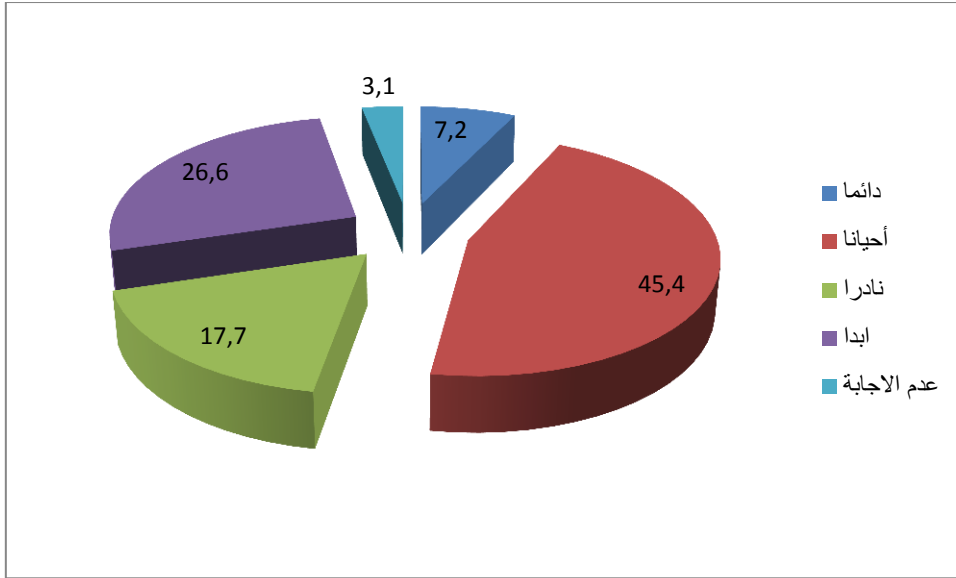
### 1.3.2.3. التحليل الكمي والكيفي لنتائج السلوك

جدول رقم 60 : يبين تأثير محتويات الانترنت على سلوك افراد العينة

	التكرار	%
دائما	35	7,2
أحيانا	220	45,4
نادرا	86	17,7
ابدا	129	26,6
عدم الاجابة	15	3,1
المجموع	485	100

المصدر: اعداد الباحثة

الشكل البياني رقم 20: يوضح تأثير محتويات الانترنت على علم السلوك حسب المبحوثين



إن قراءة هذا الجدول تظهر تأثير مضامين الإنترنت على السلوك، حيث اجابة المبحوثين بأن محتويات الإنترنت تؤثر أحيانا على سلوكهم، و ذلك بنسبة 45,4% ، بلغت أعلى نسبة، مقابل أقل نسبة بلغت 7,2% لإجابتهم بدائما، وتوسطت نسبة 26,6% إجابة المبحوثين الذين يرون أنهم لا يتأثرون بهذه المضامين أبدا.

ونفسر هذه النتائج، بأن المضامين الشبكة العنكبوتية تصل إلى تحقيق التأثير، وهذا حسب المضمون الذي تحتويه، وكذا حسب اهتمامات المستخدمين و ذلك بثناء المحتويات على الشبكة ، وكذا التجديد و

التحديث الذي يطرأ عليها في اليوم أكثر من مرة، و من مختلف الدول و باختلاف الثقافات و العادات.

جدول رقم 61 : يبين كيفية تأثير محتويات الانترنت على المبحوثين

	التكرار	%	
على مستوى العاطفي	نعم	214	44,1
	لا	186	38,4
	عدم الاجابة	85	17,5
على مستوى الفكر	نعم	263	54,2
	لا	137	28,2
	عدم الاجابة	85	17,5
على مستوى السلوك	نعم	84	17,6
	لا	316	65,2
	عدم الاجابة	85	17,5
	المجموع	485	100

المصدر: اعداد الباحثة

يبين الجدول أعلاه كيفية تأثير مضامين الإنترنت على المبحوثين، أعلى نسبة كانت 54,2% وهي لإجابة المبحوثين بأن الشبكة الإنترنتية تؤثر على مستوى الفكر، مقابل أقل نسبة للذين يرون بأنها تؤثر عليهم سلوكيا، حيث بلغت نسبتهم بـ 17,6%، وتوسطت هذه النسب، نسبة 44,1% وهي إجابة المبحوثين بتأثرهم عاطفيا.

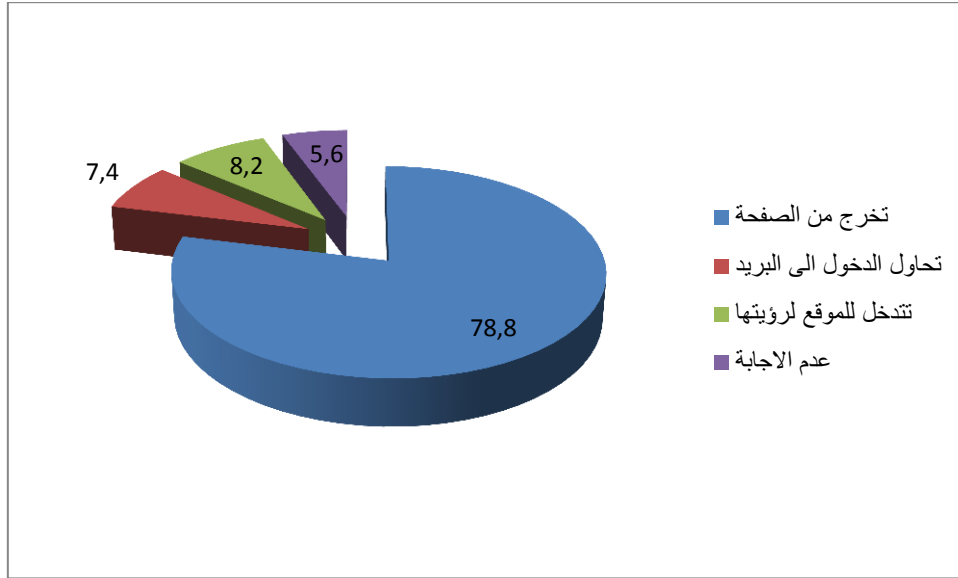
نستخلص من هذه النتائج أن الأفراد يتأثرون بالمضامين الإنترنت حسب اهتماماتهم و ميولاتهم، لذلك اختلف تأثير المضامين على الشباب فكريا و عاطفيا و سلوكيا، حيث أن الشباب " الممارس للإنترنت هو في اتصال دائم و يومي، وفي بحث مستمر على المعلومة المترامنة و عن معرفة الاخر عبر الفضاء الافتراضي، وعليه تنتج بعض الأحاسيس و مشاعر الانتماء لنفس المكان و نفس مرجعية الزمن، و أن معظم الممارسين لديهم أكثر من بريد الكتروني يدخل في حيز التبادل الثقافي و العلمي و الاتصال مع الجامعات و الادارات، و العائلة و الأقارب".(1)

جدول رقم 62 : توزيع أفراد العينة حسب سلوك استخدام البريد الالكتروني

	التكرار	%
تخرج من الصفحة	382	78,8
تحاول الدخول الى البريد	36	7,4
تتدخل للموقع لرؤيتها	40	8,2
عدم الاجابة	27	5,6
المجموع	485	100

المصدر: اعداد الباحثة

الشكل البياني رقم 21: يوضح استخدام البريد الالكتروني حسب المبحوثين



من خلال الجدول أعلاه يتبين أن أعلى نسبة قدرت بـ 78,8%، وهي لأفراد العينة الذين أجابوا بأنهم يخرج من صفحة البريد الالكتروني اذا ما تم عرض محتويات غير لائقة و مخلة بالأحياء، مقابل أقل نسبة أي 7,4% فضلوا الدخول إلى البريد الالكتروني، وتوسطت هذه النسب نسبة 8,2% للمبحوثين الذين يدخلون للموقع لرؤية تلك المحتويات.

وعليه، نرى أن المبحوثين يفضلون الخروج من صفحة البريد الالكتروني اذا ما تم عرض محتويات اباحية أو غير لائقة، وهذا يرجع أساسا إلى أن أغلبية أفراد العينة من الطبقة المثقفة و أن " لهذه المواقع أثارها النفسية و الاجتماعية، أما الذين يشاهدونها بنسبة قليلة فيمكن تفسيره بتميز الشباب بالفضول و البحث عن الاخر في الشبكة العنكبوتية، و أحيانا قد يجبر الأشخاص عن رؤيتها من خلال الاعلانات و الصور المخلة بالحياء التي تظهر في المواقع الالكترونية". (2)

اضافة إلى أن تعثر القيم في المجتمع نتيجة لطغيان العادات و التقاليد المستوردة، و كذا تقليد قيم غربية، ساهم في تحفيز الشباب على تصفح محتويات الاباحية خاصة في ضوء الغزو الثقافي ، و ايضا فقدان المنطقة العربية الاسلامية لمكنزمات غرس القيم، و يرى البروفسور " عزي عبد الرحمن" أن الزمن القيمي و الذي " يخص المجال القيمي المرتبط بعقيدة المجتمع، وما تشهده المنطقة العربية الإسلامية المعاصر تفكك الأزمنة لفقدان الترابط، إضافة إلى تحول الزمن القيمي إلى زمن ديني أكثر ما يكون مرتبط بجانب الطقوس العبادات في الوقت وتكون منظومة القيمية فيه شبه معطلة، وإذا غابت القيمة بوصفها الرابط الأساس في العلاقات الاجتماعية تحولت هذه الأخيرة إلى بيئة طارة، ومن الزمن القيمي حين يمتد إلى الأزمنة الأخرى يكون صالح لها ويمثل بذلك مدخل للبيئة الحضارية".(3)

ومن خلال الاطلاع على مواد الاباحية على الشبكة الإلكترونية، تساهم هذه الاخيرة في تحييد القيم، يقصد بها " إبعاد كعوامل مؤثرة، ويتمثل ذلك في تغييب القيم في المحتويات وبخاصة الترفيهية، إذ لا تتقيد هذه الأخيرة بنظام مع القيم، إنما تتبني على مبدأ ما يمكن أن يسوق للجمهور، فإن عملية استثناء القيم تكون دائرية: فوسائل الاتصال تعرض ما يرغب فيه الجمهور ، والجمهور يرتبط بتلك الوسائل لكي تحقق رغباته، وهو ما أدى إلى انتشار العنف والجنس".(4)

و أكدت دراسة " الفدهي" على ضرورة حذف المواقع الاباحية التي تلهي عن ذكر الله و اداء العبادات، و تحرف الشاب عن مساره و عن أخلاقه"، كما يجب تبصير الشباب بأداب و أخلاقيات التعامل مع الإنترنت".(5)

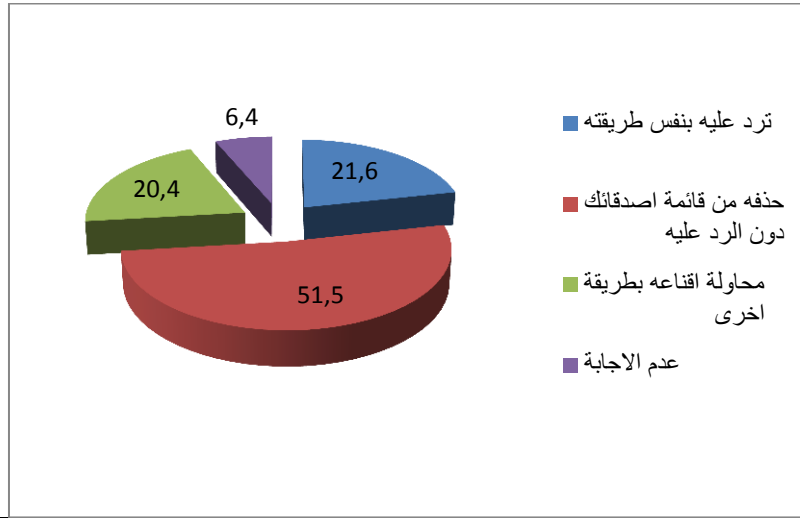
أما تفضيل بعض أفراد العينة الدخول إلى الانترنت ففسره بضرورة الوصول إلى المعلومات المخزنة، و أيضا ارسال مقالات و رسائل مختلفة، خاصة و أن البريد الالكتروني يسمح " بإدخال وتخزين وإدارة وتوزيع واستقبال النصوص الرقمية من حساب إلى حساب أو بين أكثر من حساب عن طريق جهاز كمبيوتر مركزي".(6)

جدول رقم 63 : يوضح سلوك تعامل المستجوبين عبر مواقع التواصل الاجتماعي

	التكرار	%
ترد عليه بنفس طريقته	105	21,6
حذفه من قائمة اصدقاتك دون الرد عليه	250	51,5
محاولة اقناعه بطريقة اخرى	99	20,4
عدم الاجابة	31	6,4
المجموع	485	100

المصدر: اعداد الباحثة

الشكل البياني رقم 22: يوضح سلوك تعامل المبحوثين عند استخدام مواقع التواصل الاجتماعي



من خلال الجدول أعلاه يتبين أن أعلى نسبة قدرت بـ 51,5%، وهي للمبحوثين الذين أجابوا بأنهم يقومون بحذف الشخص من قائمة الأصدقاء دون الرد عليه، وذلك بسبب سوء الحديث و التصرف عبر غرف الدردشة، مقابل أقل نسبة أي 20,4% فضلوا اقناع الشخص بطريقة اخرى، وتوسطت هذه النسب نسبة 21,6% للمبحوثين الذين يردون على الشخص بنفس طريقته.

وعليه، نرى أن المبحوثين يفضلون الغاء الصداقة مع الاشخاص الذين يسيئون اليهم ، و هذا من اجل عدم تضيع الوقت معهم و دخول في احاديث عديمة الجدوى، و أيضا تجنب الوقوع في عنفوان اللسان و هذا عن طريق التلفظ بأقوال غير لائقة.

أما بالنسبة للأفراد الذين يفضلون الرد على اساءة الغير، و هذا لا ثبات انفسهم بأنهم قادرين على الدفاع عن أنفسهم و القيام بنفس التصرفات التي يقوم بها الاخر، و ايضا محاولة اظهار رجولتهم حسب اعتقادهم لذلك، خاصة و أن الشباب يتميزون بالتوتر و التعصب في كثير من الأمور، و الشباب في هذه المرحلة " يعاني كثيرا من القلق والتوتر وتغلب الحالة الانفعالية والشعور بالنقص والارتباك والخوف من المستقبل، وتؤثر هذه المشاعر على الصحة النفسية والنشاط العقلي، و اتجاهات الشباب وعاداته المختلفة ويظهر ذلك في شعور بالتعب المزمن والصداع وعدم القدرة على ضبط النفس". (7)

جدول رقم 64 : يبين مساهمة الانترنت على قيام أفراد العينة بهذه السلوكيات

		التكرار	%
عدم القيام بالأعمال	موافق بشدة	138	28,5
	موافق	168	34,6
	محايد	50	10,3
	غير موافق	69	14,2
	غير موافق بشدة	33	6,8
	عدم الاجابة	27	5,6
التوتر	موافق بشدة	61	12,6
	موافق	161	33,2
	محايد	95	19,6
	غير موافق	86	17,7
	غير موافق بشدة	54	11,1
	عدم الاجابة	28	5,8
المشكال الراهنة	موافق بشدة	55	11,3
	موافق	91	18,8
	محايد	117	24,1
	غير موافق	128	26,4
	غير موافق بشدة	53	10,9
	عدم الاجابة	41	8,5
عدم العناية بالبيئة	موافق بشدة	39	8,0
	موافق	60	12,4
	محايد	96	19,8
	غير موافق	152	31,3
	غير موافق بشدة	95	19,6
	عدم الاجابة	43	8,9
المبالغة في حب المال	موافق بشدة	66	13,6
	موافق	64	13,2
	محايد	107	22,1
	غير موافق	110	22,7
	غير موافق بشدة	87	17,9
	عدم الاجابة	51	10,5

المصدر: اعداد الباحثة



جدول رقم 65: يبين مساهمة الانترنت على قيام المبحوثين بهذه السلوكيات

		التكرار	%
أقوم بأعمالي و أؤديها أو أنسى تأديتها	موافق بشدة	76	15,7
	موافق	151	31,1
	محايد	102	21,0
	غير موافق	76	15,7
	غير موافق بشدة	26	5,4
عدم الاجابة		54	11,1
اهمال الفرائض الدينية	موافق بشدة	68	14,0
	موافق	70	14,4
	محايد	70	14,4
	غير موافق	102	21,0
	غير موافق بشدة	139	28,7
عدم الاجابة		36	7,4
لأبالي بأموري و أؤخرها لوقت معين لقضائها	موافق بشدة	103	21,2
	موافق	130	26,8
	محايد	66	13,6
	غير موافق	81	16,7
	غير موافق بشدة	51	10,5
عدم الاجابة		54	11,1
الابتعاد عن النميمة	موافق بشدة	125	25,8
	موافق	121	24,9
	محايد	89	18,4
	غير موافق	66	13,6
	غير موافق بشدة	45	9,3
عدم الاجابة		39	8,0
الإعجاب بالنجوم	موافق بشدة	89	18,4
	موافق	93	19,2
	محايد	101	20,8
	غير موافق	85	17,5
	غير موافق بشدة	81	16,7
عدم الاجابة		36	7,4
المجموع		485	100

المصدر: اعداد الباحثة

جدول رقم 66 : يبين مساهمة الانترنت على قيام المستجوبين بهذه السلوكيات

	التكرار	%	
لا احترم الاخرين	موافق بشدة	48	9,9
	موافق	61	12,6
	محايد	100	20,6
	غير موافق	102	21,0
	غير موافق بشدة	135	27,8
	عدم الاجابة	39	8,0
الابتعاد عن التبذير	موافق بشدة	135	27,8
	موافق	151	31,1
	محايد	87	17,9
	غير موافق	34	7,0
	غير موافق بشدة	20	4,1
	عدم الاجابة	58	12,0
الإنترنت يعلم المرء الكذب	موافق بشدة	71	14,6
	موافق	101	20,8
	محايد	101	20,8
	غير موافق	86	17,7
	غير موافق بشدة	81	16,7
	عدم الاجابة	45	9,3
يساهم الإنترنت في تعلم المرء القمار	موافق بشدة	38	7,8
	موافق	55	11,3
	محايد	121	24,9
	غير موافق	100	20,6
	غير موافق بشدة	115	23,7
	عدم الاجابة	56	11,5
ايجاد الحبيب ومنه شريط الحياة	موافق بشدة	77	15,9
	موافق	109	22,5
	محايد	108	22,3
	غير موافق	63	13,0
	غير موافق بشدة	79	16,3
	عدم الاجابة	49	10,1
التواجد على مواقع التواصل و الدردشة مع الأصدقاء	موافق بشدة	151	31,1
	موافق	166	34,2
	محايد	65	13,4
	غير موافق	29	6,0
	غير موافق بشدة	22	4,5
	عدم الاجابة	52	10,7
المجموع	485	100	

المصدر: اعداد الباحثة

يبين كل من الجدول رقم (64) و (65) و (66) بخصوص مدى مساهمة شبكة الإنترنت على القيام

ببعض السلوكيات، ويمكن إبرازها كما يلي:

- أن أغلبية إجابة المبحوثين كانت "بموافق" فيما يتعلق إذا كانت مضامين الإنترنت تساعدهم على القيام ببعض السلوكيات، حيث تراوحت النسب من أعلى قيمة قدرت بـ 34,6% لسلوك عدم إهمال الأعمال المطلوبة، ونسبة 34,2% لعدم الاهتمام بالعمل، أما القلق والتوتر فبنسبة 33,2%، و نسبة 31,1% لكل من عدم التزام بالوقت و الابتعاد عن التبذير و الاسراف، و نسبة 26,4% لسلوك اللامبالاة، و سلوك البحث عن الحبيب بلغ 22,5%، أما نسبة 20,8% لسلوك الكذب ، و الاعجاب بالنجوم و اللاعبين الرياضيين وتقليدهم قدرت نسبته بـ 19,2%.

- أما إجابة المبحوثين "بموافق بشدة" فيما يتعلق بمساعدة مضامين الإنترنت على القيام ببعض السلوكيات، تراوحت من أعلى قيمة قدرت بـ 31,1% لسلوك عدم الاهتمام بالعمل، ونسبة 28,5% لعدم المثابرة، أما الابتعاد عن التبذير فبنسبة 27,8%، أما الابتعاد عن النميمة قدرت بـ 25,8%، و نسبة 21,2% اللامبالاة، و عدم المثابرة بنسبة 15,7%، و اهمال الفرائض الدينية بلغت 14%.

- أما أفراد العينة الذين أجابوا بـ "غير موافق" على ما إذا كانت مضامين الإنترنت تساعدهم على فعل بعض السلوكيات، و قدرت النسب بـ 31,3%، وهي أعلى قيمة، لسلوك السلبي عدم العناية بالبيئة، عدم الاهتمام بالمشاكل الراهنة بنسبة 26,4%، و 22,7% لسلوك المبالغة في حب المال.

- أما إجابة المبحوثين "بغير موافق بشدة" فيما يتعلق بمساعدة مضامين الإنترنت على القيام ببعض السلوكيات، تراوحت من أعلى قيمة قدرت بـ 28,7% لإهمال الفرائض الدينية، ونسبة 27,8% لعدم احترام الآخرين، أما تعلم القمار فبنسبة 23,7%، و عدم العناية بالبيئة بلغت 19,6%.

- أما المبحوثين الذين أجابوا بـ "محايد" على ما إذا كانت مضامين الإنترنت تساعدهم على فعل بعض السلوكيات، قدرت النسب بـ 24,9%، وهي أعلى قيمة، لسلوك تعلم القمار، عدم الاهتمام بالمشاكل الراهنة بنسبة 24,1%، و 21,1% لسلوك المبالغة في حب المال، و 21% لسلوك عدم المثابرة، الإعجاب بالنجوم و اللاعبين الرياضيين وتقليدهم بنسبة 20,8%، و 20,6% لسلوك عدم احترام الآخرين، و نسبة 19,6% لتوتر وقلق.

وعليه، نستخلص أن أغلبية أفراد العينة يعتقدون أن مضامين الإنترنت تساعدهم على القيام ببعض السلوكيات و تجاوز السلوكيات البعض منها، كسلوك التوتر و القلق، الذي تقوم الانترنت ببثه في الشباب، ومنه نفت هذه النتيجة المتوصل اليها الدكتور " السعيد بومعيزة" أن " المبحوثين اجابوا بموافقتهم على مساعدة الانترنت لهم بتجاوز سلوك التوتر الداخلي بنسبة 44,6%، كما اتخذوا موقف

الحياد تجاه سلوك حب المال بنسبة 23,4%، وعدم احترام الجيران بنسبة 20,5%، و الإعجاب بالنجوم و الرياضيين بنسبة 19,5%". (8)

و في نفس الحديث، فإن الانترنت ساهمت في تقمص أدوار النجوم وتقليدهم، حيث " يبرز تقمص في تقليد الممثلين والشخصيات التي يصنعها الإعلام، وقد الباحث " بارندورا" صاحب نظرية التعلم الاجتماعي أن تأثير وسائل الاتصال يكمن في التقمص **Mdeling** ويعني أن الجمهور يلاحظ ويشارك تجربة الآخر، ثم يتخذ نموذجاً، أما التأثير السلبي يكمن في طبيعة صاحبي القدوة في ما إذا كانت صفاته قيمة أو غير ذلك". (9)

اضافة إلى " تأثيرات التي تسببها الأوقات المتواصلة أمام الشبكة الإلكترونية، الإصابة بالإحباط النفسي، والإحساس بالقلق بسبب قضاء أوقات طويلة، ولاسيما إذا كان هذا الاستعمال عشوائياً أي دون هدف محدد مسبق، أو أجرى نقاشاً في موضوع تافها لا ينفع كالمواضيع الإباحية، فإنه من دون شك يشعر في الأخير بالذنب وتضيع المال والوقت، وهو ما يؤدي به إلى الشعور بالإحباط النفسي والمعنوي". (10)

كما أن السلوكيات المتعلقة باحترام الأهل، والتصرف بعنف تجاه الآخرين و حب المال يكتسبها الأفراد من خلال التنشئة الاجتماعية، كما أن الأفراد يتعلمون السلوكيات من خلال أطوار التربية المختلفة التي يمرون بها.

كما تساهم الانترنت في بروز سلوك عدم الالتزام بالوقت لدى الشباب، وهذا ما يجب أن يتم معالجته، و ذلك بسد أوقات فراغ الشباب و استثمار طاقاتهم في انجاز المشاريع و الاستفادة من أفكار في مراكز الشباب و الجمعيات، و اكدته دراسة بعنوان " التغيير القيمي و أثره على الشباب" و منه ضرورة " العمل على توفير الفرص الملائمة لترقية ملكات الشباب و صقل مواهبه، و حسن الرعاية النفسية والسلوكية، و كذا مساعدتهم في المشاركة في بناء مستقبلهم و احتواءهم بشغل فراغهم و توجيه طاقاتهم، و ضرورة تقديم منظومة القيم لهم من طرف مؤسسات التربية و ذلك بالاجتهاد على غرسها في تفكيرهم و معتقداتهم". (11)

و نخلص حسب النتيجة المتوصل إليها في أن مضامين الانترنت تؤثر على الشباب بشكل غير مباشر، كون أن الشباب يعتبرون من جماهير الانتقائية التي تختار المحتويات التي تتصفحها و تلج إليها، وهو ما اكدته نظرية التأثير الانتقائي التي تقوم على مرتكزات أساسية، تتمثل في " التعرض الانتقائي للمضمون بعد اختياره من قبل الأفراد، ثم يأتي الإدراك الانتقائي و الذي يرتبط بالمحتويات التي اهتم بها الأفراد، و منه ادراكه للمواضيع التي اختار التعرض لها، ليتذكر بشكل انتقائي و الذي يركز فيه الافراد على بعض

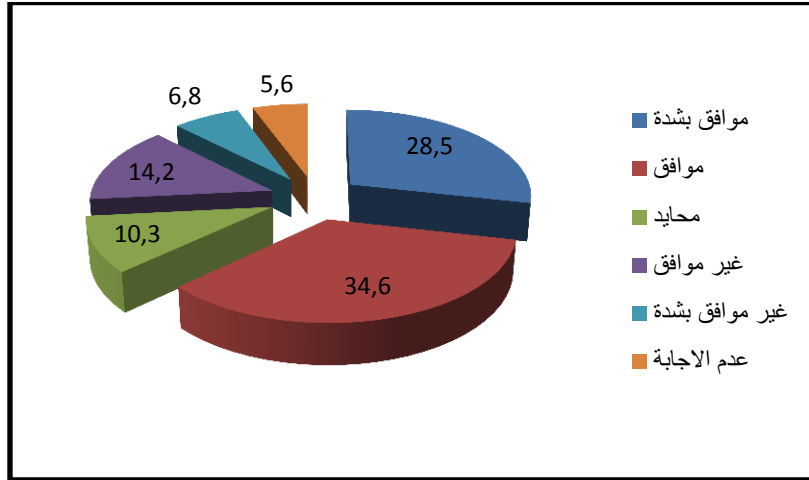
مذكراته لتخزينها في ذاكرته ليقوم باسترجاعها متى اراد ذلك، لتتجسد بعدها في سلوكه و هو ما عرف بالتصرف الانتقائي، و تركز على عملية الفعل من قبل الأفراد". (12)

جدول رقم 67 : توزيع أفراد العينة حسب مساهمة الانترنت على القيام بهذه السلوكيات

	العدد	%
موافق بشدة	138	28,5
موافق	168	34,6
محايد	50	10,3
غير موافق	69	14,2
غير موافق بشدة	33	6,8
عدم الاجابة	27	5,6
المجموع	485	100

المصدر: اعداد الباحثة

الشكل البياني رقم 23: يوضح مساهمة مضامين الانترنت على قيام المبحوثين بهذه السلوكيات



يوضح الجدول أعلاه تظهر تأثير مساهمة مضامين الإنترنت على القيام ببعض السلوكيات، حيث اجاب المبحوثين بموافقتهم على أن محتويات الإنترنت تساهم في القيام ببعض السلوكيات، و ذلك بنسبة 34,6% ، مقابل أقل نسبة بلغت 6,8% لإجاباتهم بغير موافق بشدة، وتوسطت نسبة 28,5% إجابة المبحوثين الذين اجابوا بموافقة بشدة على مساعدتهم للقيام ببعض السلوكيات، و 10,3% اجابوا بمحايدة.

و منه هناك ارتباط بين استخدام الوسيلة و القيم التي يحملها الأفراد و التي تنعكس في سلوكهم، حيث يقول أحد الباحثين أن " نظام القيم السائد في كل مجتمع والقائم في كل بيت وعند كل شخص هو المحرك لسلوك الإنسان، ومتى اضطربت أولويات هذا النظام واختلفت مع أولويات المجتمع وتعمقت الهوة بينهما يصبح الوقوع في السلوك المريض أو في المرض الاجتماعي أمر محتملاً".

وعليه، يمكن أن يحدث اختلال التوازن لدى الشباب عندما يلاحظون أن هناك هوة تفصل بين ما تعلموه من قيم طيلة حياتهم عن طريق الأسرة والمدرسة والمسجد، وما يجري في الواقع من تناقضات وتدهور في القيم (13)، و الذي ينعكس على سلوكيات الأفراد في المجتمع.

جدول رقم 68: يبين استخدام أفراد العينة للبريد الإلكتروني حسب الجنس

الالكتروني البريد استخدام	ذكر		انثى		المجموع	
	ت	%	ت	%	ت	%
تخرج من الصفحة	155	32	226	46.5	485	100
تحاول الدخول الى البريد	26	5.4	10	2.1		
تتدخل للموقع لرؤيتها	33	6.8	7	1.4		
عدم الاجابة	28		5,8			

#### المصدر: اعداد الباحثة

يبين الجدول أعلاه استخدام المبحوثين للبريد الإلكتروني، حيث اجابة المبحوثين الاناث بموافقتهم على خروجهم من الصفحة اذا عرضت فيها مواد اباحية بنسبة 46,5%، في مقابل نسبة 32% للذكور، و قد بلغت تلك النسب أعلى نسبة، أما أقل نسبة بلغت 1,4% لإجابتهن الاناث الدخول إلى الموقع لرؤيتها، وتوسطت نسبة 6,8% إجابة المبحوثين الذكور الذين أجابوا بدخولهم للموقع لرؤية المواد الاباحية.

ونفس ذلك إلى أن التنشئة الاجتماعية للشباب ساهمت في اكسابهم ما يعرف بالمراقبة الذاتية على أنفسهم فما يتعرضون اليه من مواد و محتويات مختلفة، حيث اصبحت بعض المواقع تنشر صور ومواد غير لائقة عبر صفحاتها، لاستدراج الاشخاص لرؤية محتوياتها و الدخول اليها، حتى وأن لم يدخل الشباب الى تلك المواقع مباشرة، و هو ما يؤدي إلى ما يعرف حسب البروفسور "عزي عبد الرحمن" اضعاف الحساسية تجاه الممنوعات الثقافية، حيث إن بعض " محتويات الاتصال كأفلام العنف والجنس التي تخل بالقيم تعمل مع الزمن على إضعاف درجة الانفعال أو المقاومة التي تصاحب هذه المحتويات في بداياتها، ويدخل في إطار هذا تأثيرات أفلام العنف" (14)، الا أن بعض الشباب حتى وان نسبة قليلة الا انهم يدخلون لرؤية هذه المحتويات و الاطلاع عليها و ذلك لتلبية احتياجاتهم و غرائزهم الجنسية، وكذا حب الاستكشاف كل ما هو جديد و غير مألوف بدافع فضولهم الذي يسيرهم في بعض الاحيان.

جدول رقم 69 : يبين استخدام أفراد العينة للبريد الإلكتروني حسب متغير المستوى التعليمي

	ابتدائي		متوسط		ثانوي		جامعي		دراسات عليا		المجموع	
	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%
تخرج من الصفحة	2	0.4	5	1	171	35.4	178	36.7	19	3.9	485	100
تحاول الدخول الى البريد	0	0	1	0.2	13	2.7	18	3.7	3	0.6		
تتدخل للموقع لرويتها	0	0	0	0	21	4.3	16	3.3	2	0.4		
عدم الاجابة	36				7.4							

المصدر: اعداد الباحثة

يوضح الجدول الخاص باستخدام البريد الإلكتروني حسب المستوى التعليمي استخدام الباحثين ذو المستوى التعليمي الجامعي للخروج من صفحة البريد الإلكتروني بنسبة 36,7%، و التي احتلت أعلى النسب، ثم تلتها نسبة 35,4% للباحثين الذين لهم مستوى تعليمي ثانوي، في مقابل أقل نسبة بلغت 0% و 0,2% لإجابته المبحوثين الذين يتمتعون بمستوى تعليمي ابتدائي و متوسط و الذين يحاولون الدخول إلى البريد الإلكتروني، وتوسطت نسبة 7,4% لعدم إجابة المبحوثين.

ونخلص إلى أن متغير المستوى التعليمي للباحثين الشباب لم يغير في نتائج المتوصل إليها، و انما ساهمت في تأكيد أدوار مختلف المؤسسات التنشئة الاجتماعية في تأثير على الشباب و اكسابهم بعض المراتكزات التي تساعده في استخدامه للوسائل التكنولوجية.

جدول رقم 70 : يبين سلوك تعامل أفراد العينة عبر مواقع التواصل الاجتماعي حسب الجنس

	ذكر		انثى		المجموع	
	ت	%	ت	%	ت	%
ترد عليه بنفس طريقته	78	16.1	26	5.4	485	100
حذفه من قائمة اصدقائك دون الرد عليه	82	16.9	168	34.7		
محاولة اقناعه بطريقة اخرى	55	11.3	44	9.1		
عدم الاجابة	32		6,6			

المصدر: اعداد الباحثة

يتبين من خلال الجدول رقم (70) أن أغلبية المبحوثين الاناث يقومون بحذف الاشخاص الذين لم يحسنوا التعامل معهم من قائمة أصدقائهم دون الرد بنسبة بلغت 34,7%، مقابل نسبة 16,9% للمبحوثين الذكور، و احتلت أعلى النسب، أما أقل نسبة بلغت 5,4% لإجابة المبحوثين الاناث برد على هؤلاء الاشخاص بنفس طريقتهم، وتوسطت نسبة 11,3% للمبحوثين الذكور الذين يحاولون اقناعهم بطريقة أخرى.

ونخلص إلى أن الشباب يتميزون بسرعة في اتخاذ القرارات و احيانا دون التفكير فيها كثيرا، وهو ما يفسر سلوك لديهم، و التسرع في مواجهة المواقف التي تعترضهم، كما أن الضغوطات اليومية الممارسة على الشباب تجعلهم اكثر تضجرا و لا يتحمل مثل هذه المواقف، اضافة إلى أن الاحساس بمس كرامته و اهانتته تجعله يرد على الطرف الاخر بنفس طريقتة أو عدم الحديث مه و مجادلته و تفضيل تجاهله و عدم التعامل معه مرة اخرى.



جدول رقم 71: يبين مساهمة الانترنت على قيام أفراد العينة بهذه السلوكيات حسب الجنس

	ذكر		انثى		المجموع		
	ت	%	ت	%	ت	%	
عدم الالتزام بالوقت	موافق بشدة	67	13.8	70	14.4	485	100
	موافق	79	16.3	89	18.4		
	محايد	27	5.6	23	4.7		
	غير موافق	24	4.9	45	9.3		
	غير موافق بشدة	16	3.3	17	3.5		
	عدم الاجابة	28		5,8			
اتوتر واحسب الخطر	موافق بشدة	26	5.4	35	7.2	485	100
	موافق	72	14.8	88	18.1		
	محايد	50	10.3	45	9.3		
	غير موافق	41	8.4	45	9.3		
	غير موافق بشدة	26	5.4	28	5.8		
	عدم الاجابة	29		6			
عدم اهتمام بالمشاكل الراهنة	موافق بشدة	30	6.2	25	5.2	485	100
	موافق	40	8.2	50	10.3		
	محايد	55	11.3	62	12.8		
	غير موافق	56	11.5	72	14.8		
	غير موافق بشدة	28	5.8	25	5.2		
	عدم الاجابة	42		8,7			
عدم العناية بالبيئة	موافق بشدة	19	3.9	19	3.9	485	100
	موافق	39	8	21	4.3		
	محايد	48	9.9	48	9.9		
	غير موافق	54	11.1	98	20.2		
	غير موافق بشدة	48	9.9	47	9.7		
	عدم الاجابة	44		9,1			
المبالغة في حب المال	موافق بشدة	41	8.4	24	4.9	485	100
	موافق	37	7.6	27	5.6		
	محايد	61	12.6	46	9.5		
	غير موافق	34	7	76	15.7		
	غير موافق بشدة	27	5.6	60	12.4		
	عدم الاجابة	52		10,7			
بعد انتهاء اودي اعماله (المثابرة)	موافق بشدة	32	6.6	44	9.1	485	100
	موافق	72	14.8	79	16.3		
	محايد	47	9.7	54	11.1		
	غير موافق	37	7.6	39	8		
	غير موافق بشدة	13	2.7	13	2.7		
	عدم الاجابة	55		11,3			

المصدر: اعداد الباحثة

جدول رقم 72 : يبين مساهمة الانترنت على قيام المبحوثين بهذه السلوكيات حسب الجنس

	ذكر		انثى		المجموع		
	ت	%	ت	%	ت	%	
اهمال الفرائض الدينية	موافق بشدة	36	7.4	32	6.6	485	100
	موافق	35	7.2	34	7		
	محايد	33	6.8	37	7.6		
	غير موافق	41	8.4	61	12.6		
	غير موافق بشدة	61	12.6	78	16.1		
عدم الاجابة	37		7,6				
لأبالي بأموري و أؤها	موافق بشدة	53	10.9	50	10.3	485	100
	موافق	56	11.6	74	15.3		
	محايد	35	7.2	30	6.2		
	غير موافق	37	7.6	44	9.1		
	غير موافق بشدة	20	4.1	31	6.4		
عدم الاجابة	55		11,3				
الابتعاد عن النميمة	موافق بشدة	68	14	57	11.8	485	100
	موافق	51	10.5	69	14.2		
	محايد	40	8.2	49	10.1		
	غير موافق	25	5.2	41	8.4		
	غير موافق بشدة	24	4.9	21	4.3		
عدم الاجابة	40		8,2				
الاعجاب بالنجوم	موافق بشدة	54	11.1	35	7.2	485	100
	موافق	44	9.1	48	9.9		
	محايد	49	10.1	52	10.7		
	غير موافق	31	6.4	54	11.1		
	غير موافق بشدة	33	6.8	48	9.9		
عدم الاجابة	37		7,6				
لا احترام الآخرين	موافق بشدة	22	4.5	26	5.4	485	100
	موافق	38	7.8	23	4.7		
	محايد	54	11.1	45	9.3		
	غير موافق	40	8.2	62	12.8		
	غير موافق بشدة	55	11.3	80	16.5		
عدم الاجابة	40		8,2				
ابتعاد عن التبذير	موافق بشدة	65	13.4	70	14.4	485	100
	موافق	70	14.4	80	16.5		
	محايد	41	8.4	46	9.5		
	غير موافق	12	2.5	22	4.5		
	غير موافق بشدة	13	2.7	7	1.4		
عدم الاجابة	59		12,2				

المصدر: اعداد الباحثة

جدول رقم 73 : يبين مساهمة الانترنت على قيام المستجوبين بهذه السلوكيات حسب الجنس

	ذكر		انثى		المجموع		
	ت	%	ت	%	ت	%	
الانترنت يعلم الكذب	موافق بشدة	39	8	32	6.6	485	100
	موافق	57	11.8	43	8.9		
	محايد	56	11.5	45	9.3		
	غير موافق	29	6	57	11.8		
	غير موافق بشدة	25	5.2	56	11.5		
	عدم الاجابة	46		9,5			
الانترنت وتعلم القمار	موافق بشدة	23	4.7	14	2.9	485	100
	موافق	38	7.8	17	3.5		
	محايد	63	13	58	12		
	غير موافق	41	8.5	59	12.2		
	غير موافق بشدة	38	7.8	77	15.9		
	عدم الاجابة	57		11,8			
الانترنت والحبيب	موافق بشدة	45	9.3	32	6.6	485	100
	موافق	59	12.2	50	10.3		
	محايد	45	9.3	63	13		
	غير موافق	28	5.8	35	7.2		
	غير موافق بشدة	29	6	49	10.1		
	عدم الاجابة	50		10,3			
العمل الانترنت ساهم في الدردشة	موافق بشدة	73	15.2	78	16.1	485	100
	موافق	79	16.3	86	17.7		
	محايد	27	5.6	38	7.8		
	غير موافق	11	2.3	18	3.7		
	غير موافق بشدة	14	2.9	8	1.6		
	عدم الاجابة	53		10,9			

يبين كل من الجدول رقم (71) و (72) و (73) استخدام الانترنت من قبل المبحوثين و مدى مساهمتها في قيامهم بسلوكيات معينة، و نذكر:

- موافقة المبحوثين الاناث و الذكور على أن استخدام الانترنت يساهم في قيامهم بسلوكيات التالية: 18,4% لسلوك عدم التزام بالوقت، و 18,1% لتوتر بالنسبة للمبحوثين الاناث، أما نسبة 17,1% لموافقتهن على أن الانترنت ساهمت في قيامهم بسلوك التواصل و الحديث مع الاخرين، مقابل الذكور بنسبة 16,3%، أما سلوك الابتعاد عن التبذير 16,5% للإناث، مقابل نسبة 14,4% للذكور، و عدم المثابرة فبلغت نسبته 16,3% للإناث، مقابل نسبة 14,8% للذكور، و نسبة 15,3% لسلوك اللامبالاة لدى الاناث، مقابل الذكور بنسبة 11,6%، ثم سلوك الابتعاد على النميمة بنسبة 14,2% للإناث، مقابل

10,5% للذكور، و 12,2% لسلوك البحث عن الحبيب لدى الذكور، مقابل نسبة 10,3% للإناث، كما وافق المبحوثين الذكور على أن الانترنت تساهم في قيامهم بسلوك الكذب بنسبة 11,8%.

- وافق المبحوثين و بشدة على أن استخدام الانترنت يساهم في قيامهم بكل من سلوك التواصل و الحديث و اعجاب بالنجوم و اللاعبين بنسب على التوالي: 16,1% للمبحوثين الاناث، تقابلها نسبة 15,2% للمبحوثين الذكور، أما نسبة 11,1% للذكور على سلوك الإعجاب بالنجوم و اللاعبين.

- أجاب المبحوثين بالمحايدة على أن استخدام الانترنت يساهم في قيامهم بسلوك تعلم القمار بنسبة 13% للذكور، أما سلوك المبالغة في حب المال بنسبة 12,6% للمبحوثين الذكور.

- لم يوافق المبحوثين من كلا الجنسين على أن استخدام الانترنت يساهم في قيامهم بسلوكيات التالية: نسبة 20,2% لسلوك عدم العناية بالبيئة للإناث، مقابل الذكور 11,1%، و 15,7% للمبالغة في حب المال لدى الإناث، أما نسبة 14,8% لعدم الاهتمام بالمشاكل الراهنة لدى الاناث، مقابل الذكور بنسبة 11,5%، و نسبة 11,8% لسلوك الكذب لدى المبحوثين الاناث.

- أجاب المبحوثين بعد موافقتهم و بشدة على أن استخدام الانترنت يساهم في قيامهم بكل من سلوك عدم احترام الآخرين بنسبة 16,5% للإناث، مقابل نسبة 11,3% للذكور، و اهمال الفرائض الدينية بنسبة 16,1%، و سلوك تعلم القمار بنسبة 15,9% لدى المبحوثين الاناث.

ونخلص إلى أن وسيلة الانترنت تساهم في قيام الشباب بسلوكيات عدم الالتزام بالوقت و التوتر و عدم المثابرة واللامبالاة و الكذب، وهو ما يفسره تواجد في أي وقت على الشبكة مما أثرت عليهم في تعزيز هذه السلوكيات لديهم، مما جعلهم لا يقومون بتأدية أعمالهم في وقتها إلا بعد اتمام محادثاتهم مع الآخرين أو جوالتهم عبر صفحات هذه الوسيلة، مما انعكس بدوره على تشجيع سلوك التواصل و الحديث لديهم وفق اجاباتهم، إلا أن هذه الوسيلة ساهمت في ابتعادهم عن النسيمة و التبذير و هو ما يفسره الخوض في مجالات مختلفة و الحديث عن اراء و افكار مع اشخاص يقومون ببناء صداقات معهم في هذا المجال الافتراضي.

جدول رقم 74: يبين مساهمة الانترنت على قيام المبحوثين بهذه السلوكيات حسب متغير العمر

	من 16 إلى 19		من 20 إلى 23		من 24 إلى 26		من 27 إلى 29		المجموع		
	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	
عدم الالتزام بالوقت و عدم المواظبة	موافق بشدة	53	10.9	50	10.3	29	6	2	0.4	485	100
	موافق	56	11.5	72	14.8	28	5.8	10	2.1		
	محايد	25	5.2	17	3.5	3	0.6	5	1		
	غير موافق	31	6.4	23	4.7	7	1.4	6	1.2		
	غير موافق بشدة	16	3.3	10	2.1	5	1	2	0.4		
عدم الاجابة	35				7,2						
اتوتر واحس بالخطر	موافق بشدة	26	5.4	20	4.1	11	2.3	3	0.6	485	100
	موافق	60	12.4	60	12.4	30	6.2	9	1.9		
	محايد	40	8.2	39	8	15	3.1	1	0.2		
	غير موافق	31	6.4	33	6.8	10	2.1	9	1.9		
	غير موافق بشدة	22	4.5	22	4.5	5	1	4	0.8		
عدم الاجابة	35				7,2						
عدم اهتمام بالمشاكل الراهنة	موافق بشدة	27	5.6	21	4.3	7	1.4	0	0	485	100
	موافق	38	7.8	34	7	16	3.3	1	0.2		
	محايد	45	9.3	44	9.1	18	3.7	8	1.6		
	غير موافق	45	9.3	48	9.9	23	4.7	10	2.1		
	غير موافق بشدة	17	3.5	22	4.5	7	1.4	6	1.2		
عدم الاجابة	48				9,9						
عدم العناية بالبيئة	موافق بشدة	16	3.3	15	3.1	6	1.2	1	0.2	485	100
	موافق	26	5.4	19	3.9	9	1.9	4	0.8		
	محايد	34	7	43	8.9	13	2.7	4	0.8		
	غير موافق	54	11.1	56	11.5	31	6.4	9	1.9		
	غير موافق بشدة	41	8.5	36	7.4	11	2.3	7	1.4		
عدم الاجابة	50				10,3						
المبالغة في حب المال	موافق بشدة	26	5.4	29	6	9	1.9	0	0	485	100
	موافق	28	5.8	17	3.5	12	2.5	5	1		
	محايد	40	8.2	40	8.2	18	3.7	8	1.6		
	غير موافق	40	8.2	42	8.7	16	3.3	11	2.3		
	غير موافق بشدة	36	7.4	36	7.4	13	2.7	1	0.2		
عدم الاجابة	58				12						
بعد انتهاء اودي اعمالي	موافق بشدة	36	7.4	28	5.8	11	2.3	0	0	485	100
	موافق	52	10.7	64	13.2	27	5.6	7	1.4		
	محايد	43	8.9	36	7.4	13	2.7	7	1.4		
	غير موافق	28	5.8	26	5.4	15	3.1	6	1.2		
	غير موافق بشدة	10	2.1	11	2.3	2	0.4	2	0.4		
عدم الاجابة	61				12,6						

المصدر: اعداد الباحثة

جدول رقم 75 : يبين مساهمة الانترنت على قيام أفراد العينة بهذه السلوكيات حسب متغير العمر

	من 16 إلى 19		من 20 إلى 23		من 24 إلى 26		من 27 إلى 29		المجموع		
	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	
اهمال الفرائض الدينية	موافق بشدة	33	6.8	25	5.2	9	1.9	1	0.2	485	100
	موافق	25	5.2	29	6	12	2.5	2	0.4		
	محايد	32	6.6	24	4.9	9	1.9	2	0.4		
	غير موافق	38	7.8	35	7.2	17	3.5	10	2.1		
	غير موافق بشدة	52	10.7	56	11.5	21	4.3	9	1.9		
عدم الاجابة	44				9.1						
لأبالي بأموري وأخرها	موافق بشدة	45	9.3	34	7	19	3.9	2	0.4	485	100
	موافق	45	9.3	57	11.8	18	3.7	10	2.1		
	محايد	29	6	21	4.3	10	2.1	4	0.8		
	غير موافق	30	6.2	30	6.2	13	2.7	7	1.4		
	غير موافق بشدة	19	3.9	23	4.7	8	1.6	0	0		
عدم الاجابة	61				12.6						
الابتعاد عن النميمة	موافق بشدة	55	11.3	47	9.7	12	2.5	9	1.9	485	485
	موافق	41	8.5	45	9.3	24	4.9	8	1.6		
	محايد	28	5.8	41	8.5	15	3.1	4	0.8		
	غير موافق	28	5.8	20	4.1	14	2.9	2	0.4		
	غير موافق بشدة	21	4.3	17	3.5	6	1.2	1	0.2		
عدم الاجابة	47				9.7						
الاعجاب بالنجوم	موافق بشدة	47	9.7	31	6.4	8	1.6	3	0.6	485	100
	موافق	46	9.5	28	5.8	12	2.5	6	1.2		
	محايد	36	7.4	37	7.6	23	4.7	3	0.6		
	غير موافق	26	5.4	36	7.4	17	3.5	3	0.6		
	غير موافق بشدة	21	4.3	39	8	10	2.1	9	1.9		
عدم الاجابة	44				9.1						
لا احترم الاخرين	موافق بشدة	23	4.7	18	3.7	4	0.8	0	0	485	100
	موافق	24	4.9	27	5.6	9	1.9	1	0.2		
	محايد	31	14.6	41	8.5	19	3.9	7	1.4		
	غير موافق	40	8.2	38	7.8	15	3.1	7	1.4		
	غير موافق بشدة	58	12	44	9.1	24	4.9	9	1.9		
عدم الاجابة	46				9.5						
ابتعاد عن التبذير	موافق بشدة	58	12	51	10.5	16	3.3	9	1.9	485	100
	موافق	62	12.8	55	11.3	24	4.9	8	1.6		
	محايد	28	5.8	32	6.6	22	4.5	4	0.8		
	غير موافق	14	2.9	10	2.1	7	1.4	2	0.4		
	غير موافق بشدة	6	1.2	12	2.5	2	0.4	0	0		
عدم الاجابة	63				13						

المصدر: اعداد الباحثة

جدول رقم 76 : يبين مساهمة الانترنت على قيام المستجوبين بهذه السلوكيات حسب متغير العمر

	من 16 إلى 19		من 20 إلى 23		من 24 إلى 26		من 27 إلى 29		المجموع		
	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	
الانترنت يعلم الكذب	موافق بشدة	28	5.8	28	5.8	10	2.1	5	1	485	100
	موافق	39	8	33	6.8	19	3.9	7	1.4		
	محايد	45	9.3	36	7.4	15	3.1	5	1		
	غير موافق	30	6.2	35	7.2	15	3.1	4	0.8		
	غير موافق بشدة	33	6.8	36	7.4	9	1.9	3	0.6		
عدم الاجابة	50				10,3						
الانترنت وتعلم القمار	موافق بشدة	17	3.5	9	1.9	7	1.4	4	0.8	485	100
	موافق	20	4.1	23	4.7	10	2.1	0	0		
	محايد	49	10.1	54	11.1	15	3.1	3	0.6		
	غير موافق	40	8.2	33	6.8	17	3.5	8	1.6		
	غير موافق بشدة	43	8.9	46	9.5	19	3.9	7	1.4		
عدم الاجابة	61				%12,6						
الانترنت والحبیب	موافق بشدة	44	9.1	24	4.9	8	1.6	1	0.2	485	100
	موافق	41	8.5	45	9.3	18	3.7	5	1		
	محايد	43	8.9	40	8.2	16	3.3	9	1.9		
	غير موافق	18	3.7	26	5.4	12	2.5	5	1		
	غير موافق بشدة	26	5.4	35	7.2	12	2.5	3	0.6		
عدم الاجابة	54				%11,1						
العمل الانترنت ساهم في الدرسشة	موافق بشدة	69	14.2	54	11.1	22	4.5	5	1	485	100
	موافق	58	12	72	14.8	27	5.6	7	1.4		
	محايد	25	5.2	22	4.5	12	2.5	6	1.2		
	غير موافق	12	2.5	10	2.1	3	0.6	2	0.4		
	غير موافق بشدة	7	1.4	9	1.9	4	0.8	2	0.4		
عدم الاجابة	57				%11,8						

المصدر: اعداد الباحثة

يبين كل من الجدول رقم (74) و (75) و (76) أن استخدام الانترنت يساهم في قيام المبحوثين

بسلوكيات معينة، و نذكر:

- وافق المبحوثين و بشدة على أن استخدام الانترنت يساهم في قيامهم بكل من سلوك التواصل و الحديث و الابتعاد عن التبذير، الابتعاد عن النميمة، الاعجاب بالنجوم و اللاعبين بنسب على التوالي: 14,2% للفئة العمرية (16-19)، تقابلها نسبة 11,1% للفئة العمرية (20-23)، أما نسبة 12 % للفئة العمرية (16-19)، تقابلها نسبة الفئة العمرية (20-23) بـ 10,5%، سلوك الابتعاد عن النميمة بنسبة

11,3% للفئة العمرية (16-19)، و نسبة 9,7% للفئة العمرية ذاتها، تقابلها 6,4% للفئة العمرية (20-23).

- موافقة المبحوثين على أن استخدام الانترنت يساهم على قيامهم بسلوكيات التالية: 14,8% لسلوك عدم التزام بالوقت و عدم المواظبة للفئة العمرية (20-23)، تقابلها 11,5% للفئة العمرية (16-19)، و 13,2% لعدم الاهتمام بالعمل للفئة التي تتراوح أعمارهم (من 20 إلى 23)، مقابل 10,7% للفئة العمرية (16-19)، أما نسبة 12,8% للفئة العمرية (16-19) لموافقتهم على أن الانترنت ساهمت على قيامهم بسلوك الابتعاد عن التبذير، مقابل فئة (20-23) بنسبة 11,3%، أما سلوك التوتر 12,4% لكلا الفئتين، و اللامبالاة فبلغت نسبتها 11,8% للفئة العمرية (16-19)، مقابل نسبة 9,3% و نفس النسبة لسلوك البحث عن الحبيب للفئة العمرية (20-23).

- أجاب المبحوثين بالمحايدة على أن استخدام الانترنت يساهم على قيامهم بسلوك تعلم القمار بنسبة 11,1% للفئة العمرية (20-23)، تقابلها نسبة 10,1% للفئة العمرية (16-19)، أما سلوك الكذب بنسبة 9,3% للفئة العمرية (16-19)، تقابلها نسبة 7,4% للفئة العمرية (20-23).

- لم يوافق المبحوثين على أن استخدام الانترنت يساهم على قيامهم بسلوكيات التالية: نسبة 12% لسلوك عدم احترام الآخرين للفئة العمرية (16-19)، تقابلها 9,1% للفئة العمرية (20-23)، و 11,5% لعدم العناية بالبيئة للفئة العمرية (20-23)، تقابلها 11,1% للفئة العمرية (16-19)، أما نسبة 9,9% لعدم الاهتمام بالمشاكل الراهنة للفئة العمرية (20-23)، و نسبة 8,7% لسلوك المبالغة في حب المال للفئة ذاتها.

- أجاب المبحوثين بعد موافقتهم و بشدة على أن استخدام الانترنت يساهم على قيامهم بسلوك اهمال الفرائض الدينية بنسبة 11,5% للفئة العمرية (20-23)، مقابل نسبة 10,7% للفئة العمرية (16-19)، و نسبة 4,3% للفئة العمرية (24-26)، و نسبة 1,9% للفئة العمرية (27-29).

- امتنع المبحوثين بعدم الاجابة على أن استخدام الانترنت يساهم على قيامهم بسلوك الابتعاد عن التبذير بنسبة 13%، الابتعاد عن النميمة بنسبة 12,6%، و نسبة 12% المبالغة في حب المال.

ونخلص إلى أن متغير العمر له ارتباط بتأثر الشباب بوسيلة الانترنت، التي تساهم في قيامهم بسلوكيات مختلفة، وهو ما يفسره تأثر فئة الشباب بسلوكيات المذكور أعلاه، حيث أنه كلما قل السن كلما



كان تأثير الوسيلة المتمثلة في الانترنت أكبر، و هذا يؤكد نضج وعي الشباب في مراحل مختلفة من تطوره.

جدول رقم 77: يبين مساهمة الانترنت على قيام أفراد العينة بهذه السلوكيات حسب متغير المستوى التعليمي

	ابتدائي		متوسط		ثانوي		جامعي		دراسات عليا		المجموع		
	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	
عدم الالتزام بالوقت و عدم المواظبة	موافق بشدة	1	0.2	0	0	56	11.5	68	14	7	1.4	485	100
	موافق	0	0	1	0.2	67	13.8	87	17.9	12	2.5		
	محايد	0	0	2	0.4	29	6	18	3.7	1	0.2		
	غير موافق	1	0.2	1	0.2	29	6	31	6.4	5	1		
	غير موافق بشدة	1	0.2	1	0.2	18	3.7	13	2.7	0	0		
عدم الاجابة	36					7,4							
اتوتر واحس بالخطر	موافق بشدة	1	0.2	0	0	29	6	25	5.2	5	1	485	100
	موافق	1	0.2	2	0.4	69	14.2	77	15.9	10	2.1		
	محايد	0	0	0	0	43	8.9	49	10.1	3	0.6		
	غير موافق	0	0	3	0.6	33	6.8	42	8.7	5	1		
	غير موافق بشدة	1	0.2	0	0	25	5.2	24	4.9	2	0.4		
عدم الاجابة	36					%7,4							
عدم اهتمام بالمشاكل الراهنة	موافق بشدة	2	0.4	0	0	25	5.2	24	4.9	4	0.8	485	100
	موافق	0	0	0	0	42	8.7	44	9.1	3	0.6		
	محايد	0	0	1	0.2	48	9.9	62	12.8	5	1		
	غير موافق	0	0	4	0.8	53	10.9	61	12.6	8	1.6		
	غير موافق بشدة	1	0.2	0	0	22	4.5	23	4.7	5	1		
عدم الاجابة	48					%9,9							
موافق بشدة عدم العناية بالبيئة	موافق بشدة	1	0.2	2	0.4	17	3.5	17	3.5	0	0	485	100
	موافق	0	0	0	0	28	5.8	24	4.9	6	1.2		
	محايد	0	0	1	0.2	39	8	51	10.5	3	0.6		
	غير موافق	2	0.2	0	0	63	13	79	16.3	7	1.4		
	غير موافق بشدة	0	0	2	0.4	45	9.3	39	8	7	1.4		
عدم الاجابة	52					10,7							
المبالغة في حب المال	موافق بشدة	1	0.2	0	0	26	5.4	34	7	3	0.6	485	100
	موافق	0	0	1	0.2	30	6.2	27	5.6	5	1		
	محايد	1	0.2	3	0.6	46	9.5	50	10.3	5	1		
	غير موافق	0	0	0	0	45	9.3	57	11.8	6	1.2		
	غير موافق بشدة	1	0.2	0	0	39	8	40	8.2	6	1.2		
عدم الاجابة	59					%12,2							
بعد انتهاء اؤدي اعماله	موافق بشدة	1	0.2	0	0	38	7.8	36	7.4	1	0.2	485	100
	موافق	0	0	2	0.4	61	12.6	77	15.9	8	1.6		
	محايد	1	0.2	1	0.2	47	9.7	45	9.3	5	1		
	غير موافق	1	0.2	0	0	29	6	36	7.4	8	1.6		
	غير موافق بشدة	0	0	1	0.2	10	2.1	13	2.7	2	0.4		
عدم الاجابة	62					%12,8							

المصدر: اعداد الباحثة " وهيبة بشريف "

جدول رقم 78: يبين مساهمة الانترنت على قيام المستجوبين بهذه السلوكيات حسب متغير المستوى التعليمي

	ابتدائي		متوسط		ثانوي		جامعي		دراسات عليا		المجموع		
	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	
اهمال الفرائض الدينية	موافق بشدة	1	0.2	1	0.2	37	7.6	27	5.6	0	0	485	100
	موافق	0	0	1	0.2	24	4.9	39	8	3	0.6		
	محايد	0	0	0	0	39	8	29	6	1	0.2		
	غير موافق	1	0.2	1	0.2	39	8	52	10.7	7	1.4		
	غير موافق بشدة	1	0.2	1	0.2	58	12	66	13.6	12	2.5		
عدم الاجابة	45					%9,3							
الأبالي بأموري وأخرها	موافق بشدة	1	0.2	1	0.2	46	9.5	49	10.1	2	0.4	485	100
	موافق	0	0	1	0.2	52	10.7	71	14.6	6	1.2		
	محايد	1	0.2	0	0	31	6.4	26	5.4	6	1.2		
	غير موافق	1	0.2	2	0.4	36	7.4	35	7.2	6	1.2		
	غير موافق بشدة	0	0	0	0	22	4.5	24	4.9	4	0.8		
عدم الاجابة	62					%12,8							
الابتعاد عن النميمة	موافق بشدة	2	0.4	4	0.8	64	13.2	48	9.9	7	1.4	485	100
	موافق	1	0.2	0	0	45	9.3	63	13	9	1.9		
	محايد	0	0	1	0.2	35	7.2	47	9.7	4	0.8		
	غير موافق	0	0	0	0	28	5.8	32	6.6	2	0.4		
	غير موافق بشدة	0	0	0	0	19	3.9	24	4.9	2	0.4		
عدم الاجابة	48					%9,9							
الاعجاب بالنجوم	موافق بشدة	1	0.2	1	0.2	55	11.3	27	5.6	5	1	485	100
	موافق	0	0	2	0.4	48	9.9	38	7.8	3	0.6		
	محايد	0	0	0	0	43	8.9	48	9.9	8	1.6		
	غير موافق	1	0.2	0	0	26	5.4	52	10.7	4	0.8		
	غير موافق بشدة	1	0.2	2	0.4	22	4.5	48	9.9	5	1		
عدم الاجابة	45					%9,3							
لا احترام الآخرين	موافق بشدة	1	0.2	0	0	23	4.7	20	4.1	2	0.4	485	100
	موافق	1	0.2	1	0.2	23	4.7	31	6.4	5	1		
	محايد	1	0.2	1	0.2	43	8.9	47	9.7	5	1		
	غير موافق	0	0	0	0	43	8.9	52	10.7	6	1.2		
	غير موافق بشدة	0	0	3	0.6	62	12.8	62	12.8	7	1.4		
عدم الاجابة	46					%9,5							
ابتعاد عن التبذير	موافق بشدة	2	0.4	4	0.8	59	12.2	61	12.6	7	1.4	485	100
	موافق	1	0.2	0	0	70	14.4	64	13.2	15	3.1		
	محايد	0	0	2	0.4	29	6	52	10.7	3	0.6		
	غير موافق	0	0	0	0	17	3.5	16	3.3	0	0		
	غير موافق بشدة	0	0	0	0	10	2.1	10	2.1	0	0		
عدم الاجابة	63					%13							

المصدر: اعداد الباحثة

جدول رقم 79: يبين مساهمة الانترنت في قيام المبحوثين بهذه السلوكيات حسب متغير المستوى التعليمي

	المجموع		دراسات عليا		جامعي		ثانوي		متوسط		ابتدائي		ت	%
	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%		
الانترنت يعلم الكذب	موافق بشدة	485	100	4	0.8	28	5.8	36	7.4	1	0.2	1	0.2	
	موافق			3	0.6	46	9.5	44	7	4	0.8	2	0.4	
	محايد			7	1.4	51	10.5	42	8.7	0	0	0	0	
	غير موافق			7	1.4	44	9.1	34	7	0	0	0	0	
	غير موافق بشدة			4	0.8	42	8.7	35	7.2	0	0	0	0	
عدم الاجابة						10.3%				50				
الانترنت وتعلم القمار	موافق بشدة	485	100	1	0.2	8	1.6	23	4.7	3	0.6	1	0.2	
	موافق			3	0.6	24	4.9	26	5.4	1	0.2	0	0	
	محايد			6	1.2	64	13.2	49	10.1	1	0.2	1	0.2	
	غير موافق			8	1.6	52	10.7	37	7.6	1	0.2	1	0.2	
	غير موافق بشدة			6	1.2	59	12.2	49	10.1	0	0	0	0	
عدم الانترنت						12.6%				61				
الانترنت والحبيب	موافق بشدة	485	100	2	0.4	6	1.2	44	9.1	0	0	1	0.2	
	موافق			6	1.2	57	11.8	45	9.3	1	0.2	0	0	
	محايد			6	1.2	53	10.9	47	9.7	1	0.2	1	0.2	
	غير موافق			5	1	30	6.2	26	5.4	1	0.2	0	0	
	غير موافق بشدة			3	0.6	43	8.9	26	5.4	3	0.6	1	0.2	
عدم الاجابة						11.1%				54				
العمل الانترنت ساهم في الدردشة	موافق بشدة	485	100	10	2.1	62	12.8	75	15.5	1	0.2	1	0.2	
	موافق			8	1.6	89	18.4	65	13.4	2	0.4	1	0.2	
	محايد			4	0.8	31	6.4	28	5.8	1	0.2	1	0.2	
	غير موافق			2	0.4	16	3.3	10	2.1	0	0	0	0	
	غير موافق بشدة			0	0	11	2.3	9	1.9	1	0.2	0	0	
عدم الاجابة						11.8%				57				

المصدر: اعداد الباحثة

يبين كل من الجدول رقم (77) و (78) و (79) أن استخدام الانترنت يساهم في قيام المبحوثين

بسلوك

و نذكر:

- وافق المبحوثين و بشدة على أن استخدام الانترنت يساهم في قيامهم بكل من سلوك التواصل و الحديث و عدم الالتزام بالوقت، الابتعاد عن النيمية، الاعجاب بالنجوم و اللاعبين بنسب على التوالي: 15,5% للمبحوثين الذين يتمتعون بمستوى تعليمي ثانوي، و نسبة 14%، و 13,2% و 11,3% للمبحوثين الذين يكتسبون مستوى تعليمي جامعي.

- موافقة أغلبية المبحوثين على أن استخدام الانترنت يساهم على قيامهم بسلوكيات التالية: 18,4% لسلوك التواصل و الدردشة مع الاخرين للمبحوثين ذو المستوى التعليمي الجامعي، و 17,9% لسلوك عدم التزام بالوقت وعدم المواظبة، مقابل 13,8% للمبحوثين ذو المستوى التعليمي الثانوي، أما نسبة 15,9% لموافقتهم على أن الانترنت ساهمت في قيامهم بسلوك التوتر و عدم التزام بالعمل لدى مبحوثين المستوى التعليمي الجامعي، مقابل 14,2% و 12,6% للمبحوثين ذو المستوى التعليمي الثانوي، أما سلوك اللامبالاة فقدرت نسبته 14,6% لذوي المستوى الجامعي، مقابل 10,7% للمبحوثين ذو المستوى التعليمي الثانوي، و 13,2% للابتعاد عن التبذير لذوي للمبحوثين الجامعيين، مقابل نسبة 14,4% للمبحوثين ذو المستوى التعليمي الثانوي، ثم سلوك الابتعاد على النميمة و البحث عن الحبيب بنسبة 13% و 11,8% للمبحوثين الجامعيين.

- أجاب المبحوثين بالمحايدة على أن استخدام الانترنت يساهم في قيامهم بسلوك تعلم القمار بنسبة 13,2% للمبحوثين ذو المستوى الجامعي، مقابل 10,1% للمبحوثين ذو المستوى التعليمي الثانوي، أما سلوك الكذب قدرت نسبته 10,5% للمبحوثين الجامعيين.

- لم يوافق المبحوثين على أن استخدام الانترنت يساهم في قيامهم بسلوكيات التالية: نسبة 16,3% لسلوك عدم العناية بالبيئة لدى المبحوثين ذو المستوى الجامعي، مقابل 13% للمبحوثين ذو المستوى التعليمي الثانوي، و 12,5% لعدم الاهتمام بالمشاكل الراهنة و 11,8% للمبالغة في حب المال من قبل المبحوثين الجامعيين.

- أجاب المبحوثين بعد موافقتهم و بشدة على أن استخدام الانترنت يساهم في قيامهم بكل من سلوك اهمال الفرائض الدينية بنسبة 13,6% للمبحوثين الجامعيين، مقابل نسبة 12% للمبحوثين ذو المستوى التعليمي الثانوي، و نسبة 12,8% لسلوك عدم احترام الاخرين للمبحوثين ذو المستوى التعليمي الثانوي و الجامعي.

ونخلص إلى أن متغير المستوى التعليمي للمبحوثين الشباب لم تغير في نتائج المتوصل اليها، ومنه لا يغير متغير المستوى التعليمي للأشخاص في تغير تأثير وسيلة الانترنت، و هي النتيجة العكسية التي لم تأكد النتيجة السابقة المتوصل اليها في الدراسات المشابهة للدراسة بقدر ما نفتها، و بالخصوص دراسة " أثر وسائل الاعلام على قيم و سلوكيات الشباب " أنه " كلما كان المستوى التعليمي للشباب أعلى إلا و كان اعتقادهم أقل في قدرة وسائل الاعلام على جعلهم يرتبطون بسلوكيات و قيم أكبر ". (15)

جدول رقم 80 : يبين مساهمة الانترنت على قيام أفراد العينة بهذه السلوكيات حسب متغير الإقامة

	حضري		ريفي		المجموع		
	ت	%	ت	%	ت	%	
عدم الالتزام بالوقت و عدم المواظبة	موافق بشدة	105	21.6	18	3.7	485	100
	موافق	136	28	18	3.7		
	محايد	43	8.9	5	1		
	غير موافق	55	11.3	6	1.2		
	غير موافق بشدة	28	5.8	1	0.2		
عدم الاجابة	70		14.4%				
اتوتر واحس بالخطر	موافق بشدة	46	9.5	10	2.1	485	100
	موافق	128	26.4	19	3.9		
	محايد	78	16.1	8	1.6		
	غير موافق	70	14.4	9	1.9		
	غير موافق بشدة	45	9.3	2	0.4		
عدم الاجابة	70		14.4%				
عدم اهتمام بالمشاكل الراهنة	موافق بشدة	44	9.1	7	1.4	485	100
	موافق	71	14.6	9	1.9		
	محايد	97	20	10	2.1		
	غير موافق	105	21.6	14	2.9		
	غير موافق بشدة	39	8	8	1.6		
عدم الاجابة	81		16.7				
عدم العناية بالبيئة	موافق بشدة	29	6	4	0.8	485	100
	موافق	42	8.7	7	1.4		
	محايد	82	16.9	10	2.1		
	غير موافق	125	25.8	14	2.9		
	غير موافق بشدة	80	16.5	9	1.9		
عدم الاجابة	83		17.1%				
المبالغة في حب المال	موافق بشدة	51	10.5	4	0.8	485	100
	موافق	54	11.1	6	1.2		
	محايد	76	15.7	22	4.5		
	غير موافق	96	19.8	6	1.2		
	غير موافق بشدة	74	15.3	6	1.2		
عدم الاجابة	90		%18,6				
بعد انتهاء أودي اعмали	موافق بشدة	60	12.4	7	1.4	485	100
	موافق	121	24.9	21	4.3		
	محايد	84	17.3	11	2.3		
	غير موافق	64	13.2	4	0.8		
	غير موافق بشدة	20	4.1	3	0.6		
عدم الاجابة	90		%18,6				

المصدر: اعداد الباحثة

جدول رقم 81: يبين مساهمة الانترنت في قيام المبحوثين بهذه السلوكيات حسب متغير الإقامة

	حضري		ريفي		المجموع		
	ت	%	ت	%	ت	%	
اهمال الفرائض الدينية	موافق بشدة	55	11.3	8	1.6	485	100
	موافق	53	10.9	9	1.9		
	محايد	57	11.8	6	1.2		
	غير موافق	80	16.5	11	2.3		
	غير موافق بشدة	118	24.3	11	2.3		
عدم الاجابة	77		%15,9				
لأبالي بأموري وأؤها	موافق بشدة	79	16.3	10	2.1	485	100
	موافق	104	21.4	17	3.5		
	محايد	52	10.7	9	1.9		
	غير موافق	68	14	6	1.2		
	غير موافق بشدة	43	8.9	3	0.6		
عدم الاجابة	94		%19,4				
الابتعاد عن النميمة	موافق بشدة	99	20.4	12	2.5	485	100
	موافق	97	20.8	15	3.1		
	محايد	69	14.2	10	2.1		
	غير موافق	57	11.8	4	0.8		
	غير موافق بشدة	35	7.2	7	1.4		
عدم الاجابة	80		%16,5				
الاعجاب بالنجوم	موافق بشدة	66	13.6	8	1.6	485	100
	موافق	75	15.5	8	1.6		
	محايد	86	17.7	9	1.9		
	غير موافق	73	15.2	8	1.6		
	غير موافق بشدة	60	12.4	14	2.9		
عدم الاجابة	78		16.1%				
لا احترم الاخرين	موافق بشدة	36	7.4	6	1.2	485	100
	موافق	46	9.5	8	1.6		
	محايد	80	16.5	7	1.4		
	غير موافق	83	17.1	12	2.5		
	غير موافق بشدة	115	23.7	15	3.1		
عدم الاجابة	77		15.9%				
ابتعاد عن التبذير	موافق بشدة	109	22.5	15	3.1	485	100
	موافق	124	25.6	15	3.1		
	محايد	72	14.8	8	1.6		
	غير موافق	28	5.8	4	0.8		
	غير موافق بشدة	14	2.9	2	0.4		
عدم الاجابة	94		19.4%				

المصدر: اعداد الباحثة

جدول رقم 82 : يبين مساهم الانترنت في قيام المستجوبين بهذه السلوكيات حسب متغير الإقامة

	حضري		ريفي		المجموع		
	ت	%	ت	%	ت	%	
الانترنت يعلم الكذب	موافق بشدة	55	11.3	8	1.6	485	100
	موافق	75	15.5	12	2.5		
	محايد	88	18.2	8	1.6		
	غير موافق	69	14.2	10	2.1		
	غير موافق بشدة	68	14	7	1.4		
عدم الاجابة	85		17.5				
الانترنت وتعلم القمار	موافق بشدة	25	5.2	6	1.2	485	100
	موافق	39	8	7	1.4		
	محايد	102	21	11	2.3		
	غير موافق	79	16.3	14	2.9		
	غير موافق بشدة	102	21	5	1		
عدم الاجابة	95		19.6%				
الانترنت والحبیب	موافق بشدة	66	13.6	4	0.8	485	100
	موافق	85	17.5	17	3.5		
	محايد	92	19	8	1.6		
	غير موافق	48	9.9	10	2.1		
	غير موافق بشدة	62	12.8	6	1.2		
عدم الاجابة	87		17.9%				
العمل الانترنت ساهم في الدردشة	موافق بشدة	121	24.9	14	2.9	485	100
	موافق	138	28.5	17	3.5		
	محايد	56	11.5	6	1.2		
	غير موافق	23	4.7	3	0.6		
	غير موافق بشدة	13	2.7	6	1.2		
عدم الاجابة	88		18.1%				

المصدر: اعداد الباحثة

يبين كل من الجدول رقم (80) و (81) و (82) أن استخدام الانترنت يساهم على قيام المبحوثين بسلوك، و نذكر:

- وافق المبحوثين وبشدة على أن استخدام الانترنت يساهم في قيامهم بسلوك التواصل و الدردشة مع الاخرين بنسبة 24,9% للمبحوثين الذين يقطنون في الاماكن الحضرية.

- وافق المبحوثين على أن استخدام الانترنت يساهم في قيامهم بكل من سلوك التوتر و الابتعاد عن التبذير بنسب على التوالي: 26,4% للمبحوثين الذين يقومون في الاماكن الحضرية، تقابلها نسبة 3,9%



للمبحوثين الذين يقطنون في الاماكن الريفية، و نسبة 25,6% للمبحوثين الذين يقطنون في الاماكن الحضرية، أما نسبة 24,9% لسلوك التواصل و الحديث و عدم الاهتمام بالعمل للمبحوثين الذين يقطنون في الاماكن الحضرية، و 21,6% لسلوك عدم التزام بالوقت، 21,4% للامبالاة للمبحوثين الذين يتواجدون في الاماكن الحضرية، مقابل 3,5% للمبحوثين الذين يقطنون في الاماكن الريفية، أما نسبة 20,8% لسلوك الابتعاد عن النميمة، و 17,5% للبحث عن الحبيب للمبحوثين الذين يقطنون في الاماكن الحضرية.

- أجاب المبحوثين بالمحايدة على أن استخدام الانترنت يساهم في قيامهم بسلوك تعلم القمار بنسبة 21%، أما سلوك عدم الاهتمام بالمشاكل الراهنة بنسبة 20%، و نسبة 18,2% لسلوك الكذب، و نسبة سلوك الاعجاب بالنجوم و اللاعبين 15,2% للمبحوثين الذين يقطنون في الاماكن الحضرية.

- لم يوافق المبحوثين على أن استخدام الانترنت يساهم في قيامهم بسلوكيات التالية: نسبة 25,8% لسلوك عدم العناية بالبيئة للمبحوثين الذين يقطنون في الاماكن الحضرية، مقابل للمبحوثين الذين يقطنون في الاماكن الريفية 2,9%، و 21,6% لعدم الاهتمام بالمشاكل الراهنة للمبحوثين الذين يقطنون في الاماكن الحضرية، مقابل 2,9% للمبحوثين الذين يقطنون في الاماكن الريفية، أما نسبة 19,8% للمبالغة في حب المال للمبحوثين الذين يقطنون في الاماكن الحضرية.

- أجاب المبحوثين بعد موافقتهم و بشدة على أن استخدام الانترنت يساهم على قيامهم بكل من سلوك اهمال الفرائض الدينية بنسبة 24,3%، مقابل 2,3% للمبحوثين الذين يقطنون في الاماكن الريفية، و 23,7% لعدم احترام الاخرين للمبحوثين الذين يقطنون في الاماكن الحضرية.

ونخلص إلى أن متغير الإقامة يؤثر في تأثر الشباب بمحتويات وسيلة الانترنت، ومنه قيامهم بسلوكيات معينة، و هذا يمكن ارجاعه الى توفر مختلف الاماكن الفضائية التي تتوفر فيها شبكة الانترنت و بتدفق كبير، اضافة الى التغطية الجيدة في الاماكن الحضرية لاتصال بالإنترنت، على عكس الريف الذي يعاني من سوء التغطية الناتجة عن نقص في أجهزة الموصلة لخط اتصال بالإنترنت.

جدول رقم 83: يبين مساهمة الانترنت على قيام أفراد العينة بهذه السلوكيات حسب متغير المهنة

	عامل		موظف		طالب		لا تعمل		المجموع		
	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	
عدم التزام بالوقت	موافق بشدة	12	2.5	5	1	84	17.3	34	7	485	100
	موافق	9	1.9	7	1.4	91	18.8	59	12.2		
	محايد	3	0.6	2	0.4	20	4.1	24	4.9		
	غير موافق	5	1	3	0.6	32	6.6	27	5.6		
	غير موافق بشدة	2	0.4	0	0	14	2.9	17	3.5		
عدم الاجابة	35				%7,2						
اتوتر واحس بالخطر	موافق بشدة	4	0.8	4	0.8	30	6.2	23	4.7	485	100
	موافق	12	2.5	5	1	88	18.2	54	11.1		
	محايد	7	1.4	1	0.2	50	10.3	36	7.4		
	غير موافق	7	1.4	6	1.2	44	9.1	25	5.2		
	غير موافق بشدة	2	0.4	1	0.2	27	5.6	22	4.5		
عدم الاجابة	37				%7,6						
عدم اهتمام بالمشاكل الراهنة	موافق بشدة	4	0.8	2	0.4	29	6	20	4.1	485	100
	موافق	5	1	1	0.2	52	10.7	31	6.4		
	محايد	8	1.6	3	0.6	65	13.4	38	7.8		
	غير موافق	11	2.3	8	1.6	62	12.8	45	9.3		
	غير موافق بشدة	2	0.4	3	0.6	28	5.8	19	3.9		
عدم الاجابة	49				%10,1						
عدم العناية بالبيئة	موافق بشدة	4	0.8	1	0.2	18	3.7	13	2.7	485	100
	موافق	4	0.8	0	0	35	7.2	20	4.1		
	محايد	7	1.4	4	0.8	56	11.5	27	5.6		
	غير موافق	14	2.9	6	1.2	78	16.1	52	10.7		
	غير موافق بشدة	1	0.2	6	1.2	47	9.7	40	8.2		
عدم الاجابة	52				10,7						
المبالغة في حب المال	موافق بشدة	8	1.6	1	0.2	36	7.4	20	4.1	485	100
	موافق	7	1.4	4	0.8	29	6	22	4.5		
	محايد	10	2.1	5	1	52	10.7	39	8		
	غير موافق	4	0.8	6	1.2	63	13	35	7.2		
	غير موافق بشدة	1	0.2	0	0	47	9.7	37	7.6		
عدم الاجابة	59				%12,2						
بعد انتهاء اؤدي اعماله	موافق بشدة	6	1.2	3	0.6	41	8.5	26	5.4	485	100
	موافق	7	1.4	7	1.4	83	17.1	52	10.7		
	محايد	7	1.4	1	0.2	48	9.9	42	8.7		
	غير موافق	7	1.4	2	0.4	40	8.2	25	5.2		
	غير موافق بشدة	1	0.2	1	0.2	18	3.7	6	1.2		
عدم الاجابة	62				%12,8						

المصدر: اعداد الباحثة

جدول رقم 84: يبين مساهم الانترنت في قيام المبحوثين بهذه السلوكيات حسب متغير المهنة

	عامل		موظف		طالب		لا تعمل		المجموع		
	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	
اهمال الفرائض الدينية	موافق بشدة	8	1,6	3	0,6	31	6,4	26	5,4	485	100
	موافق	7	1.4	2	0.4	43	8.9	15	3.1		
	محايد	2	0.4	1	0.2	33	6.8	32	6.6		
	غير موافق	8	1.6	3	0.6	54	11.1	35	7.2		
	غير موافق بشدة	4	0.8	7	1.4	74	15.3	52	10.7		
عدم الاجابة	45				%9,3						
لأبالي بأموري واؤخرها	موافق بشدة	9	1.9	3	0.6	55	11.3	34	7	485	100
	موافق	8	1.6	5	1	73	15.2	44	9.1		
	محايد	4	0.8	0	0	33	6.8	27	5.6		
	غير موافق	5	1	3	0.6	42	8.7	29	6		
	غير موافق بشدة	3	0.6	2	0.4	26	5.4	18	3.7		
عدم الاجابة	62				%12,8						
الابتعاد عن النوم	موافق بشدة	10	2.1	7	1.4	56	11.5	50	10.3	485	100
	موافق	5	1	2	0.4	71	14.6	41	8.5		
	محايد	5	1	5	1	46	9.5	30	6.2		
	غير موافق	5	1	1	0.2	35	7.2	23	4.7		
	غير موافق بشدة	4	0.8	1	0.2	27	5.6	13	2.7		
عدم الاجابة	48				9,9						
الاعجاب بالنجوم	موافق بشدة	9	1.9	1	0.2	34	7	43	8.9	485	100
	موافق	7	1.4	5	1	44	9.1	36	7.4		
	محايد	7	1.4	4	0.8	59	12.2	29	6		
	غير موافق	4	0.8	1	0.2	49	10.1	29	6		
	غير موافق بشدة	3	0.6	4	0.8	51	10.5	21	4.3		
عدم الاجابة	45				%9,3						
لا احترم الاخرين	موافق بشدة	5	1	0	0	21	4.3	20	4.1	485	100
	موافق	7	1.4	1	0.2	35	7.2	17	3.5		
	محايد	7	1.4	4	0.8	45	9.3	41	8.5		
	غير موافق	4	0.8	4	0.8	58	12	35	7.2		
	غير موافق بشدة	7	1.4	7	1.4	77	15.9	43	8.9		
عدم الاجابة	47				%9,7						
ابتعاد عن التبذير	موافق بشدة	5	1	10	2.1	68	14	50	10.3	485	100
	موافق	14	2.9	3	0.6	78	16.1	55	11.3		
	محايد	8	1.6	3	0.6	52	10.7	22	4.5		
	غير موافق	2	0.4	1	0.2	17	3.5	13	2.7		
	غير موافق بشدة	1	0.2	0	0	12	2.5	7	1.4		
عدم الاجابة	64				%13,2						

المصدر: اعداد الباحثة

جدول رقم 85: يبين مساهمة الانترنت في قيام المستجوبين بهذه السلوكيات حسب متغير المهنة

	عامل		موظف		طالب		لا تعمل		المجموع		
	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	
الانترنت يعلم الكذب	موافق بشدة	8	1.6	3	0.6	34	7	25	5.2	485	100
	موافق	7	1.4	8	1.6	53	10.9	31	6.4		
	محايد	9	1.9	2	0.4	53	10.9	35	7.2		
	غير موافق	4	0.8	1	0.2	49	10.1	31	6.4		
	غير موافق بشدة	3	0.6	3	0.6	45	9.3	30	6.2		
عدم الاجابة	51				%10,5						
الانترنت وتعلم القمار	موافق بشدة	6	1.2	3	0.6	14	2.9	13	2.7	485	100
	موافق	6	1.2	2	0.4	29	6	17	3.5		
	محايد	7	1.4	2	0.4	68	14	43	8.9		
	غير موافق	7	1.4	4	0.8	58	12	30	6.2		
	غير موافق بشدة	5	1	4	0.8	61	12.6	44	9.1		
عدم الاجابة	62				%12,8						
الانترنت والحبیب	موافق بشدة	8	1.6	3	0.6	33	6.8	33	6.8	485	100
	موافق	7	1.4	7	1.4	60	12.4	34	7		
	محايد	5	1	3	0.6	54	11.1	45	9.3		
	غير موافق	2	0.4	2	0.4	40	8.2	18	3.7		
	غير موافق بشدة	7	1.4	2	0.4	47	9.7	20	4.1		
عدم الاجابة	55				%11,3						
العمل الانترنت ساهم في الدردشة	موافق بشدة	11	2.3	2	0.4	77	15.9	59	12.2	485	100
	موافق	11	2.3	7	1.4	93	19.2	53	10.9		
	محايد	4	0.8	3	0.6	35	7.2	23	4.7		
	غير موافق	3	0.6	0	0	17	3.5	8	1.6		
	غير موافق بشدة	1	0.2	3	0.6	12	2.5	5	1		
عدم الاجابة	58				12%						

المصدر: اعداد الباحثة

يبين كل من الجدول رقم (83) و (84) و (85) أن استخدام الانترنت يساهم في قيام المبحوثين بسلوك، و نذكر:

- وافق المبحوثين و بشدة على أن استخدام الانترنت يساهم في قيامهم بكل من سلوك التواصل مع الاخرين بنسبة 15,9% للمبحوثين الطلبة، مقابل 12,2% لغير العاملين، أما سلوك الابتعاد عن النميمة بلغت نسبته لدى الطلبة 11,5%.

- موافقة المبحوثين بأن استخدام الانترنت يساهم على قيامهم بسلوكيات التالية: 19,2% لسلوك التواصل و الحديث للمبحوثين الطلاب، تقابلها نسبة 10,9% للمبحوثين الذين لا يعملون، و عدم التزام بالوقت

بنسبة 18,8 % للطلاب، مقابل نسبة 12,2% للمبحوثين الذين بدون عمل، و 1,9% للعاملين، أما نسبة 18,2% لسلوك التوتر لدى المبحوثين الطلبة، مقابل 11,1% لغير العاملين، و 17,1% لعدم الالتزام بالعمل بالنسبة للمبحوثين الطلبة، أما نسبة 16,1 % لموافقتهم على أن الانترنت ساهمت في قيامهم بسلوك الابتعاد عن التبذير، و نسبة 15,2% لسلوك اللامبالاة، ثم 12,4% لسلوك البحث عن الحبيب لدى المبحوثين الطلبة.

- أجاب المبحوثين بالمحايدة بأن استخدام الانترنت يساهم على قيامهم بسلوك تعلم القمار بنسبة 14%، و 13,4% لعدم الاهتمام بالمشاكل الراهنة، أما سلوك الاعجاب بالانجوس و اللاعبين بلغت نسبته 12,2% للمبحوثين الطلبة، ثم سلوك الكذب بنسبة 10,9% لنفس المبحوثين، مقابل 7,2% للمبحوثين الذين لا يعملون.

- لم يوافق المبحوثين على أن استخدام الانترنت يساهم في قيامهم بسلوكيات التالية: نسبة 16,1% لسلوك عدم العناية بالبيئة، و 13% للمبالغة في حب المال.

- أجاب المبحوثين بعد موافقتهم و بشدة على أن استخدام الانترنت يساهم في قيامهم بكل من سلوك اهمال الفرائض الدينية بنسبة 15,3% للمبحوثين الطلبة، مقابل 10,7% لغير العاملين، و عدم احترام الاخرين بنسبة 15,9% للمستجوبين الطلبة، مقابل نسبة 8,9% لغير العاملين.

ونخلص إلى أن متغير المهنة لا يساهم في تأثر الشباب بوسيلة الانترنت، التي تساعد الشباب على قيامهم بسلوكيات معينة أثناء تصفحهم لمحتويات الشبكة الانترنت.

جدول رقم 86 : يبين مساهمة الانترنت على قيام أفراد العينة بهذه السلوكيات حسب الحالة المدنية

	أعزب		متزوج		مطلق		أرمل		المجموع		
	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	
عدم الالتزام بالوقت	موافق بشدة	121	24.9	10	2.1	1	0.2	1	0.2	485	100
	موافق	147	30.3	10	2.1	3	0.6	2	0.4		
	محايد	46	9.5	1	0.2	0	0	0	0		
	غير موافق	57	11.8	7	1.4	0	0	0	0		
	غير موافق بشدة	28	5.8	4	0.8	0	0	1	0.2		
عدم الاجابة	46				%9,5						
اتوتر واحس بالخطر	موافق بشدة	55	11.3	3	0.6	0	0	1	0.2	485	100
	موافق	137	28.3	15	3.1	2	0.4	1	0.2		
	محايد	86	17.7	6	1.2	1	0.2	0	0		
	غير موافق	74	15.3	5	1	1	0.2	1	0.2		
	غير موافق بشدة	46	9.5	3	0.6	0	0	1	0.2		
عدم الاجابة	47				%9,7						
عدم اهتمام بالمشاكل الراهنة	موافق بشدة	51	10.5	3	0.6	0	0	0	0	485	100
	موافق	76	15.7	9	1.9	2	0.4	0	0		
	محايد	102	21	7	1.4	0	0	1	0.2		
	غير موافق	115	23.7	8	1.6	1	0.2	2	0.4		
	غير موافق بشدة	45	9.3	3	0.6	0	0	1	0.2		
عدم الاجابة	59				%12,2						
عدم العناية بالبيئة	موافق بشدة	35	7.2	2	0.4	0	0	0	0	485	100
	موافق	50	10.3	6	1.2	2	0.4	0	0		
	محايد	84	17.3	5	1	1	0.2	0	0		
	غير موافق	128	26.4	15	3.1	0	0	4	0.8		
	غير موافق بشدة	89	18.4	3	0.6	0	0	0	0		
عدم الاجابة	61				%12,6						
المبالغة في حب المال	موافق بشدة	56	11.5	5	1	2	0.4	0	0	485	100
	موافق	51	10.5	6	1.2	1	0.2	1	0.2		
	محايد	95	19.6	6	1.2	1	0.2	1	0.2		
	غير موافق	96	19.8	10	2.1	0	0	1	0.2		
	غير موافق بشدة	81	16.7	3	0.6	0	0	0	0		
عدم الاجابة	69				%14,2						
بعد انتهاء اودي اعمالي	موافق بشدة	73	15.2	2	0.4	0	0	0	0	485	100
	موافق	134	27.6	13	2.7	2	0.4	0	0		
	محايد	83	17.1	5	1	2	0.4	2	0.4		
	غير موافق	65	13.4	7	1.4	0	0	0	0		
	غير موافق بشدة	22	4.5	3	0.6	0	0	1	0.2		
عدم الاجابة	71				%14,6						

المصدر: اعداد الباحثة

جدول رقم 87: يبين مساهمة الانترنت في قيام المبحوثين بهذه السلوكيات حسب الحالة المدنية

	أعزب		متزوج		مطلق		أرمل		المجموع		
	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	
اهمال الفرائض الدينية	موافق بشدة	65	13.4	3	0.6	0	0	0	0	485	100
	موافق	54	11.1	8	1.6	2	0.4	0	0		
	محايد	61	12.6	5	1	0	0	1	0.2		
	غير موافق	86	17.7	7	1.4	1	0.2	3	0.6		
	غير موافق بشدة	124	25.6	9	1.9	1	0.2	0	0		
عدم الاجابة	55				11,3						
الأبالي بأموري وأخرها	موافق بشدة	88	18.2	10	2.1	0	0	0	0	485	100
	موافق	118	24.3	8	1.6	2	0.4	0	0		
	محايد	56	11.5	3	0.6	0	0	2	0.4		
	غير موافق	71	14.6	4	0.4	1	0.2	1	0.2		
	غير موافق بشدة	43	8.9	5	1	1	0.2	0	0		
عدم الاجابة	72				%14,8						
الابتعاد عن النميمة	موافق بشدة	112	23.1	7	1.4	1	0.2	0	0	485	100
	موافق	102	21	9	1.9	1	0.2	2	0.4		
	محايد	76	15.7	6	1.2	1	0.2	1	0.2		
	غير موافق	57	11.8	6	1.2	0	0	1	0.2		
	غير موافق بشدة	42	8.7	2	0.4	1	0.2	0	0		
عدم الاجابة	58				%12						
الاعجاب بالنجوم	موافق بشدة	79	16.3	3	0.6	1	0.2	1	0.2	485	100
	موافق	81	16.7	7	1.4	2	0.4	0	0		
	محايد	85	17.9	10	2.1	0	0	1	0.2		
	غير موافق	73	15.1	8	1.6	0	0	0	0		
	غير موافق بشدة	74	15.3	3	0.6	1	0.2	1	0.2		
عدم الاجابة	55				11,3						
لا احترم الآخرين	موافق بشدة	37	7.6	7	1.4	1	0.2	0	0	485	100
	موافق	52	10.7	6	1.2	1	0.2	0	0		
	محايد	86	17.7	5	1	0	0	3	0.6		
	غير موافق	92	19	7	1.4	0	0	0	0		
	غير موافق بشدة	122	25.2	6	1.2	2	0.4	1	0.2		
عدم الاجابة	57				%11,8						
ابتعاد عن التبذير	موافق بشدة	117	24.1	12	2.5	0	0	2	0.4	485	100
	موافق	130	26.8	11	2.3	4	0.8	1	0.2		
	محايد	80	16.5	3	0.6	0	0	1	0.2		
	غير موافق	28	5.8	4	0.8	0	0	0	0		
	غير موافق بشدة	18	3.7	1	0.2	0	0	0	0		
عدم الاجابة	73				15,1%						

المصدر: اعداد الباحثة

جدول رقم 88: يبين مساهم الانترنت في قيام المستجوبين بهذه السلوكيات حسب الحالة المدنية

	أعزب		متزوج		مطلق		أرمل		المجموع		
	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	
الانترنت يعلم الكذب	موافق بشدة	65	13.4	3	0.6	1	0.2	0	0	485	100
	موافق	82	16.9	10	2.1	1	0.2	3	0.6		
	محايد	87	17.9	10	2.1	1	0.2	0	0		
	غير موافق	74	15.3	8	1.6	1	0.2	0	0		
	غير موافق بشدة	76	15.7	1	0.2	0	0	1	0.2		
عدم الاجابة	61				%12,6						
الانترنت وتعلم القمار	موافق بشدة	33	6.8	3	0.6	0	0	0	0	485	100
	موافق	48	9.9	3	0.6	2	0.4	0	0		
	محايد	105	21.6	8	1.6	0	0	1	0.2		
	غير موافق	81	16.7	13	2.7	2	0.4	2	0.4		
	غير موافق بشدة	107	22.1	4	0.8	0	0	1	0.2		
عدم الاجابة	72				%14,8						
الانترنت والحبيب	موافق بشدة	71	14.6	5	1	1	0.2	0	0	485	100
	موافق	97	20	6	1.2	2	0.4	1	0.2		
	محايد	92	19	9	1.9	0	0	2	0.4		
	غير موافق	53	10.9	7	1.4	0	0	1	0.2		
	غير موافق بشدة	70	14.4	4	0.8	0	0	0	0		
عدم الاجابة	64				%13,2						
العمل في الانترنت	موافق بشدة	140	28.9	7	1.4	1	0.2	0	0	485	100
	موافق	144	29.7	13	2.7	2	0.4	2	0.4		
	محايد	54	11.1	6	1.2	1	0.2	1	0.2		
	غير موافق	23	4.7	3	0.6	0	0	0	0		
	غير موافق بشدة	17	3.5	2	0.4	0	0	1	0.2		
عدم الاجابة	68				14%						

**المصدر: اعداد الباحثة**

يبين كل من الجدول رقم (86) و (87) و (88) أن استخدام الانترنت يساهم في قيام المبحوثين

بسلوك، و نذكر:

- وافق المبحوثين و بشدة بأن استخدام الانترنت يساهم في قيامهم بكل من سلوك التواصل و الحديث و عدم الالتزام بالوقت بنسب على التوالي: 28,9%، تليها نسبة 24,9%، أما نسبة 24,1% لسلوك الابتعاد عن التبذير، ثم 23,1% لسلوك الابتعاد عن النميمة للمستجوبين العزاب.

- موافقة المبحوثين بأن استخدام الانترنت يساهم على قيامهم بسلوكيات التالية: 30,3% لسلوك عدم التزام بالوقت للمبحوثين العزاب، و 2,1% للمبحوثين المتزوجين، أما المطلقين فبلغت نسبتهم 0,6%، و



28,3% لتوتر، أما نسبة 27,6% لعدم الالتزام بالوقت، و 26,8% لسلوك الابتعاد عن التبذير، ثم نسبة 24,3% لسلوك اللامبالاة، و 20% لسلوك البحث عن الحبيب، مقابل نسبة 19,7% لسلوك التواصل و الحديث للمبحوثين العزاب.

- أجاب المبحوثين بالمحايدة على أن استخدام الانترنت يساهم على قيامهم بسلوك تعلم القمار بنسبة 21,6%، أما سلوك الاعجاب بالنجوم و اللاعبين بلغت نسبته 17,9% للمبحوثين العزاب، مقابل نسبة 2,1% للمبحوثين المتزوجين، ثم سلوك الكذب بنسبة 17,9%.

- لم يوافق المبحوثين من كلا الجنسين على أن استخدام الانترنت يساهم في قيامهم بسلوكيات التالية: نسبة 26,4% لسلوك عدم العناية بالبيئة، مقابل 25,6% لسلوك اهمال الفرائض الدينية، و 23,7% لعدم الاهتمام بالمشاكل الراهنة، ثم نسبة 19,8% لسلوك المبالغة في حب المال لدى المبحوثين العزاب.

- أجاب المبحوثين بعد موافقتهم و بشدة على أن استخدام الانترنت يساهم في قيامهم بكل من سلوك تعلم القمار بنسبة 22,1% لدى المبحوثين العزاب.

ونخلص إلى أن متغير الحالة المدنية لا يؤثر في تأثر المبحوثين الشباب بمحتويات الانترنت، و منه هذه الاخيرة لا يتدخل فيها متغير الحالة المدنية لمساعدة الاشخاص على القيام بسلوكيات متنوعة.

جدول رقم 89 : يبين مساهمة الانترنت على قيام أفراد العينة بهذه السلوكيات حسب الدخل الشهري

	أقل من 5000		أكثر من 5000 إلى 15000		أكثر من 15000 إلى 20000		من 20000 دج فأكثر		المجموع		
	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	
عدم الالتزام بالوقت	موافق بشدة	1	0.2	2	0.4	3	0.6	11	2.3	485	100
	موافق	2	0.4	1	0.2	3	0.6	9	1.9		
	محايد	0	0	0	0	0	0	3	0.6		
	غير موافق	0	0	3	0.6	1	0.2	2	0.4		
	غير موافق بشدة	0	0	0	0	0	0	2	0.4		
عدم الاجابة	442				91,1						
اتوتر واحس بالخطر	موافق بشدة	1	0.2	1	0.2	3	0.6	4	0.8	485	100
	موافق	0	0	2	0.4	3	0.6	8	1.6		
	محايد	0	0	1	0.2	2	0.4	5	1		
	غير موافق	2	0.4	1	0.2	0	0	8	1.6		
	غير موافق بشدة	0	0	1	0.2	0	0	2	0.4		
عدم الاجابة	441				90,9						
عدم اهتمام بالمشاكل الراهنة	موافق بشدة	0	0	1	0.2	2	0.4	4	0.8	485	100
	موافق	1	0.2	1	0.2	3	0.6	0	0		
	محايد	1	0.2	2	0.4	1	0.2	8	0.8		
	غير موافق	1	0.2	1	0.2	1	0.2	11	2.3		
	غير موافق بشدة	0	0	1	0.2	0	0	3	0.6		
عدم الاجابة	443				%91,3						
عدم العناية بالبيئة	موافق بشدة	0	0	1	0.2	2	0.4	3	0.6	485	100
	موافق	1	0.2	0	0	1	0.2	3	0.6		
	محايد	1	0.2	1	0.2	2	0.4	5	1		
	غير موافق	1	0.2	4	0.8	2	0.4	8	1.6		
	غير موافق بشدة	0	0	0	0	0	0	7	1.4		
عدم الاجابة	443				%91,3						
المبالغة في حب المال	موافق بشدة	0	0	1	0.2	2	0.4	6	1.2	485	100
	موافق	1	0.2	3	0.6	2	0.4	3	0.6		
	محايد	1	0.2	1	0.2	2	0.4	10	2.1		
	غير موافق	1	0.2	0	0	0	0	7	1.4		
	غير موافق بشدة	0	0	1	0.2	0	0	0	0		
عدم الاجابة	444				%91,5						
بعد انتهاء اودي اعمالى	موافق بشدة	0	0	0	0	2	0.2	8	1.6	485	100
	موافق	1	0.2	1	0.2	3	0.6	8	1.6		
	محايد	0	0	3	0.6	0	0	3	0.6		
	غير موافق	2	0.4	1	0.2	2	0.4	4	0.8		
	غير موافق بشدة	0	0	0	0	0	0	2	0.4		
عدم الاجابة	445				%91,8						

المصدر: اعداد الباحثة

جدول رقم 90: يبين مساهمة الانترنت في قيام المبحوثين بهذه السلوكيات حسب الدخل الشهري

	أقل من 5000		أكثر من 5000 إلى 15000		أكثر من 15000 إلى 20000		من 20000 دج فأكثر		المجموع		
	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	
اهمال الفرائض الدينية	موافق بشدة	1	0.2	3	0.6	1	0.2	6	1.2	485	100
	موافق	0	0	1	0.2	3	0.6	5	1		
	محايد	0	0	0	0	1	0.2	0	0		
	غير موافق	1	0.2	0	0	1	0.2	6	1.2		
	غير موافق بشدة	1	0.2	2	0.4	1	0.2	7	1.4		
عدم الاجابة	445				%91,8						
الأبالي بأموري واوخرها	موافق بشدة	1	0.2	0	0	3	0.6	8	1.6	485	100
	موافق	1	0.2	2	0.4	2	0.4	7	1.4		
	محايد	1	0.2	2	0.4	0	0	1	0.2		
	غير موافق	0	0	1	0.2	0	0	5	1		
	غير موافق بشدة	0	0	1	0.2	1	0.2	3	0.6		
عدم الاجابة	446				92						
الابتعاد عن النميمة	موافق بشدة	0	0	3	0.6	3	0.6	10	2.1	485	100
	موافق	0	0	1	0.2	1	0.2	4	0.8		
	محايد	0	0	1	0.2	0	0	7	1.4		
	غير موافق	1	0.2	0	0	2	0.4	1	0.2		
	غير موافق بشدة	2	0.4	0	0	1	0.2	3	0.6		
عدم الاجابة	445				%91,8						
الاعجاب بالنجوم	موافق بشدة	1	0.2	0	0	2	0.4	6	1.2	485	100
	موافق	1	0.2	1	0.2	2	0.4	7	1.4		
	محايد	0	0	1	0.2	2	0.4	6	1.2		
	غير موافق	1	0.2	2	0.4	0	0	2	0.4		
	غير موافق بشدة	0	0	2	0.4	1	0.2	4	0.8		
عدم الاجابة	444				%91,5						
لا احترم الاخرين	موافق بشدة	0	0	2	0.4	1	0.2	2	0.4	485	100
	موافق	1	0.2	2	0.4	3	0.6	2	0.4		
	محايد	1	0.2	1	0.2	1	0.2	7	1.4		
	غير موافق	1	0.2	0	0	0	0	5	1		
	غير موافق بشدة	0	0	1	0.2	2	0.4	9	1.9		
عدم الاجابة	444				%91,5						
ابتعاد عن التبذير	موافق بشدة	2	0.4	0	0	5	1	9	1.9	485	100
	موافق	2	0.4	4	0.8	1	0.2	7	1.5		
	محايد	0	0	1	0.2	0	0	7	1.4		
	غير موافق	0	0	1	0.2	1	0.2	1	0.2		
	غير موافق بشدة	0	0	0	0	0	0	1	0.2		
عدم الاجابة	443				%91,3						

المصدر: اعداد الباحثة

جدول رقم 91 : يبين مساهمة الانترنت في قيام المبحوثين بهذه السلوكيات حسب الدخل الشهري

	أقل من 5000		أكثر من 5000 إلى 15000 دج		أكثر من 15000 إلى 20000 دج		من 20000 دج فأكثر		ت	%	
	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%			
الانترنت يعلم الكذب	موافق بشدة	2	0.4	1	0.2	4	0.8	5	1	485	100
	موافق	1	0.2	2	0.4	2	0.4	7	1.4		
	محايد	1	0.2	1	0.2	1	0.2	8	1.6		
	غير موافق	0	0	2	0.4	1	0.2	1	0.2		
	غير موافق بشدة	0	0	0	0	0	0	4	0.8		
عدم الاجابة	442				%91,1						
الانترنت وتعلم القمار	موافق بشدة	0	0	1	0.2	2	0.4	6	1.2	45	100
	موافق	0	0	0	0	2	0.4	5	1		
	محايد	1	0.2	2	0.4	1	0.2	5	1		
	غير موافق	2	0.4	2	0.4	0	0	4	0.8		
	غير موافق بشدة	0	0	1	0.2	0	0	6	1.2		
عدم الاجابة	445				%91,8						
الانترنت والحبيب	موافق بشدة	0	0	0	0	2	0.4	10	2.1	485	100
	موافق	2	0.4	0	0	2	0.4	7	1.4		
	محايد	0	0	1	0.2	3	0.6	2	0.4		
	غير موافق	1	0.2	2	0.4	0	0	1	0.2		
	غير موافق بشدة	1	0.2	2	0.4	0	0	5	1		
عدم الاجابة	444				%91,5						
العمل الانترنت ساهم في الدردشة	موافق بشدة	0	0	3	0.6	3	0.6	7	1.4	485	100 %
	موافق	0	0	2	0.4	1	0.2	11	2.3		
	محايد	1	0.2	1	0.2	0	0	5	1		
	غير موافق	1	0.2	0	0	1	0.2	1	0.2		
	غير موافق بشدة	2	0.4	0	0	1	0.2	1	0.2		
عدم الاجابة	444				%91,5						

المصدر: اعداد الباحثة

يبين كل من الجدول رقم (89) و (90) و (91) أن استخدام الانترنت يساهم في قيام المبحوثين

بسلوكيات، و نذكر:

- عدم اجابة المبحوثين على أن استخدام الانترنت يساهم في قيامهم بسلوكيات المذكور، ونذكر النسب التالية: 91,8% اهمال الفرائض الدينية، 91,5% المبالغة في حب المال، 91,1% عدم التزام بالوقت، ثم سلوك التوتر بنسبة 90,9%.

- وافق المبحوثين و بشدة على أن استخدام الانترنت يساهم في قيامهم بكل من سلوك الابتعاد عن النميمة 2,1% للمبحوثين الذين يتقاضون أجر من 20000 دج فأكثر، تقابلها نسبة 0,6% للمبحوثين الذين يحصلون على مبلغ يتراوح من 10000 دج إلى 15000 دج و أكثر من 15000 دج إلى 20000 دج.

- موافقة المبحوثين على أن استخدام الانترنت يساهم في قيامهم بسلوكيات التالية: 2,3% لسلوك عدم التزام بالوقت، و 1,6% لتوتر و اللامبالاة للمبحوثين الذين يتقاضون 20000 دج فأكثر.

- أجاب المبحوثين بالحيادية على أن استخدام الانترنت يساهم في قيامهم بسلوك المبالغة في حب المال بنسبة 2,1% للمبحوثين الذين يتقاضون من 20000 دج فأكثر.

- لم يوافق المبحوثين على أن استخدام الانترنت يساهم في قيامهم بسلوكيات التالية: نسبة 2,3% لسلوك لعدم الاهتمام بالمشاكل الراهنة، و 1,6% لعدم العناية بالبيئة، مقابل 1,4% لإهمال الفرائض الدينية من قبل المبحوثين الذين يتراوح مبلغهم من 20000 دج فأكثر.

- أجاب المبحوثين بعد موافقتهم و بشدة على أن استخدام الانترنت يساهم في قيامهم بكل من سلوك عدم احترام الآخرين بنسبة 1,9%، ثم سلوك عدم الاهتمام بالمشاكل الراهنة بنسبة 1,6% للمبحوثين الذين يتقاضون 20000 دج فأكثر.

ونخلص إلى أن المبحوثين الشباب لم يصرحوا عن قيمة المبلغ الذي يتقاضونه شهريا، مما انعكس على نتائج مساهمة الانترنت في تغير القيم على أساس متغير الدخل الشهري، وهذا يمكن ارجاعه الى طبيعة أفراد المجتمع الجزائري الذين يكتمون أسرار مكاسبهم المالية نتيجة لخلفيات المكتسبة لديهم، إلا أن متغير الدخل الشهري لا يؤثر في تأثير محتويات وسيلة الانترنت على سلوكيات الشباب، مما يؤدي إلى قيامهم بسلوكيات معينة.

## الاستنتاجات الأولية لنتائج تحليل السلوك:

- أحيانا تؤثر مضامين الإنترنت على سلوكيات الشباب.
- تؤثر مضامين الشبكة العنكبوتية على الشباب، و كيفية التأثير تكون على المستوى الفكري ثم العاطفي و تليها السلوك.
- وافق المبحوثين على أن محتويات الإنترنت تساعدهم على القيام بسلوكيات معينة، و ذلك بنسبة 34,6% و موافقتهم بشدة بنسبة 28,5%.
- تساعد مضامين الإنترنت المبحوثين على القيام بالسلوكيات التالية:
  - إهمال الفرائض الدينية، عدم الاهتمام بالعمل، القلق و التوتر، عدم الالتزام بالوقت، اللامبالاة، البحث عن الحبيب، الكذب، الاعجاب بالنجوم و اللاعبين الرياضيين و تقليدهم، عدم المثابرة.
- تساهم مضامين الإنترنت على تجاوز بعض السلوكيات السلبية، و تتمثل في الابتعاد عن النسيمة، الابتعاد عن التبذير.
- لم يوافق المبحوثين الذكور والإناث على مساعدة الانترنت لهم في القيام بالسلوكيات التالية:
  - نسبة 16,1% لسلوك عدم العناية بالبيئة، و 13% للمبالغة في حب المال، عدم الاهتمام بالمشاكل الراهنة، عدم احترام الآخرين، تعلم القمار.
- أجاب المبحوثين بالمحايدة على أن استخدام الانترنت يساهم على قيامهم بسلوك تعلم القمار، المبالغة في حب المال، سلوك عدم الاهتمام بالمشاكل الراهنة و سلوك الاعجاب بالنجوم و اللاعبين.
- يؤثر متغير السن في تأثير محتويات الانترنت على الشباب الجزائري، حيث وافق المبحوثين و بشدة على أن استخدام الانترنت يساهم في قيامهم بكل من سلوك التواصل بنسبة 14,2% للفئة العمرية (16-19)، تقابلها نسبة 11,1% للفئة العمرية (20-23)، و سلوك الحديث و الابتعاد عن التبذير، الابتعاد عن النسيمة، الاعجاب بالنجوم و اللاعبين، و وافقوا أيضا على أن استخدام الانترنت يساهم على قيامهم بسلوكيات التالية: 14,8% لسلوك عدم التزام بالوقت و عدم المواظبة، عدم الاهتمام بالعمل، سلوك الابتعاد عن التبذير، سلوك التوتر، و اللامبالاة، و سلوك البحث عن الحبيب.

- أجاب المبحوثين بعد موافقتهم و بشدة على أن استخدام الانترنت يساهم على قيامهم بسلوك اهمال الفرائض الدينية، و سلوك عدم احترام الاخرين، سلوك تعلم القمار، عدم الاهتمام بالمشاكل الراهنة، عدم العناية بالبيئة و سلوك المبالغة في حب المال.

- لا يؤثر متغير المستوى التعليمي في تأثير الشباب بمحتويات الانترنت، حيث وافق المبحوثين و بشدة على أن استخدام الانترنت يساهم في قيامهم بكل من سلوك التواصل و الحديث و عدم الالتزام بالوقت، الابتعاد عن النميمة، الاعجاب بالنجوم و اللاعبين بنسب على التوالي: 15,5% للمبحوثين الذين يتمتعون بمستوى تعليمي ثانوي، و نسبة 14%، و 13,2 % و 11,3 % للمبحوثين الذين يكتسبون مستوى تعليمي جامعي.

- موافقة أغلبية المبحوثين على أن استخدام الانترنت يساهم على قيامهم بسلوكيات التالية: سلوك التواصل و الدردشة مع الاخرين و سلوك عدم التزام بالوقت و عدم المواظبة، سلوك التوتر و عدم التزام بالعمل، و سلوك اللامبالاة، و الابتعاد عن التذير ثم سلوك الابتعاد على النميمة و البحث عن الحبيب.

- يؤثر متغير الإقامة في تأثير الشباب الجزائري بمضامين الانترنت، حيث وافق المبحوثين و بشدة على أن استخدام الانترنت يساهم في قيامهم بسلوك التواصل و الدردشة مع الاخرين، في حين وافقوا على أن استخدام الانترنت يساهم في قيامهم بكل من سلوك التوتر و الابتعاد عن التذير و سلوك التواصل و الحديث و عدم الاهتمام بالعمل، سلوك عدم التزام بالوقت، اللامبالاة، و سلوك الابتعاد عن النميمة، و البحث عن الحبيب.

- لا يؤثر مؤشر المهنة في تأثير محتويات الانترنت على الشباب الجزائري، حيث وافق المبحوثين و بشدة على أن استخدام الانترنت يساهم في قيامهم بكل من سلوك التواصل مع الاخرين بنسبة 15,9% للمبحوثين الطلبة، مقابل 12,2% لغير العاملين، أما سلوك الابتعاد عن النميمة بلغت نسبته لدى الطلبة 11,5%.

- يؤثر متغير الحالة المدنية على تأثير المبحوثين بمضامين الانترنت، حيث وافق المبحوثين و بشدة بأن استخدام الانترنت يساهم في قيامهم بكل من سلوك التواصل و الحديث و عدم الالتزام بالوقت و سلوك الابتعاد عن التذير، و سلوك الابتعاد عن النميمة.

- عدم اجابة المبحوثين على أن استخدام الانترنت يساهم في قيامهم بسلوكيات المذكورة، ونذكر النسب التالية: 91,8% اهمال الفرائض الدينية، 91,5% المبالغة في حب المال، 91,1% عدم التزام بالوقت، ثم سلوك التوتر بنسبة 90,9%.

- لا يؤثر متغير الدخل الشهري في تأثير محتويات الانترنت على سلوك الشباب الجزائري، حيث وافق المبحوثين و بشدة على أن استخدام الانترنت يساهم في قيامهم بكل من سلوك الابتعاد عن النسيمة، و وافقوا على أن استخدام الانترنت يساهم في قيامهم بسلوك عدم التزام بالوقت، و التوتر و اللامبالاة.



- الهوامش:

- (1) بشير بن صالح، الشباب و الويب 2: رؤية انثروبولوجية للفضاء الالكتروني: مواقع الحوار الالكتروني نموذجا، مجلة الانسان و المجتمع، العدد 5، أبريل 2013، جامعة تلمسان، ص 212.
- (2) سليمان بورحلة، أثر استخدام الانترنت على اتجاهات الطلبة الجامعيين و سلوكياتهم: دراسة ميدانية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، قسم علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية و الإعلام، جامعة الجزائر، 2007-2008، ص 166.
- (3) عبد الرحمن عزي، نظرية الحتمية القيمية في الإعلام، ط1، تونس، الدار المتوسطة للنشر، 2011، ص ص 46، 48.
- (4) عبد الرحمن عزي، دراسات في نظرية الاتصال: نحو فكر إعلامي متميز، ط1، بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية، 2003، ص ص 116، 117.
- (5) أحمد أحمد بكر قنيطة، الاثار السلبية لاستخدام الإنترنت من وجهة نظر طلبة الجامعة الاسلامية بغزة و دور التربية الاسلامية في علاجها، مذكرة للحصول على شهادة الماجستير في أصول التربية، قسم أصول التربية، كلية التربية، الجامعة الاسلامية بغزة، 2011، ص 66.
- (6) حسني محمد نصر، الإنترنت والإعلام: الصحافة الالكترونية، ط1، الكويت، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، 2003، ص 72.
- (7) نورهان منير حسن فهمي، القيم الاجتماعية والشباب: منظور ديني، {د، ط}، الإسكندرية، المكتب الجامعي الحديث، 2008، ص ص 257، 260.
- (8) السعيد بومعيزة، أثر وسائل الإعلام على القيم و السلوكيات: دراسة استطلاعية، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الإعلام و الاتصال، قسم علوم الاعلام و الاتصال، كلية العلوم السياسية و الاعلام، جامعة الجزائر، 2005-2006، ص 300.
- (9) عبد الرحمن عزي، دراسات في نظرية الاتصال، المرجع السابق، ص ص 118، 119.
- (10) ابراهيم بعزیز، تكنولوجيا الاتصال الحديثة وتأثيراتها الاجتماعية والثقافية، ط1، القاهرة، دار الكتاب الحديث، 2011، ص 76.
- (11) سامية بن رمضان، التغير القيمي و أثره على اتجاهات الشباب في المجتمع الجزائري بين الواقع و التحديات المستقبلية: قراءة سوسيولوجية، مجلة علوم الانسان و المجتمع، العدد 07، سبتمبر 2013، ص ص 167، 168.
- (12) منير محمد حجاب، نظريات الاتصال، ط1، مصر، دار الفجر للنشر و التوزيع، 2010، ص ص 321، 322.

- (13) السعيد بومعيزة، المرجع السابق، ص 168.
- (14) عبد الرحمن عزي، نظرية الحتمية القيمية في الإعلام، المرجع السابق، ص ص 39، 40.
- (15) السعيد بومعيزة، المرجع السابق، ص 293.

تحليل نتائج القيم

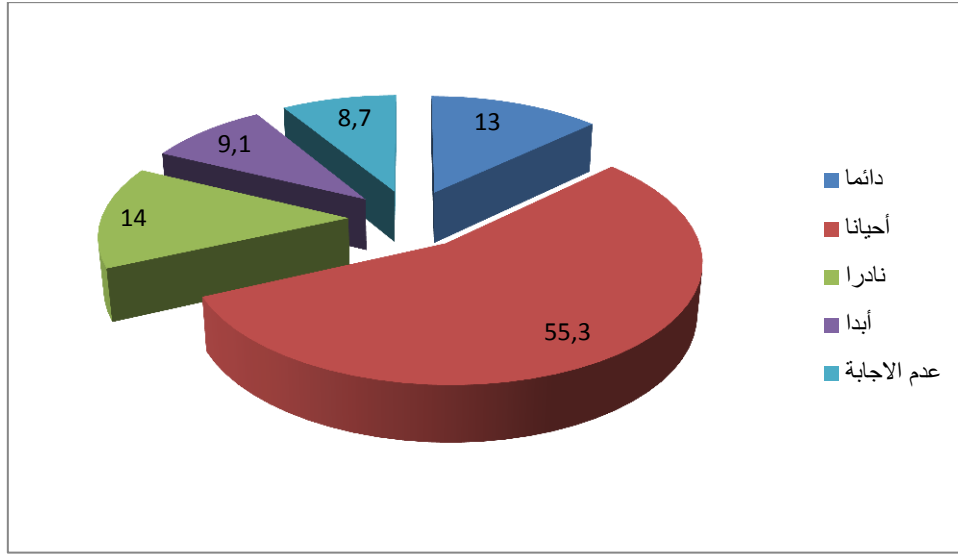
### 2.3.2.3. التحليل الكمي والكيفي لنتائج القيم:

جدول رقم 92: يبين مساهمة مضامين الإنترنت في تغيير قيم أفراد العينة

	التكرار	%
دائما	63	13,0
أحيانا	268	55,3
نادرا	68	14,0
أبدا	44	9,1
عدم الاجابة	42	8,7
المجموع	485	100

المصدر: اعداد الباحثة " وهيبة بشريف "

الشكل البياني رقم 24: يوضح مساهمة مضامين الإنترنت في تغيير قيم المحرثين



من خلال الجدول 92 يتبين أعلى نسبة بلغت 55,3%، والتي تمثل إجابة المبحوثين على أن المضامين المنشورة في الإنترنت تساعدهم أحيانا على تغيير القيم الموجودة لديهم، ثم نسبة الأقل بلغت 9,1%، والتي يرى فيها المبحوثين أن مضامين الإنترنت لا تساعد أبدا على تغيير القيم، و نسبة 14% التي تعبر عن إجابة المبحوثين بأن مضامين الإنترنت تؤثر نادرا في تغيير قيمهم.

وعليه، نخلص إلى أن مضامين الإنترنت تؤثر في تغيير قيم الفرد، وهذا يفسره تعدد مضامين المنشورة على شبكة الإنترنت وتنوعها، وكذا اختلاف أهدافها و ايديولوجياتها و دياناتها، و من جهة

أخرى تواجد المستخدمين على شبكة الانترنت طوال الوقت يساهم في احتكاك المستخدمين بهذه الوسيلة، وايضا التأثر بمحتوياتها، خاصة في ما يتعلق بالمضامين التي يهتمون بها و يجهلونها.

جدول رقم 93: يبين العلاقة بين محتويات الانترنت و تثبيت قيم أفراد العينة

		التكرار	%
تنشئة الاجتماعية	موافق بشدة	89	18,4
	موافق	179	36,9
	محايد	83	17,1
	غير موافق	59	12,2
	غير موافق بشدة	16	3,3
	عدم الاجابة	59	12,2
الدردشة والحقيقة	موافق بشدة	66	13,6
	موافق	158	32,6
	محايد	98	20,2
	غير موافق	95	19,6
	غير موافق بشدة	18	3,7
	عدم الاجابة	50	10,3
وجود العدل	موافق بشدة	91	18,8
	موافق	118	24,3
	محايد	135	27,8
	غير موافق	66	13,6
	غير موافق بشدة	20	4,1
	عدم الاجابة	55	11,3
تعزير المسؤولية	موافق بشدة	84	17,3
	موافق	163	33,6
	محايد	115	23,7
	غير موافق	56	11,5
	غير موافق بشدة	13	2,7
	عدم الاجابة	54	11,1
المجموع		485	100

المصدر: اعداد الباحثة

جدول رقم 94: يبين العلاقة بين محتويات الانترنت و تثبيت قيم المبحوثين

	التكرار	%	
المعلومات الدينية المكتسبة لديك	موافق بشدة	63	13,0
	موافق	114	23,5
	محايد	85	17,5
	غير موافق	79	16,3
	غير موافق بشدة	87	17,9
	عدم الاجابة	57	11,8
التفكير والنقد	موافق بشدة	87	17,9
	موافق	175	36,1
	محايد	106	21,9
	غير موافق	41	8,5
	غير موافق بشدة	20	4,1
	عدم الاجابة	56	11,5
زيادة العلم	موافق بشدة	184	37,9
	موافق	158	32,6
	محايد	50	10,3
	غير موافق	26	5,4
	غير موافق بشدة	12	2,5
	عدم الاجابة	55	11,3
حب قبل الزواج لتستمر	موافق بشدة	73	15,1
	موافق	85	17,5
	محايد	116	23,9
	غير موافق	68	14,0
	غير موافق بشدة	90	18,6
	عدم الاجابة	53	10,9
المجموع	485	100	

المصدر: اعداد الباحثة

يتضح لنا من خلال الجدولين رقم (93) و (94) أن أغلبية أفراد العينة يعتقدون أن مضامين المنشورة في الإنترنت تساهم في تثبيت قيمهم، بنسبة 36,9% لقيمة التنشئة الاجتماعية، ثم التفكير و النقد بنسبة 36,1%، مقابل قيمة المسؤولية بنسبة 33,6%، الصدق و قيمة العلم بنسبة 32,6%، ثم تليها قيمة العدل بنسبة 24,3%، الشك الديني بنسبة 23,5%، مقابل إجابة المبحوثين بموافقتهم بشدة على مساهمة

الإنترنت في تثبيت القيم، و قدرت نسبة قيمة العلم 37,9%، و قيمة التنشئة الاجتماعية بنسبة 18,4%، و نسبة 17,3% لقيمة المسؤولية.

و من أفراد العينة الذين أجابوا بمحايد لكل من قيم: العدل بنسبة 27,8%، حب قبل الزواج بنسبة 23,9%، و 23,7% للمسؤولية، و نسبة 21,9% لتفكير والنقد، و نسبة 17,5% للشك الديني، في حين لم يوافق المبحوثين وبشدة على مساهمة الإنترنت في تثبيت قيمة الحب قبل الزواج بنسبة 18,6%.

وعليه، نستخلص أن الإنترنت تعزز قيم الشباب وتثبيتها، كما أن التنشئة الاجتماعية التي تلقها الشباب أكسبته ميكانزمات نفسية واجتماعية وثقافية، تجعلهم يستعملون وسيلة الإنترنت بصفة انتقائية، أي لا يتأثرون بكل المضامين المنشورة، اضافة إلى أن القيم " تحدد مسارات الفرد وسلوكياته في الحياة، و تنشأ القيم عن التصور والمعتقد والفكر، فتفكير الإنسان في الأشياء والمواقف التي تدور حوله وبناء تصوراتها عنها هو الذي يحدد منظومته القيمية، ومن ثم تصدر أنماط السلوك وفق هذه المنظومة، وبناء على ذلك تأتي أهمية القيم كمنظمات لسلوك الأفراد فيما ينبغي فعله والتخلي به، وفيما ينبغي تركه والابتعاد عنه". (1)

كما أن "القيم توافق الفرد في المجتمع والتربية، ولا تتوقف أهمية القيم على دورها في مجال التربية لتعديل السلوك، ولكن ترجع أهميتها أيضا إلى أنها مقياس للصواب والخطأ والجمال والقبح، وقياس مدى تماسك المجتمعات يعود قبل أي شيء إلى مجموعة القيم المتفق عليها ومدى ما يعتقد في صحتها". (2)

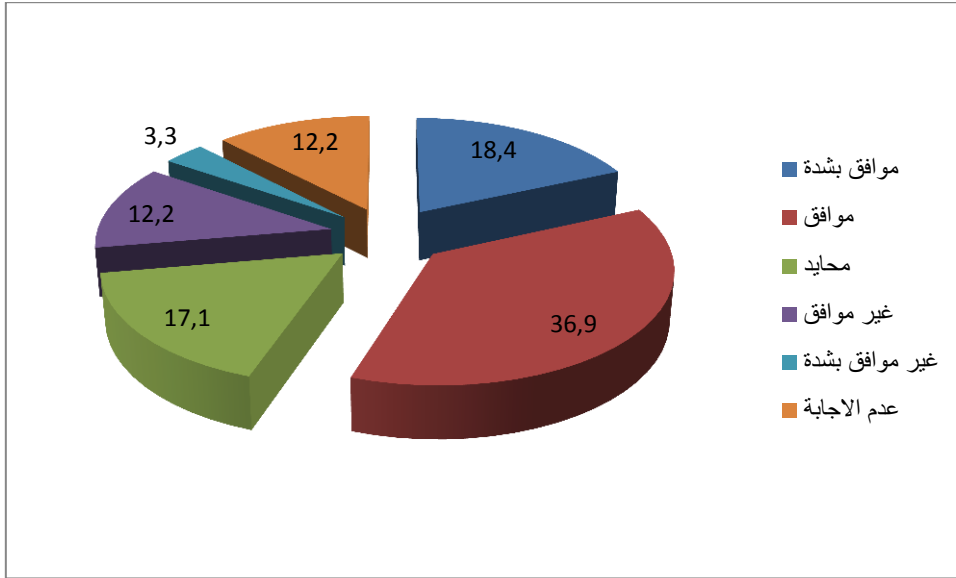
جدول رقم 95: يوضح مساهمة الانترنت في تثبيت قيم المستجوبين

	التكرار	%
موافق بشدة	89	18,4
موافق	179	36,9
محايد	83	17,1
غير موافق	59	12,2
غير موافق بشدة	16	3,3
عدم الاجابة	59	12,2
المجموع	485	100

المصدر: اعداد الباحثة



الشكل البياني رقم 25: يوضح مساهمة محتويات الإنترنت في تثبيت قيم المبحوثين



إن قراءة هذا الجدول تظهر تأثير مساهمة مضامين الإنترنت في تثبيت القيم، حيث اجابة المبحوثين بالموافقة على أن محتويات الإنترنت تساهم في تثبيت قيمهم، و ذلك بنسبة 36,9% ، و مثلت أعلى نسبة، مقابل أقل نسبة بلغت 3,3% لإجابتهم بعدم موافقتهم وبشدة، وتوسطت نسبة 18,4% إجابة المبحوثين الذين يوافقون وبشدة على أن مضامين الإنترنت تساهم في تثبيت قيمهم، و نسبة 17,1% اتخذوا موقف الحياد تجاه هذا الأمر.

ونفسر هذه النتائج، بأن المضامين الشبكة العنكبوتية تصل إلى التأثير على القيم المكتسبة لدى الافراد من خلال مطرقة التأثير، وهذا يرجع إلى التواجد المستمر للأفراد على الشبكة العنكبوتية و تصفح محتوياتها، حيث أن " أهمية القيم لا تقف داخل نطاق الفكر الفلسفي وحده بل تتعداه، فالقيم من المفاهيم الجوهرية في جميع ميادين الحياة الاقتصادية والسياسية والاجتماعية وهي تمس العلاقات الإنسانية بكافة صورها، ذلك لأنها ضرورة اجتماعية، فهي تتغلغل في الأفراد في شكل اتجاهات، ودوافع، وتطلعات وتظهر في السلوك، وفي المواقف التي تتطلب ارتباط هؤلاء الأفراد تعبر القيم عن نفسها في قوانين وبرامج التنظيم الاجتماعي والنظم الاجتماعية". (3)

كما أن القيم " تحفظ المجتمع من السلوكيات الاجتماعية والأخلاقية الفاسدة، و تؤمن القيم للمجتمع حصنا راسخا من السلوكيات والقيم والأخلاق التي تحفظ له سلامته من المظاهر السلوكية الفاسدة، ومما يزيد من أهمية القيم وأثرها في المحافظة على بناء المجتمع صحيا ونظيفا من السلوكيات السلبية". (4)

جدول رقم 96 : يبين العلاقة بين مضامين الانترنت و تغيير قيم المبحوثين

	التكرار	%	
جعلك متوتر وقلق	موافق بشدة	85	17,5
	موافق	174	35,9
	محايد	99	20,4
	غير موافق	47	9,7
	غير موافق بشدة	30	6,2
	عدم الاجابة	50	10,3
ارتباط بالسلطة	موافق بشدة	21	4,3
	موافق	72	14,8
	محايد	155	32,0
	غير موافق	105	21,6
	غير موافق بشدة	76	15,7
	عدم الاجابة	56	11,5
تدعيم أوامر المحبة	موافق بشدة	56	11,5
	موافق	166	34,2
	محايد	130	26,8
	غير موافق	47	9,7
	غير موافق بشدة	22	4,5
	عدم الاجابة	64	13,2
عدم وجود المساواة	موافق بشدة	59	12,2
	موافق	110	22,7
	محايد	143	29,5
	غير موافق	79	16,3
	غير موافق بشدة	26	5,4
	عدم الاجابة	68	14,0
تخطي الاساءة	موافق بشدة	52	10,7
	موافق	135	27,8
	محايد	150	30,9
	غير موافق	51	10,5
	غير موافق بشدة	25	5,2
	عدم الاجابة	72	14,8
التقليل من احترام الشخصيات	موافق بشدة	82	16,9
	موافق	138	28,5
	محايد	81	16,7
	غير موافق	81	16,7
	غير موافق بشدة	33	6,8
	عدم الاجابة	70	14,4

المصدر: اعداد الباحثة

جدول رقم 97 : يبين العلاقة بين مضامين الانترنت و تغيير قيم أفراد العينة

	التكرار	%	
التضامن مع الاخرين	موافق بشدة	128	26,4
	موافق	153	31,5
	محايد	90	18,6
	غير موافق	30	6,2
	غير موافق بشدة	15	3,1
	عدم الاجابة	69	14,2
الغاية تبرر الوسيلة	موافق بشدة	105	21,6
	موافق	131	27,0
	محايد	82	16,9
	غير موافق	55	11,3
	غير موافق بشدة	36	7,4
	عدم الاجابة	76	15,7
الادمان على الانترنت	موافق بشدة	119	24,5
	موافق	92	19,0
	محايد	84	17,3
	غير موافق	82	16,9
	غير موافق بشدة	34	7,0
	عدم الاجابة	74	15,3
عدم احترام الاخرين	موافق بشدة	29	6,0
	موافق	58	12,0
	محايد	131	27,0
	غير موافق	101	20,8
	غير موافق بشدة	95	19,6
	عدم الاجابة	71	14,6
المجموع	485	100	

المصدر: اعداد الباحثة

جدول رقم 98: يبين مساهمة الإنترنت في تغير قيم المستجوبين

	التكرار	%	
تفضيل التواجد على الإنترنت والحوار	موافق بشدة	68	14,0
	موافق	131	27,0
	محايد	88	18,1
	غير موافق	87	17,9
	غير موافق بشدة	44	9,1
	عدم الاجابة	67	13,8
زرع عادات وتقالييد	موافق بشدة	110	22,7
	موافق	127	26,2
	محايد	79	16,3
	غير موافق	59	12,2
	غير موافق بشدة	44	9,1
	عدم الاجابة	66	13,6
المجموع	485	100	

المصدر: اعداد الباحثة

يتضح لنا من خلال الجدول رقم (96) و (97) و (98) أن أغلبية أفراد العينة يعتقدون أن مضامين المنشورة في الإنترنت تساهم في تغير القيم، بنسبة 35,9% لقيمة التوتر و القلق، ثم تدعيم أواصر المحبة بنسبة 34,2%، بعدها التضامن مع الاخرين بنسبة 31,5%، مقابل قيمة التقليل من احترام الشخصيات بنسبة 28,5%، تخطي الإساءة بنسبة 27,8%، ثم تليها قيمتا الغاية تبرر الوسيلة و الحوار بنسبة 27%، زرع عادات وتقالييد بنسبة 26,2%، و نسبة 22,7% لقيمة المساواة، مقابل إجابة المبحوثين بموافقتهم بشدة على مساهمة الإنترنت في تغير القيم، و قدرت نسبة قيمة التضامن مع الاخرين 26,5%، و قيمة الإدمان نسبة 24,5%، و نسبة 22,7% لقيمة العادات والتقاليد، و 21,6% لقيمة الغاية تبرر الوسيلة.

و من أفراد العينة الذين أجابوا بمحايد لكل من قيم: ارتباط بالسلطة بنسبة 32%، تخطي الإساءة بنسبة 30,9%، و 29,5% المساواة، و نسبة 27% عدم احترام الاخرين، 26,8% للمحبة، و نسبة 20,4% لتوتر و القلق، و نسبة 18,1% لقيمة الحوار، و قيمة عدم احترام الاخرين بلغت 16,9%، في حين لم يوافق المبحوثين على مساهمة الإنترنت في تغير قيمة ارتباط بالسلطة و عدم احترام الاخرين بنسبة و 21,6% و 20,6%.

وعليه، نستخلص أن الإنترنت تغيير قيم الشباب، حيث توصلت دراسة للأستاذ " أحمد قنيطة" إلى أن " أفراد العينة أجابوا بأن استخدامهم للإنترنت جعلهم يفضلون الفنون الغربية على الفنون العربية الاسلامية و ذلك بنسبة 70,2%، و منه تفضيل العادات و التقاليد الغربية بنسبة 37%"، و يفسر ذلك بدخول الشباب إلى " عالم مختلف ثقافته و عاداته، و يلتقي فيه الجميع دون حواجز و لا ضوابط، فينبهرون بالثقافة الغربية، حيث أن تدمير الشباب من ما تعانیه الفنون العربية من تخلف و جمود في المضامين و أساليب الأداء" (5)، ساهم في تأثرهم بتلك العادات و التقاليد الغربية.

و قد رأى أفراد العينة أن الانترنت تساهم في تأثرهم بعادات و تقاليد الغربية، وهو ما يشكل هناك " أخطار محتملة على المستعملين، منها خطر " التغريب الثقافي" والذي يمس بالخصوص الشباب، ويجعلهم يتخلون عن ثقافتهم وخصوصيتهم، ويستنكرون من عاداتهم و حضارتهم متشبثين بالقيم الغربية، وينجر عنه الاهتمام بكل ما يفعلونه (سلوكيات- عادات- لباس) والاهتمام بلغتهم إلى درجة إهمال اللغة الأم و منه تفكير اللغة المستعملة " **appauvrissement du langage courant**" وبالتالي يحدث عجز في القدرة على الاصطلاح " **capacité a conceptualiser**" وقصور حتى في التفكير الحر". (6)

و يرى " عزوز ناجي" في مقاله بعنوان " تأثير الإنترنت على ثقافة الشباب العربي" بأن " شبكة الإنترنت مغرية و تجذب الشباب بشكل خطير، و ينتهي الأمر بهم إلى الادمان الذي يؤدي إلى العزلة عن المجتمع، حيث يبحث الشباب عن تسلية و قته في حبرات الدردشة التي تتحول مع الوقت إلى ادمان، كما تتميز الدردشة في هذه الغرف بغياب الهدف في ظل اهدار الطاقات، و اذا تم توظيف هذه الطاقات في مجال الكمبيوتر بطريقة سليمة لتم توجيه الشباب لدراسة و عمل برمجيات، تدرا دخلا لهم و تشغلهم في أشياء مفيدة". (7)

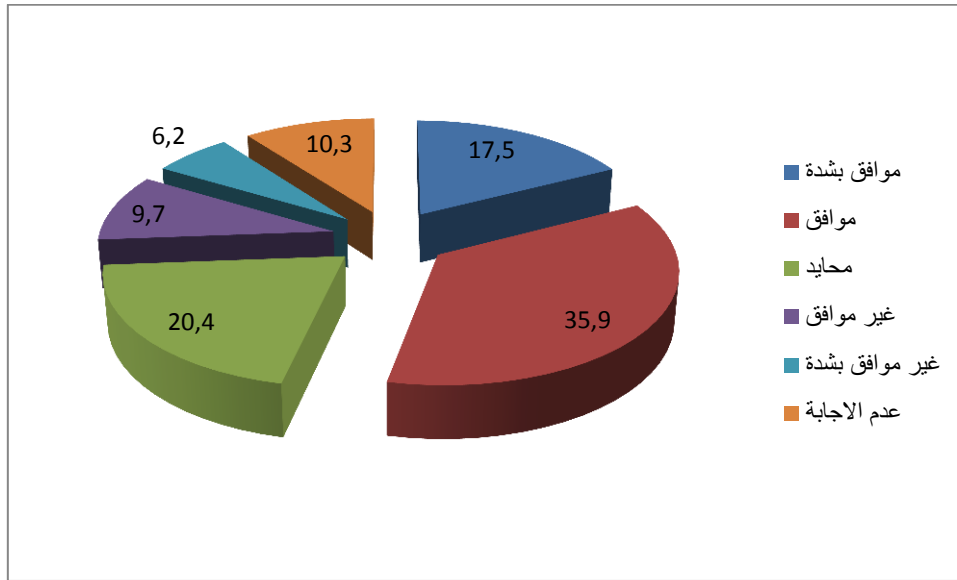
اتفقت دراسة الدكتور " السعيد بومعيزة" التي خلصت إلى أن " أغلبية الشباب لا يوافقون على أن الوسائل و من بينها الانترنت تساعدهم على الارتباط بقيمة السلطة، و هذا يعود الى عدم اهتمامهم بالسياسة، كما فقدوا الثقة فيها، و إلى دور المؤسسات الاجتماعية التي لا تغرس هذه القيمة لديهم". (8)

جدول رقم 99 : يبين مساهمة الانترنت في تغيير قيم المبحوثين

	التكرار	%
موافق بشدة	85	17,5
موافق	174	35,9
محايد	99	20,4
غير موافق	47	9,7
غير موافق بشدة	30	6,2
عدم الاجابة	50	10,3
المجموع	485	100

المصدر: اعداد الباحثة

الشكل البياني رقم 26: يوضح مساهمة مضامين الانترنت في تثبيت قيم أفراد العينة



من خلال الجدول رقم 99 يتبين أعلى نسبة بلغت 35,9%، والتي تمثل إجابة المبحوثين بالموافقة على أن مضامين الانترنت تساعدهم على تغيير القيم الموجودة لديهم، ثم نسبة الأقل بلغت 6,2%، والتي لا يوافق فيها المبحوثين وبشدة على أن مضامين الانترنت تساعدهم على تغيير القيم، و نسبة 20,4% التي اتخذ فيها المبحوثين موقف المحايدة على أن مضامين الانترنت تساهم في تغيير قيمهم، في حين أعرّبوا بنسبة 17,5% عن موافقتهم و بشدة.

وعليه، نخلص إلى أن مضامين الانترنت تؤثر في تغيير قيم الفرد، و لذلك يجب على العائلة التي تعتبر من بين أهم مصادر القيم السائدة في مجتمع ما، خاصة " أنها في مجتمع الجزائري تحت على

تعزير العضوية والعصبية والالتزام، ونتطرق في هذا الصدد إلى خمسة اتجاهات قيمية رئيسية، توصل إليها الدكتور "حليم بركات" في دراسته التي قام بها حول المجتمع العربي المعاصر والتي رأينا أنها من العوامل الرئيسية التي قد تجعل الصراع يقوم بين القيم الموروثة والقيم المستحدثة داخل الثقافة الواحدة".<sup>(9)</sup>

كما يجب على المدرسة باعتبارها من أهم مؤسسات التنشئة الاجتماعية في المجتمع الجزائري، أن تغرس القيم لدى الأفراد لتمكينهم من التعامل السليم مع محتويات الانترنت و منه اكسابهم ثقافة استخدام الوسيلة، حيث " يقضي الشخص جزءا كبيرا من حياته يتلقى فيها صنوف التربية وألوان من العلم والمعرفة، فهي عامل جوهري في تكوين شخصية الفرد وتقرير اتجاهاته وسلوكه وعلاقته بالمجتمع الأكبر، وهي المؤسسة الاجتماعية الرسمية التي تقوم بوظيفة التربية ونقل الثقافة المتطورة، ويتعلم فيها الفرد أدوارا اجتماعية جديدة حين يلقن بحقوقه وواجباته وأساليب انفعالاته والتوفيق بين حاجاته وحاجات الآخرين و القيم المختلفة".<sup>(10)</sup>

**جدول رقم 100: يبين مساهمة مضامين الانترنت في تغيير قيم أفراد العينة حسب الجنس**

مساهمة المضامين في تغيير القيم	ذكر		انثى		المجموع	
	ت	%	ت	%	ت	%
دائما	37	7.6	26	5.4	485	100
أحيانا	118	24.3	149	30.9		
نادرا	32	6.6	36	7.4		
أبدا	22	4.5	22	4.5		
عدم الاجابة	43		8.9			

#### المصدر: اعداد الباحثة

يبين الجدول أعلاه أن اجابة المبحوثين على أن مضامين الانترنت تساهم في بعض الأحيان بتغيير القيم وبلغت نسبتهم 30,9% للمستجوبين الاناث، مقابل الذكور بـ 24,3%، و احتلت أعلى النسب، أما أقل نسبة فسجلت لدى المبحوثين الذين أجابوا بأن استخدام الانترنت لا يساهم أبدا في تغيير القيم، وبلغت النسبة لدى الجنسين 4,5%، و توسطت اجابة المبحوثين بدائما بالنسب، فبلغت نسبة 7,6% للذكور، مقابل نسبة الاناث 5,4%.

ونخلص إلى أن وسيلة الانترنت تساهم في تغيير قيم الشباب حسب المضامين المنشورة عبرها، اضافة اذا كانت تلك المضامين تراعي الأساليب الاقناعية و الاغرائية في منشوراتها، مما ينعكس على مستخدمين للمنتجات.

جدول رقم 101: يبين مساهمة مضامين الانترنت في تغير قيم أفراد العينة حسب متغير المستوى التعليمي

مساهمة المضامين في تغير القيم	ابتدائي		متوسط		ثانوي		جامعي		دراسات عليا		المجموع	
	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%
دائما	1	0.2	1	0.2	25	5.2	30	6.2	5	1	485	100
أحيانا	1	0.2	4	0.8	110	22.7	135	27.8	14	2.9		
نادرا	0	0	1	0.2	34	7	26	5.4	4	0.8		
أبدا	1	0.2	0	0	25	5.2	15	3.1	2	0.4		
عدم الاجابة	51				10.5							

المصدر: اعداد الباحثة

يوضح الجدول اجابة المبحوثين على أن مضامين الانترنت تساهم في بعض الأحيان بتغير القيم وفق المستوى التعليمي و بلغت نسبتهم 27,8% للمستجوبين الذين يتمتعون بمستوى تعليمي جامعي، مقابل المستجوبين الذين لديهم مستوى ثانوي بـ 22,7%، ثم تلتها اجابة المبحوثين ذو مستوى دراسات عليا بـ 2,9%، و احتلت أعلى النسب، أما أقل نسبة فسجلت لدى المبحوثين الذين أجابوا بأن استخدام الانترنت لا يساهم أبدا في تغير قيمهم، وبلغت النسبة لدى المبحوثين ذو المستوى التعليمي المتوسط و الابتدائي و مستوى الدراسات العليا و الجامعي على التوالي 0% و 0,2%، ثم 0,4% و 3,1%، و توسطت اجابة المبحوثين بدائما على أن مضامين الانترنت تساهم في تغير قيمهم، بالنسب 5,2% للثانويين، مقابل نسبة للجامعيين 6,2%.

ونخلص إلى أن متغير المستوى التعليمي لا يغير في تأثير وسيلة الانترنت على الشباب الجزائري، و منه تغير قيمهم بعد تأثرهم بمضامينها المنشورة.



جدول رقم 102 : يبين مساهمة الانترنت في تثبيت قيم المبحوثين حسب الجنس

مساهمة الانترنت في تثبيت القيم	ذكر		انثى		المجموع		
	ت	%	ت	%	ت	%	
التنشئة الاجتماعية	موافق بشدة	50	10.3	39	8	485	100
	موافق	82	16.9	97	20		
	محايد	39	8	44	9.1		
	غير موافق	24	4.9	35	7.2		
	غير موافق بشدة	8	1.6	8	1.6		
عدم الاجابة	59		12.2				
الدردشة و قول الحقيقة (الصدق)	موافق بشدة	28	5.8	38	7.8	485	100
	موافق	71	14.6	87	17.9		
	محايد	48	9.9	50	10.3		
	غير موافق	47	9.7	48	9.9		
	غير موافق بشدة	13	2.7	5	1		
عدم الاجابة	50		10.3				
الانترنت لا اثق بوجود العدل	موافق بشدة	46	9.5	45	9.3	485	100
	موافق	54	11.1	64	13.2		
	محايد	67	13.8	68	14		
	غير موافق	30	6.2	36	7.4		
	غير موافق بشدة	11	2.3	9	1.9		
عدم الاجابة	55		11.3				
الانترنت وتعزيز المسؤولية	موافق بشدة	42	8.7	42	8.7	485	100
	موافق	63	13	100	20.6		
	محايد	59	12.2	56	11.5		
	غير موافق	33	6.8	23	4.7		
	غير موافق بشدة	10	2.1	3	0.6		
عدم الاجابة	54		11.1				
الانترنت وتشكيك في معلوماتي دينية	موافق بشدة	42	8.7	21	4.3	485	100
	موافق	52	10.7	62	12.8		
	محايد	36	7.4	49	10.1		
	غير موافق	35	7.2	44	9.1		
	غير موافق بشدة	39	8	48	9.9		
عدم الاجابة	57		11.8				
التفكير والنقد	موافق بشدة	42	8.7	45	9.3	485	100
	موافق	79	16.3	96	19.8		
	محايد	55	11.3	51	10.5		
	غير موافق	18	3.7	23	4.7		
	غير موافق بشدة	12	2.5	8	1.6		
عدم الاجابة	56		11.5				

المصدر: اعداد الباحثة

جدول رقم 103 : يبين مساهمة الانترنت في تثبيت قيم أفراد العينة حسب الجنس

	ذكر		انثى		المجموع		
	ت	%	ت	%	ت	%	
الانترنت وزيادة العلم	موافق بشدة	92	19	92	19	485	100
	موافق	56	11.5	102	21		
	محايد	35	7.2	15	3.1		
	غير موافق	16	3.3	10	2.1		
	غير موافق بشدة	6	1.2	6	1.2		
عدم الاجابة	55		11.3				
علاقة الحب وقبل الزواج	موافق بشدة	40	8.2	33	6.8	485	100
	موافق	39	8	46	9.5		
	محايد	56	11.5	60	12.4		
	غير موافق	24	4.9	44	9.1		
	غير موافق بشدة	48	9.9	42	8.7		
عدم الاجابة	53		10.9				

المصدر: اعداد الباحثة

يبين كل من الجدول رقم (102) و (103) أن استخدام الانترنت يساهم في تثبيت قيم المبحوثين، و نذكر:

- وافق المبحوثين و بشدة على أن استخدام الانترنت يساهم في تثبيت قيمهم كقيمة العلم بنسبة 19% للمبحوثين من كلا الجنسين.

- موافقة المبحوثين على أن استخدام الانترنت يساهم في تثبيت قيمهم التالية: 20,6% لقيمة المسؤولية للمبحوثين الاناث، تقابلها 13% للمبحوثين الذكور، و 20% لقيمة التنشئة الاجتماعية لدى الاناث، مقابل 16,9% لدى الذكور، و 19,8% لقيمة التفكير و النقد بالنسبة للمبحوثين الاناث، أما نسبة 16,3% للذكور، أما قيمة الصدق 17,9% للإناث، مقابل نسبة 14,6% للذكور، و قيمة عدم الثقة بوجود العدل فبلغت نسبتها 13,2% للمبحوثين الاناث، تقابلها نسبة 11,1% للذكور، أما قيمة الشك الديني فبلغت 12,8% للإناث، مقابل نسبة 10,7% للذكور، و نسبة 9,5% لقيمة الحب قبل الزواج لدى الاناث، مقابل الذكور بنسبة 8%.

- أجاب المبحوثين بالمحايدة على أن استخدام الانترنت يساهم في تثبيت قيمة عدم الثقة بوجود العدل بنسبة 14% للإناث، تقابلها نسبة 13,8% للذكور، أما قيمة الحب قبل الزواج بنسبة 12,4% للمبحوثين الاناث، و نسبة 11,5% للمبحوثين الذكور.

- لم يوافق المبحوثين من كلا الجنسين على أن استخدام الانترنت يساهم في تثبيت قيمة الشك الديني بنسبة 9,9% بالنسبة للإناث، مقابل نسبة الذكور 8%.

ونخلص إلى أن وسيلة الانترنت تساهم في تثبيت بعض قيم الشباب و هذا يمكن ارجاعه إلى تأثيرهم ببعض منتجات شبكة الانترنت.

جدول رقم 104: يبين مساهمة الانترنت في تثبيت قيم المبحوثين حسب متغير العمر

	من 16 إلى 19		من 20 إلى 23		من 24 إلى 26		من 27 إلى 29		المجموع		
	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	
التنشئة الاجتماعية	موافق بشدة	42	8.7	31	6.4	12	2.5	3	0.6	485	100
	موافق	74	15.3	70	14.4	21	4.3	13	2.7		
	محايد	30	6.2	37	7.6	14	2.9	1	0.2		
	غير موافق	17	3.5	19	3.9	16	3.3	4	0.8		
	غير موافق بشدة	5	1	5	1	6	1.2	0	0		
عدم الاجابة	65				13.4						
قول الحقيقة (الصدق)	موافق بشدة	30	6.2	24	4.9	10	2.1	2	0.4	485	100
	موافق	78	16.1	54	11.1	16	3.3	8	1.6		
	محايد	34	7	42	8.7	14	2.9	5	1		
	غير موافق	23	4.7	39	8	25	5.2	7	1.4		
	غير موافق بشدة	7	1.4	9	1.9	2	0.4	0	0		
عدم الاجابة	56				11.5						
عدم الثقة بوجود العدل	موافق بشدة	37	7.6	32	6.6	14	2.9	7	1.4	485	100
	موافق	46	9.5	47	9.7	18	3.7	6	1.2		
	محايد	55	11.3	53	10.9	21	4.3	5	1		
	غير موافق	22	4.5	25	5.2	14	2.9	4	0.8		
	غير موافق بشدة	6	1.2	9	1.9	2	0.4	2	0.4		
عدم الاجابة	60				12.4						
الانترنت وتعزيز المسؤولية	موافق بشدة	45	9.3	26	5.4	6	1.2	5	1	485	100
	موافق	60	12.4	67	13.8	26	5.4	8	1.6		
	محايد	39	8	43	8.9	24	4.9	8	1.6		
	غير موافق	20	4.1	22	4.5	11	2.3	2	0.4		
	غير موافق بشدة	6	1.2	6	1.2	1	0.2	0	0		
عدم الاجابة	60				12.4						
الانترنت و الشك الديني	موافق بشدة	27	5.6	25	5.2	8	1.2	3	0.6	485	100
	موافق	45	9.3	38	7.8	22	4.5	9	1.9		
	محايد	30	6.2	37	7.8	13	2.7	2	0.4		
	غير موافق	26	5.4	33	6.8	13	2.7	5	1		
	غير موافق بشدة	41	8.5	32	6.6	11	2.3	2	0.4		
عدم الاجابة	63				13						
التفكير والنقد	موافق بشدة	41	8.5	33	6.8	9	1.9	4	0.8	485	100
	موافق	58	12	65	13.4	37	7.6	13	2.7		
	محايد	42	8.7	44	9.1	16	3.3	2	0.4		
	غير موافق	18	3.7	16	3.3	4	0.8	2	0.4		
	غير موافق بشدة	9	1.9	7	1.4	2	0.4	1	0.2		
عدم الاجابة	62				12.8						

المصدر: اعداد الباحثة

جدول رقم 105 : يبين مساهمة الانترنت في تثبيت قيم أفراد العينة حسب متغير العمر

	من 16 إلى 19		من 20 إلى 23		من 24 إلى 26		من 27 إلى 29		المجموع		
	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	
الانترنت وزيادة العلم	موافق بشدة	80	16.5	66	13.6	27	5.6	10	2.1	485	100
	موافق	57	11.8	61	12.6	28	5.8	10	2.1		
	محايد	17	3.5	23	4.7	7	1.4	1	0.2		
	غير موافق	12	2.5	6	1.2	6	1.2	2	0.4		
	غير موافق بشدة	4	0.8	6	1.2	1	0.2	0	0		
عدم الاجابة	61				12.6%						
علاقة الحب وقبل الزواج	موافق بشدة	36	7.4	24	4.9	8	1.6	3	0.6	485	100
	موافق	34	7	35	7.2	12	2.5	4	0.8		
	محايد	47	9.7	39	8	24	4.9	4	0.8		
	غير موافق	23	4.7	28	5.8	10	2.1	5	1		
	غير موافق بشدة	29	6	40	8.2	14	2.9	7	1.4		
عدم الاجابة	59				12.2%						

المصدر: اعداد الباحثة

يوضح الجدولين رقم (104) و (105) أن استخدام الانترنت يساهم في تثبيت قيم المبحوثين حسب متغير العمر، و نذكر:

- وافق المبحوثين و بشدة على أن استخدام الانترنت يساهم في تثبيت قيمة العلم بنسبة 16,5% للمبحوثين الذين تتراوح أعمارهم من 16 إلى 19 سنة، تقابلها نسبة 13,5% للفئة العمرية (20-23)، و نسبة 5,6% للفئة العمرية (24-26)، و فئة عمرية (27-29) بلغت نسبتها 2,1% .

- موافقة المبحوثين على أن استخدام الانترنت يساهم في تثبيت قيمهم التالية: 15,3% لقيمة الصدق بنسبة 16,1% لفئة (16-19)، تقابلها 11,1% للفئة العمرية (20-23)، أما قيمة التنشئة الاجتماعية للمبحوثين الذين تتراوح أعمارهم من 16 إلى 19، تقابلها 14,4% للمبحوثين الذين تتراوح أعمارهم من 20-23، في حين فئة (23-26) بلغت نسبتها 2,5%، تقابلها نسبة 0,6% للفئة العمرية (27-29)، و نسبة 13,8% لقيمة المسؤولية لدى المبحوثين الذين تتراوح أعمارهم من 20-23، مقابل 12,4% للفئة العمرية (16-19)، و 13,4% لقيمة التفكير و النقد بالنسبة للمبحوثين في الفئة (20-23)، أما نسبة 12 % للفئة العمرية (16-19)، أما قيمة الشك الديني 9,3% لفئة (20-23)، مقابل نسبة 7,86% لفئة (16-19).

- أجاب المبحوثين بالمحايدة على أن استخدام الانترنت يساهم في تثبيت قيمة عدم الثقة بوجود العدل و قيمة الحب قبل الزواج بنسبة 11,3% و 9,7% للمبحوثين الذين تتراوح أعمارهم من 16-19، تقابلها نسبة 10,9% و 8% لفئة العمرية (20-23).

ونخلص إلى أن متغير العمر يؤثر في تأثير وسيلة الانترنت على الشباب، ومنه مساهمتها في تثبيت بعض القيم لديهم، إلا أن الملاحظ أنه كلما زاد السن كلما قل تأثر الشباب بوسيلة الانترنت و بمنتجاتها المنشورة، وهي نفس النتيجة المتوصل إليها في دراسة " السعيد بومعيزة" بأنه " كلما كان الشباب أصغر سنًا، كلما كانوا أكثر اعتقادًا بأن وسائل الإعلام تساعد على تجاوز السلوكيات السلبية".<sup>(11)</sup>

جدول رقم 106: يبين مساهمة الانترنت في تثبيت قيم أفراد العينة حسب متغير المستوى التعليمي

	ابتدائي		متوسط		ثانوي		جامعي		دراسات عليا		المجموع		
	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	
التنشئة الاجتماعية	موافق بشدة	2	0.2	1	0.2	46	9.5	33	6.8	6	1.2	485	100
	موافق	0	0	4	0.8	73	15.1	90	18.6	11	2.3		
	محايد	0	0	0	0	37	7.6	42	8.7	3	0.6		
	غير موافق	1	0.2	0	0	20	4.1	32	6.6	3	0.6		
	غير موافق بشدة	0	0	1	0.2	5	1	8	1.6	1	0.2		
عدم الاجابة	66					13,6							
قول الحقيقة	موافق بشدة	1	0.2	1	0.2	34	7	25	5.2	4	0.8	485	100
	موافق	1	0.2	0	0	83	17.1	68	14	5	1		
	محايد	1	0.2	2	0.4	38	7.8	46	9.5	8	1.6		
	غير موافق	0	0	3	0.6	27	5.6	57	11.8	7	1.4		
	غير موافق بشدة	0	0	0	0	7	1.4	11	2.3	0	0		
عدم الاجابة	56					11,5							
عدم الثقة بوجود العدل	موافق بشدة	2	0.4	1	0.2	43	8.9	37	7.6	6	1.2	485	100
	موافق	1	0.2	1	0.2	57	11.8	50	10.3	9	1.9		
	محايد	0	0	1	0.2	57	11.8	72	14.8	4	0.8		
	غير موافق	0	0	1	0.2	24	4.9	34	7	6	1.2		
	غير موافق بشدة	0	0	2	0.4	5	1	12	2.5	0	0		
عدم الاجابة	60					%12,4							
الانترنت وتعزيز المسؤولية	موافق بشدة	1	0.2	1	0.2	50	10.3	26	5.4	3	0.6	485	100
	موافق	1	0.2	1	0.2	67	13.8	83	17.1	9	1.9		
	محايد	1	0.2	3	0.6	41	8.5	62	12.8	8	1.6		
	غير موافق	0	0	1	0.2	23	4.7	27	5.6	4	0.8		
	غير موافق بشدة	0	0	0	0	7	1.4	6	1.2	0	0		
عدم الاجابة	60					%12,4							
الانترنت والتشكيك الديني	موافق بشدة	1	0.2	2	0.4	34	7	22	4.5	3	0.6	485	100
	موافق	0	0	2	0.4	45	9.3	58	12	9	1.9		
	محايد	0	0	0	0	36	7.4	44	9.1	3	0.6		
	غير موافق	2	0.4	0	0	29	6	41	8.5	6	1.2		
	غير موافق بشدة	0	0	1	0.2	44	9.1	37	7.6	4	0.8		
عدم الاجابة	62					%12,8							
التفكير والنقد	موافق بشدة	1	0.2	3	0.6	44	9.1	36	7.4	3	0.6	485	100
	موافق	0	0	3	0.6	62	12.8	92	19	15	3.1		
	محايد	1	0.2	0	0	48	9.9	50	10.3	6	1.2		
	غير موافق	0	0	0	0	19	3.9	20	4.1	1	0.2		
	غير موافق بشدة	1	0.2	0	0	12	2.5	6	1.2	0	0		
عدم الاجابة	62					%12,8							

المصدر: اعداد الباحثة

جدول رقم 107 : يبين مساهمة الانترنت في تثبيت قيم المبحوثين حسب متغير المستوى التعليمي

	ابتدائي		متوسط		ثانوي		جامعي		دراسات عليا		المجموع		
	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	
الانترنت وزيادة العلم	موافق بشدة	1	0.2	4	0.8	84	17.3	82	16.9	10	2.1	485	100
	موافق	0	0	0	0	61	12.6	84	17.3	12	2.5		
	محايد	0	0	1	0.2	23	4.7	25	5.2	0	0		
	غير موافق	2	0.4	1	0.2	13	2.7	7	1.4	3	0.6		
	غير موافق بشدة	0	0	0	0	5	1	6	1.2	0	0		
عدم الاجابة	61				%12,6								
علاقة الحب وقبل الزواج	موافق بشدة	1	0.2	0	0	41	8.5	25	5.2	4	0.8	485	100
	موافق	0	0	0	0	43	8.9	35	7.2	7	1.4		
	محايد	0	0	3	0.6	53	10.9	52	10.7	7	1.4		
	غير موافق	0	0	1	0.2	21	4.3	38	7.8	6	1.2		
	غير موافق بشدة	2	0.4	2	0.4	29	6	55	11.3	1	0.2		
عدم الاجابة	59				%12,2								

المصدر: اعداد الباحثة

يوضح الجدولين رقم (106) و (107) أن استخدام الانترنت يساهم في تثبيت قيم المبحوثين حسب

متغير المستوى التعليمي، و نذكر:

- وافق المبحوثين و بشدة على أن استخدام الانترنت يساهم في تثبيت قيمة العلم بنسبة 17,3% للمبحوثين الذين لديهم مستوى تعليمي ثانوي، تقابلها نسبة 16,9% للمبحوثين لديهم مستوى تعليمي جامعي، و نسبة 2,1% للمبحوثين في الدراسات العليا، بلغت نسبتها 0,8% للمبحوثين المستوى المتوسط، أما مبحوثين المستوى الابتدائي فبنسبة 0,2%.

- موافقة المبحوثين على أن استخدام الانترنت يساهم في تثبيت قيمهم التالية: 19% لقيمة التفكير و النقد للمبحوثين الجامعيين، تقابلها نسبة 12,8% للمبحوثين الثانويين، أما قيمة التنشئة الاجتماعية للمبحوثين الذين يتمتعون بمستوى جامعي بنسبة 18,6%، تقابلها 15,1% للمبحوثين الثانويين، في حين المبحوثين ذو التعليم في الدراسات العليا بلغت نسبتهم 2,3%، تقابلها نسبة 0,8% للمبحوثين ذو التعليم المتوسط، و 17,1% لقيمة الصدق بالنسبة للمبحوثين الثانويين، أما نسبة 14% للمستجوبين الجامعيين، أما قيمة المسؤولية و قيمة الشك الديني لذات المبحوثين بنسبة 17,1% و 12%، مقابل 13,8% و 9,3% للمبحوثين الثانويين.



- أجاب المبحوثين بالمحايدة على أن استخدام الانترنت يساهم في تثبيت قيمة عدم الثقة بوجود العدل و قيمة الحب قبل الزواج بنسبة 14,8% و 10,7% للمبحوثين لديهم مستوى تعليمي جامعي، تقابلها نسبة 11,8% و 6,9% للمبحوثين الذين لديهم مستوى تعليمي ثانوي.

ونخلص إلى أن متغير المستوى التعليمي لا يؤثر في تأثير وسيلة الانترنت على الشباب، ومنه مساهمتها في تثبيت بعض القيم لديهم، إلا أن الملاحظ أنه كلما زاد المستوى التعليمي كلما زاد تأثير الشباب بوسيلة الانترنت و بمنتجاتها المنشورة، إلا طلبة للشباب الذين يكملون دراستهم العليا.

جدول رقم 108 : يبين مساهمة الانترنت في تثبيت قيم المبحوثين حسب مكان الإقامة

مساهمة الانترنت في تثبيت القيم	حضري		ريفي		المجموع		
	ت	%	ت	%	ت	%	
التنشئة الاجتماعية	موافق بشدة	70	14.4	10	2.1	485	100
	موافق	144	29.7	20	4.1		
	محايد	79	16.3	1	0.2		
	غير موافق	48	9.9	6	1.2		
	غير موافق بشدة	10	2.1	4	0.8		
عدم الاجابة	93		19,2				
قول الحقيقة	موافق بشدة	55	11.3	3	0.6	485	100
	موافق	131	27	21	4.3		
	محايد	77	15.9	8	1.6		
	غير موافق	78	16.1	10	2.1		
	غير موافق بشدة	12	2.5	2	0.4		
عدم الاجابة	88		%18,1				
عدم الثقة بوجود العدل	موافق بشدة	69	14.2	8	1.6	485	100
	موافق	99	20.4	9	1.9		
	محايد	109	22.5	17	3.5		
	غير موافق	54	11.1	7	1.4		
	غير موافق بشدة	15	3.1	5	1		
عدم الاجابة	93		%19,2				
الانترنت وتعزيز المسؤولية	موافق بشدة	71	14.6	5	1	485	
	موافق	139	28.7	14	2.9		
	محايد	85	17.5	17	3.5		
	غير موافق	43	8.9	6	1.2		
	غير موافق بشدة	11	2.3	2	0.4		
عدم الاجابة	92		19				
الانترنت والتشكيك الديني	موافق بشدة	51	10.5	5	1	485	100
	موافق	83	17.1	18	3.7		
	محايد	72	14.8	6	1.2		
	غير موافق	66	13.6	9	1.9		
	غير موافق بشدة	73	15.1	8	1.6		
عدم الاجابة	94		%19,4				
التفكير والنقد	موافق بشدة	76	15.7	6	1.2	485	100
	موافق	138	28.5	21	4.3		
	محايد	84	17.3	12	2.5		
	غير موافق	32	6.6	5	1		
	غير موافق بشدة	18	3.7	1	0.2		
عدم الاجابة	92		%19				

المصدر: اعداد الباحثة

جدول رقم 109 : يبين مساهمة الانترنت في تثبيت قيم أفراد العينة حسب مكان الإقامة

	حضري		ريفي		المجموع		
	ت	%	ت	%	ت	%	
الانترنت وزيادة العلم	موافق بشدة	152	31.3	18	3.7	485	100
	موافق	129	26.6	13	2.7		
	محايد	42	8.7	5	1		
	غير موافق	13	2.7	8	1.6		
	غير موافق بشدة	10	2.1	1	0.2		
عدم الاجابة	94		19,4				
علاقة الحب وقبل الزواج	موافق بشدة	61	12.6	4	0.8	485	100
	موافق	70	14.4	9	1.9		
	محايد	96	19.8	9	1.9		
	غير موافق	58	12	6	1.2		
	غير موافق بشدة	61	12.6	18	3.7		
عدم الاجابة	93		%19,2				

المصدر: اعداد الباحثة

يوضح الجدولين رقم (108) و (109) أن استخدام الانترنت يساهم في تثبيت قيم المبحوثين حسب متغير الإقامة، و نذكر:

- وافق المبحوثين و بشدة على أن استخدام الانترنت يساهم في تثبيت قيمة العلم بنسبة 31,3% للمبحوثين الذين يقطنون في الأماكن الحضرية، تقابلها نسبة 3,7% للمبحوثين في الريف.

- موافقة المبحوثين على أن استخدام الانترنت يساهم في تثبيت قيمهم التالية: 15,3% لقيمة التنشئة الاجتماعية بنسبة 29,7% للمبحوثين الذين يقطنون في الاماكن الحضرية، تقابلها 4,1% للمبحوثين في الريف، و نسبة 28,7% لقيمة المسؤولية لدى المبحوثين الذين يقطنون في الاماكن الحضرية، مقابل 2,9% للمبحوثين الذين يقطنون في الاماكن الريفية، أما قيمة التفكير و النقد بالنسبة للمبحوثين الذين يقطنون في الاماكن الحضرية بنسبة 28,5%، أما نسبة 4,3% للمبحوثين الذين يقطنون في الاماكن الريفية، و قيمة الصدق للمبحوثين الذين يقطنون في الاماكن الحضرية بلغت 27%، تقابلها 4,3% للمبحوثين الذين يقطنون في الاماكن الريفية، في حين المبحوثين الذين يقطنون في الاماكن الحضرية، بلغت نسبتهم 17,1%، تقابلها نسبة 3,7% للمبحوثين الذين يقطنون في الاماكن الريفية.

- أجاب المبحوثين بالمحايدة على أن استخدام الانترنت يساهم في تثبيت قيمة عدم الثقة بوجود العدل و قيمة الحب قبل الزواج بنسبة 22,5% و 19,8% للمبحوثين الذين يقطنون في الاماكن الحضرية، تقابلها نسبة 3,5% و 1,9% للمبحوثين الذين يقطنون في الاماكن الريفية.

ونخلص إلى أن متغير الإقامة يؤثر في تأثير وسيلة الانترنت على الشباب، ومنه مساهمتها في تثبيت بعض القيم لديهم، وهذا راجع إلى نقص أجهزة الاتصال بالإنترنت في المناطق الريفية، مما يجعل الافراد لا يستخدمونها بشكل دائم، نتيجة لتذمرهم من الخدمة، إلا أن في بعض من تلك المناطق تتوفر فيها الانترنت و تحتاج إلى السرعة في التدفق الانترنت.

جدول رقم 110 : يبين مساهمة الانترنت في تثبيت قيم المبحوثين حسب متغير المهنة

مساهمة الانترنت في تثبيت القيم	عامل		موظف		طالب		لا تعمل		المجموع		
	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	
التنشئة الاجتماعية	موافق بشدة	6	1.2	2	0.4	44	9.1	36	7.4	485	100
	موافق	13	2.7	7	1.4	96	19.8	60	12.4		
	محايد	4	0.8	3	0.6	47	9.7	29	6		
	غير موافق	4	0.8	3	0.6	32	6.6	18	3.7		
	غير موافق بشدة	1	0.2	1	0.2	8	1.6	5	1		
عدم الاجابة	66				%13,6						
قول الحقيقة	موافق بشدة	7	1.4	4	0.8	26	5.4	29	6	485	100
	موافق	8	1.6	4	0.8	83	17.1	62	12.8		
	محايد	5	1	3	0.6	51	10.5	34	7		
	غير موافق	6	1.2	5	1	59	12.2	23	4.7		
	غير موافق بشدة	3	0.6	0	0	12	2.5	3	0.6		
عدم الاجابة	58				12%						
عدم الثقة بوجود العدل	موافق بشدة	11	2.3	4	0.8	43	8.9	31	6.4	485	100
	موافق	8	1.6	5	1	54	11.1	50	10.3		
	محايد	8	1.6	3	0.6	81	16.7	42	8.7		
	غير موافق	3	0.6	3	0.6	38	7.8	21	4.3		
	غير موافق بشدة	0	0	2	0.4	13	2.7	4	0.8		
عدم الاجابة	61				%12,6						
الانترنت وتعزيز المسؤولية	موافق بشدة	9	1.9	2	0.4	33	6.8	37	7.6	485	100
	موافق	10	2.1	5	1	88	18.2	57	11.8		
	محايد	8	1.6	6	1.2	66	13.6	34	7		
	غير موافق	4	0.8	2	0.4	32	6.6	17	3.5		
	غير موافق بشدة	0	0	0	0	8	1.6	5	1		
عدم الاجابة	62				%12,8						
الانترنت والتشكيك الدينية	موافق بشدة	7	1.4	4	0.8	26	5.4	25	5.2	485	100
	موافق	11	2.3	6	1.2	57	11.8	38	7.8		
	محايد	5	1	1	0.2	50	10.3	27	5.6		
	غير موافق	5	1	3	0.6	45	9.3	25	5.2		
	غير موافق بشدة	2	0.4	1	0.2	49	10.1	34	7		
عدم الاجابة	64				%13,2						
التفكير والنقد	موافق بشدة	5	1	4	0.8	45	9.3	33	6.8	485	100
	موافق	16	3.2	8	1.6	99	20.4	48	9.9		
	محايد	6	1.2	3	0.6	55	11.3	41	8.5		
	غير موافق	1	0.2	1	0.2	20	4.1	17	3.5		
	غير موافق بشدة	2	0.4	1	0.2	7	1.4	9	1.9		
عدم الاجابة	64				13,2						

المصدر: اعداد الباحثة

جدول رقم 111: يبين مساهمة الانترنت في تثبيت قيم أفراد العينة حسب متغير المهنة

	عامل		موظف		طالب		لا تعمل		المجموع		
	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	
الانترنت وزيادة العلم	موافق بشدة	11	2.3	6	1.2	91	18.8	73	15.1	485	100
	موافق	12	2.5	6	1.2	89	18.4	49	10.1		
	محايد	2	0.4	1	0.2	30	6.2	15	3.1		
	غير موافق	5	1	4	0.8	7	1.4	10	2.1		
	غير موافق بشدة	0	0	0	0	9	1.9	2	0.4		
عدم الاجابة	63				%13						
علاقة الحب وقبل الزواج	موافق بشدة	5	1	1	0.2	34	7	31	6.4	485	100
	موافق	8	1.6	2	0.4	41	8.5	34	7		
	محايد	6	1.2	6	1.2	61	12.6	39	8		
	غير موافق	2	0.4	4	0.8	40	8.2	21	4.3		
	غير موافق بشدة	10	2.1	3	0.6	52	10.7	24	4.9		
عدم الاجابة	61				%12,6						

المصدر: اعداد الباحثة

يبين الجدولين رقم (110) و (111) أن استخدام الانترنت يساهم في تثبيت قيم المبحوثين حسب متغير المهنة، و نذكر:

- وافق المبحوثين و بشدة على أن استخدام الانترنت يساهم في تثبيت قيمة العلم بنسبة 18,8% للمبحوثين الطلاب، تقابلها نسبة 15,1% للمبحوثين غير العاملين، و نسبة 1,2% لكلا من المبحوثين الموظفين و العاملين.

- موافقة المبحوثين على أن استخدام الانترنت يساهم في تثبيت قيمهم التالية: 15,3% لقيمة التفكير و النقد بالنسبة للمبحوثين الطلاب، أما نسبة 9,9% للمبحوثين غير العاملين، أما 19,8% لقيمة التنشئة الاجتماعية للمبحوثين الطلاب، تقابلها 12,4% للمبحوثين الذين لا يعملون، في حين فئة العاملة بلغت نسبتها 2,7%، تقابلها نسبة 1,4% للفئة الموظفة، أما نسبة 18,2% لقيمة المسؤولية لدى المبحوثين الطلبة، مقابل 11,8% للفئة غير العاملة، و قيمة الصدق بنسبة 17,1% للمبحوثين الطلبة، تقابلها 11,8% للفئة التي لا تعمل، أما 11,8% لقيمة الشك الديني للمبحوثين الطلبة، مقابل نسبة 7,8% لفئة غير العاملة.

- أجاب المبحوثين بالمحايدة على أن استخدام الانترنت يساهم في تثبيت قيمة عدم الثقة بوجود العدل و قيمة الحب قبل الزواج بنسبة 12,6% و 11,1% للمبحوثين الطلبة، تقابلها نسبة 8% و 10,3% لفئة غير العاملة.

ونخلص إلى أن متغير المهنة لا يؤثر في تأثير وسيلة الانترنت على الشباب، ومنه مساهمتها في تثبيت بعض القيم لديهم.

جدول رقم 112: يبين مساهمة الانترنت في تثبيت قيم المبحوثين حسب الحالة المدنية

مساهمة الانترنت في تثبيت القيم	أعزب		متزوج		مطلق		أرمل		المجموع		
	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	
التنشئة الاجتماعية	موافق بشدة	76	15.7	7	1.4	2	0.4	2	0.4	485	100
	موافق	159	32.8	12	2.5	1	0.2	0	0		
	محايد	75	15.5	3	0.6	1	0.2	2	0.4		
	غير موافق	47	9.7	8	1.6	0	0	0	0		
	غير موافق بشدة	14	2.9	1	0.2	0	0	0	0		
عدم الاجابة	75				%15,5						
قول الحقيقة	موافق بشدة	58	12	6	1.2	0	0	0	0	485	100
	موافق	139	28.7	11	2.3	3	0.6	2	0.4		
	محايد	80	16.5	9	1.9	0	0	0	0		
	غير موافق	85	17.5	5	1	1	0.2	1	0.2		
	غير موافق بشدة	17	3.5	1	0.2	0	0	0	0		
عدم الاجابة	67				13,8						
عدم الثقة بوجود العدل	موافق بشدة	83	17.1	5	1	1	0.2	0	0	485	100
	موافق	101	20.8	12	2.5	2	0.4	1	0.2		
	محايد	119	24.5	8	1.6	1	0.2	1	0.2		
	غير موافق	55	11.3	5	1	0	0	2	0.4		
	غير موافق بشدة	17	3.5	2	0.4	0	0	0	0		
عدم الاجابة	70				%14,4						
الانترنت وتعزيز المسؤولية	موافق بشدة	78	16.1	2	0.4	0	0	0	0	485	100
	موافق	143	29.5	13	2.7	2	0.4	0	0		
	محايد	101	20.8	8	1.6	0	0	2	0.4		
	غير موافق	42	8.7	7	1.4	2	0.4	1	0.2		
	غير موافق بشدة	12	2.5	1	0.2	0	0	0	0		
عدم الاجابة	71				14,6						
الانترنت والتشكيك الديني	موافق بشدة	55	11.3	4	0.8	1	0.2	0	0	485	100
	موافق	93	19.2	14	2.9	2	0.4	0	0		
	محايد	77	15.9	4	0.8	0	0	0	0		
	غير موافق	70	14.4	6	1.2	0	0	2	0.4		
	غير موافق بشدة	78	16.1	4	0.8	1	0.2	1	0.2		
عدم الاجابة	73				%15,1						
التفكير والنقد	موافق بشدة	82	16.9	4	0.8	1	0.2	0	0	485	100
	موافق	150	30.9	13	2.7	1	0.2	2	0.4		
	محايد	89	18.4	12	2.5	1	0.2	0	0		
	غير موافق	36	7.4	2	0.4	1	0.2	0	0		
	غير موافق بشدة	16	3.3	1	0.2	0	0	2	0.4		
عدم الاجابة	72				%14,8						

المصدر: اعداد الباحثة



جدول رقم 113 : يبين مساهمة الانترنت في تثبيت قيم أفراد العينة حسب الحالة المدنية

	أعزب		متزوج		مطلق		أرمل		المجموع		
	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	
الانترنت وزيادة العلم	موافق بشدة	170	35.1	9	1.9	1	0.2	0	0	485	100
	موافق	139	28.7	10	2.1	1	0.2	1	0.2		
	محايد	39	8	8	1.6	1	0.2	0	0		
	غير موافق	17	3.5	4	0.8	1	0.2	2	0.4		
	غير موافق بشدة	8	1.6	1	0.2	0	0	1	0.2		
عدم الاجابة	72				14,8						
علاقة الحب وقبل الزواج	موافق بشدة	66	13.6	4	0.8	1	0.2	0	0	485	100
	موافق	70	14.4	8	1.6	3	0.6	1	0.2		
	محايد	102	21	7	1.4	0	0	0	0		
	غير موافق	61	12.6	5	1	0	0	0	0		
	غير موافق بشدة	77	15.9	8	1.6	0	0	2	0.4		
عدم الاجابة	70				%14,4						

المصدر: اعداد الباحثة

يوضح الجدولين رقم (112) و (113) أن استخدام الانترنت يساهم في تثبيت قيم المبحوثين حسب متغير الحالة المدنية، و نذكر:

- وافق المبحوثين و بشدة على أن استخدام الانترنت يساهم في تثبيت قيمة العلم بنسبة 35,1% للمبحوثين العزاب، أما قيمة التنشئة بنسبة 15,7% للمبحوثين العزاب، تقابلها نسبة 1,9% للفئة المبحوثين المتزوجين.

- موافقة المبحوثين على أن استخدام الانترنت يساهم في تثبيت قيمهم التالية: 32,8% لقيمة التنشئة الاجتماعية للمبحوثين العزاب، تقابلها 2,5% للمبحوثين المتزوجين، في حين المبحوثين المطلقين بلغت نسبتها 0,2%، تقابلها نسبة 0% للمبحوثين الارامل، و 30,9% قيمة التفكير و النقد بالنسبة للمبحوثين العزاب، أما نسبة 2,7% للمبحوثين المتزوجين، أما نسبة 29,5% لقيمة المسؤولية لدى المبحوثين العزاب، مقابل 2,7% للفئة المتزوجة، و الصدق و قيمة الشك الديني بنسبة 28,7% و 19,2% للفئة المبحوثين العزاب، مقابل نسبة 2,3% و 2,9% لفئة المبحوثين المتزوجين.

- أجاب المبحوثين بالمحايدة على أن استخدام الانترنت يساهم في تثبيت قيمة عدم الثقة بوجود العدل و قيمة الحب قبل الزواج بنسبة 24,5% و 21% للمبحوثين العزاب، تقابلها نسبة 1,6% و 1,4% لفئة المبحوثين المتزوجين.

ونخلص إلى أن متغير الحالة المدنية يؤثر في تأثير وسيلة الانترنت على الشباب، ومنه مساهمتها في تثبيت بعض القيم لديهم، إلا أن الملاحظ أنه كلما كان الشباب عزاب كلما زاد تأثيرهم بوسيلة الانترنت ومنتجاتها المنشورة.

جدول رقم 114 : يبين مساهمة الانترنت في تثبيت قيم المبحوثين حسب الدخل الشهري

مساهمة الانترنت في تثبيت القيم	أقل من 5000		أكثر من 5000 إلى 15000 دج		أكثر من 15000 إلى 20000 دج		من 20000 دج فأكثر		المجموع		
	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	
التنشئة الاجتماعية	موافق بشدة	0	0	1	0.2	2	0.4	5	1	485	100
	موافق	2	0.4	2	0.4	2	0.4	14	2.9		
	محايد	0	0	1	0.2	0	0	3	0.6		
	غير موافق	0	0	2	0.4	2	0.4	2	0.4		
	غير موافق بشدة	2	0.4	0	0	0	0	0	0		
عدم الاجابة	445				%91,8						
قول الحقيقة	موافق بشدة	0	0	1	0.2	2	0.4	9	1.9	485	100
	موافق	2	0.4	2	0.4	2	0.4	5	1		
	محايد	0	0	3	0.6	1	0.2	3	0.6		
	غير موافق	2	0.4	0	0	2	0.4	5	1		
	غير موافق بشدة	0	0	0	0	0	0	3	0.6		
عدم الاجابة	443				%91,3						
عدم الثقة بوجود العدل	موافق بشدة	1	0.2	3	0.6	3	0.6	9	1.9	485	100
	موافق	1	0.2	1	0.2	2	0.4	7	1.4		
	محايد	2	0.4	1	0.2	1	0.2	5	1		
	غير موافق	0	0	1	0.2	1	0.2	2	0.4		
	غير موافق بشدة	0	0	0	0	0	0	2	0.4		
عدم الاجابة	443				%91,3						
الانترنت وتعزيز المسؤولية	موافق بشدة	1	0.2	2	0.4	2	0.4	7	1.4	485	100
	موافق	2	0.4	2	0.4	3	0.6	6	1.2		
	محايد	1	0.2	1	0.2	1	0.2	8	1.6		
	غير موافق	0	0	1	0.2	1	0.2	4	0.8		
عدم الاجابة	443				91,3						
الانترنت وتشكيك في معلوماتي دينية	موافق بشدة	2	0.4	1	0.2	2	0.4	6	1.2	485	100
	موافق	1	0.2	1	0.2	4	0.8	10	2.1		
	محايد	1	0.2	2	0.4	0	0	3	0.6		
	غير موافق	0	0	2	0.4	1	0.2	4	0.8		
	غير موافق بشدة	0	0	0	0	0	0	2	0.4		
عدم الاجابة	443				%91,3						
التفكير والنقد	موافق بشدة	0	0	1	0.2	2	0.4	7	1.4	485	100
	موافق	4	0.8	3	0.6	4	0.8	7	1.4		
	محايد	0	0	2	0.4	1	0.2	6	1.2		
	غير موافق	0	0	0	0	0	0	2	0.4		
	غير موافق بشدة	0	0	0	0	0	0	3	0.6		
عدم الاجابة	443				91,3						

المصدر: اعداد الباحثة

جدول رقم 115 : يبين مساهمة الانترنت في تثبيت قيم أفراد العينة حسب الدخل الشهري

	أقل من 5000		أكثر من 5000 إلى 15000		أكثر من 15000 إلى 20000		من 20000 دج فأكثر		المجموع		
	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	
الانترنت وزيادة العلم	موافق بشدة	1	0.2	3	0.6	2	0.4	11	2.3	485	100
	موافق	1	0.2	2	0.4	3	0.6	9	1.9		
	محايد	1	0.2	0	0	1	0.2	1	0.2		
	غير موافق	1	0.2	1	0.2	1	0.2	4	0.8		
عدم الاجابة	443				%91,3						
علاقة الحب وقيل الزواج	موافق بشدة	1	0.2	1	0.2	2	0.4	4	0.8	485	100
	موافق	0	0	2	0.4	1	0.2	3	0.6		
	محايد	1	0.2	0	0	1	0.2	9	1.9		
	غير موافق	1	0.2	0	0	1	0.2	3	0.6		
	غير موافق بشدة	1	0.2	3	0.6	2	0.4	7	1.4		
عدم الاجابة	442				%91,1						

المصدر: اعداد الباحثة

يوضح الجدولين رقم (114) و (115) أن استخدام الانترنت يساهم في تثبيت قيم المبحوثين حسب

متغير الدخل الشهري، و نذكر:

- وافق المبحوثين و بشدة على أن استخدام الانترنت يساهم في تثبيت قيمة العلم بنسبة 2,3% للمبحوثين الذين يتقاضون أجر من 20000 دج فأكثر، تقابلها نسبة 0,4% للفئة التي تتقاضى دخل شهري من 15000 دج إلى 20000 دج.

- موافقة المبحوثين على أن استخدام الانترنت يساهم في تثبيت قيمهم التالية: 2,9% لقيمة التنشئة الاجتماعية للمبحوثين الذين يتقاضون أجر من 20000 دج فأكثر، تقابلها 0,4% لكل من فئة المبحوثين الذين يتقاضون من 15000 دج إلى 20000، و من 5000 دج إلى 15000 دج، و أقل من 5000 دج، و نسبة 1,2% لقيمة المسؤولية لدى المبحوثين الذين تتراوح أعمارهم من 20-23، مقابل 0,2% للمبحوثين الذين يتقاضون من 15000 دج إلى 20000، أما قيمة الصدق بنسبة 1% للمبحوثين الذين يتقاضون أجر من 20000 دج فأكثر، تقابلها 0,4% لكل من فئة المبحوثين الذين يتقاضون من 15000 دج إلى 20000، و من 5000 دج إلى 15000 دج، و أقل من 5000 دج.

- أجاب المبحوثين بالمحايدة على أن استخدام الانترنت يساهم في تثبيت قيمة الحب قبل الزواج بنسبة 1,9% للمبحوثين الذين يتقاضون من 20000 دج فأكثر، تقابلها نسبة 0,2% للمبحوثين الذين يتقاضون من 15000 دج إلى 20000 دج.

- - لم يجب أغلبية المبحوثين على أن استخدام الانترنت يساهم في تثبيت قيمة التنشئة الاجتماعية بنسبة 91,8%، نسبة 91,3% لكل من قيمة الصدق و عدم الثقة بوجود العدل و المسؤولية.

ونخلص إلى أن متغير الدخل الشهري لا يؤثر في تأثير وسيلة الانترنت على الشباب، ومنه مساهمتها في تثبيت بعض القيم لديهم.

جدول رقم 116 : يبين مساهمة الانترنت في تغيير قيم أفراد العينة حسب الجنس

مساهمة الانترنت في تغيير القيم	ذكر		انثى		المجموع		
	ت	%	ت	%	ت	%	
التوتر و القلق	موافق بشدة	41	8.5	44	9.1	485	100
	موافق	71	14.6	103	21.2		
	محايد	51	10.5	48	9.9		
	غير موافق	28	5.8	19	3.9		
	غير موافق بشدة	16	3.3	14	2.9		
عدم الاجابة	50		%10,3				
المحتويات وارتباط بالسلطة	موافق بشدة	13	2.7	8	1.6	485	100
	موافق	38	7.8	34	7		
	محايد	73	15.1	82	16.9		
	غير موافق	44	9.1	61	12.6		
	غير موافق بشدة	36	7.4	40	8.2		
عدم الاجابة	56		%11,5				
الانترنت و اوصار المحبة	موافق بشدة	27	5.6	29	6	485	100
	موافق	79	16.3	87	17.9		
	محايد	65	13.4	65	13.4		
	غير موافق	19	3.9	28	5.8		
	غير موافق بشدة	10	2.1	12	2.5		
عدم الاجابة	64		%13,2				
الانترنت و اللامساواة	موافق بشدة	40	8.2	19	3.9	485	100
	موافق	45	9.3	65	13.4		
	محايد	65	13.4	78	16.1		
	غير موافق	38	7.8	41	8.5		
	غير موافق بشدة	12	2.5	14	2.9		
عدم الاجابة	68		14				
تخطي الاساءة	موافق بشدة	29	6	23	4.7	485	100
	موافق	56	11.5	79	16.3		
	محايد	78	16.1	72	14.8		
	غير موافق	23	4.7	28	5.8		
	غير موافق بشدة	14	2.9	11	2.3		
عدم الاجابة	72		14,8				
عدم احترامك للشخصيات	موافق بشدة	50	10.3	32	6.6	485	100
	موافق	66	13.6	72	14.8		
	محايد	39	8	42	8.7		
	غير موافق	31	6.4	50	10.3		
	غير موافق بشدة	12	2.5	21	4.3		
عدم الاجابة	70		%14,4				

المصدر: اعداد الباحثة

جدول رقم 117: يبين مساهمة الانترنت في تغيير قيم المبحوثين حسب الجنس

	نكر		انثى		المجموع		
	ت	%	ت	%	ت	%	
الانترنت والتضامن	موافق بشدة	64	13.2	64	13.2	485	100
	موافق	60	12.4	93	19.2		
	محايد	49	10.1	41	8.5		
	غير موافق	16	3.3	14	2.9		
	غير موافق بشدة	11	2.3	4	0.8		
عدم الاجابة	69		14,2				
الغاية تبرر الوسيلة	موافق بشدة	47	9.7	58	12	485	100
	موافق	56	11.5	75	15.5		
	محايد	49	10.1	33	6.8		
	غير موافق	23	4.7	32	6.6		
	غير موافق بشدة	20	4.1	16	3.3		
عدم الاجابة	76		%15,7				
الادمان على الانترنت	موافق بشدة	66	13.6	53	10.9	485	100
	موافق	38	7.8	54	11.1		
	محايد	48	9.9	36	7.4		
	غير موافق	37	7.6	45	9.3		
	غير موافق بشدة	8	1.6	26	5.4		
عدم الاجابة	74		%15,3				
الانترنت وعدم احترام الاخرين	موافق بشدة	18	3.7	11	2.3	485	100
	موافق	38	7.8	20	4.1		
	محايد	66	13.6	65	13.4		
	غير موافق	38	7.8	63	13		
	غير موافق بشدة	37	7.6	58	12		
عدم الاجابة	71		14,6				
الانترنت على الحوار مع الاخرين	موافق بشدة	33	6.8	35	7.2	485	100
	موافق	54	11.1	77	15.9		
	محايد	49	10.1	39	8		
	غير موافق	39	8	48	9.9		
	غير موافق بشدة	25	5.2	19	3.9		
عدم الاجابة	67		%13,8				
الانترنت وزرع عادات وتقاليد دخيلة	موافق بشدة	57	11.8	53	10.9	485	100
	موافق	52	10.7	75	15.5		
	محايد	51	10.5	28	5.8		
	غير موافق	19	3.9	40	8.2		
	غير موافق بشدة	21	4.3	23	4.7		
عدم الاجابة	66		%13,6				

المصدر: اعداد الباحثة

يبين كل من الجدول رقم (116) و (117) أن استخدام الانترنت يساهم في تغير قيم المبحوثين بقيم جديدة، و نذكر:

- وافق المبحوثين و بشدة على أن استخدام الانترنت يساهم في تغيير قيمهم بقيم اخرى، كقيمة الادمان و زرع عادات و تقاليد دخيلة بنسبة 13,6% و 11,8% للمبحوثين الاناث، و 10,9% للمبحوثين الذكور.

- موافقة المبحوثين على أن استخدام الانترنت يساهم في تغيير قيمهم، فنسبة 21,2% لقيمة التوتر و القلق للمبحوثين الاناث، تقابلها 14,6% للمبحوثين الذكور، و 19,2% لقيمة التضامن لدى الاناث، مقابل 12,4% لدى الذكور، و 17,9% لقيمة أواصر المحبة بالنسبة للمبحوثين الاناث، أما نسبة 16,3% للذكور، أما قيمة الحوار مع الاخرين بـ 15,9% للإناث، مقابل نسبة 11,1% للذكور، و قيمة الغاية تبرر الوسيلة فبلغت نسبتها 15,5% للمبحوثين الاناث، تقابلها نسبة 11,5% للذكور، أما قيمة زرع عادات و تقاليد دخيلة فبلغت 15,5% للإناث، مقابل نسبة 10,7% للذكور، و نسبة 14,8% لقيمة عدم احترام الشخصيات لدى الاناث، مقابل الذكور بنسبة 13,6%.

- أجاب المبحوثين بالمحايدة على أن استخدام الانترنت يساهم في تغيير قيمة ارتباط بالسلطة بنسبة 16,9% للإناث، تقابلها نسبة 15,1% للذكور، أما قيمة اللامساواة بنسبة 16,1% للمبحوثين الاناث، و نسبة 13,4% للمبحوثين الذكور، أما قيمة تخطي الاساءة بنسبة 14,8% للإناث، تقابلها نسبة 16,1% للذكور، أما قيمة عدم احترام الاخرين بنسبة 13,4% للمبحوثين الاناث، و نسبة 13,6% للمبحوثين الذكور،

ونخلص إلى أن متغير الجنس له علاقة بتأثير وسيلة الانترنت على الشباب، و التي تقوم بتغيير قيمهم بقيم أخرى، و هذا يمكن ارجاعه إلى تأثرهم ببعض منتجات شبكة الانترنت نظرا لتواجدهم عليها في اغلب الاوقات.



جدول رقم 118: يبين مساهمة الانترنت في تغيير قيم أفراد العينة حسب متغير العمر

مساهمة الانترنت في تغيير القيم	من 16 إلى 19		من 20 إلى 23		من 24 إلى 26		من 27 إلى 29		المجموع		
	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	
التوتر والقلق	موافق بشدة	35	7.2	28	5.8	18	3.7	4	0.8	485	100
	موافق	76	15.7	57	11.8	31	6.4	9	1.9		
	محايد	33	6.8	47	9.7	13	2.7	5	1		
	غير موافق	14	2.9	21	4.3	6	1.2	5	1		
	غير موافق بشدة	14	2.9	13	2.7	0	0	2	0.4		
عدم الاجابة	54				%11,1						
المحتويات وارتباط بالسلطة	موافق بشدة	10	2.1	5	1	6	1.2	0	0	485	100
	موافق	36	7.4	21	4.3	10	2.1	4	0.8		
	محايد	59	12.2	64	13.2	26	5.4	5	1		
	غير موافق	36	7.4	42	8.7	17	3.5	8	1.6		
	غير موافق بشدة	30	6.2	31	6.4	8	1.6	7	1.4		
عدم الاجابة	60				12,4						
الانترنت واوصار المحبة	موافق بشدة	29	6	18	3.7	5	1	4	0.8	485	100
	موافق	70	14.4	57	11.8	25	5.2	13	2.7		
	محايد	39	8	59	12.2	25	5.2	5	1		
	غير موافق	12	2.5	23	4.7	9	1.9	3	0.6		
	غير موافق بشدة	15	3.1	4	0.8	3	0.6	0	0		
عدم الاجابة	67				%13,8						
اخبار الجرائم و اللامساواة	موافق بشدة	20	4.1	20	4.1	11	2.3	7	1.4	485	100
	موافق	50	10.3	39	8	15	3.1	4	0.7		
	محايد	56	11.5	55	11.3	25	5.2	6	1.2		
	غير موافق	25	5.2	35	7.2	14	2.9	5	1		
	غير موافق بشدة	10	2.1	14	2.9	0	0	2	0.4		
عدم الاجابة	72				%14,8						
تخطي الاساءة	موافق بشدة	27	5.6	14	2.9	5	1	6	1.2	485	100
	موافق	55	11.3	53	10.9	22	4.5	4	0.8		
	محايد	51	10.5	63	13	27	5.6	8	1.6		
	غير موافق	17	3.5	23	4.7	5	1	5	1		
	غير موافق بشدة	10	2.1	8	1.6	4	0.8	2	0.4		
عدم الاجابة	76				15,7						
عدم احترامك للشخصيات	موافق بشدة	37	7.6	25	5.2	9	1.9	11	2.3	485	100
	موافق	53	10.9	43	8.9	31	6.4	9	1.9		
	محايد	25	5.2	42	8.7	9	1.9	3	0.6		
	غير موافق	33	6.8	35	7.2	11	2.3	2	0.4		
	غير موافق بشدة	14	2.9	14	2.9	5	1	0	0		
عدم الاجابة	74				%15,3						

المصدر: اعداد الباحثة

جدول رقم 119 : يبين مساهمة الانترنت في تغيير قيم المبحوثين حسب متغير العمر

		من 16 إلى 19		من 20 إلى 23		من 24 إلى 26		من 27 إلى 29		المجموع	
		ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%
الانترنت والتضامن	موافق بشدة	56	11.5	44	9.1	19	3.9	8	1.6	485	100
	موافق	51	10.5	61	12.6	29	6	10	2.1		
	محايد	34	7	38	7.8	13	2.7	4	0.8		
	غير موافق	13	2.7	12	2.5	3	0.6	2	0.4		
	غير موافق بشدة	6	1.2	8	1.6	1	0.2	0	0		
عدم الاجابة		73				%15,1					
الغاية تبرر الوسيلة	موافق بشدة	50	10.3	38	7.8	9	1.9	7	1.4	485	100
	موافق	50	10.3	49	10.1	26	5.4	6	1.2		
	محايد	33	6.8	32	6.6	12	2.5	3	0.6		
	غير موافق	16	3.3	24	4.9	12	2.5	2	0.4		
	غير موافق بشدة	10	2.1	15	3.1	6	1.2	5	1		
عدم الاجابة		80				16,5%					
الادمان على الانترنت	موافق بشدة	46	9.5	49	10.1	18	3.7	5	1	485	100
	موافق	26	5.4	40	8.2	20	4.1	5	1		
	محايد	32	6.6	34	7	13	2.7	4	0.8		
	غير موافق	33	6.8	28	5.8	13	2.7	8	1.6		
	غير موافق بشدة	20	4.1	12	2.5	0	0	2	0.4		
عدم الاجابة		77				%15,9					
الانترنت وعدم احترام الآخرين	موافق بشدة	13	2.7	13	2.7	3	0.6	0	0	485	100
	موافق	24	4.9	18	3.7	10	2.1	5	1		
	محايد	46	9.5	50	10.3	22	4.5	11	2.3		
	غير موافق	33	6.8	41	8.5	19	3.9	7	1.4		
	غير موافق بشدة	45	9.3	39	8	9	1.9	2	0.4		
عدم الاجابة		75				%15,5					
الانترنت على الحوار مع الآخرين	موافق بشدة	35	7.2	22	4.5	7	1.4	4	0.8	485	100
	موافق	50	10.3	52	10.7	22	4.5	7	1.4		
	محايد	37	7.6	39	8	11	2.3	0	0		
	غير موافق	23	4.7	35	7.2	16	3.3	11	2.3		
	غير موافق بشدة	16	3.3	15	3.1	10	2.1	2	0.4		
عدم الاجابة		71				14,6					
الانترنت وزرع عادات وتقاليد دخيلة	موافق بشدة	41	8.5	43	8.9	20	4.1	6	1.2	485	100
	موافق	44	9.1	43	8.9	26	5.4	13	2.7		
	محايد	31	6.4	32	6.6	12	2.5	3	0.6		
	غير موافق	28	5.8	24	4.9	4	0.8	3	0.6		
	غير موافق بشدة	19	3.9	21	4.3	3	0.6	0	0		
عدم الاجابة		69				%14,2					

يوضح الجدولين رقم (118) و (119) أن استخدام الانترنت يساهم في تغيير قيم المبحوثين بقيم اخرى حسب متغير العمر، و نذكر:

- وافق المبحوثين و بشدة على أن استخدام الانترنت يساهم في تغيير قيمة التضامن بنسبة 11,5% للمبحوثين الذين تتراوح أعمارهم من 16 إلى 19 سنة، و قيمة الادمان على الانترنت بنسبة 10,1% للفئة العمرية (20-23)، و نسبة 9,5% للفئة العمرية التي تتراوح أعمارها من 16 إلى 19 سنة.

- موافقة المبحوثين على أن استخدام الانترنت يساهم في تغيير قيمهم التالية: 15,7% لقيمة التوتر و القلق لفئة (16-19)، تقابلها 11,8% للفئة العمرية (20-23)، في حين فئة (24-26) بلغت نسبتها 6,4%، تقابلها نسبة 1,9% للفئة العمرية (27-29)، أما نسبة 14,4% لقيمة أواصر المحبة للمبحوثين الذين تتراوح أعمارهم من 16 إلى 19، تقابلها 11,8% للمبحوثين الذين تتراوح أعمارهم من 20-23، و نسبة 12,6% لقيمة التضامن لدى المبحوثين الذين تتراوح أعمارهم من 20-23، مقابل 10,5% للفئة العمرية (16-19)، و 10,9% لقيمة عدم احترام الشخصيات بالنسبة للمبحوثين في الفئة (16-19)، أما نسبة 8,9% للفئة العمرية (20-23)، أما قيمة للحوار 10,7% لفئة (20-23)، مقابل نسبة 10,3% لفئة (16-19)، أما نسبة 10,1% لقيمة الغاية تبرر الوسيلة بالنسبة للمبحوثين في الفئة (20-23)، مقابل نسبة 10,3% للفئة العمرية (16-19)، أما قيمة زرع عادات و تقاليد دخيلة 9,1% لفئة (16-19)، مقابل نسبة 8,9% لفئة (20-23).

- أجاب المبحوثين بالمحايدة على أن استخدام الانترنت يساهم في تغيير قيمة ارتباط بالسلطة بنسبة 13,2% للمبحوثين الذين تتراوح أعمارهم من 20-23، تقابلها نسبة 12,2% لفئة العمرية (16-19)، في حين فئة (24-26) بلغت نسبتها 1,4%، تقابلها نسبة 1% للفئة العمرية (27-29)، و قيمة تخطي الاساءة و اللامساواة بنسبة 13% و 11,3% للمبحوثين الذين تتراوح أعمارهم من 20-23، تقابلها نسبة 10,5% و 11,5% لفئة العمرية (16-19)، أما قيمة عدم احترام الآخرين بنسبة 10,3% للمبحوثين الذين تتراوح أعمارهم من 20-23، تقابلها نسبة 9,5% لفئة العمرية (16-19).

ونخلص إلى أن متغير العمر يؤثر في تأثير وسيلة الانترنت على الشباب، ومنه مساهمتها في تثبيت بعض القيم لديهم، إلا أن الملاحظ أنه كلما زاد السن كلما قل تأثر الشباب بوسيلة الانترنت و بمنتجاتها المنشورة.

جدول رقم 120: يبين مساهمة الانترنت في تغيير قيم أفراد العينة حسب متغير المستوى التعليمي

مساهمة الانترنت في تغيير القيم	ابتدائي		متوسط		ثانوي		جامعي		دراسات عليا		المجموع		
	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	
الانترنت و القلق و التوتر	موافق بشدة	3	0.6	3	0.6	38	7.8	35	7.2	6	1.2	485	100
	موافق	0	0	2	0.4	84	17.3	78	16.1	10	2.1		
	محايد	0	0	1	0.2	39	8	54	11.1	3	0.6		
	غير موافق	0	0	0	0	14	2.9	28	5.8	5	1		
	غير موافق بشدة	0	0	0	0	14	2.9	14	2.9	0	0		
عدم الاجابة	54					11,1							
المحتويات وارتباط بالسلطة	موافق بشدة	1	0.2	0	0	14	2.9	6	1.2	0	0	485	100
	موافق	1	0.2	2	0.4	30	6.2	32	6.6	6	1.2		
	محايد	1	0.2	2	0.4	68	14	77	15.9	5	1		
	غير موافق	0	0	0	0	41	8.5	56	11.5	8	1.6		
	غير موافق بشدة	0	0	2	0.4	33	6.8	36	7.4	4	0.8		
عدم الاجابة	60					12,4							
الانترنت واوصار المحبة	موافق بشدة	1	0.2	1	0.2	33	6.8	18	3.7	3	0.6	485	100
	موافق	1	0.2	4	0.8	69	14.2	82	16.9	10	2.1		
	محايد	1	0.2	1	0.2	46	9.5	75	15.5	5	1		
	غير موافق	0	0	0	0	20	4.1	21	4.3	5	1		
	غير موافق بشدة	0	0	0	0	15	3.1	6	1.2	1	0.2		
عدم الاجابة	67					13,8							
اخبار الجرائم و اللامساواة	موافق بشدة	2	0.4	1	0.2	26	5.4	26	5.4	3	0.6	485	100
	موافق	0	0	0	0	49	10.1	51	10.5	8	1.6		
	محايد	0	0	2	0.4	64	13.2	67	13.8	9	1.9		
	غير موافق	1	0.1	1	0.2	30	6.2	45	9.3	2	0.4		
	غير موافق بشدة	0	0	2	0.4	12	2.5	11	2.3	1	0.2		
عدم الاجابة	72					14,8							
تخطي الاساءة	موافق بشدة	2	0.4	4	0.8	28	5.8	13	2.7	4	0.8	485	100
	موافق	0	0	2	0.4	62	12.8	62	12.8	9	1.9		
	محايد	1	0.2	0	0	59	12.2	85	17.5	5	1		
	غير موافق	0	0	0	0	22	4.5	23	4.7	4	0.4		
	غير موافق بشدة	0	0	0	0	11	2.3	12	2.5	1	0.2		
عدم الاجابة	76					15,7							
عدم احترامك للشخصيات	موافق بشدة	2	0.4	1	0.2	47	9.7	27	5.6	5	1	485	100
	موافق	0	0	3	0.6	57	11.8	63	13	13	2.7		
	محايد	0	0	2	0.4	30	6.2	46	9.5	2	0.4		
	غير موافق	1	0.2	0	0	34	7	42	8.7	4	0.8		
	غير موافق بشدة	0	0	0	0	13	2.7	19	3.9	0	0		
عدم الاجابة	74					%15,3							

المصدر: اعداد الباحثة

جدول رقم 121: يبين مساهمة الانترنت في تغيير قيم المبحوثين حسب متغير المستوى التعليمي

	ابتدائي		متوسط		ثانوي		جامعي		دراسات عليا		المجموع		
	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	
الانترنت والتضامن	موافق بشدة	2	0.4	2	0.4	62	12.8	55	11.3	5	1	485	100
	موافق	0	0	3	0.6	56	11.5	80	16.5	13	2.7		
	محايد	1	0.2	0	0	44	9.1	42	8.7	3	0.6		
	غير موافق	0	0	0	0	14	2.9	13	2.7	3	0.6		
	غير موافق بشدة	0	0	1	0.2	7	1.4	6	1.2	0	0		
عدم الاجابة	73					%15,1							
الغاية تبرر الوسيلة	موافق بشدة	2	0.4	3	0.6	51	10.5	44	9.1	4	0.8	485	100
	موافق	0	0	2	0.4	54	11.1	66	13.6	8	1.6		
	محايد	1	0.2	0	0	41	8.5	35	7.2	4	0.8		
	غير موافق	0	0	0	0	18	3.7	31	6.4	5	1		
	غير موافق بشدة	0	0	0	0	14	2.9	19	3.9	3	0.6		
عدم الاجابة	80					%16,5							
الادمان على الانترنت	موافق بشدة	2	0.4	2	0.4	51	10.5	58	12	6	1.2	485	100
	موافق	0	0	1	0.2	29	6	53	10.9	7	1.4		
	محايد	1	0.2	1	0.2	41	8.5	37	7.6	4	0.8		
	غير موافق	0	0	0	0	39	8	38	7.8	5	1		
	غير موافق بشدة	0	0	1	0.2	17	3.9	14	2.9	1	0.2		
عدم الاجابة	77					%15,9							
عدم احترام الاخرين	موافق بشدة	1	0.2	0	0	18	3.7	9	1.9	1	0.2	485	100
	موافق	0	0	3	0.6	27	5.6	21	4.3	6	1.2		
	محايد	1	0.2	2	0.4	52	10.7	70	14.4	5	1		
	غير موافق	1	0.2	0	0	38	7.8	52	10.7	9	1.9		
	غير موافق بشدة	0	0	1	0.2	47	9.7	44	9.1	2	0.4		
عدم الاجابة	75					15,5							
تشجيع الحوار مع الاخرين	موافق بشدة	2	0.4	3	0.6	33	6.8	25	5.2	5	1	485	100
	موافق	0	0	0	0	59	12.2	65	13.4	6	1.2		
	محايد	0	0	0	0	40	8.2	48	9.9	0	0		
	غير موافق	1	0.2	1	0.2	30	6.2	46	9.5	8	1.6		
	غير موافق بشدة	0	0	1	0.2	20	4.1	16	3.3	5	1		
عدم الاجابة	71					%14,6							
الانترنت وزرع عادات وتقاليدها	موافق بشدة	2	0.4	1	0.2	44	9.1	58	12	5	1	485	100
	موافق	0	0	2	0.4	50	10.3	60	12.4	14	2.9		
	محايد	1	0.2	3	0.6	40	8.2	32	6.6	2	0.4		
	غير موافق	0	0	0	0	32	6.6	25	5.2	2	0.4		
	غير موافق بشدة	0	0	0	0	16	3.3	26	5.4	1	0.2		
عدم الاجابة	69					%14,2							

يوضح الجدولين رقم (120) و (121) أن استخدام الانترنت يساهم في تغيير قيم المبحوثين بقيم اخرى حسب متغير المستوى التعليمي، و نذكر:

- وافق المبحوثين و بشدة على أن استخدام الانترنت يساهم في تغيير قيم الادمان بنسبة 12% للمبحوثين الذين لديهم مستوى تعليمي جامعي، تقابلها نسبة 10,5% للمبحوثين لديهم مستوى تعليمي ثانوي، و نسبة 0,4% للمبحوثين في الدراسات العليا و مبحوثين المستوى الابتدائي.

- موافقة المبحوثين على أن استخدام الانترنت يساهم في تغيير قيمهم التالية: 17,3% لقيمة التوتر و القلق للمبحوثين الثانويين، تقابلها نسبة 16,1% للمبحوثين الجامعيين، أما قيمة أوامر المحبة للمبحوثين الذين يتمتعون بمستوى جامعي بنسبة 16,9%، تقابلها 14,2% للمبحوثين الثانويين، و 16,5% لقيمة التضامن بالنسبة للمبحوثين الجامعيين، أما نسبة 11,5% للمستجوبين الثانويين، أما قيمة الغاية تبرر الوسيلة و قيمة الحوار للمبحوثين الجامعيين، و نسبة 11,1% و 13,2% للمبحوثين الثانويين، أما قيمة عدم احترام الشخصيات و زرع عادات وتقاليد دخيلة بنسبة 13% و 12,4% للمبحوثين الجامعيين، تقابلها نسبة 11,8% و 10,3% للمبحوثين ذو المستوى التعليمي الثانوي.

- أجاب المبحوثين بالمحايدة على أن استخدام الانترنت يساهم في تغيير قيمة تخطي الاساءة و قيمة ارتباط بالسلطة بنسبة 17,5% و 15,9% للمبحوثين لديهم مستوى تعليمي جامعي، تقابلها نسبة 12,2% و 14% للمبحوثين الذين لديهم مستوى تعليمي ثانوي، أما قيمة عدم احترام الاخرين و قيمة اللامساواة بنسبة 14,4% و 13,8% للمبحوثين لديهم مستوى تعليمي جامعي، تقابلها نسبة 10,7% و 13,2% للمبحوثين الذين لديهم مستوى تعليمي ثانوي.

ونخلص إلى أن متغير المستوى التعليمي لا يؤثر في تأثير وسيلة الانترنت على الشباب، ومنه مساهمتها في تغيير بعض القيم لديهم، إلا أن الملاحظ أنه كلما زاد المستوى التعليمي كلما زاد تأثير الشباب بوسيلة الانترنت و بمنتجاتها المنشورة، إلا طلبة الشباب الذين يكملون دراستهم العليا.

جدول رقم 122 : يبين مساهمة الانترنت في تغيير قيم المبحوثين حسب مكان الإقامة

مساهمة الانترنت في تغيير القيم	حضري		ريفي		المجموع		
	ت	%	ت	%	ت	%	
التوتر والقلق	موافق بشدة	62	12.8	13	2.7	485	100
	موافق	143	29.5	19	3.9		
	محايد	87	17.9	5	1		
	غير موافق	36	7.4	4	0.8		
	غير موافق بشدة	24	4.9	2	0.4		
عدم الاجابة	90		18,6				
المحتويات وارتباط بالسلطة	موافق بشدة	18	3.7	1	0.2	485	100
	موافق	51	10.5	8	1.6		
	محايد	129	26.6	14	2.9		
	غير موافق	88	18.2	13	2.7		
	غير موافق بشدة	62	12.8	7	1.4		
عدم الاجابة	94		%19,4				
الانترنت واوصر المحبة	موافق بشدة	44	9.1	5	1	485	100
	موافق	137	28.3	21	4.3		
	محايد	108	22.3	11	2.3		
	غير موافق	40	8.2	2	0.4		
	غير موافق بشدة	14	2.9	3	0.6		
عدم الاجابة	100		%20,6				
اخبار الجرائم واللامساواة	موافق بشدة	47	9.7	7	1.4	485	100
	موافق	90	18.6	10	2.1		
	محايد	114	23.5	16	3.3		
	غير موافق	71	14.6	5	1		
	غير موافق بشدة	18	3.7	5	1		
عدم الاجابة	102		21				
تخطي الاساءة	موافق بشدة	37	7.6	5	1	485	100
	موافق	115	23.7	10	2.1		
	محايد	121	24.9	20	4.1		
	غير موافق	42	8.7	4	0.8		
	غير موافق بشدة	21	4.3	2	0.4		
عدم الاجابة	108		22,3				
عدم احترامك للشخصيات	موافق بشدة	61	12.6	7	1.4	485	100
	موافق	113	23.3	14	2.9		
	محايد	71	14.6	3	0.6		
	غير موافق	67	13.8	11	2.3		
	غير موافق بشدة	25	5.2	6	1.2		
عدم الاجابة	107		%22,1				

المصدر: اعداد الباحثة

جدول رقم 123: يبين مساهمة الانترنت في تغيير قيم أفراد العينة حسب مكان الإقامة

	حضري		ريفي		المجموع		
	ت	%	ت	%	ت	%	
الانترنت والتضامن	موافق بشدة	105	21.6	9	1.9	485	100
	موافق	127	26.2	17	3.5		
	محايد	72	14.8	10	2.1		
	غير موافق	21	4.3	6	1.2		
	غير موافق بشدة	12	2.5	1	0.2		
عدم الاجابة	105		21,6				
الغاية تبرر الوسيلة	موافق بشدة	82	16.9	9	1.9	485	100
	موافق	109	22.5	16	3.3		
	محايد	69	14.2	7	1.4		
	غير موافق	42	8.7	6	1.2		
	غير موافق بشدة	29	6	5	1		
عدم الاجابة	111		%22,9				
الادمان على الانترنت	موافق بشدة	95	19.6	11	2.3	485	100
	موافق	76	15.7	11	2.3		
	محايد	72	14.8	8	1.6		
	غير موافق	66	13.6	8	1.6		
	غير موافق بشدة	26	5.4	4	0.8		
عدم الاجابة	108		%22,3				
الانترنت وعدم احترام الاخرين	موافق بشدة	22	4.5	5	1	485	100
	موافق	49	10.1	3	0.6		
	محايد	104	21.4	15	3.1		
	غير موافق	85	17.5	11	2.3		
	غير موافق بشدة	77	15.9	8	1.6		
عدم الاجابة	106		%21,9				
الانترنت على الحوار مع الاخرين	موافق بشدة	53	10.9	7	1.4	485	100
	موافق	109	22.5	15	3.1		
	محايد	73	15.1	8	1.6		
	غير موافق	73	15.1	9	1.9		
	غير موافق بشدة	32	6.6	4	0.8		
عدم الاجابة	102		21				
الانترنت وزرع عادات وتقاليدها دخيلة	موافق بشدة	89	18.4	9	1.9	485	100
	موافق	108	22.3	12	2.5		
	محايد	61	12.6	9	1.9		
	غير موافق	54	11.1	4	0.8		
	غير موافق بشدة	29	6	9	1.9		
عدم الاجابة	101		%20,8				

المصدر: اعداد الباحثة



يوضح الجدولين رقم (122) و (123) أن استخدام الانترنت يساهم في تغيير قيم المبحوثين بقيم اخرى حسب متغير الإقامة، و نذكر:

- وافق المبحوثين و بشدة على أن استخدام الانترنت يساهم في تثبيت قيمة الادمان على الانترنت بنسبة 19,6% للمبحوثين الذين يقطنون في الأماكن الحضرية، تقابلها نسبة 2,3% للمبحوثين في الريف.

- موافقة المبحوثين على أن استخدام الانترنت يساهم في تثبيت قيمهم التالية: قيمة التوتر و القلق بنسبة 29,5% للمبحوثين الذين يقطنون في الاماكن الحضرية، تقابلها 3,9% للمبحوثين في الريف، و نسبة 28,3% لقيمة أواصر المحبة لدى المبحوثين الذين يقطنون في الاماكن الحضرية، مقابل 4,3% للمبحوثين الذين يقطنون في الاماكن الريفية، أما قيمة التضامن بالنسبة للمبحوثين الذين يقطنون في الاماكن الحضرية بنسبة 23,3%، أما نسبة 2,9% للمبحوثين الذين يقطنون في الاماكن الريفية، و قيمة الغاية تبرر الوسيلة للمبحوثين الذين يقطنون في الاماكن الحضرية بلغت 22,5%، تقابلها 3,3% للمبحوثين الذين يقطنون في الاماكن الريفية، في حين قيمة الحوار للمبحوثين الذين يقطنون في الاماكن الحضرية، بلغت نسبتهم 22,5%، تقابلها نسبة 3,1% للمبحوثين الذين يقطنون في الاماكن الريفية، أما قيمة زرع عادات و تقاليد دخيلة للمبحوثين الذين يقطنون في الاماكن الحضرية، بلغت نسبتهم 22,3%، تقابلها نسبة 2,5% للمبحوثين الذين يقطنون في الاماكن الريفية.

- أجاب المبحوثين بالمحايدة على أن استخدام الانترنت يساهم في تغيير قيمة ارتباط بالسلطة و قيمة تخطي الاساءة بنسبة 26,6% و 24,9% للمبحوثين الذين يقطنون في الاماكن الحضرية، تقابلها نسبة 2,9% و 4,1% للمبحوثين الذين يقطنون في الاماكن الريفية، أما اللامساواة و قيمة عدم احترام الاخرين بنسبة 23,5% و 21,4% للمبحوثين الذين يقطنون في الاماكن الحضرية، تقابلها نسبة 3,3% و 3,1% للمبحوثين الذين يقطنون في الاماكن الريفية.

ونخلص إلى أن متغير الإقامة يؤثر في تأثير وسيلة الانترنت على الشباب، ومنه مساهمتها في تغيير بعض القيم لديهم، وهذا راجع إلى نقص أجهزة الاتصال بالإنترنت في المناطق الريفية، مما يجعل الافراد لا يستخدمونها بشكل دائم، نتيجة لتذمرهم من سوء الخدمة و نقص السرعة في تدفق الانترنت.

جدول رقم 124: يبين مساهمة الانترنت في تغير قيم المبحوثين حسب متغير المهنة

مساهمة الانترنت في تغير القيم	عامل		موظف		طالب		لا تعمل		المجموع		
	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	
التوتر و القلق	موافق بشدة	9	1.9	5	1	40	8.2	30	6.2	485	100
	موافق	13	2.7	7	1.4	87	17.9	66	13.6		
	محايد	4	0.8	3	0.6	62	12.8	27	5.6		
	غير موافق	1	0.2	3	0.6	29	6	14	2.9		
	غير موافق بشدة	3	0.6	0	0	15	3.1	10	2.1		
عدم الاجابة	57				%11,8						
المحتويات وارتباط بالسلطة	موافق بشدة	4	0.8	0	0	6	1.2	11	2.3	485	100
	موافق	7	1.4	4	0.8	35	7.2	24	4.9		
	محايد	9	1.9	6	1.2	86	17.7	51	10.5		
	غير موافق	9	1.9	4	0.8	58	12	34	7		
	غير موافق بشدة	1	0.2	4	0.8	44	9.1	25	5.2		
عدم الاجابة	63				%13						
الانترنت واوصار المحبة	موافق بشدة	6	1.2	1	0.2	23	4.7	24	4.9	485	100
	موافق	15	3.1	6	1.2	88	18.2	57	11.8		
	محايد	7	1.4	7	1.4	77	15.9	37	7.6		
	غير موافق	1	0.2	3	0.6	27	5.6	15	3.1		
	غير موافق بشدة	1	0.2	1	0.2	12	2.5	8	1.6		
عدم الاجابة	69				14,2						
اخبار الجرائم واللامساواة	موافق بشدة	5	1	4	0.8	26	5.4	22	4.5	485	100
	موافق	10	2.3	3	0.6	55	11.3	40	8.2		
	محايد	8	1.6	5	1	80	16.5	49	10.1		
	غير موافق	4	0.8	4	0.8	50	10.3	20	4.1		
	غير موافق بشدة	2	0.4	2	0.4	13	2.7	9	1.9		
عدم الاجابة	74				%15,3						
تخطي الاساءة	موافق بشدة	9	1.9	4	0.8	18	3.7	20	4.1	485	100
	موافق	6	1.2	4	0.8	72	14.8	52	10.7		
	محايد	6	1.2	5	1	92	19	47	9.7		
	غير موافق	5	1	2	0.4	25	5.2	16	3.3		
	غير موافق بشدة	2	0.4	2	0.4	14	2.9	6	1.2		
عدم الاجابة	78				%16,1						
عدم احترامك للشخصيات	موافق بشدة	7	1.4	3	0.6	30	6.2	41	8.5	485	100
	موافق	10	2.1	8	1.6	75	15.5	42	8.7		
	محايد	3	0.6	2	0.4	48	9.9	27	5.6		
	غير موافق	5	1	3	0.6	45	9.3	27	5.6		
	غير موافق بشدة	3	0.6	0	0	22	4.5	7	1.4		
عدم الاجابة	77				%15,9						

المصدر: اعداد الباحثة

جدول رقم 125 : يبين مساهمة الانترنت في تغير قيم أفراد العينة حسب متغير المهنة

	عامل		موظف		طالب		لا تعمل		المجموع		
	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	
الانترنت والتضامن	موافق بشدة	9	1,9	7	1,4	59	12,2	50	10,3	485	100
	موافق	13	2,7	5	1	92	19	41	8,5		
	محايد	4	0,8	3	0,6	51	10,5	31	6,4		
	غير موافق	0	0	1	0,2	15	3,1	14	2,9		
	غير موافق بشدة	2	0,4	1	0,2	5	1	6	1,2		
عدم الاجابة	76				%15,7						
الغاية تبرر الوسيلة	موافق بشدة	9	1,9	7	1,4	45	9,3	41	8,5	485	100
	موافق	6	1,2	4	0,8	75	15,5	44	9,1		
	محايد	3	0,6	1	0,2	45	9,3	32	6,6		
	غير موافق	6	1,2	3	0,6	34	7	12	2,5		
	غير موافق بشدة	4	0,8	1	0,2	20	4,1	10	2,1		
عدم الاجابة	83				%17,1						
الادمان على الانترنت	موافق بشدة	7	1,4	7	1,4	65	13,4	38	7,8	485	100
	موافق	8	1,6	5	1	53	10,9	24	4,9		
	محايد	6	1,2	0	0	46	9,5	32	6,6		
	غير موافق	6	1,2	3	0,6	42	8,7	31	6,4		
	غير موافق بشدة	2	0,4	1	0,2	14	2,9	15	3,1		
عدم الاجابة	80				16,5						
الانترنت وعدم احترام الاخرين	موافق بشدة	3	0,6	2	0,4	10	2,1	13	2,7	485	100
	موافق	4	0,8	6	1,2	25	5,2	21	4,3		
	محايد	9	1,9	5	1	76	15,7	40	8,2		
	غير موافق	8	1,6	2	0,4	60	12,4	31	6,4		
	غير موافق بشدة	5	1	2	0,4	49	10,1	36	7,4		
عدم الاجابة	78				%16,1						
الانترنت على الحوار مع الاخرين	موافق بشدة	6	1,2	3	0,6	33	6,8	24	4,9	485	100
	موافق	7	1,4	6	1,2	72	14,8	45	9,3		
	محايد	6	1,2	2	0,4	53	10,9	27	5,6		
	غير موافق	6	1,2	5	1	44	9,1	31	6,4		
	غير موافق بشدة	4	0,8	1	0,2	22	4,5	14	2,9		
عدم الاجابة	74				%15,3						
الانترنت وزرع عادات وتقاليده دخیلة	موافق بشدة	9	1,9	7	1,4	58	12	34	7	485	100
	موافق	11	2,3	5	1	71	14,6	39	8		
	محايد	3	0,6	3	0,6	41	8,5	30	6,2		
	غير موافق	5	1	2	0,4	28	5,8	24	4,9		
	غير موافق بشدة	1	0,2	0	0	27	5,6	15	3,1		
عدم الاجابة	72				%14,8						

المصدر: اعداد الباحثة

يبين الجدولين رقم (124) و (125) أن استخدام الانترنت يساهم في تغيير قيم المبحوثين بقيم اخرى حسب متغير المهنة، و نذكر:

- وافق المبحوثين و بشدة على أن استخدام الانترنت يساهم في تغيير قيمة الادمان بنسبة 13,4% للمبحوثين الطلاب، تقابلها نسبة 7,8% للمبحوثين غير العاملين، و نسبة 1,4% لكلا من المبحوثين الموظفين و العاملين.

- موافقة المبحوثين على أن استخدام الانترنت يساهم في تغيير قيمهم التالية: 19% لقيمة التضامن بالنسبة للمبحوثين الطلاب، أما نسبة 9,5% للمبحوثين غير العاملين، أما 18,2% لقيمة أواصر المحبة للمبحوثين الطلاب، تقابلها 11,8% للمبحوثين الذين لا يعملون، أما نسبة 17,9% لقيمة التوتر و القلق لدى المبحوثين الطلبة، مقابل 13,6% للفئة غير العاملة، في حين فئة العاملة بلغت نسبتها 2,7%، تقابلها نسبة 1,4% للفئة الموظفة، و قيمة الغاية تبرر الوسيلة بنسبة 15,5% للمبحوثين الطلبة، تقابلها 9,1% للفئة التي لا تعمل، أما 15,5% لقيمة عدم احترام الشخصيات للمبحوثين الطلبة، مقابل نسبة 8,7% لفئة غير العاملة، في حين قيمتا الحوار و زرع عادات و تقاليد دخيلة لفئة الطلاب بلغت نسبتهما 14,8% و 14,6%، تقابلها نسبة 9,3% و 8% للفئة غير العاملة.

- أجاب المبحوثين بالمحايدة على أن استخدام الانترنت يساهم في تغيير قيمة تخطي الاساءة و قيمة ارتباط بالسلطة بنسبة 19% و 17,7% للمبحوثين الطلبة، تقابلها نسبة 9,7% و 10,5% لفئة غير العاملة، في حين قدرت نسبة الفئة العاملة بـ 1,9%، و نسبة 1,2% لفئة الموظفة لقيمة ارتباط بالسلطة، أما قيمتا اللامساواة و عدم احترام الآخرين بلغت نسبتهما 16,5% و 15,7% للمبحوثين الطلبة، تقابلها نسبة 10,1% و 8,2% لفئة غير العاملة.

ونخلص إلى أن متغير المهنة لا يؤثر في تأثير وسيلة الانترنت على الشباب، ومنه مساهمتها في تغيير بعض قيم الشباب.

جدول رقم 126: يبين مساهمة الانترنت في تغير قيم المبحوثين حسب الحالة المدنية

مساهمة الانترنت في تغير القيم	أعزب		متزوج		مطلق		أرمل		المجموع		
	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	
التوتر و القلق	موافق بشدة	68	14	10	2.1	1	0.2	3	0.6	485	100
	موافق	152	31.3	15	3.1	3	0.6	0	0		
	محايد	92	19	3	0.6	0	0	1	0.2		
	غير موافق	42	8.7	3	0.6	0	0	0	0		
	غير موافق بشدة	24	4.9	2	0.4	0	0	0	0		
عدم الاجابة	66				13,6						
المحتويات وارتباط بالسلطة	موافق بشدة	19	3.9	2	0.4	0	0	0	0	485	100
	موافق	57	11.8	8	1.6	1	0.2	2	0.4		
	محايد	133	27.4	10	2.1	2	0.4	2	0.4		
	غير موافق	94	19.4	10	2.1	0	0	0	0		
	غير موافق بشدة	69	14.2	3	0.6	1	0.2	0	0		
عدم الاجابة	72				%14,8						
الانترنت و اوصار المحبة	موافق بشدة	48	9.9	3	0.6	1	0.2	1	0.2	485	100
	موافق	147	30.3	13	2.7	2	0.4	1	0.2		
	محايد	117	24.1	8	1.6	0	0	1	0.2		
	غير موافق	37	7.6	5	1	1	0.2	1	0.2		
	غير موافق بشدة	20	4.1	2	0.4	0	0	0	0		
عدم الاجابة	77				%15,9						
اخبار الجرائم و اللامساواة	موافق بشدة	53	10.9	4	0.8	0	0	0	0	485	100
	موافق	97	20	9	1.9	1	0.2	0	0		
	محايد	124	25.6	10	2.1	2	0.4	2	0.4		
	غير موافق	66	13.6	7	1.4	1	0.2	2	0.4		
	غير موافق بشدة	23	4.7	2	0.4	0	0	0	0		
عدم الاجابة	82				16,9						
تخطي الاساءة	موافق بشدة	42	8.7	4	0.8	1	0.2	0	0	485	100
	موافق	119	24.5	9	1.9	3	0.6	0	0		
	محايد	133	27.4	15	3.1	0	0	1	0.2		
	غير موافق	44	9.1	3	0.6	0	0	1	0.2		
	غير موافق بشدة	21	4.3	1	0.2	0	0	1	0.2		
عدم الاجابة	87				%17,9						
عدم احترامك للشخصيات	موافق بشدة	74	15.3	5	1	1	0.2	0	0	485	100
	موافق	121	25	10	2.1	2	0.4	0	0		
	محايد	70	14.4	6	1.2	0	0	1	0.2		
	غير موافق	68	14	7	1.4	1	0.2	2	0.4		
	غير موافق بشدة	27	5.6	4	0.8	0	0	0	0		
عدم الاجابة	86				%17,7						

المصدر: اعداد الباحثة

جدول رقم 127: يبين مساهمة الانترنت في تغير قيم أفراد العينة حسب الحالة المدنية

	أعزب		متزوج		مطلق		أرمل		المجموع		
	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	
الانترنت والتضامن	موافق بشدة	115	23.7	9	1.9	0	0	0	0	485	100
	موافق	135	27.8	8	1.6	3	0.6	0	0		
	محايد	76	15.7	8	1.6	0	0	3	0.6		
	غير موافق	25	5.2	3	0.6	0	0	1	0.2		
	غير موافق بشدة	10	2.1	3	0.6	1	0.2	0	0		
عدم الاجابة	85				17,5						
الغاية تبرر الوسيلة	موافق بشدة	91	18.8	7	1.4	1	0.2	0	0	485	100
	موافق	114	23.5	8	1.6	1	0.2	2	0.4		
	محايد	73	15.1	5	1	1	0.2	1	0.2		
	غير موافق	45	9.3	9	1.9	1	0.2	0	0		
	غير موافق بشدة	32	6.6	2	0.4	0	0	0	0		
عدم الاجابة	92				%19						
الادمان على الانترنت	موافق بشدة	107	22.1	8	1.6	1	0.2	1	0.2	485	100
	موافق	77	15.9	7	1.4	2	0.4	2	0.4		
	محايد	74	15.3	5	1	0	0	1	0.2		
	غير موافق	71	14.6	7	1.4	1	0.2	0	0		
	غير موافق بشدة	29	6	3	0.6	0	0	0	0		
عدم الاجابة	89				%18,4						
الانترنت وعدم احترام الاخرين	موافق بشدة	24	4.9	3	0.6	0	0	0	0	485	100
	موافق	48	9.9	4	0.8	1	0.2	2	0.4		
	محايد	115	23.7	12	2.5	1	0.2	0	0		
	غير موافق	88	18.2	9	1.9	1	0.2	1	0.2		
	غير موافق بشدة	84	17.3	4	0.8	1	0.2	0	0		
عدم الاجابة	87				%17,9						
الانترنت على الحوار مع الاخرين	موافق بشدة	60	12.4	6	1.2	0	0	0	0	485	100
	موافق	116	23.9	10	2.1	2	0.4	0	0		
	محايد	79	16.3	5	1	0	0	1	0.2		
	غير موافق	70	14.4	10	2.1	2	0.4	3	0.6		
	غير موافق بشدة	37	7.6	1	0.2	0	0	0	0		
عدم الاجابة	83				17,1						
الانترنت وزرع عادات وتقاليد دخيلة	موافق بشدة	98	20.2	9	1.9	0	0	0	0	485	100
	موافق	110	22.7	11	2.3	2	0.4	0	0		
	محايد	69	14.2	5	1	1	0.2	1	0.2		
	غير موافق	51	10.5	3	0.6	1	0.2	2	0.4		
	غير موافق بشدة	37	7.6	4	0.8	0	0	0	0		
عدم الاجابة	81				%16,7						

يوضح الجدولين رقم (126) و (127) أن استخدام الانترنت يساهم في تغيير قيم المبحوثين بقيم اخرى، حسب متغير الحالة المدنية، و نذكر:

- وافق المبحوثين و بشدة على أن استخدام الانترنت يساهم في تثبيت قيمة الادمان بنسبة 22,1% للمبحوثين العزاب، تقابلها نسبة 1,6% للفئة المبحوثين المتزوجين، أما المبحوثين المطلقين و الارامل فبنسبة 0,2%.

- موافقة المبحوثين على أن استخدام الانترنت يساهم في تغيير قيمهم التالية: 31,3% لقيمة التوتر و القلق للمبحوثين العزاب، تقابلها 3,1% للمبحوثين المتزوجين، في حين المبحوثين المطلقين بلغت نسبتهم 0,6%، تقابلها نسبة 0% للمبحوثين الارامل، و 30,3% قيمة أواصر المحبة بالنسبة للمبحوثين العزاب، أما نسبة 2,7% للمبحوثين المتزوجين، أما نسبة 27,8% لقيمة التضامن لدى المبحوثين العزاب، مقابل 1,6% للفئة المتزوجة، و قيمة عدم احترام الشخصيات و قيمة الحوار بنسبة 25% و 23,9% للفئة المبحوثين العزاب، مقابل نسبة 1,6% و 2,1% لفئة المبحوثين المتزوجين، أما قيمتا الغاية تبرر الوسيلة و زرع عادات و تقاليد دخيلة بنسبة 23,5% و 22,7% للفئة المبحوثين العزاب، مقابل نسبة 1,6% و 2,3% لفئة المبحوثين المتزوجين.

- أجاب المبحوثين بالمحايدة على أن استخدام الانترنت يساهم في تغيير قيمة تخطي الاساءة و ارتباط بالسلطة بنسبة 27,4% و 27,4% للمبحوثين العزاب، تقابلها نسبة 3,1% و 2,1% لفئة المبحوثين المتزوجين، أما قيمتا اللامساواة و عدم احترام الاخرين بلغت نسبتها 25,6% و 23,7% للمبحوثين العزاب، تقابلها نسبة 2,1% و 2,5% لفئة المبحوثين المتزوجين.

ونخلص إلى أن متغير الحالة المدنية يؤثر في تأثير وسيلة الانترنت على الشباب، ومنه مساهمتها في تغيير بعض القيم لديهم، إلا أن الملاحظ أنه كلما كان الشباب عزاب كلما زاد تأثرهم بوسيلة الانترنت و بمنتجاتها المنشورة.

جدول رقم 128 : يبين مساهمة الانترنت في تغير قيم المبحوثين حسب الدخل الشهري

مساهمة الانترنت في تغير القيم	أقل من 5000		أكثر من 5000 إلى 15000 دج		أكثر من 15000 إلى 20000 دج		من 20000 دج فأكثر		المجموع		
	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	
التوتر و القلق	موافق بشدة	2	0.4	3	0.6	3	0.6	7	1.4	485	100
	موافق	2	0.4	2	0.4	3	0.6	10	2.1		
	محايد	0	0	0	0	1	0.2	4	0.8		
	غير موافق	0	0	0	0	0	0	3	0.6		
	غير موافق بشدة	0	0	1	0.2	0	0	2	0.4		
عدم الاجابة	442				%91,1						
المحتويات وارتباط بالسلطة	موافق بشدة	0	0	1	0.2	1	0.2	3	0.6	485	100
	موافق	2	0.4	2	0.4	2	0.4	4	0.8		
	محايد	0	0	1	0.2	3	0.6	8	1.6		
	غير موافق	2	0.4	2	0.4	0	0	7	1.4		
	غير موافق بشدة	0	0	0	0	1	0.2	4	0.8		
عدم الاجابة	442				%91,1						
الانترنت و اوصار المحبة	موافق بشدة	0	0	0	0	2	0.4	5	1	485	100
	موافق	1	0.2	4	0.8	4	0.8	10	2.1		
	محايد	2	0.4	2	0.4	1	0.2	8	1.6		
	غير موافق	0	0	0	0	0	0	2	0.4		
	غير موافق بشدة	1	0.2	0	0	1	0.2	0	0		
عدم الاجابة	442				91,1						
اخبار الجرائم واللامساواة	موافق بشدة	1	0.2	2	0.4	2	0.4	6	1.2	485	100
	موافق	1	0.2	2	0.4	2	0.4	6	1.2		
	محايد	2	0.4	1	0.2	1	0.2	5	1		
	غير موافق	0	0	1	0.2	1	0.2	5	1		
	غير موافق بشدة	0	0	0	0	1	0.2	3	0.6		
عدم الاجابة	443				91,3						
تخطي الاساءة	موافق بشدة	1	0.2	3	0.6	1	0.2	9	1.9	485	100
	موافق	1	0.2	2	0.4	1	0.2	4	0.8		
	محايد	0	0	1	0.2	3	0.6	7	1.4		
	غير موافق	2	0.4	0	0	2	0.4	0	0		
	غير موافق بشدة	0	0	0	0	0	0	4	0.8		
عدم الاجابة	444				91,5						
عدم احترامك للشخصيات	موافق بشدة	1	0.2	1	0.2	2	0.4	7	1.4	485	100
	موافق	2	0.4	4	0.8	3	0.6	7	1.4		
	محايد	1	0.2	0	0	0	0	2	0.4		
	غير موافق	0	0	0	0	1	0.2	6	1.2		
	غير موافق بشدة	0	0	1	0.2	1	0.2	1	0.2		
عدم الاجابة	445				%91,8						

المصدر: اعداد الباحثة



جدول رقم 129: يبين مساهمة الانترنت في تغير قيم أفراد العينة حسب الدخل الشهري

	أقل من 5000		أكثر من 5000 إلى 15000		أكثر من 15000 إلى 20000		من 20000 دج فأكثر		ت	%
	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%		
	الاتترنت والتضامن	1	0.1	2	0.4	2	0.4	12		
موافق بشدة	2	0.4	3	0.6	2	0.4	8	1.6		
موافق	0	0	1	0.2	1	0.2	3	0.6		
محايد	1	0.1	0	0	1	0.2	1	0.2		
عدم الاجابة	445				%91,8					
الغاية تبرر الوسيلة	0	0	3	0.6	2	0.4	10	2.1	485	100
موافق بشدة	1	0.2	1	0.2	2	0.4	3	0.6		
موافق	0	0	1	0.2	0	0	3	0.6		
محايد	1	0.2	1	0.2	3	0.6	5	1		
غير موافق	2	0.4	0	0	0	0	3	0.6		
عدم الاجابة	444				%91,5					
الادمان على الانترنت	1	0.2	2	0.4	3	0.6	9	1.9	485	100
موافق بشدة	1	0.2	1	0.2	1	0.2	5	1		
موافق	2	0.4	3	0.6	0	0	2	0.4		
محايد	0	0	0	0	2	0.4	6	1.2		
غير موافق	0	0	0	0	0	0	3	0.6		
عدم الاجابة	444				91,5					
الانترنت وعدم احترام الاخرين	0	0	1	0.2	2	0.4	3	0.6	485	100
موافق بشدة	0	0	1	0.2	0	0	6	1.2		
موافق	2	0.4	2	0.4	3	0.6	6	1.2		
محايد	2	0.4	2	0.4	1	0.2	5	1		
غير موافق	0	0	0	0	1	0.2	5	1		
عدم الاجابة	443				%91,3					
الاتترنت على الحوار مع الاخرين	0	0	2	0.4	2	0.4	6	1.2	485	100
موافق بشدة	2	0.4	2	0.4	1	0.2	7	1.4		
موافق	0	0	0	0	2	0.4	5	1		
محايد	1	0.2	0	0	1	0.2	6	1.2		
غير موافق	1	0.2	2	0.4	1	0.2	1	0.2		
عدم الاجابة	443				%91,3					
الاتترنت وزرع عادات و تقاليد دخيلة	3	0.6	2	0.4	5	1	8	1.6	485	100
موافق بشدة	1	0.2	3	0.6	0	0	8	1.6		
موافق	0	0	1	0.2	0	0	5	1		
محايد	0	0	0	0	2	0.4	3	0.6		
غير موافق	0	0	0	0	0	0	1	0.2		
عدم الاجابة	443				%91,3					

يبين الجدولين رقم (128) و (129) أن استخدام الانترنت يساهم في تغيير قيم المبحوثين بقيم اخرى، حسب متغير الدخل الشهري، و نذكر:

- لم يجب أغلبية المبحوثين على أن استخدام الانترنت يساهم في تغيير قيمة عدم احترام الشخصيات بنسبة 91,8%، و نسبة 91,3% لقيمة اللامساواة، أما قيمة ارتباط بالسلطة و اواصر المحبة و قيمة التوتر و القلق بنسبة 91,1%.

- وافق المبحوثين و بشدة على أن استخدام الانترنت يساهم في تغيير قيمة التضامن بنسبة 2,5% للمبحوثين الذين يتقاضون أجر من 20000 دج فأكثر، تقابلها نسبة 0,4% للفئة التي تتقاضى دخل شهري من 15000 دج إلى 20000 دج، و من أكثر من 5000 دج إلى 15000 دج، و نسبة 0,1% للفئة التي تتقاضى أجر أقل من 5000 دج، أما قيمة الغاية تيرر الوسيلة بنسبة 2,1% للمبحوثين الذين يتقاضون أجر من 20000 دج فأكثر، تقابلها نسبة 0,4% للفئة التي تتقاضى دخل شهري من 15000 دج إلى 20000 دج، و قيمة الادمان بنسبة 1,9% للمبحوثين الذين يتقاضون أجر من 20000 دج فأكثر، تقابلها نسبة 0,6% للفئة التي تتقاضى دخل شهري من 15000 دج إلى 20000 دج، و قيمة زرع عادات وتقالييد دخيلة بنسبة 1,6% للمبحوثين الذين يتقاضون أجر من 20000 دج فأكثر، تقابلها نسبة 1% للفئة التي تتقاضى دخل شهري من 15000 دج إلى 20000 دج، أما قيمة اللامساواة بنسبة 1,2% للمبحوثين الذين يتقاضون أجر من 20000 دج فأكثر، تقابلها نسبة 0,4% للفئة التي تتقاضى دخل شهري من 15000 دج إلى 20000 دج.

- موافقة المبحوثين على أن استخدام الانترنت يساهم في تغيير قيمهم التالية: 2,9% لقيمة أواصر المحبة و التوتر و القلق بنسبة 2,1% للمبحوثين الذين يتقاضون أجر من 20000 دج فأكثر، تقابلها نسبة 0,8% و 0,6% للفئة التي تتقاضى دخل شهري من 15000 دج إلى 20000 دج، أما قيمتا عدم احترام الشخصيات و الحوار بنسبة 1,4% للمبحوثين الذين يتقاضون أجر من 20000 دج فأكثر، تقابلها نسبة 0,6% و 0,4% للفئة التي تتقاضى دخل شهري من 15000 دج إلى 20000 دج.

- أجاب المبحوثين بالمحايدة على أن استخدام الانترنت يساهم في تغيير قيمة تخطي الاساءة بنسبة 1,4% للمبحوثين الذين يتقاضون من 20000 دج فأكثر، تقابلها نسبة 0,6% للمبحوثين الذين يتقاضون من 15000 دج إلى 20000 دج، أما قيمتا عدم احترام الاخرين و ارتباط بالسلطة بنسبة 1,4% للمبحوثين الذين يتقاضون من 20000 دج فأكثر، تقابلها نسبة 0,6% للمبحوثين الذين يتقاضون من

15000 دج إلى 20000 دج، و نسبة 0,2% للمبحوثين الذين يتقاضون من 5000 دج إلى 15000 دج، تقابلها نسبة 0% للمبحوثين الذين يتقاضون أقل من 5000 دج.

ونخلص إلى أن متغير الدخل الشهري لا يؤثر في تأثير وسيلة الانترنت على الشباب، ومنه مساهمتها في تغيير بعض القيم لديهم.

## الاستنتاجات الأولية لنتائج القيم:

على ضوء تحليل النتائج الخاصة بالقيم يمكن تقديم الاستنتاجات الأولية في هذه النقاط:

- و افق أغلبية أفراد العينة على مساهمة الإنترنت من خلال محتوياتها المتنوعة في تثبيت القيم و ذلك بنسبة 36,9%، في حين بلغت نسبة موافقتهم بشدة 18,4%.

- وافق المبحوثين و بشدة على مساهمة الإنترنت في تثبيت قيمة العلم بنسبة 37,9%، و قيمة التنشئة الاجتماعية بنسبة 18,4%، و نسبة 17,3% لقيمة المسؤولية.

- أغلبية أفراد العينة يعتقدون أن مضامين المنشورة في الإنترنت تساهم في تثبيت قيمهم، بنسبة 36,9% لقيمة التنشئة الاجتماعية، ثم التفكير و النقد بنسبة 36,1%، مقابل قيمة المسؤولية بنسبة 33,6%، الصدق و قيمة العلم بنسبة 32,6%، ثم تليها قيمة العدل بنسبة 24,3%، الشك الديني بنسبة 23,5%، قيمة الصدق، و قيمة عدم الثقة بوجود العدل و قيمة الحب قبل الزواج.

- اتخذ المبحوثين موقف الحياد تجاه مساهمة الانترنت في تثبيت هذه القيم لدى الشباب: العدل، قيمة الحب قبل الزواج، و المسؤولية، التفكير والنقد، الشك الديني.

- لم يوافق المبحوثين على أن استخدام الانترنت يساهم في تثبيت قيمة الشك الديني و قيمة الحب قبل الزواج.

- يؤثر متغير العمر في مساهمة الانترنت على تثبيت قيم الشباب، حيث وافق المبحوثين و بشدة على أن استخدام الانترنت يساهم في تثبيت قيمة العلم بنسبة 16,5% للمبحوثين الذين تتراوح أعمارهم من 16 إلى 19 سنة، تقابلها نسبة 13,5% للفئة العمرية (20-23)، و نسبة 5,6% للفئة العمرية (24-26)، و فئة عمرية (27-29) بلغت نسبتها 2,1% .

- يؤثر متغير الإقامة في مساهمة الانترنت على تثبيت قيم الشباب، و ذلك بموافقة المبحوثين و بشدة على أن استخدام الانترنت يساهم في تثبيت قيمة العلم بنسبة 31,3% للمبحوثين الذين يقطنون في الأماكن الحضرية، تقابلها نسبة 3,7% للمبحوثين في الريف.

- لم يجب أغلبية المبحوثين على أن استخدام الانترنت يساهم في تثبيت قيمة التنشئة الاجتماعية بنسبة 91,8%، نسبة 91,3% لكل من قيمة الصدق و عدم الثقة بوجود العدل و المسؤولية.

- لا يؤثر متغير المهنة في مساهمة محتويات الانترنت في تثبيت قيم الشباب، حيث وافق المبحوثين و بشدة على أن استخدام الانترنت يساهم في تثبيت قيمة العلم بنسبة 18,8% للمبحوثين الطلاب، تقابلها نسبة 15,1% للمبحوثين غير العاملين، و نسبة 1,2% لكلا من المبحوثين الموظفين و العاملين.

- يؤثر متغير الحالة المدنية في مساهمة مضامين الانترنت على تثبيت قيم الشباب، و ذلك بموافقة المبحوثين و بشدة على أن استخدام الانترنت يساهم في تثبيت قيمة العلم بنسبة 35,1% للمبحوثين العزاب، أما قيمة التنشئة بنسبة 15,7% للمبحوثين العزاب، تقابلها نسبة 1,9% للفئة المبحوثين المتزوجين.

- أحيانا تساهم مضامين المنشورة في الإنترنت في تغيير قيم الشباب الجزائري بنسبة 55,3%.

- و افق أغلبية المستجوبين على مساهمة الإنترنت من خلال محتوياتها في تغيير القيم و ذلك بنسبة 35,9%، و موافقتهم بشدة بنسبة 17,5%، في حين بلغت نسبة المحايدة 24%.

- موافق المبحوثين و بشدة على مساهمة الإنترنت في تغيير قيم الشباب، و قدرت نسبة قيمة التضامن مع الاخرين 26,5%، و قيمة الإدمان نسبة 24,5%، و نسبة 22,7% لقيمة العادات والتقاليد، و 21,6% لقيمة الغاية تبرر الوسيلة.

- تغيير مضامين شبكة الإنترنت قيمة التوتر و القلق بنسبة 35,9%، ثم تدعيم أواصر المحبة بنسبة 34,2%، بعدها التضامن مع الاخرين بنسبة 31,5%، مقابل قيمة التقليل من احترام الشخصيات بنسبة 28,5%، تخطي الإساءة بنسبة 27,8%، ثم تليها قيمتا الغاية تبرر الوسيلة و الحوار بنسبة 27%، زرع عادات وتقاليد بنسبة 26,2%، و نسبة 22,7% لقيمة اللامساواة، و قيمة الادمان.

- اتخذ المبحوثين موقف الحياد تجاه مساهمة محتويات الإنترنت في تغيير كل ارتباط بالسلطة بنسبة 32%، تخطي الإساءة بنسبة 30,9%، و 29,5% اللامساواة، و نسبة 27% عدم احترام الاخرين، و نسبة 20,4% لتوتر و القلق، و قيمة عدم احترام الاخرين بلغت 16,9%.

- لم يوافق المبحوثين على مساهمة الإنترنت في تغيير قيمة ارتباط بالسلطة و عدم احترام الاخرين بنسبة و 21,6% و 20,6%.

- يؤثر متغير الجنس في مساهمة مضامين الانترنت على تغيير قيم الشباب، حيث بلغت نسبة 30,9% للمستجوبين الاناث، مقابل الذكور بـ 24,3%.

- يؤثر متغير العمر في مساهمة محتويات الانترنت في تغيير قيم الشباب، حيث وافق المبحوثين و بشدة على أن استخدام الانترنت يساهم في تغيير قيمة التضامن بنسبة 11,5% للمبحوثين الذين تتراوح أعمارهم من 16 إلى 19 سنة، و قيمة الادمان على الانترنت بنسبة 10,1% للفئة العمرية (20-23)، و نسبة 9,5% للفئة العمرية التي تتراوح أعمارهما من 16 إلى 19 سنة.

- لا يؤثر متغير المستوى التعليمي على مساهمة مضامين الانترنت في تغيير قيم الشباب، حيث بلغت نسبة 27,8% للمستجوبين الذين يتمتعون بمستوى تعليمي جامعي، مقابل المستجوبين الذين لديهم مستوى ثانوي بـ 22,7%، ثم تلتها اجابة المبحوثين ذو مستوى دراسات عليا بـ 2,9%.

- وافق المبحوثين و بشدة على أن استخدام الانترنت يساهم في تثبيت قيمة الادمان على الانترنت بنسبة 19,6% للمبحوثين الذين يقطنون في الأماكن الحضرية، تقابلها نسبة 2,3% للمبحوثين في الريف، ومنه تأثير متغير الإقامة في مساهمة مضامين الانترنت على تغيير قيم الشباب الجزائري.

- لا يؤثر متغير المهنة في مساهمة محتويات الانترنت في تغيير قيم الشباب الجزائري، و ذلك بموافقة المبحوثين و بشدة على أن استخدام الانترنت يساهم في تغيير قيمة الادمان بنسبة 13,4% للمبحوثين الطلاب، تقابلها نسبة 7,8% للمبحوثين غير العاملين، و نسبة 1,4% لكلا من المبحوثين الموظفين و العاملين.

- يؤثر متغير الحالة المدنية في تأثير محتويات الانترنت على تغيير قيم الشباب، حيث وافق المبحوثين و بشدة على أن استخدام الانترنت يساهم في تثبيت قيمة الادمان بنسبة 22,1% للمبحوثين العزاب، تقابلها نسبة 1,6% للفئة المبحوثين المتزوجين، أما المبحوثين المطلقين و الارامل فبنسبة 0,2%.

- إن متغير الدخل الشهري لا يؤثر في مساهمة محتويات شبكة الانترنت على تغيير قيم الشباب، حيث وافق المبحوثين و بشدة على أن استخدام الانترنت يساهم في تغيير قيمة التضامن بنسبة 2,5% للمبحوثين الذين يتقاضون أجر من 20000 دج فأكثر، تقابلها نسبة 0,4% للفئة التي تتقاضى دخل شهري من 15000 دج إلى 20000 دج، و أكثر من 5000 دج إلى 15000 دج، و نسبة 0,1% للفئة التي تتقاضى أجر أقل من 5000 دج.

- لم يجب أغلبية المبحوثين على أن استخدام الانترنت يساهم في تغيير قيمة عدم احترام الشخصيات بنسبة 91,8%، و نسبة 91,3% لقيمة اللامساواة، أما قيمة ارتباط بالسلطة و اواصر المحبة و قيمة التوتر و القلق بنسبة 91,1%.

الهوامش:

- (1) ماجد زكي الجلاّد، تعلم القيم وتعليمها: تصور نظري وتطبيقي لطرائق واستراتيجيات تدريس القيم، ط2، عمان، دار الميسرة للنشر والتوزيع، 2007، ص ص 40، 41، 42.
- (2) صبرى خالد عثمان، القيم التربوية فى شعر الأطفال، ط1، مصر، العلم والإيمان للنشر والتوزيع، 2008، ص 164.
- (3) رقية بوسنان، توالد وزحمة النظريات الإعلامية الغربية وأهمية التنسيق والتدافع المعرفى لتطوير "نظرية الحتمية القيمية الإعلامية"، الملتقى الدولي الثاني حول نظرية الحتمية القيمية في الإعلام، 2-3 ديسمبر 2013، جامعة عمار ثلجي بالأغواط.
- (4) ماجد زكي الجلاّد، المرجع السابق، ص ص 45، 46.
- (5) أحمد أحمد بكر قنيطة، الاثار السلبية لاستخدام الإنترنت من وجهة نظر طلبة الجامعة الإسلامية بغزة و دور التربية الإسلامية فى علاجها، مذكرة للحصول على شهادة الماجستير في أصول التربية، قسم أصول التربية، كلية التربية، الجامعة الإسلامية بغزة، 2011، ص 67.
- (6) ابراهيم بعزیز، تكنولوجيا الاتصال الحديثة وتأثيراتها الاجتماعية والثقافية، ط1، القاهرة، دار الكتاب الحديث، 2011، ص ص 77-78.
- (7) <http://www.ahewar.org/debat/show.art.asp?aid=164474.16-03-2015.08:50>.
- (8) السعيد بومعيزة، أثر وسائل الإعلام على القيم والسلوكيات: دراسة استطلاعية، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الإعلام و الاتصال، قسم علوم الاعلام و الاتصال، كلية العلوم السياسية والاعلام، جامعة الجزائر، 2005-2006، ص 293.
- (9) <http://manifest.univ-ouargla.dz/index.php/fr-FR/seminaires/archive/facult%C3%A9-des-sciences-sociales-et-sciences-humaines/57-%.04-01-2017.10:57>.
- (10) محمد شفيق، السلوك الإنساني، ط1، الإسكندرية، المكتب الجامعي الحديث، 1999، ص 79.
- (11) السعيد بومعيزة، المرجع السابق، ص 330.



# النتائج والاستنتاجات

توصلت دراسة "تأثير الانترنت على سلوكيات الشباب الجزائري و قيمه " إلى مجموعة من النتائج،  
تمثلت في:

### 1.3.3. النتائج العامة للاستخدام:

- يستخدم الشباب الجزائري الانترنت و يتصفح مضامينها أكثر من ساعتين يوميا.
- يستخدم الشباب الذين تتراوح أعمارهم من 16 إلى 19 سنة الانترنت أكثر من غيرهم.
- أغلبية الشباب الذي يقطنون في الأماكن الحضرية هم أكثر استخداما لشبكة الانترنت.
- يفضل الأفراد المستجوبون استخدام الانترنت أثناء تواجدهم في المنزل بدرجة أولى، ثم في الفضاءات العمومية و الفضاء الجامعي.
- يستخدم أفراد العينة الانترنت بمفردهم، و لا يفضلون استخدام الانترنت و تصفحها مع أفراد العائلة و الاصدقاء و الجيران.
- يفضل المبحوثين الارتباط بشبكة الانترنت بواسطة وسيلة الهاتف الذكي.
- يكتب أغلبية المبحوثين بالعربية بحروف فرنسية على صفحات الانترنت، في حين لديهم مشكل مع استعمال اللغات الاجنبية الاخرى مما جعلهم لا يستخدمون الانترنت باللغات الاخرى.
- يتصفح الشباب الجزائري الانترنت من أجل مواضيع التسلية في المرتبة الأولى، ثم المواضيع الثقافية و رياضية، مواضيع الدينية والعلمية، الفنية، الاجتماعية، الطرائف و الغرائب.
- كلما كان الدخل الشهري مرتفعا كلما كان التواجد على الشبكة الانترنت بساعات أطول و بشكل دائم.
- يستخدم المبحوثين شبكة الانترنت منذ أكثر من خمسة سنوات.
- إن أغلبية أفراد العينة يستخدمون الانترنت في أي وقت لتصفح مضامينها.
- يفضل الشباب الجزائري تصفح الانترنت لأغراض التواصل عبر مواقع التواصل الاجتماعي و تحميل الأغاني و البحث في محركات البحث.
- موقع التواصل الاجتماعي فيسبوك أكثر استخداما من قبل الشباب الجزائري من مواقع التشبيك الأخرى.
- إن أغلبية المبحوثين يفضلون مشاركة مضامين ترفيهية و أمور شخصية و مختلفة على صفحات الانترنت.
- يستخدم أفراد العينة هوية حقيقة عبر مواقع التواصل الاجتماعي و على شبكة الانترنت، كما يستخدم بعض الاخر هوية مستعارة.

- يستخدم المبحوثين أسماء وهمية و أسماء للاعبين رياضيين و فنانين، لتعكس هويتهم المستعارة على شبكة الانترنت، وسبب استخدامهم لها راجع لعدم معرفتهم و تجنب الوقوع في المشاكل.
- يفضل أفراد العينة الدردشة عبر موقع التواصل الاجتماعي مع الأصدقاء و الصديقات، وكذا الأقارب و أفراد العائلة.
- يكون الشباب الجزائري عبر شبكة الانترنت صداقات مع أشخاص أجنب من مختلف الدول و من كلا الجنسين.
- إن أغلبية المبحوثين يقومون بتحميل الفيديوهات من شبكة الإنترنت.
- يقوم المبحوثين بنشر مضامين فيديوهات ثقافية عبر موقع التواصل الاجتماعي يوتيوب.
- يقوم المبحوثين بتحميل فيديوهات ترفيهية عبر موقع التواصل الاجتماعي يوتيوب، ثم تحميل أفلام ومسلسلات بنسبة.
- الوقت اليومي الممضي لاستخدام الإنترنت من قبل الاناث و الذكور يكون أكثر من ساعتين.
- يستخدم المبحوثين من كلا الجنسين الانترنت في البيت بنسبة 49,3% للإناث، ثم تلتها نسبة الذكور بـ 42,5%، و نسب 15,5% و 15,3% تمثل اجابة الذكور و الاناث على أنهم يستغلون الفضاءات العمومية في الاتصال بالإنترنت.
- يستخدم الشباب الانترنت في أي وقت بنسبة 30,7% للإناث، مقابل تفضيل المبحوثين الذكور استخدامه ليلا.
- يفضل المبحوثين من كلا الجنسين استخدام الانترنت بمفردهم، ثم استخدامها مع أصدقائهم و جيرانهم بمرتبة أقل.
- يتصفح الاناث الانترنت من أجل اطلاع على مواضيع التسلية و الثقافة و الطبخ و العلمية والدينية و الفنية، مقابل المواضيع الرياضية و الترفيهية و الثقافية لذكور.
- يستخدم المبحوثين من كلا الجنسين الانترنت لغرض تصفح مواقع التواصل الاجتماعي و البحث في المحركات البحث و تحميل الأغاني و تصفح مواقع الالكترونية.
- كلما كانت أعمار الأفراد أكبر سنا، كلما قل اعتقادهم بأن الانترنت تساهم في تأثرهم بمحتوياتها.

### 2.3.3. النتائج العامة لسلوكيات:

- تؤثر مضامين الإنترنت أحيانا على سلوكيات الشباب الجزائري، و كيفية تأثيرها تكون على المستوى الفكري ثم العاطفي و تليها السلوك.
- وافق المبحوثين على أن محتويات الإنترنت تساعدهم على قيام بسلوكيات معينة.
- تساعد مضامين الإنترنت الشباب على قيامهم بالسلوكيات التالية:
  - القلق و التوتر، عدم الالتزام بالوقت، اللامبالاة، البحث عن الحبيب، الكذب، إهمال الفرائض الدينية، عدم الاهتمام بالعمل، الاعجاب بالنجوم و اللاعبين الرياضيين و تقليدهم، عدم المثابرة، عدم التزام بالوقت و عدم المواظبة، سلوك التواصل و الدردشة مع الاخرين.
- تساهم مضامين الإنترنت على تجاوز الشباب لسلوك الابتعاد عن النميمة و الابتعاد عن التذير.
- لا تساعد الانترنت المبحوثين في القيام بالسلوكيات عدم العناية بالبيئة، و المبالغة في حب المال، عدم الاهتمام بالمشاكل الراهنة، عدم احترام الاخرين، تعلم القمار.
- أجاب المبحوثين بالمحايدة على أن استخدام الانترنت يساهم على قيامهم بسلوك تعلم القمار، المبالغة في حب المال، سلوك عدم الاهتمام بالمشاكل الراهنة و سلوك الاعجاب بالنجوم و اللاعبين.
- يدخل متغير السن في تأثير محتويات الانترنت على الشباب الجزائري.
- لا يؤثر متغير المستوى التعليمي في تأثر الشباب بمحتويات الانترنت.
- يؤثر متغير الإقامة في تأثر الشباب الجزائري بمضامين الانترنت.
- لا يؤثر مؤشر المهنة في تأثير محتويات الانترنت على الشباب الجزائري.
- يؤثر متغير الحالة المدنية على تأثر المبحوثين بمضامين الانترنت، حيث أن الشباب العزاب يتأثرون بمحتويات الشبكة أكثر من الشباب المتزوجين و المطلقين.
- عدم اجابة المبحوثين على أن استخدام الانترنت يساهم في قيامهم بسلوكيات التالية: اهمال الفرائض الدينية، المبالغة في حب المال، عدم التزام بالوقت، ثم سلوك التوتر.
- لا يتدخل متغير الدخل الشهري في تأثير محتويات الانترنت على سلوك الشباب الجزائري.

### 3.3.3. النتائج العامة للقيم:

- تساهم محتويات الإنترنت في تثبيت القيم و ذلك بنسبة 36,9%، أما تغيير القيم بنسبة 35,9%.
- يعتقد أفراد العينة أن مضامين المنشورة في الإنترنت تساهم في تثبيت قيم التنشئة الاجتماعية، ثم العلم، التفكير و النقد، قيمة المسؤولية، الصدق، الشك الديني و قيمة عدم الثقة بوجود العدل و قيمة الحب قبل الزواج، وتغيير من قيم التوتر و القلق، ثم تدعيم أواصر المحبة، التضامن مع الآخرين، التقليل من احترام الشخصيات، تخطي الإساءة، ثم الغاية تبرر الوسيلة و الحوار، زرع عادات وتقاليد، قيمة المساواة، و الادمان، و قيمة التضامن مع الآخرين.
- اتخذ المبحوثين موقف الحياد تجاه مساهمة الانترنت في تثبيت و تغيير هذه القيم لدى الشباب: العدل، قيمة الحب قبل الزواج، و المسؤولية، التفكير والنقد، الشك الديني، ارتباط بالسلطة، تخطي الإساءة، اللامساواة، عدم احترام الآخرين، التوتر و القلق، و قيمة عدم احترام الآخرين.
- لم يوافق المبحوثين على أن استخدام الانترنت يساهم في تثبيت قيمة الشك الديني و قيمة الحب قبل الزواج، لأن بعض القيم مزالا راسخة في المجتمع، وقد اكتسبها الفرد و استقها من مؤسسات التنشئة الاجتماعية من أسرة، مدرسة، مسجد، جماعة الرفاق، وسائل الإعلام و الاتصال، كلهم ساهموا في غرس القيم وتثبيتها.
- يؤثر متغير الجنس في مساهمة مضامين الانترنت على تثبيت و تغيير قيم الشباب.
- يؤثر متغير العمر في مساهمة محتويات الانترنت على تثبيت و تغيير قيم الشباب.
- لا يؤثر متغير المستوى التعليمي على مساهمة مضامين الانترنت على تثبيت و تغيير قيم الشباب.
- تأثير متغير الإقامة في مساهمة مضامين الانترنت على تثبيت و تغيير قيم الشباب الجزائري.
- لا يؤثر متغير المهنة في مساهمة محتويات الانترنت في تثبيت و تغيير قيم الشباب الجزائري.
- يؤثر متغير الحالة المدنية في تأثير محتويات الانترنت على تثبيت و تغيير قيم الشباب.
- إن متغير الدخل الشهري لا يؤثر في مساهمة محتويات شبكة الانترنت على تثبيت و تغيير قيم الشباب.
- لم يجب أغلبية المبحوثين على أن استخدام الانترنت يساهم في تثبيت قيمة التنشئة الاجتماعية، قيمة الصدق و عدم الثقة بوجود العدل و المسؤولية، و تغيير قيمة ارتباط بالسلطة، اللامساواة، قيمة عدم احترام الشخصيات.
- أفضت نتائج المتوصل إليها عبر هذه الدراسة، إلى جملة من المعطيات التي من شأنها المساهمة في إثراء بحوث تأثير وسيلة الإنترنت على سلوكيات الشباب وقيمهم في الوطن العربي، و بحوث تأثير وسيلة الإنترنت على سلوكيات و قيم الشباب الجزائري في الجزائر.

نتائج الدراسة وعلاقتها بافتراضات و  
نظرية القيمة والدراسات المشابهة

### 1.4.3. تحليل نتائج الدراسة على أساس فرضيات:

- من خلال نتائج الدراسة يتبين لنا أن الفرضية الأولى الخاصة بتأثر الشباب بمحتويات الانترنت حسب خصائصهم الديمغرافية و السوسيو-ثقافية والاقتصادية، تحققت بدليل أن أغلب الاسئلة المرتبطة بهذه الفرضية أثبت تحققها، حيث أن الخصائص السوسولوجية وثقافية، حسب أجابة أغلبية أفراد العينة بأنهم يستخدمون الانترنت في أي وقت بنسبة 30,7% للإناث، مقابل المبحوثين الذكور الذين يستخدموه في الليل بنسبة 21,9%.

كما اختلفا الجنسين في تصفحهم للمواضيع على شبكة الانترنت، حيث أن المبحوثين الاناث اللواتي يتصفحن مواضيع التسلية و كل من المواضيع الثقافية و الطبخ و العلمية والدينية و الفنية عبر الانترنت بنسب 38,6% و 36,7%، 36,1% و 34% و 33,4% و 32,8%، مقابل الذكور اللذين يتصفحون الانترنت من أجل مواضيع الرياضية بدرجة أولى، ثم الترفيه و الثقافة بنسب 33,8% و 29,1% و 28,5%، اضافة إلى استخدام الانترنت من قبل المبحوثين الاناث في أي وقت بنسبة 30,7%، مقابل المبحوثين الذكور الذين يستخدموه في الليل بنسبة 21,9%.

- أما الفرضية الثانية التي تبحث في مساعدة الانترنت الشباب الجزائري على اكتساب بعض السلوكيات وتجاوز بعضها الآخر، تحققت بدليل نتائج الخاصة بتحليل السلوك التي توصلت إلى أن محتويات الانترنت تساهم في قيام الشباب الجزائري بسلوكيات التالية: إهمال الفرائض الدينية، عدم الاهتمام بالعمل، القلق و التوتر، عدم الالتزام بالوقت، اللامبالاة، البحث عن الحبيب، الكذب، الاعجاب بالنجوم و اللاعبين الرياضيين و تقليدهم، عدم المثابرة، في حين تساعدهم على تجاوز بعض السلوكيات السلبية، و تتمثل في الابتعاد عن النسيمة، الابتعاد عن التبذير.

- أما بخصوص الفرضية الثالثة التي تبحث في تغيير الانترنت من خلال محتوياته قيم الشباب كالا احترام والصدق بقيم أخرى و تعزيزها، تحققت من جهة من خلال أن مضامين الانترنت تساهم في تغيير بعض قيم الشباب كالا احترام بقيمة عدم احترام الشخصيات بنسبة ، و قيمة التوتر و القلق بنسبة 35,9%، ثم تدعيم أواصر المحبة عبر الانترنت بنسبة 34,2%، بعدها التضامن مع الاخرين بنسبة 31,5%، مقابل قيمة التقليل من احترام الشخصيات بنسبة 28,5%، تخطي الإساءة بنسبة 27,8%، ثم تليها قيمتا الغاية تبرر الوسيلة و الحوار بنسبة 27%، زرع عادات وتقاليد بنسبة 26,2%، و نسبة 22,7% لقيمة المساواة، و قيمة الإدمان نسبة 24,5%، إلا أنها لم تحقق في تغيير قيم ارتباط بالسلطة و عدم احترام الاخرين بنسبة 21,6% و 20,6%.

- في حين تحققت الفرضية الرابعة " المضامين المنشورة على الإنترنت من خلال وجهة نظر النظرية القيمية في الإعلام تساهم في تحييد قيم الشباب عند ابتعادها عن القيمة في مضامينها"،  
بدليل نتائج الخاصة بالقيم التي توصلت إلى أن بنسبة 24,5% قيمة الإدمان، و نسبة 22,7% لقيمة زرع عادات وتقاليد دخيلة، و 21,6 % لقيمة الغاية تبرر الوسيلة، نسبة 22,7% لقيمة اللامساواة، و قيمة التقليل من احترام الشخصيات بنسبة 28,5%.



### 2.4.3. تحليل نتائج الدراسة على أساس بعض الدراسات المشابهة:

توصلت دراسة " نصير بوعلي" و التي طرحت إشكالية: الأثر الذي يمكن أن يحدثه البث التلفزيوني "الفضائي" المباشر على الشباب الجزائري، أن الأخبار الرياضية والمنوعات الغنائية المحلية والبرامج الدينية من البرامج التي يولها جمهور عناية فائقة مقارنة بالبرامج الأخرى، و هو ما أكدته دراستنا حول " تأثير الانترنت على سلوكيات الشباب الجزائري و قيمه" على أن مواضيع التسلية احتلت المرتبة الأولى لدى أفراد العينة، بنسبة 68% وتلتها المواضيع الثقافية و رياضية بنسب 65,6% و 60,2%، أما مواضيع الدينية والعلمية بنسب 56,9% و 56,5%، و 54,8% للمواضيع الفنية، بعدها المواضيع الاجتماعية بنسبة 54,6%، و بلغت نسبة الطرائف و الغرائب 50,7%.

كما تبين من نتائج تحليل "ليكارت" أن أثر الفضائيات على الأنساق القيمية، على أن هناك عدة عوامل أساسية تشرح 61% من الأثر الكلي لاستخدامات أفراد العينة للفضائيات وبالنظر إلى الآثار الواردة في العامل الأول نجد أنها تدور حول إدمان الأفراد على المشاهدة بتسبع 74%، ونمو ظاهرة التقليد الأعمى بتسبع 73,2%، وعلى زيادة العنف بتسبع 69% وهي كلها إثارة الغرائز بتسبع 65% وتساعد على تفكك قيم المجتمع بتسبع 42% وهي كلها آثار اجتماعية وسلوكية سلبية، حيث دعمت دراستنا هذه النتيجة في كون أن محتويات الانترنت تؤثر على اكساب الشباب الجزائري سلوكيات و قيم معينة كالإدمان بنسبة 24,5%، و نسبة 22,7% لقيمة العادات والتقاليد دخيلة، و 21,6% لقيمة الغاية تبرر الوسيلة.

و رأت نفس الدراسة على وجود علاقة بين الآثار الاجتماعية والسلوكية السلبية، واستخدام الشباب للفضائيات من حيث كيفية عدد أيام وساعات المشاهدة، فتبين أن الذين يشاهدون يوميا برامج الفضائيات هم أكثر عرضة للآثار الاجتماعية والسلوكية السلبية، وكلما ارتفع عدد ساعات التي يقضيها الشباب في اليوم مع الفضائيات ازدادت الآثار والسلوكيات السلبية عليهم، و هو ما أكدته دراستنا التي توصلت إلى أن الشباب الجزائري يفضل استخدام الانترنت و تصفح مضامينها في أي وقت، مما جعلهم يتواجدون على الشبكة لفترات طويلة انعكست عليهم بسلوكيات وقيم غير مرغوبة، حيث أجاب أغلبية أفراد العينة أنهم يستخدمون الإنترنت في أي وقت، كما يستخدمونها بدرجة أقل من وقت 20:01 إلى 01:00، و من 16:01 إلى 20:00.

أما دراسة "السعيد بومعيزة" المعنونة ب: "أثر وسائل الإعلام على القيم والسلوكيات لدى الشباب: دراسة استطلاعية بمدينة البليدة"، التي توصلت إلى أن أغلبية أفراد العينة أجابوا بأنهم يستعملون الانترنت في المقهى الانترنت، وهذا بسبب أن أغلبية الأسر الجزائرية لا تملك جهاز حاسوب نظرا لارتفاع التكلفة أو أنها غير واعية بأهميته، و هي النتيجة التي نفتها دراستنا التي رأت أن المبحوثين من

كلا الجنسين يستخدمون الانترنت في البيت بنسبة 49,3% للإناث، ثم تلتها نسبة الذكور بـ 42,5%، و نسب 15,5% و 15,3% تمثل اجابة الذكور و الاناث على أنهم يستغلون الفضاءات العمومية في الاتصال بالإنترنت، وهذا يرجع إلى امتلاك الأفراد مختلف الأجهزة التكنولوجية الحديثة، من جهة، و من جهة اخرى ملاءمة الكثير من تسعيرات الخدمات المقدمة من مختلف المتعاملين في هذا المجال الشباب الجزائري.

و يستعمل الذكور الانترنت لغرض الدردشة 70.5% والبريد الالكتروني بنسبة 61.5%، أما الإناث فيستعملنه من أجل الدردشة بنسبة 60.4%، والبحث العلمي بنسبة 45.9%، تأكدت هذه النتيجة في شقها الخاص بالدردشة، حيث أن المبحوثين الاناث يستخدمن الانترنت لغرض تصفح مواقع التواصل الاجتماعي و البحث في المحركات البحث و تحميل الأغاني بنسبة 51,3% و 28% و 25,4%، مقابل نسبة الذكور التي بلغت 46% لغرض تصفح مواقع التواصل الاجتماعي و 23,3% لتحميل الأغاني، ومنه المرتبة الثانية جاءت لتحميل الأغاني على عكس استخدامها للبحث العلمي و الاطلاع على البريد الالكتروني.

أما دراسة "بورحلة سليمان" المعنونة بـ: "أثر استخدام الانترنت على اتجاهات الطلبة الجامعيين وسلوكياتهم: دراسة ميدانية"، التي رأت أن الطلبة يستخدمون الانترنت بنسب كثيرة سواء يوميا أو في نهاية الأسبوع، وهذا بغرض البحث العلمي، و تتأكد هذا النتيجة المتوصل اليها في شقها الأول، لأن الشباب الجزائري يستخدم الانترنت بنسب كثيرة، حيث أن المبحوثين الذين أجابوا بأنهم يستخدمون الإنترنت أكثر من ساعتين، والتي بلغت نسبة 71,3%، أما الشق الثاني لم يتحقق، كون أن الشباب يستخدم الإنترنت لغرض الدردشة عبر مواقع التواصل الاجتماعي و تحميل الأغاني بدرجة أولى.

لم تتحقق النتيجة الخاصة بأن أغلبية الطلبة بنسبة 60.2% يستخدمون الانترنت في مقهى الانترنت، كون أن دراستنا توصلت إلى أن المبحوثين الذين يستخدمون الإنترنت في البيت قد احتلت أعلى نسبة قدرت بـ 92,2%، مقابل نسبة المبحوثين الذين يستخدمونها في مقاهي الإنترنت (سيبار كافي) بنسبة 9,3%، أما نتيجة الفائلة بأن أغلبية المبحوثين تستخدم الانترنت من أجل الاكتشاف و الإطلاع بنسبة 64.8%، أما التثقيف والتعليم بنسبة 64.3%، أما أقل نسبة قدرت بـ 6.3% من أجل بناء صداقات والاتصال بالآخرين، لم تؤكدنا دراستنا، التي أفضت إلى أن غرض تصفح الإنترنت من قبل المبحوثين من أجل الدردشة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، والتي احتلت المرتبة الأولى بنسبة 97,7%، في حين توسطت تحميل الأغاني و محركات البحث النسب و ذلك بنسبة 48,9% و 47,2%، في حين لا يفضل المبحوثين تصفح كل من المواقع الاخبارية و الهاكر، الاطلاع على المدونات، المواقع الالكترونية، المواد الاباحية، و البريد الالكتروني.

أما النتيجة التي أفضت إلى أن استخدام الإنترنت لا يجعل الطلبة يكتسبون بعض السلوكيات السلبية غير السوية، وهذا لأن الطلبة هم فئة واعية من المجتمع، لم تتحقق، حيث كشفت دراستنا أن محتويات الإنترنت تؤثر على سلوكيات الشباب، وذلك بإكسابهم سلوكيات غير مرغوبة كإهمال الفرائض الدينية، وعدم الاهتمام بالعمل، القلق و التوتر، عدم الالتزام بالوقت، اللامبالاة، البحث عن الحبيب، الكذب، الاعجاب بالنجوم و اللاعبين الرياضيين و تقليدهم، عدم المثابرة.

ان دراسة **محمد الفاتح حمدي** المعنونة بـ: "استخدامات تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة وانعكاساتها على الشباب الجامعي: دراسة ميدانية"، توصلت إلى أن من بين التأثيرات التي أحدثتها تكنولوجيا الاتصال و الإعلام الحديثة على حياة الشباب الجامعي في نظرهم، أنها ساهمت بدور كبير في تعريفهم بالمجتمعات العالمية وثقافتها المتنوعة و المختلفة بنسبة **27,06%**، كما يرى البعض أن التعرض لهذه الوسائط هو من أجل التخلي عن القيم التقليدية السائدة داخل المجتمع، و تبني قيم جديدة وافدة إلينا عبر هذه الوسائط بدواعي التحضر و التفتح على ثقافة الأخر، وذلك بنسبة **14,03%**، ولم نسجل فروق كبيرة بين الذكور و الإناث على مستوى الشعبتين فيما يخص تحديد تأثيرات وسائط الاتصال و الإعلام الحديثة على حياتهم، هذه النتيجة تأكدت من خلال دراستنا التي تمخض عنها موافقة المبحوثين و بشدة على أن استخدام الإنترنت يساهم في تغيير قيمهم بقيم اخرى، كقيمة زرع عادات و تقاليد دخيلة بنسبة **11,8%** للمبحوثين الاناث، و **10,9%** للمبحوثين الذكور.

و كشفت دراسة أعلاه على موافقة أغلبية المبحوثين على وجود علاقة تعارف قبل الزواج وذلك بنسبة **47,82%**، ويعتبرون أنه أمر ضروري قبل الزواج من أجل تجنب الوقوع في المشاكل والعراقل، ويعتبرون ذلك بابا للتعارف بين الجنسين ومفتاحا لتجنب الخلافات وقضايا الطلاق، وينظرون إليه على أنه أمر ضروري وحتمي على الشباب، تأكدت هذه النتيجة في دراستنا حيث بلغت نسبة **9,5%** لقيمة الحب قبل الزواج لدى الاناث، مقابل الذكور بنسبة **8%**، رغم أن أغلبية افراد العينة أجابوا بمحايد على أن محتويات الإنترنت تساهم في تثبيت قيمة حب قبل الزواج بنسبة **23,9%**، في حين لم يوافق المبحوثين وبشدة على مساهمة الإنترنت في تثبيت تلك القيمة بنسبة **18,6%**.

توصلت دراسة **استكشافية بفيلادلفيا** أن متوسط عدد الساعات اليومية التي يقضيها الشباب في جامعة فيلادلفيا في استخدام الإنترنت **48,3%** ساعة فأقل و **38,8%** من ساعتين إلى أقل من **4** ساعات و **6,4%** من أربع ساعات إلى أقل من ست ساعات، و التي لم تؤكد دراستنا التي توصلت إلى أن المبحوثين الذين أجابوا بأنهم يستخدمون الإنترنت أكثر من ساعتين بنسبة **71,3%**، أما نسبة المبحوثين الذين يستخدمون الوسيلة في أي يقدر بساعة بلغ **7%**، و توسطت نسبة **13%** للمبحوثين الذين يستخدمون الإنترنت في ظرف ساعتين.

و يستخدم الشباب في جامعة فيلادلفيا اللغة الانجليزية، حيث أن أكثر من **19%** من الطلاب الشباب يستخدمون اللغة العربية، و **33,6%** يستخدمون اللغة الانجليزية و **36.2%** يستخدمون اللغتين العربية والانجليزية، حيث نفت دراستنا هذه النتيجة، لأن أغلبية أفراد العينة أجابوا بأنهم يكتبون على الإنترنت بالعربية بحروف فرنسية، بنسبة قدرت بـ **47,8%**، أما **17,7%** للذين يكتبون باللغة الانجليزية. يرى بعض المستجوبين أن الإنترنت وسيلة أساسية للترفيه، حيث أن نسبة **30.2%** معارض، **32,8%** محايد و **34,5%** موافق، تأكدت النتيجة، كون أن المبحوثين يتصفحون الإنترنت للاطلاع على مواضيع التسلية بنسبة **68%**، أما الذين عارضوا على أن الإنترنت يعلم القمار بنسبة **51,7%** و موافقون بنسبة **9,5%** و محايدون بلغت نسبتهم **37,1%** ، أما فيما يتعلق بما اذا كانت الإنترنت يعلم المرء الكذب والتزوير فقدرت نسبة الموافقون بـ **17,2%** مقابل المعارضون بـ **39,7%** و المحايدون **41,4%**، تأكدت في شقها الأول، حيث رأى لم يوافق المبحوثين و بشدة على أن الانترنت يساعدهم على قيام بسلوك تعلم القمار بنسبة **23,7%**، أما الشق الثاني فلم يتحقق، كون أن المستجوبين وافقوا على أن مضامين الإنترنت تساعدهم على قيام بسلوك الكذب بنسبة **20,8%**.

### 3.4.3. تحليل نتائج الدراسة على أساس النظرية القيمية في الإعلام:

من خلال نتائج المتوصل اليها في هذه الدراسة تبين أن الشباب الجزائري يستخدمون الانترنت في أي وقت، و يتصفحون مضامينها المختلفة و الواسعة في جميع الميادين، خاصة المواضيع مما يجعلهم يتأثرون ببعضها و لا يبالون بالبعض الاخر، و ظهر هذا التأثير في قيمهم و سلوكياتهم المدروسة في هذه الدراسة، و بأن الشباب الجزائريون يفضلون تصفح الانترنت في مواضيعها الترفيهية و الرياضية مما ساهم هذا المضمون الذي لا يتقيد بالقيم الموجبة حسب نظرية القيمية في الاعلام للبروفسور " عبد الرحمن عزي" انعكس على تحييد قيم الشباب، و ذلك بإكسابهم قيم اخرى سالبة كقيمة الادمان و قيمة اللامساواة بنسبة 22,7%، قيمة التقليل من احترام الشخصيات بنسبة 28,5%.

## خاتمة

سعت هذه الدراسة إلى الإحاطة الممكنة بمعالجة تأثير محتوى الوسائل الاعلامية و الاتصالية على الشباب الجزائري و قيمه، و التي تعتبر من إحدى أهم الظواهر الإعلامية و الاتصالية المطروحة للجدل من قبل المختصين في علوم الإعلام والاتصال من جهة، ومن قبل الباحثين في مجالات اخرى، بل مهتمين بفئة الشباب و قيمه، حيث ارتبطت ظاهرة تأثير الإنترنت على سلوكيات الشباب و قيمه بمنتجاتها المنشورة على مختلف المواقع، حيث بينت الدراسة أن محتويات الانترنت تؤثر على سلوكيات الشباب و قيمه، عن طريق التأثير على المستوى الفكري ثم العاطفي و تليها السلوك، وهو ما ينعكس على اكسابهم سلوكيات مختلفة، و يثبت قيم و يغير اخرى.

كما يتأثر الشباب الجزائري بمحتويات الانترنت حسب خصائصهم الديمغرافية و السوسيو-ثقافية و الاقتصادية لكلا الجنسين، والذي برز في اختلاف تصفح مضامين الانترنت و توقيت الاطلاع عليها، اضافة إلى مساعدة الانترنت الشباب على اكتساب بعض السلوكيات كالقلق و عدم التزام بالوقت، و تجاوز بعضها الآخر كالابتعاد عن التبذير، و للإنترنت القدرة على تغيير قيم الشباب كاحترام و الصدق بقيم تدعيم اواصر المحبة عبر الانترنت و عدم احترام الشخصيات و تعززها، إلا أنها لا تملك القدرة على تغيير قيم أخرى كارتباط بالسلطة و عدم احترام الاخرين.

إن المضامين المنشورة على الإنترنت من خلال وجهة نظر النظرية القيمية في الإعلام تساهم في تحييد قيم الشباب عند ابتعادها عن القيمة في ما تنشره، و هو ما أدى إلى اكساب الشباب قيم جديدة التي تساهم مؤسسات التنشئة الاجتماعية المختلفة في ابتعاده عنها و تجنبها.

و من خلال دراستنا هذه، نستخلص مجموعة التوصيات التالية:

- تشجيع الباحثين لدراسة تأثيرات وسائل الإعلام والاتصال الحديثة خاصة الإنترنت على قيم الشباب و الأطفال و سلوكياتهم.

- الاستفادة من نتائج هذه الدراسة و محاولة تطبيقها، في تكوين و تربية الشباب، و اهتمام بحاجاته، و اكسابه كفايات التعامل مع مخاطر شبكة الانترنت.

- خلق مقاييس في جامعات التعليم العالي و البحث العلمي، لتلقى فيها محاضرات عن تأثيرات وسائل الإعلام والاتصال التقليدية والحديثة.

- الربط بين تأثيرات وسائل الإعلام و الاتصال التقليدية، و وسائل الإعلام و الاتصال الجديدة، خاصة في المجتمعات العربية التي تختلف سياقاتها، و منه تختلف النتائج المتوصل إليها في دراسات التأثير.

- محاولة القيام بحملات التوعوية والأيام الدراسية، التي تعرف بتأثيرات الجانبية التي تحدثها وسيلة الإنترنت على القيم، ومنه تجنب الشباب منها.
- اقتراح عناوين تخص تأثيرات وسائل الإعلام و الاتصال الحديثة على السلوكيات وقيم الفرد، لتكون أشغال عمل لمؤتمرات علمية، تساهم في إعطاء أهمية لهذه البحوث.
- اقتراح عناوين لتكون محل بحث و دراسات من قبل مذكرات الطلبة الباحثين، و تركز على تأثيرات وسائل الإعلام و الاتصال الحديثة على سلوكيات وقيم الفرد.

# قائمة البيلوغرافيا



## قائمة الببلوغرافيا

- المصادر:

- القران الكريم.

- المراجع باللغة العربية:

### 1- القواميس والموسوعات:

- أبو مصلح عدنان، معجم علم الاجتماع، عمان، دار أسامة ودار المشرق الثقافي، 2006.
- الجندي أنو، الإسلام و المصطلحات المعاصرة، ط1، {د، ب}، دار الهدى، 1417هـ.
- الحفي عبد المنعم، موسوعة علم النفس والتحليل النفسي، ط4، القاهرة، مطبعة أطلس، 1994.
- العيسوي عبد الرحمن، موسوعة ميادين علم النفس- سيكولوجية الشباب والجنوح: دراسة نفسية، ط1، بيروت، دار الراتب الجماعية، 2004.
- الفار محمد جمال، المعجم الإعلامي، طبعة 2010، الأردن، دار أسامة للنشر والتوزيع، 2006.
- الفار محمد جمال، معجم المصطلحات الإعلامية: أول معجم شامل في كل المصطلحات الإعلامية المتداولة في العالم وتعريفاتها، الأردن، نبلاء ناشرون وموزعون، دار أسامة للنشر والتوزيع، 2013.
- القيسي نايف، المعجم التربوي وعلم النفس، ط1، عمان، دار أسامة للنشر والتوزيع، 2006.
- بدوي أحمد زكي، معجم مصطلحات الرعاية والتنمية الاجتماعية: عربي انجليزي فرنسي، ط1، القاهرة، بيروت، دار الكتاب المصري، دار الكتاب اللبناني، 1987.
- بن تردي بدر الدين، قاموس التربية الحديث: عربي -انجليزي- فرنسي، الجزائر، مجلس الأعلى للغة العربية، 2010.
- حامد عبد الناصر سليم، معجم المصطلحات الخدمة الاجتماعية، ط1، عمان، دار أسامة للنشر و التوزيع، 2011.
- حجاب منير محمد، الموسوعة الإعلامية، ط1، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، 2003، م1.
- حجاب منير محمد، الموسوعة الإعلامية، ط1، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، 2003، م2.
- حجاب منير محمد، الموسوعة الإعلامية، ط1، مصر، دار الفجر للنشر والتوزيع، 2003، م3.
- حجاب منير محمد، الموسوعة الإعلامية، ط1، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، 2003، م4.
- حجاب منير محمد، الموسوعة الإعلامية، ط1، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، 2003، م5.
- حجاب منير محمد، الموسوعة الإعلامية، ط1، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، 2003، م6.

- حجاب منير محمد، الموسوعة الإعلامية، ط1، مصر، دار الفجر للنشر والتوزيع، 2003، م7.
- حجازي سمير سعيد، معجم المصطلحات الحديث في علم النفس والاجتماع ونظرية المعرفة: عربي فرنسي، ط1، بيروت، دار الكتب العلمية، 2005.
- حماد نزيه، معجم المصطلحات المالية والاقتصادية في لغة الفقهاء، ط1، دمشق، دار القلم، 2008.
- كمشروود عمار الطيب، معجم المصطلحات علم النفس الصناعي والتنظيمي والإدارة: انجليزي-عربي، بنغازي، منشورات جامعة قار يونس، 1994.
- نجيم أنطوان، موسوعة المعارف الكبرى، {د، ب}، دار نوبليس، 2003، م4.
- نجيم أنطوان، موسوعة المعارف الكبرى، {د، ب}، دار نوبليس، 2003، م13.
- عبد المعطى ياسر يوسف، تريسا لشر، القاموس الشارح في علوم المكتبات والمعلومات: عربي - انجليزي، ط1، القاهرة، دار الكتاب الحديث، 2008.
- عواد محمود، معجم الطب النفسى والعقلى، ط1، عمان، دار أسامة، 2006.
- عزي عبد الرحمن، اللغة والاتصال، الموسوعة العربية للمعرفة من أجل التنمية المستدامة، ط1، بيروت، الدار العربية للعلوم ناشرون، 2007، م3.
- قحطان أحمد الطاهر، مصطلحات ونصوص انجليزية في التربية الخاصة، الطبعة العربية، عمان، دار اليازوري العلمية، 2004.
- ريبير آرثر أس، إيملي ريبير، المعجم النفسى الطبى: انجليزي-عربي، ترجمة: عبد العلي الجسماني، عمار الجسماني، ط1، بيروت، الدار العربية للعلوم ناشرون، 2008.
- شحاتة حسن، زينب النجار، معجم المصطلحات التربوية والنفسية، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، 2003.
- خليفى سيد أحمد، معجم مصطلحات الإعلام: انجليزي عربي، ط1، مصر، دار المعرفة الجامعية، 2000.
- غيث محمد عاطف، قاموس علم الاجتماع، مصر، دار المعرفة الجامعية، 2006.
- زيتوني وضاح، المعجم السياسى، طبعة 2010، عمان، دار أسامة للنشر والتوزيع، دار الشروق الثقافي، 2006.
- زيتون وضاح، معجم المصطلحات السياسية: أول معجم شامل في كل المصطلحات السياسية المتداولة في العالم وتعريفاتها، الأردن، دار أسامة للنشر والتوزيع، 2013.
- الموسوعة العربية العالمية، ط2، الرياض، مؤسسة أعمال للنشر والتوزيع، 1999، م03.
- موسوعة علم النفس والتربية: السلوك مناهج العلاج النفسى، {د، ب}، EDITO CREPS، 2003، ج6.

## 2- الكتب:

- أبو النيل محمود السيد، القيم والإنتاج: دراسات عربية وعالمية، ط1، بيروت، دار النهضة العربية، 1986.
- أبو أصبع صالح خليل، استراتيجيات الاتصال وسياساته وتأثيراته، ط2، عمان، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، 2011.
- أبو معال عبد الفتاح، أثر وسائل الإعلام على تعليم الأطفال وتثقيفهم، الطبعة العربية الأولى، عمان، دار الشروق، 2006.
- أبو قحف عبد السلام، طارق طه أحمد، محاضرات في هندسة الإعلان والإعلان الإلكتروني، مصر، الدار الجامعية، 2006.
- إبراهيم السعيد مبروك، أخصائي المكتبات بين المهنة والرسالة، ط1، مصر، دار العلم والإيمان للنشر والتوزيع، 2014.
- أحمد محمد سمير، التسويق الإلكتروني، ط1، عمان، دار الميسرة للنشر والتوزيع، 2009.
- أسابريغز، بيتر بورك، التاريخ الاجتماعي للوسائط: من غوتنبرغ إلى الإنترنت، ترجمة: مصطفى محمد قاسم، الكويت، عالم المعرفة، 2005.
- البدانية نيباب، الأمن وحرب المعلومات، ط1، عمان، دار الشروق، 2002.
- الجلاد ماجد زكي، تعلم القيم وتعليمها: تصور نظري وتطبيقات لطرائق واستراتيجيات تدريس القيم، ط2، عمان، دار الميسرة للنشر والتوزيع، 2007.
- الجبور سناء محمد، الإعلام والرأي العام العربي والعالمي، عمان، دار أسامة للنشر والتوزيع، 2009.
- الجزار محمد، القيم في تشكيل السلوك الإنساني، ط1، القاهرة، مركز الكتاب للنشر، 2008.
- الجلاد ماجد زكي، تعلم القيم وتعليمها: تصور نظري وتطبيقات لطرائق واستراتيجيات تدريس القيم، ط2، عمان، دار الميسرة للنشر والتوزيع، 2007.
- الجاسم جعفر، تكنولوجيا المعلومات، عمان، دار أسامة للنشر، 2005.
- الجنبهي منير، ممدوح الجنبهي، البنوك الإلكترونية، الاسكندرية، دار الفكر الجامعي، 2006.
- الدليمي عبد الرزاق محمد، مدخل إلى وسائل الإعلام الجديد، ط1، عمان، دار المسيرة للنشر والتوزيع، 2012.
- الدباس ريا أحمد، خدمات المعلومات في المكتبات التقليدية والإلكترونية، ط1، عمان، دار البداية

ناشرون، 2010.

- الدّر إبراهيم فريد، الأسس البيولوجية لسلوك الإنسان، ط1، بيروت، الدار العربية للعلوم، 1994.
- الدليمي عبد الرزاق محمد ، الإعلام الجديد والصحافة الإلكترونية ، ط1 ، عمان : دار وائل للنشر والتوزيع ، 2010 .
- الدليمي عبد الرزاق محمد، الإعلام الجديد، ط1، عمان، دار وائل للنشر والتوزيع، 2010.
- الديب إبراهيم، أسس ومهارات بناء القيم التربوية وتطبيقاتها في العملية التعليمية، ط2، السعودية، مؤسسة أم القرى للترجمة والتوزيع، 2006.
- الهادي محمد محمد، تكنولوجيا الاتصالات وشبكات المعلومات مع معجم شارح المصطلحات، القاهرة، المكتبة الأكاديمية، 2001.
- الهاشمي مجد، تكنولوجيا الاتصال الجماهيري، ط1، عمان، دار أسامة للنشر، 2004.
- الهاشمي مجد هاشم، الإعلام الكوني وتكنولوجيا المستقبل، ط1، عمان، دار المستقبل للنشر والتوزيع، 2011.
- الحديدي منى سعيد، سلوى امام علي، الإعلام والمجتمع، ط2، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، 2006.
- اللبان شريف درويش، الصحافة الإلكترونية: دراسات في التفاعلية وتصميم المواقع، ط1، القاهرة، الدار اللبنانية المصرية، 2005.
- اللبان شريف درويش، محمود خليل، اتجاهات حديثة في الإنتاج الصحفي، ط1، القاهرة، دار العربي للنشر والتوزيع، 2000.
- اللبان شريف درويش، تكنولوجيا الاتصال: المخاطر والتحديات والتأثيرات الاجتماعية، ط1، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، 2005.
- اللبان شريف درويش، تكنولوجيا الطباعة والنشر الإلكتروني، ثورة الصحافة في القرن القادم، ط3، القاهرة، العربي للنشر والتوزيع، 1998.
- اللبان شريف درويش، تكنولوجيا النشر الصحفي: الاتجاهات الحديثة، ط3، مصر، الدار المصرية اللبنانية، 2001.
- اللامي عثمان قاسم داود، ستكرولي البياتي أميرة، تكنولوجيا المعلومات في منظمات الأعمال: الاستخدامات والتطبيقات، ط1، {د، ب}، مؤسسة الوراق.
- المحيا أسامة بن مساعد ، نظريات التأثير الإعلامية ، {د، ب}، {د، د}، 1433هـ.
- المدادحة أحمد نافع، النشر الإلكتروني وحماية المعلومات، ط1، عمان، دار صفاء للنشر والتوزيع، 2011.

- المدادحة أحمد نافع، محمد عبد الدبس، تكنولوجيا المعلومات والشبكات في المكتبات ومؤسسات التعليم، الطبعة العربية الأولى، عمان، مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع، 2012.
- المشاقبة بسام عبد الرحمن، نظريات الاتصال، ط1، عمان، دار أسامة للنشر والتوزيع، 2010.
- النجار محمد رضا، مصادر المعلومات المرجعية الورقية و الرقمية، ط1، مصر، دار العلم و الإيمان للنشر والتوزيع، 2014.
- النجار فريد، تكنولوجيا إدارة المعاصرة في ظل العولمة، الإسكندرية، الدار الجامعية، 2007.
- النوايسة غالب عوض، الانترنت والنشر الإلكتروني: الكتب الإلكترونية والدوريات الإلكترونية، ط1، عمان، دار صفاء للنشر والتوزيع، 2010.
- النقري معن، التكنولوجيا والاتصالات والإنترنت في تقارير التنمية الإنسانية الدولية العرب والعالم، دمشق، مطبعة اليازجي، 2003.
- الساعاتي سامية، الشباب العربي والتغير الاجتماعي، ط1، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، 2003.
- السهروروي نجم الدين، مبادئ رعاية الشباب، ط1، بغداد، دار الزمان للطبع، 1971.
- السرحان محمود قطام، الإعلام الأمنى والشباب، {د،ط}، السعودية، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، 2001.
- السلمي علي، السلوك التنظيمي، القاهرة، ط3، دار غريب للطباعة والنشر، 1988.
- السيد قاسم عاطف، حفظ المعرفة في العالم الرقمي: مستقبل المكتبات والمعلومات والإنترنت، ط1، الإسكندرية، دار الثقافة العلمية، 2009.
- العايدي محمد عوض، إعداد وكتابة البحوث والرسائل الجامعية مع دراسة عن مناهج البحث، {ط1}، القاهرة، مركز الكتاب للنشر، 2005.
- العبد الله مي، نظريات الاتصال، ط1، بيروت، دار النهضة العربية، 2006.
- العدوي فهمي، إدارة الإعلام، ط1، عمان، دار أسامة للنشر والتوزيع، 2010.
- العصيمي تركي بن أحمد، كيف نخدم الإسلام من خلال الإنترنت، الرياض، دار المعارج للنشر والتوزيع، 1421هـ.
- العقلا سليمان بن صالح، فؤاد أحمد إسماعيل، إنشاء الشبكات المبادئ الأساسية لاختصاصي المكتبات والمعلومات، الرياض، مكتب الملك فهد الوطنية، 2000.
- العلاق تسيير، نظريات الاتصال: مدخل متكامل، {د.ط}، عمان، دار اليازوري العلمية لنشر والتوزيع، 2010.
- العميان محمود سلمان، السلوك التنظيمي في منظمات الأعمال، ط2، الأردن، دار وائل للنشر، 2004.

- العيسوي عبد الرحمن محمد، جنوح الشباب المعاصر ومشكلاته، ط1، بيروت، منشورات الحلبي الحقوقية، 2004.
- الصماد محسن، تربية الأبناء ومشاكل الشباب النفسية، {د،ط}، مصر، مكتبة بستان المعرفة، 2008.
- الصميدي محمود جاسم، ردينة يوسف عثمان، سلوك المستهلك، ط1، عمان، دار المناهج للنشر والتوزيع، 2001.
- الصرايرة خالد عبده، النشر الإلكتروني وأثره على المكتبات ومراكز المعلومات، ط1، عمان، دار كنوز المعرفة، 2007.
- الصرفي محمد، البيع والشراء عبر الإنترنت، ط4، مصر، المكتب الجامعي الحديث، 2008.
- الرفاعي عبيد منصور، الإسلام وقضايا الشباب، ط1، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، 2001.
- الرزوق حسن مظفر، الفضاء المعلوماتي، ط1، بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية، 2007.
- الشال انشراح، مدخل إلى علم الإعلام، القاهرة، دار الفجر العربي، 2001.
- أترمان جون، إعلام جديد: سياسة جديدة، ترجمة: عبد الله الكندي، ط1، غزة، دار الكتاب الجامعي، 2003.
- الخولي سناء، أزمة ومشاكل الشباب، {د،ط}، مصر، دار المعرفة الجامعية طبع ونشر توزيع، 2011.
- الخطيب جمال، تعديل السلوك الإنساني، ط2، عمان، دار الفكر ناشرون وموزعون، 2011.
- الخزايلة عبد الله عقلة مجلي، الصراع بين القيم الاجتماعية والقيم التنظيمية في الإدارة التربوية، ط1، عمان، دار الحامد، 2008.
- الغالبي طاهر محسن، أحمد شاكر العسكري، الإعلان: مدخل تطبيقي، ط2، عمان، دار وائل للنشر، 2006.
- الزواوي خالد محمد، الشباب والفراغ ومستقبل البحث العلمي، {د،ط}، الإسكندرية، مؤسسة حورس الدولية للنشر والتوزيع، 2007، 2008.
- الزيود ماجد، الشباب والقيم في عالم المتغير، ط1، عمان، دار الشروق، 2005.
- أنور أحمد شكري فايزة، القيم الأخلاقية بين الفلسفة والعلم، {د،ط}، مصر، دار المعرفة الجامعية، 2002.
- أقبيق طريف، الإنترنت: المعلومات الشاملة للبشرية جمعاء، ط1، سوريا، دار إيمان، ج1.
- أقبيق طريف، الإنترنت: المعلومات الشاملة للبشرية جمعاء، ط1، سوريا، دار إيمان، ج2.

- باحارث عدنان حسن، وسائل المجتمع الاقتصادية لتأهيل الشباب المبكر للحياة الاجتماعية، ط1، {د}، ب{، دار المجتمع للنشر والتوزيع، 2004.
- بدر أحمد، الصحافة الكونية: دراسات في الإعلام والاتصال الدولي، ط1، القاهرة، دار غريب للطباعة والنشر والتوزيع، 2006.
- بدران عباس، الحرب الإلكترونية: الاشتباك في عالم المعلومات، بيروت، مركز دراسات الحكومة الإلكترونية، 2010.
- بوعلي نصير، الإعلام والقيم: قراءة في نظرية المفكر الجزائري عبد الرحمن عزّي، الجزائر، دار الهدى للطباعة والنشر والتوزيع، 2005.
- بوعلي نصير، التلفزيون الفضائي وأثره على الشباب في الجزائر: دراسة ميدانية، الجزائر، دار الهدى للطباعة والنشر والتوزيع، 2005.
- بوعلي نصير، " مفاهيم نظرية الحتمية القيمية في الإعلام عند عبد الرحمن عزّي: مقاربة نقدية"، سلسلة كتب المستقبل العربي، بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية.
- بوعلي نصير، قراءات في نظرية الحتمية القيمية في الإعلام، ط1، قسنطينة، منشورات مكتبة اقرأ، 2009.
- بوعناقة علي، الشباب ومشكلاته الاجتماعية في المدن الحضرية، ط1، لبنان، مركز دراسات الوحدة العربية، 2007.
- بلخيرى رضوان، مدخل إلى وسائل الإعلام والاتصال: نشأتها وتطورها، ط1، الجزائر، جسور للنشر والتوزيع، 2014.
- بن مرسلّي أحمد، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، {د، ط}، بن عكنون، ديوان المطبوعات الجامعية، 2003.
- بني عطا جميل، كمال الحوامدة، الشباب الجامعي وأفة المخدرات، ط2، عمان، دار كنوز المعرفة العلمية للنشر والتوزيع، 2011.
- بسيوني إبراهيم حمادة، دراسات في الإعلام وتكنولوجيا الاتصال والرأي العام، ط1، القاهرة، عالم الكتب، 2008.
- بعزیز إبراهيم، تكنولوجيا الاتصال الحديثة وتأثيراتها الاجتماعية والثقافية، ط1، القاهرة، دار الكتاب الحديث، 2011.
- بختي إبراهيم، التجارة الإلكترونية: مفاهيم واستراتيجيات التطبيق في المؤسسة، بن عكنون، ديوان المطبوعات الجامعية، 2005.

- بختيار السيد، أخلاقيات العمل الصحفي The Ethics of journalism، ط1، الإمارات العربية المتحدة، دار الكتاب الجامعي، 2011.
- بيومي محمد أحمد محمد، علم اجتماع القيم، {د،ط}، مصر، دار المعرفة الجامعية {د،س}.
- بيومي خليل محمد محمد، التربية وجودة الشباب العربي في عصر العولمة، {د،ط}، مصر، المكتب الجامعي الحديث، 2001.
- بيضون عزة شرزة، وآخرون، الشباب العربي ورؤى المستقبل، ط1، بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية، 2006.
- جاد أحمد محمد، الإعلام الفضائي وأثاره التربوية، ط1، الإسكندرية، العلم والإيمان للنشر والتوزيع، 2008.
- جبر سعيد سعاد، سيكولوجية الاتصال الجماهيري، ط1، عمان، عالم الكتب الحديث، 2008.
- داود حسن طاهر، أمن شبكات المعلومات، الرياض، مركز البحوث للمملكة العربية السعودية، 2004.
- دليو فضيل، مدخل إلى الاتصال الجماهيري، {د،ط}، جامعة منتوري، مخبر علم اجتماع الاتصال، 2003.
- دليو فضيل، وآخرون، التحديات المعاصرة: العولمة، الإنترنت، الفقر، اللغة: فعاليات اليوم الدراسي الأول لمخبر علم اجتماع الاتصال، قسنطينة، جامعة منتوري، 2002.
- دسوقي أحمد فايزة، السلوك غير السوي للمستخدمين في المكتبات، {د،ط}، الرياض، مكتبة الملك فهد الوطنية، 2006.
- درويش عبد الرحيم، مقدمة إلى علم الاتصال، {د،ط}، مكتبة نانسي، 2005.
- دياب مفتاح محمد، قضايا معلوماتية، ط1، عمان، دار صفاء للنشر والتوزيع، 2007.
- دياب فوزية، القيم والعادات الاجتماعية مع بحث ميداني لبعض العادات الاجتماعية، {د،ط}، بيروت، دار النهضة العربية للطباعة والنشر، 1980.
- حجاب محمد منير، نظريات الاتصال، ط1، مصر، دار الفجر للنشر و التوزيع، 2010.
- حجابي عزت، الشباب العربي ومشكلاته، {د،ط}، الكويت، عالم المعرفة، 1985.
- حسن القاسم شادي محمود، مهارات استخدام قواعد المعلومات الإلكترونية في المكتبات، ط1، أمواج للطباعة والنشر والتوزيع، 2009.
- حسن الخطاب فارس، الفضائيات الرقمية وتطبيقاتها الإعلامية، ط1، عمان، دار أسامة للنشر والتوزيع، 2011.



- حسن جاسم جعفر، المكتبات الرقمية وأقعها ومستقبلها، ط1، دار البداية ناشرون وموزعون، عمان، 2009.
- حسن راوية، السلوك التنظيمي المعاصر، مصر، الدار الجامعية، 2002.
- حسين سمير محمد، دراسات في مناهج البحث العلمي بحوث الإعلام، القاهرة، عالم الكتب، 2006.
- حلاوة محمد السيد، رجاء علي عبد العاطي، العلاقات الاجتماعية للشباب: بين دردشة الانترنت والفيس بوك، {د،ط}، مصر، دار المعرفة الجامعية، 2011.
- حماد طارق عبد العال، التجارة الالكترونية والمفاهيم، التجارب، التحديات، الأبعاد التكنولوجية والمالية والتسويقية والقانونية، مصر، الدار الجامعية، 2003.
- حمدي أمل وجيه، المصادر الالكترونية للمعلومات: الاختيار والتنظيم، والإتاحة في المكتبات، ط1، الدار المصرية اللبنانية، 2007.
- طه عبد الرحمن، الحق الإسلامي في الاختلاف الفكري، ط1، المغرب، المركز الثقافي، 2005.
- طه عشره نجلاء عبد الفتاح، المكتبات الإلكترونية والرسمية وأثرها الثقافي في المجتمع، ط1، الإسكندرية، دار الوفاء لندنيا الطباعة والنشر، 2014.
- كامل أحمد سهير، دراسات في سيكولوجية الشباب، {د،ط}، مصر، مركز الإسكندرية للكتاب، 1998.
- كامل مجدي، الشباب والمستقبل في القرن 21، ط1، القاهرة، دار الأمين للطبع والنشر والتوزيع، 2005.
- كولمان ستيفن، كارين روس، الإعلام والجمهور the Media and the public، ترجمة: صباح حسن عبد القادر، الطبعة العربية الأولى، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، 2012.
- كرو العزاوي رحيم يونس، مقدمة في منهج البحث العلمي، ط1، عمان، دار دجلة، 2008.
- لازم المالكي مجبل، المكتبات الرقمية، ط1، عمان، مؤسسة الوراق، 2005.
- لعقاب محمد، مجتمع الإعلام والمعلومات: ماهيته وخصائصه، الجزائر، دار هومة للنشر والتوزيع، 2007.
- لغولد تشي، البحث الذكي في شبكة الإنترنت: أدوات وتقنيات للحصول على أفضل النتائج، ترجمة: عبد المجيد بوعزة، الرياض، مكتبة الملك فهد الوطنية، 2001.
- ليله علي، الشباب العربي وإرادة التغيير من داخل التراث، {د،ط}، مصر المكتبة المصرية للطباعة والنشر والتوزيع، 2006.
- ليله علي، الشباب والمجتمع أبعاد الاتصال والانفصال، {د،ط}، الإسكندرية، المكتبة المصرية للطباعة والنشر والتوزيع، 2004.

- ماتلار أرمان و ميشال، تاريخ نظريات الاتصال، ترجمة: نصر الدين لعياضي، الصادق رابح، ط1، بيروت، المنظمة العربية للترجمة، 2005.
- مبروك إبراهيم السعيد، المكتبات الإلكترونية: رؤية للمكتبات في الألفية الثالثة، ط3، القاهرة، المجموعة العربية للتدريب والنشر، 2014.
- موسى أحمد محمد، الشباب بين التهميش والتشخيص: رؤية انسانية، ط1، مصر، المكتبة العصرية للنشر والتوزيع، 2009.
- محمد الجبور سناء، الإعلام والرأي العام العربي والعالمي، {د،ط}، عمان، دار أسامة للنشر والتوزيع، 2009.
- محمد سليمان أشجان، تربية الشباب في المجتمع المعاصر، {د،ط}، الإسكندرية مؤسسة شباب الجامعة، 2009.
- محمد سيّد محمد، المسؤولية الإعلامية في الإسلام، الجزائر، المؤسسة الوطنية للكتاب، 1986.
- محمد علي محمد، السعيد عبد العاطى السيد، لسامية محمد جابر، علم الاجتماع، {د،ط}، مصر، دار المعرفة الجامعية، 2006.
- محمد علي محمد، الشباب العربي والتغير الاجتماعي، {د،ط}، بيروت، دار النهضة العربية للطباعة والنشر، 1985.
- محمد محفوظ، تكنولوجيا الاتصال: دراسة في الأبعاد النظرية والعلمية لتكنولوجيا الاتصال، مصر، دار المعرفة الجامعية، 2005.
- محمد فتحي عبد الهادي، المكتبات والمعلومات في عالم جديد، ط1، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، 2007.
- محمد عثمان تهناني، عزة محمد سليمان، العنف لدى الشباب الجامعي، {د،ط} الرياض، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية.
- محمود عباس طارق، المكتبات الرقمية وشبكة، ط1، القاهرة، المركز الأصيل للنشر والتوزيع، 2003.
- مكايي حسن عماد، أخلاقيات العمل الإعلامي: دراسة مقارنة، ط1، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، 1994.
- ممدوح إبراهيم خالد، لوجيستيات التجارة الإلكترونية، ط1، الإسكندرية، دار الفكر الجامعي، 2008.
- منتصر هارون، تكنولوجيا الاتصال الحديثة: المسائل النظرية والتطبيقية، ط1، قسنطينة، دار الألمعية للنشر والتوزيع، 2012.

- مصباح عامر، الإقناع الاجتماعي: خلفيته النظرية والياتة العلمية، {د،ط}، بن عكنون، ديوان المطبوعات الجامعية، 2005.
- مشاركة تسير، مدخل إلى دراسات الإعلامية، {د،ط}، فلسطين، منشورات بيت القدس للنشر والتوزيع، 2002.
- ميلسون فرد، الشباب في مجتمع متغير، ترجمة يحي مرسى عيد بدر، ط1، الإسكندرية، دار الوفاء لندنيا الطباعة والنشر، 2007.
- ناصر إبراهيم، التربية الأخلاقية، ط1، الأردن، دار وائل للنشر، 2006.
- نورهان محمد، عز الدين خطاب، التجارة الالكترونية، ط2، القاهرة، الشركة العربية المتحدة للتسويق، 2011.
- نصر حسني محمد، الإنترنت والإعلام: الصحافة الالكترونية، ط1، الكويت، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، 2003.
- نصر حسني محمد، مقدمة في الاتصال الجماهيري: المداخل والوسائل، ط1، الكويت، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، 2001.
- نيجروبونت نيكولاس، التكنولوجيا الرقمية: ثورة جديدة في نظم الحاسبات والاتصالات، ترجمة: سمير إبراهيم شاهين، ط1، القاهرة، مركز الأهرام للترجمة والنشر، 1998.
- سلامة عبد الحافظ محمد، وائل أبو مغلي، تطبيقات الحاسوب في المكتبات ومراكز المعلومات، ط1، عمان، دار صفاء للنشر والتوزيع، 2002.
- سلي فرنسوا، نقولا مكرير، وسائل الاتصال المتعددة (ملتيميديا)، ترجمة: فؤاد شاهين، بيروت، عويدات للنشر والطباعة، 2001.
- سليمان الموسى عصام، المدخل في الاتصال الجماهيري، ط6، عمان، إثراء للنشر والطباعة، 2009.
- سليمان ماهر، حسام عابد، إياد خدام، أساسيات الإنترنت، ط1، {د،ب}، دار الرضا للنشر، 2000.
- سنو مي العبد الله، الاتصال في عصر العولمة: الدور والتحديات الجديدة، ط2، لبنان، دار النهضة العربية، 2001.
- سعر هادي، أحمد محمود الخطيب، إدارة الاتصال والتواصل: النظريات، والعمليات، الوسائط و الكفايات، ط1، الأردن، عالم الكتب الحديث، 2009.
- سعيد سعاد جبر، القيم العالمية وأثرها على السلوك الإنساني، ط1، الأردن، دار جدارا للكتاب العالمية و عالم الكتب الحديث، 2008.
- سعيد رامي، المكتبة والحاسبات الالكترونية، ط1، القاهرة، دار الكتاب الحديث، 2012.

- سيد فهمي محمد، العولمة والشباب من منظور اجتماعي، ط1، الإسكندرية، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، 2009.
- سيد فهمي محمد، فن الاتصال في الخدمة الاجتماعية، مصر، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، 2006.
- عامر فتحي حسين، وسائل الاتصال الحديثة من الجريدة إلى الفيس بوك، ط1، القاهرة : دار العربي للنشر والتوزيع، 2011.
- عبد الجبار حسين، اتجاهات الإعلام الحديث والمعاصر، طبعة 2011، عمان، دار أسامة للنشر، 2008.
- عبد الهادي محمد فتحي، المكتبات والمعلومات في عالم جديد، ط1، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، 2007.
- عبد الهادي زين، دليل مصادر معلومات المكتبات على شبكة الإنترنت، القاهرة، إبيس كوم، 2001.
- عبد الهادي محمد فتحي، النشر الإلكتروني وتأثيره على مجتمع المكتبات والمعلومات: أبحاث ودراسات المؤتمر العلمي الثاني لمركز بحوث نظم وخدمات المعلومات، القاهرة، المكتبة الأكاديمية، 2001.
- عبد الواحد أمين رضا، الصحافة الإلكترونية، {د، ط}، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، 2007.-
- عبد الحميد إبراهيم مروان، أسس البحث العلمي الإعداد الرسائل الجامعية، ط1، عمان مؤسسة الوراق، 2000.
- عبد الحميد صالح محمد، الإعلام الجديد، ط1، القاهرة، مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع، 2011.
- عبد الحميد صلاح، الإعلام والثورات العربية، ط1، القاهرة، مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع، 2013.
- عبد الفتاح فاطمة الزهراء، المدونات الإلكترونية والمشاركة السياسية، ط1، القاهرة، دار العالم العربي، 2012.
- عبد القادر سلوى السيد، الأنثروبولوجيا والقيم، {د، ط}، مصر، دار المعرفة الجامعية، 2010.
- عبد الرحمن مؤيد أحمد، تقنية المعلومات Information technology، ط1، الأردن، دار دجلة ناشرون وموزعون، 2014.
- عبد الرزاق انتصار إبراهيم، صفد حسام الساموك، الإعلام الجديد، جامعة بغداد، مكتبة الإعلام والمجتمع، 2011.
- عبد الغني أمين سعيد، وسائل الإعلام الجديدة والموجة الرقمية الثانية، ط1، مصر، ايتراك للنشر والتوزيع، 2008.

- عبد الخالق السيد أحمد، التجارة الإلكترونية والعولمة، مصر، المنظمة العربية لتنمية الإدارية، 2008.
- عبده حافظ محمد، التسويق عبر الإنترنت، ط1، مصر، دار الفجر للنشر والتوزيع، 2009.
- عبده محبوب محمد، المرأة والقيم في المجتمعات العربية، {د، ط}، مصر، دار المعرفة الجامعية، 2011.
- عبده فليه فاروق، السيد محمد عبد المجيد، السلوك التنظيمي في إدارة المؤسسات التعليمية، ط1، عمان، دار الميسرة للنشر والتوزيع، 2005.
- عبود داوود رامي محمد، الكتب الإلكترونية: النشأة والتطور، الخصائص والإمكانات الاستخدام والإفادة، ط1، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية.
- عبيدات محمد، محمد أبو نصار، عقلة مبيضين، منهجية البحث العلمي القواعد والمراحل والتطبيقات، ط2، عمان، دار وائل للنشر والتوزيع، 1999.
- عواد فاطمة حسين، الاتصال والإعلام التسويقي، ط1، عمان، دار أسامة للنشر والتوزيع، 2010.
- عوض صابر فاطمة، ميرفت على خفاجة، أسس ومبادئ البحث العلمي، ط1، مصر مكتبة ومطبعة الإشعاع الفني، 2002.
- عويد مسعد، القدوة في محيط النشء والشباب: دراسة علمية تربوية، {د، ط}، مصر، دار الفكر العربي، 1979.
- عسوى عبد الرحمن، دراسات في السلوك الإنساني، {د، ط}، إسكندرية، المكتب العربي الحديث، {د، س}.
- عسييري علي بن عبد الله، الاثار الأمنية لاستخدام الشباب للإنترنت، الرياض، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، 2004.
- عطية أحمد عبد الحليم، القيم في الواقعية الجديدة، ط1، بيروت، التنوير للطباعة والنشر والتوزيع، 2010.
- علوه نبيل رأفت، شبكات الاتصال، ط1، عمان، مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع، 2007.
- علم الدين محمود، الصحافة الإلكترونية، ط1، القاهرة، دار السحاب للنشر والتوزيع، 2008.
- عليان ربحي مصطفى، المكتبات الإلكترونية والمكتبات الرقمية، ط2، عمان، دار صفاء للنشر والتوزيع، 2015.
- عليان ربحي مصطفى، عثمان محمد غنيم، مناهج وأساليب البحث العلمي: بين النظرية والتطبيق، ط1، عمان، دار صفاء للنشر والتوزيع، 2000.

- عمارة محمد محمد، دراما الجريمة التلفزيونية: دراسة سوسيو اعلامية، ط1، القاهرة، دار العلوم للنشر والتوزيع، 2008.
- عمر الحسني أماني، الإعلام والمجتمع: أطفال في ظروف صعبة ووسائل الإعلام مؤثرة، ط1، القاهرة، علم الكتب، 2005.
- عرابي محمود، تأثير العولمة على ثقافة الشباب: دراسة ميدانية، ط1، القاهرة، الدار الثقافية للنشر، 2006.
- عزام زكريا، عبد الباسط حسونة، مصطفى الشيخ، مبادئ التسويق الحديث: بين النظرية والتطبيق، ط1، {د، ب}، دار الميسرة للنشر والتوزيع، 2008.
- عزي عبد الرحمن، الإعلام وتفكك البنيات القيمية في المنطقة الغربية: قراءة معرفية في الرواسب الثقافية، ط1، تونس، الدار المتوسطة للنشر، 2009.
- عزي عبد الرحمن، دعوة إلى فهم: الجواب الكافي حول نظرية الحتمية القيمية في الإعلام، ط1، تونس، الدار المتوسطة للنشر، 2016.
- عزي عبد الرحمن، دعوة إلى فهم نظرية الحتمية القيمية في الإعلام، ط1، تونس، الدار المتوسطة للنشر، 2011.
- عزي عبد الرحمن، دعوة إلى فهم: المصطلحات الحديثة في الإعلام والاتصال، ط1، تونس، الدار المتوسطة للنشر، 2011.
- عزي عبد الرحمن، دراسات في نظرية الاتصال: نحو فكر إعلامي متميز، ط1، بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية، 2003.
- عزي عبد الرحمن، نصير بوعلي، حوارات أكاديمية حول نظرية الحتمية القيمية في الإعلام، ط1، الجزائر، الدار الورسم للنشر، 2010.
- عزي عبد الرحمن، حفريات في الفكر الإعلامي القيمي: مالك بن نبي- النورسي- الورثيلاني- صن تسو، ط1، تونس، الدار المتوسطة للنشر، 2011.
- عزي عبد الرحمن، منهجية الحتمية القيمية في الإعلام، ط1، تونس، الدار المتوسطة للنشر، 2013.
- عزي عبد الرحمن، نظرية الواجب الأخلاقي في الممارسة الإعلامية، ط1، تونس، الدار المتوسطة للنشر، 2016.
- عزي عبد الرحمن، نظرية الحتمية القيمية في الإعلام، ط1، تونس، الدار المتوسطة للنشر، 2011.
- عزي عبد الرحمن، قوانين الإعلام والإعلام الاجتماعي: قراءة معرفية في النظام الأخلاقي، تونس، الدار المتوسطة، 2013.

- عزي عبد الرحمن، وآخرون، عالم الاتصال، {د، ط}، بن عكنون، ديوان المطبوعات الجامعية، 1992.
- عزي عبد الرحمن، وآخرون، ثورة الصورة: المشهد الإعلامي وفضاء الواقع، ط1، بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية، 2008.
- عثمان صبرى خالد، القيم التربوية في شعر الأطفال، ط1، مصر، العلم والإيمان للنشر والتوزيع، 2008.
- فهمي نورهان منير حسن، القيم الاجتماعية والشباب: منظور ديني، {د، ط}، الإسكندرية، المكتب الجامعي الحديث، 2008.
- فرغلى أحمد عبد الله، منظومة مراكز الشباب التربوية، ط1، القاهرة، مراكز الكتاب للنشر، 2003.
- فتحى محمد، الإنترنت شبكة العجائب: أهم أحداث القرن العشرين وأفاق المستقبل، القاهرة، دار الطائف للنشر والتوزيع، 2003.
- صالح أحمد محمد، الإنترنت والمعلومات بين الأغنياء والفقراء، مركز البحوث العربية والأفريقية، {د، س}.
- صالح العبيد منصور فهد، الإنترنت: استثمار المستقبل، ط1، الرياض، 1996.
- صالح علي عبد الرحيم، المعجم العربي لتحديد المصطلحات النفسية، ط1، عمان، دار المكتبة الحامد للنشر والتوزيع، 2014.
- صالح محمد عماد عيسى، المكتبات الرقمية: الأسس النظرية والتطبيقات العلمية، ط1، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، 2006.
- صبحي سيد، الشباب و أزمة التعبير: شبابنا آماننا، ط1، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، 2002.
- قندوشي ربيعة، الإعلان الإلكتروني، الجزائر، دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع، 2012.
- قنديلجي عامر إبراهيم، ربحي مصطفى عليان، ايمان فال السامرائي، مصادر المعلومات من عصر المخطوطات إلى عصر الإنترنت، ط1، عمان، دار الفكر للطباعة والنشر والتوزيع، 2000.
- قساسية علي، السلوك الاتصالي للجمهور: خلفيات سيكو- سوسولوجية، الوسيط في الدراسات الجامعية، الجزائر، دار هومة للنشر والتوزيع، 2004.
- راسم محمد جمال، الاتصال والإعلام في الوطن العربي في عصر المعلومات، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، 2006.
- ردمان الدناني عبد الملك، الوظيفة الإعلامية لشبكة الإنترنت، ط1، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، 2003.

- ردمان الدناني عبد الملك، تطوير تكنولوجيا الاتصال وعولمة المعلومات، {د،ب}، المكتب الجامعي الحديث، 2005.
- ردمان عبد الله، الإنترنت تطبيقاتها الدعوية للمبتدئين، {د، ب}، {د، د}، {د، س}.
- رولي جنيفر، أسس تقنية المعلومات، ترجمة: عبد الرحمن بن حمد العكرش، الرياض، مكتبة الملك فهد الوطنية، 1993.
- رشوان عبد المنصف حسن، ممارسة الخدمة الاجتماعية فى رعاية الشباب وقضاياهم، {د،ط}، مصر، المكتب الجامعي الحديث، 2006.
- رزقبر جان بول، فلسفة القيم، ترجمة: عادل الأوى، ط1، بيروت، عويدات للنشر والطباعة، 2001.
- شاهين بهاء، الإنترنت والعولمة، ط1، القاهرة، عالم الكتب، 1999.
- شاهين شريف كامل، مصادر المعلومات الإلكترونية فى المكتبات ومراكز المعلومات، ط1، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، 2000.
- شمو علي محمد، الاتصال الدولى والتكنولوجيا الحديثة: الإنترنت القمر الصوتى الرقوى والمليميديا، ط1، الإسكندرية، مكتبة و مطبعة الإشعاع الفنى.
- شفيق محمد، السلوك الإنسانى، ط1، الإسكندرية، المكتب الجامعي الحديث، 1999.
- تمار يوسف، تحليل المحتوى للباحثين والطلبة الجامعيين، ط1، الجزائر، طاكسيج كوم، 2007.
- غانم محمد حسين، الشباب المعاصر وأزماته: دراسات نفسية ميدانية، ط1، القاهرة، مكتبة الدار العربية للكتاب، 2008.
- غباري محمد سلامة محمد، التنمية ورعاية الشباب، {د،ط}، مصر، المكتب الجامعي الحديث، 2011.
- غنيم أحمد محمد، التسويق والتجارة الإلكترونية، مصر، المكتبة المصرية للنشر والتوزيع، 2008.
- غنيم السيد رشاد، التكنولوجيا والتغير الاجتماعى، ط1، مصر، دار المعرفة الجامعية، 2008.
- خورشيد مراد كامل، الاتصال الجماهيري والإعلام: التطور الخصائص - النظريات، ط1، عمان، دار الميسرة للنشر والتوزيع، 2011.
- خليل ناصر، التجارة والتسويق الإلكتروني، ط1، عمان، دار أسامة للنشر، 2008.
- خضر عبد الباسط متولى، تنمية وتعديل سلوك الأطفال والشباب: الخلفية النظرية - التشخيص - العلاج، {د،ط}، القاهرة، دار الكتاب الحديث، 2004.
- خيربك عمار، البحث عن المعلومات فى الإنترنت، ط1، {د،ب}، دار الرضا للنشر، 2000.
- ذيب إيمان عبد الكريم، السلوك الاجتماعى للطلاب الجامعي، مجلة مركز البحوث التربوية والنفسية، العدد الثاني عشر، {د،س}.



- يونس انتصار، السلوك الإنساني، {د.ط}، إسكندرية، المكتبة الجامعية، 2001.
- يوسف حسن يوسف، التجارة الالكترونية وأبعادها القانونية الدولية، ط1، القاهرة، المركز القومي للإصدارات القانونية، 2011.
- يسين السيد، المعلوماتية وحضارة العولمة: رؤية نقدية عربية، ط2، القاهرة، دار نهضة مصر للطباعة والنشر، 2002.
- يعقوب عبد الحليم موسى، الموضوعية والقيم الإخبارية في الإعلام، ط1، مصر، الدار العالمية للنشر والتوزيع، 2008.
- إعداد منتدى الفكر العربي، الشباب العربيّ وتحديات المستقبل، ط1، عمان، دار جرير للنشر والتوزيع، 2005.
- أعضاء هيئة التدريس، الطفل والشباب في إطار التنمية الاجتماعية والاقتصادية، الاسكندرية، دار المعرفة الجامعية، 2002.

### 3- الدوريات:

- أبو عرقوب ابراهيم، حمزة خليل الخدام، تأثير الإنترنت على الاتصال الشخصي بالأسرة و بالأصدقاء: دراسة ميدانية، مجلة دراسات للعلوم الانسانية و الاجتماعية، العدد 2، 2012، م 39.
- الدبيسي علي عبد الكريم، زهير ياسين الطاهات ، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات الأردنية، مجلة دراسات (العلوم الإنسانية والاجتماعية ) ، العدد 1 ، المجلد 40، 2013.
- الثقيفي عبد الله، خالد الحموري، قيس عصفور، القيم الاجتماعية وعلاقتها بالتفكير التأملي لدى طالبات قسم التربية الخاصة المتفوقات أكاديمياً والعاديات في جامعة الطائف، المجلة العربية لتطوير التفوق، العدد6، 2013.
- أمين الحق محمد، " القيم الإسلامية في التعليم وأثارها على المجتمع"، مجلة الدراسات الجامعة الإسلامية العالمية شيتاغونغ، ديسمبر 2012، م 9.
- بداني فؤاد، "حتمية ماكلوهان لفهم قيمية عزى عبد الرحمن"، مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية، العدد الرابع، جانفي 2014، جامعة الوادي.
- بوجمعة صويلح، " العولمة والأمن"، مجلة النائب، العدد الأول، الجزائر، المجلس الشعبي الوطني، 1423هـ.

- بو علي نصير، مفاتيح نظرية الحتمية القيمية في الإعلام؛ مقاربة بنيوية، مجلة كنوز الحكمة، العدد الثاني، نوفمبر 2009.
- بوراس زهرة، بوشارب أحمد، "مدى نجاعة العمل الإداري في الجزائر باعتماد نظام الحكومة الإلكترونية"، المجلة الجزائرية للعلمة والسياسات الاقتصادية، العدد 05، 2014.
- بن رمضان سامية، التغير القيمي و أثره على اتجاهات الشباب في المجتمع الجزائري بين الواقع و التحديات المستقبلية: قراءة سوسيولوجية، مجلة علوم الانسان و المجتمع، العدد 07، سبتمبر 2013.
- بن بريقة عبد الوهاب، زينب بن بريقة، أثر تكنولوجيا الإعلام والاتصال في دفع عجلة التنمية، مجلة الباحث، العدد 07، 2009-2010.
- بن صالح بشير، "الشباب والويب 2 رؤية أنثروبولوجية للفضاء الإلكتروني (CYBERESPACE) مواقع الحوار الإلكتروني نموذجاً"، مجلة الإنسان والمجتمع، العدد الخامس، أبريل 2013.
- بن قيده مسعودة، دور برامج الرعاية التربوية الخاصة في تحقيق السلوك التكيف لدى الأطفال ذوي متلازمة دوان.
- بعزیز إبراهيم، دور وسائل الإعلام الجديدة في تحول المتلقى إلى مرسل وظهور صحافة المواطن، مجلة الإذاعات العربية، العدد3، 2011.
- جمال مجاهد أماني، استخدام الشبكات الاجتماعية لتقديم خدمات مكتبية متطورة، مجلة دراسات المعلومات العدد الثامن، قسم المكتبات والمعلومات، جامعة المنوفية، ماي 2010.
- هماش ساعد، "الشبكات الاجتماعية و آثارها على الفرد و المجتمع من منظور قيمي: شبكة الفيس بوك نموذجاً"، مجلة الدراسات الإعلامية القيمية المعاصرة، العدد الثاني، 2012، م 1.
- وشعبي صابر، "الإرهاب الإلكتروني: الإشكال والدوافع"، مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية، العدد 10، جوان 2015، جامعة تبسة.
- حلاق بطرس، تأثير البرامج التلفزيونية على التنشئة الاجتماعية: المجتمع السوري نموذجاً، مجلة جامعة دمشق المجلد 23، العدد الثاني، 2007.
- حلس موسى عبد الرحيم، ناصر علي مهدي، دور وسائل الإعلام في تشكيل الوعي الاجتماعي لدى الشباب الفلسطيني: دراسة ميدانية على عينة من طلاب كلية الآداب جامعة الأزهر، مجلة جامعة الأزهر بغزة، العدد2، المجلد12، 2010.
- حمدي محمد الفاتح، استخدام تكنولوجيا الاتصال والإعلام الحديثة وانعكاسه على سلوكيات الشباب الجزائري، مجلة الدراسات الإعلامية القيمية المعاصرة، الجزائر، العدد الأول، المجلد الأول، 2012.
- لجوديث لازار، الأثر الاجتماعي لوسائل الإعلام، ترجمة: رضوان بوجمعة، المجلة الجزائرية للاتصال، العدد 16، جوان- ديسمبر 1997.

- لعقاب محمد، مجتمع الإعلام والمعلومات: دراسة استكشافية للإنترنتيين الجزائريين، مجلة اتحاد الإذاعات الدول العربية، {د، ت}.
- لونيس باديس، "ثقافة الإنترنت لدى المراهقين في الجزائر: دراسة ميدانية في استخدام والأثر"، مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية، العدد 10، جوان 2015، جامعة تبسة.
- مساهل محمد، أمال ايزة، "أساتذة وباحثون يناقشون موضوع الإعلام القيمي بمدرسة مستغانم للإعلام"، جريدة الوصل، العدد 2928، 10 مارس 2015.
- مساهل م، "الإنترنت أوجدت جيلا مجهولا وسرعت بموت إيديولوجيا الاحتكار والتضليل"، جريدة الوصل، العدد 2909، 16 فيفري 2015.
- سبتي رشيدة، "تأثيرات الإنترنت على العلاقات الاجتماعية"، مجلة الحكمة للدراسات الاتصالية والإعلامية، العدد 25، السداسي الثاني، 2013.
- سلامة محمد، واي فاي: الإنترنت اللاسلكي والتلفزيون التفاعلي المحمول، مجلة الفن الإذاعي، العدد 176، أكتوبر 2004.
- سلامي نادية، "الإدارة الالكترونية كأساس لترقية الخدمة العمومية في الجزائر: الدور والتحديات"، مجلة الحقوق و العلوم السياسية، العدد 04، جوان 2015.
- سوفي شهرزاد، "القيم المتضمنة في إعلانات التلفزيون الجزائري و أثارها على جمهور الطلبة الجامعيين الجزائريين: دراسة في ضوء نظرية الحتمية القيمية في الإعلام"، العدد الثالث، 2012، م 1.
- ساري حلمي خضر، تأثير الاتصال عبر الإنترنت في العلاقات الاجتماعية: دراسة ميدانية في المجتمع القطري، مجلة جامعة دمشق، العدد الأول و الثاني، 2008، م 24.
- عبد الحكيم السيد نفين صابر، ممارسة العلاج المعرفي السلوكي في خدمة الفرد لتعديل السلوك اللاتوافقي للأطفال المعرضين للانحراف، مجلة كلية الآداب، العدد 26 يوليو 2009، جامعة حلوان.
- عبد الله مجلي شايع، تقدير الذات وعلاقته بالسلوك العدواني لدى طلبة الصف الثامن من مرحلة التعليم الأساسي بمدينة صعدة، مجلة جامعة دمشق، العدد الأول، م 29، 2013.
- عبادة نور الهدى، "مواقع التواصل الاجتماعي والعلاقات الاجتماعية: الفرص والتحديات"، مجلة الإنسان والمجتمع، العدد 12، جويلية 2016.
- عبد الاله جعفر ضمياء، سعاد حمود مسلم، أثر استخدام الإنترنت في التفكك الأسري و الاجتماعي: دراسة مسحية لطلبة الجامعات العراقية، مجلة المستنصرية للدراسات العربية و الولية، العدد 39، العراق.

- عوالمية محمد، "نظرية الحتمية القيمية: قراءة تبسيطية للسياق والمبررات والمنهج"، مجلة العلوم الإنسانية، العدد 41، جوان 2014، م أ.
- عيساني رحيمة الحبيب، المر ، مجلة المستنصرية للدراسات العربية والدولية، العدد39، العراق.
- عيساني رحيمة الطيب، دور الانترنت وتطبيقاتها في نشر الشائعات، لمجلة الباحث الإعلامي، العدد28، 2015 .
- قصاب سعدة، التكنولوجيا الحديثة في الاقتصاديات الانتقالية، مجلة الجزائرية للعولمة والسياسات الاقتصادية، العدد1، 2010.
- قجالي أمّنة، "الآثار التربوية للإنترنت على المراهقين: دراسة ميدانية بمدينة قسنطينة في الفترة الممتدة بين 01-30 مارس 2013"، مجلة الحكمة للدراسات الاتصالية والإعلامية، العدد 25، السداسي الثاني، 2013.
- قريشي سامي، "جودة التعليم الإلكتروني في التعليم العالمي كأحد متطلبات عصر المعرفة مع الإشارة لجهود الجامعة الجزائرية"، مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية، العدد 10، جوان 2015، جامعة تبسة.
- رشيد حسن ثائر، عدنان جواد خلف، تأثير درس التربية الرياضية على السلوك الاجتماعي المدرسي للتلاميذ بطيبي التعلم والأسوياء: بحث وصفي على تلاميذ الصف الرابع الابتدائي في محافظة ديالى، مجلة علم الرياضة، العدد الأول، 2009.
- شينار سامية، "حينما لا نستثمر في الاتجاه الصحيح: الإنترنت..تقنية حديثة لانحراف الشباب"، مجلة شباب Jeunesse، العدد 03، 2015.
- شيخاني سميرة، الإعلام الجديد في عصر المعلومات، مجلة دمشق، العدد الأول والثاني، 2010، م26.
- تومي فضيلة، تكنولوجيا الاتصال: التفاعلية وعلاقتها بالبحث العلمي في الجامعة الجزائرية، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، {د، ت}.
- زهير عابد، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تعبئة الرأي العام الفلسطيني نحو التغيير الاجتماعي والسياسي: دراسة وصفية تحليلية، مجلة جامعة النجاح للأبحاث (العلوم الإنسانية )، مجلد 26، 2012.

#### 4- المذكرات و الأطروحات الجامعية:

- الشكري قدري سليمان مصطفى، أثر استخدام الانترنت في الخدمة المقدمة للمرضى في المستشفيات الأردنية، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه فلسفة في نظم المعلومات الإدارية من الأكاديمية العربية، نظم المعلومات الإدارية، كلية الإدارة والاقتصاد، قسم الدنمارك، 2011.
- بومعيزة السعيد، أثر 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، 2005، 2006.
- بورحلة سليمان، أثر استخدام الانترنت على اتجاهات الطلبة الجامعيين وسلوكياتهم: دراسة ميدانية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، قسم علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر بن يوسف بن خدة، 2007-2008.
- بوخنوفة عبد الوهاب، المدرسة، التلميذ والمعلم، وتكنولوجيا الإعلام والاتصال: التمثل والاستخدامات: دراسة على عينة من التلاميذ والمعلمين في الجزائر، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه دولة في علوم الإعلام والاتصال، قسم علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر يوسف بن خدة، 2006-2007.
- جلولي مختار، الإدارة الإعلامية للأزمات الداخلية في الصحافة الجزائرية: دراسة تحليلية مقارنة بين جريدتي الخبر و الشروق خلال أزمة غرداية، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه الطور الثالث في علوم الإعلام و الاتصال، تخصص وسائل الإعلام والمجتمع، قسم علوم الأعلام والاتصال وعلم المكتبات، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، 2016-2017.
- واضح خضرة، اتجاهات جمهور مستخدمي الإنترنت في الجزائر نحو الاعلانات الالكترونية: دراسة ميدانية بنوادي الانترنت في ولاية قسنطينة، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام و الاتصال، قسم علوم الإعلام و الاتصال، كلية العلوم الاجتماعية و العلوم الانسانية، جامعة منتوري قسنطينة، 2009-2010.
- حمدي محمد الفاتح، استخدامات تكنولوجيا الاتصال والإعلام وانعكاساتها على قيم الشباب الجامعي، مذكرة مكملة لنيل شهادة ماجستير في تخصص دعوة وإعلام، قسم أصول الدين، كلية العلوم الاجتماعية والعلوم الإنسانية، جامعة الحاج لخضر باتنة، 2008-2009.
- لعقاب محمد، مجتمع الإعلام والمعلومات: دراسة استكشافية للأنترنيتيين الجزائريين، أطروحة لنيل شهادة دكتوراه دولة في علوم الإعلام والاتصال، قسم علوم الإعلام والاتصال، كلية الآداب و اللغات، جامعة الجزائر، 2000-2001.

- عيساني رحيمة، الآثار الاجتماعية والثقافية للعولمة على جمهور الفضائيات الأجنبية الشباب الجامعي بالجزائر أنموذجاً، أطروحة مقدمة لنيل درجة دكتوراه العلوم في علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والعلاقات الدولية وعلوم الإعلام والاتصال، قسم علوم الإعلام والاتصال، 2005-2006.

- قنيطة أحمد أحمد بكر، الآثار السلبية لاستخدام الإنترنت من وجهة نظر طلبة الجامعة الإسلامية بغزة و دور التربية الإسلامية في علاجها، مذكرة للحصول على شهادة الماجستير في أصول التربية، قسم أصول التربية، كلية التربية، الجامعة الإسلامية بغزة، 2011.

## 5- المؤتمرات:

- بوسنان رقية، توالد وزحمة النظريات الإعلامية الغربية وأهمية التنسيق والتدافع المعرفي لتطوير "نظرية الحتمية القيمية الإعلامية"، الملتقى الدولي الثاني حول نظرية الحتمية القيمية في الإعلام، 2-3 ديسمبر 2013، جامعة عمار تليجي بالأغواط.

- بشريف وهيبية، "نظرية الغرس الثقافي: قراءة في السياق الجزائري"، يوم دراسي حول "الجدوى العلمية لنظريات الاتصال في بحوث الإعلام والاتصال"، 19 أبريل 2016، كلية العلوم الإنسانية والعلوم الاجتماعية، قسم علوم الإعلام والاتصال وعلم المكتبات، جامعة باتنة -1 الحاج لخضر.

- بشريف وهيبية، "شبكات التواصل الاجتماعي والتسويق السياسي في الجزائر"، يوم دراسي حول "تسويق الأفكار-المفهوم، الأبعاد، الآثار"، 26 أبريل 2016، كلية العلوم الإنسانية والعلوم الاجتماعية، قسم علوم الإعلام والاتصال وعلم المكتبات، جامعة باتنة -1 الحاج لخضر.

- هماش ساعد، نظرية الحتمية القيمية في الإعلام من التخصيص إلى التعميم: من علوم الإعلام والاتصال إلى العلوم الإنسانية والاجتماعية، الملتقى الدولي الثاني حول نظرية الحتمية القيمية في الإعلام، جامعة عمار تليجي بالأغواط، 2-3 ديسمبر 2013.

- لبيجيري نور الدين، الأبعاد القيمية للإعلانات: دراسة تحليلية في ضوء نظرية الحتمية القيمية، الملتقى الدولي الثاني حول نظرية الحتمية القيمية في الإعلام، جامعة عمار تليجي بالأغواط، 2-3 ديسمبر 2013.

- لونيس باديس، "تحديات تواجه نظرية الحتمية القيمية في الإعلام: دراسة نقدية مقارنة"، الملتقى الدولي الثاني حول نظرية الحتمية القيمية في الإعلام، 2-3 ديسمبر 2013، جامعة عمار تليجي بالأغواط.

- موسى محمد الأمين، مستقبل العلاقات العامة في عصر الوسائط: The future of PR in the infomedia Age، مؤتمر العلاقات العامة في الوطن العربي في ظل العولمة: الواقع الحالي وأفاق المستقبل، {د، ق}، {د، ج}، {د، ت}.

- محراز سعاد، الدراما في التلفزيون وقيم السلوك التقمصي لأفراد الجمهور: دراسة ميدانية لدى جماعات القبالة، المؤتمر الدولي الثالث للإعلام القيمي بين التنظير والطرح الإمبريقي، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة مستغانم، 10-11 مارس 2015.

- ساسي سفيان، شبكة التواصل الاجتماعي وانعكاساتها على قيم الشباب الجزائري، الملتقى الدولي الثاني حول نظرية الحتمية القيمية في الإعلام، 2-3 ديسمبر 2013، جامعة عمار ثليجي بالأغواط.

- سطوطاح سميرة، سمية بورقعة، القيم في الإشهار التلفزيوني وتوجيه السلوك الاستهلاكي للأفراد: دراسة ميدانية وتحليلية لعينة من إشهارات القناة الأولى (الأرضية)، الملتقى الدولي الثاني حول نظرية الحتمية القيمية في الإعلام، 2-3 ديسمبر 2013، جامعة عمار ثليجي بالأغواط.

- سعود صالح، الإعلام الجديد وقضايا المجتمع: التحديات والفرص، المؤتمر العالمي الثاني للإعلام الإسلامي، كلية الآداب، قسم الإعلام، جامعة الملك عبد العزيز، السعودية، 13-15 ديسمبر 2011.

- عيساوي أحمد، "رؤية تحليلية نقدية لـ" منهجية [نظرية] الحتمية القيمية في الإعلام: للباحث المفكر الأستاذ الدكتور عزى عبد الرحمن"، الملتقى الدولي الثاني حول نظرية الحتمية القيمية في الإعلام، 2-3 ديسمبر 2013، جامعة عمار ثليجي بالأغواط.

- خشة أحسن، الأخلاقيات الإعلامية من منظور قيمي، الملتقى الدولي الثاني حول نظرية الحتمية القيمية في الإعلام، 2-3 ديسمبر 2013، جامعة عمار ثليجي بالأغواط.

- المجلس الإسلامي الأعلى: ملتقى دولي الأول حول "الشباب بين الأصالة ومسيرة العصر"، الجزائر، منشورات المجلس الإسلامي الأعلى، 2009.

## 6- التقارير:

- تقرير الاعلام الاجتماعي العربي: الإعلام العربي الاجتماعي و الحراك المدني: تأثير فيسبوك و تويتر، الاصدار الثاني، ماي 2011، كلية دبي للإدارة الحكومية.

## 7- المواقع الالكترونية:

- <http://arabic.Tebyan.net>.

- <http://badislounis.blogspot.com/2015>.

- <http://badislounis.blogspot.com/2014>.

- <http://diae.net> .
- <http://hadiaoucif.blogspot.com>.
- <http://manifest.univ-ouargla.dz>.
- <http://mogtamaa.telecentre.org>.
- <https://sites.google.com>.
- <https://valuemediaschool.com>.
- <http://vb.elmtba.com>.
- <http://www.ahewar.org/debat>.
- <http://www.almaktabah.net/vb/showthread.php?t=30327>.
- <http://www.djazairess.com>.
- <http://www.mouwazaf-dz.com> .
- [www.jadidpresse.com](http://www.jadidpresse.com) .
- [www.journal.cybrarians.org/index.php?option=com](http://www.journal.cybrarians.org/index.php?option=com).
- [www.ministerecommunication.gov.dz](http://www.ministerecommunication.gov.dz) .
- **المراجع باللغة الفرنسية:**

## 1-Dictionnaire :

- Aguilar Jorge, **the new Encyclopaedia britannica**, tenth Edition, Chicago, Library of congress, 2005.
- Aobinson Michael, **Dictionnaire de technologie numérique : anglais-français- français- anglais**, paris, ellipses Edition marketing, 2004.
- badawi Zaki , **A Dictionary of the social sciences : English- french – Arabic**, Bierut, librairie du Liban, 1978.
- cacaly Serge, **Dictionnaire de l'information**, 2 Edition, paris, Armand colin, 2006.
- detolenaere Norma, Jean pierre meinadier, **Dictionnaire de l'informatique**, paris, Larousse, 2000.



- Farhat Fadi Assaad , Michelle Ibrahim, **the JURIDICAL DICTIONARY : English. Arabic. French**, edition 1, Jordan, Dar Al-thagafa for publishing Distributing, 2014.
- Faruqi Harith Suleman, **faruqi's law dictionary : english-arabic** , edition 5 , beirut, librairiedu liban, 2006.
- Grenie Michel, **Dictionnaire de la micro-informtique**, paris, Larousse-Bordas, 1997.
- Toohan al-zubaydi Majid khaled, **Dictionnaire of Library and information sciences aubreviations in internet environment : enlish-arabic**, 1 Edition, jordan, dar safas publishing, 2009.
- Trayler Andrew ,Nichola, **Conscise English Dictionnaire words worth**, London, Editions limited, 2007.

### **الكتب- Livre :**

- 1- Bouali Nassir , **in Lectures sur la Théorie Déterminisme de la valeur morale de l'information** ,Algérie, Librairie Iqraa, 2009 .

### **-le site :**

- 1- Statistique de population et L'Emploi et Activite ; Chômage; 2008 .

# قائمة الملاحق

الملحق رقم 1: نموذج الاستمارة الميدانية الموجهة لأفراد عينة مستخدمي الإنترنت في الجزائر

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة باتنة -1-

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم علوم الإعلام والاتصال وعلم المكتبات

تخصص: وسائل الإعلام والمجتمع

استبيان في إطار إعداد أطروحة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال بعنوان: "تأثير الإنترنت على سلوكيات الشباب الجزائري وقيمه في ضوء الحتمية القيمية: دراسة ميدانية لدى أوساط الشباب الجزائري"

تحية طيبة وبعد،

هذه الاستمارة نقدمها إليكم في إطار انجاز أطروحة تخرج لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، تحت عنوان "تأثير الإنترنت على سلوكيات الشباب الجزائري وقيمه في ضوء الحتمية القيمية"، فرجاء منك القراءة المتأنية للأسئلة والإجابة عنها حسب رأيك الخاص، لذلك نطلب من سيادتكم:

- وضع علامة (X) داخل مربع الإجابة الصحيحة.
- لا تجيب إلا على الأسئلة التي تعنيك بصفة مباشرة.
- كتابة الملاحظات التي تراها في المكان المخصص لها.

شكرا.

إشراف الدكتور:

د. محمد قارش

إعداد الطالبة:

وهيبة بشريف

ملاحظة: نعدكم بأن المعلومات التي ستدلون بها لن تستعمل إلا لأغراض البحث العلمي، ولكم منا فائق التقدير والاحترام والشكر الجزيل.

- المحور الأول: عادات استخدام الإنترنت:

1) كم من وقت تقضيه يوميا اثناء استخدامك للإنترنت؟

أقل من ساعة  ساعة  ساعتين  أكثر من ساعتين

2)- في أي مكان تستخدم الإنترنت؟

في البيت  في العمل  في الجامعة   
مقهى الإنترنت  الفضاءات العمومية عن طريق تقنية 3G

3)- ماهي الأوقات المفضلة لديك لاستخدام الإنترنت؟:

في الصباح  في المساء  في الليل  في أي وقت

4) هل تستخدم الإنترنت:

بمفردك  مع الوالدين  مع الإخوة  مع الأصدقاء أو الجيران  مع زوجك

5)- عند استخدامك للإنترنت في الحديث، هل تكتب ب:

العربية  الفرنسية  الانجليزية  عربية بكتابة فرنسية   
عامية  الخلط بين العامية والفرنسية  الامازيغية بحروف عربية

6)- هل تستخدم الانترنت في الفترة:

08:00 إلى 12:00  12:01 إلى 16:00  16:01 إلى 20:00   
20:01 إلى 02:00  02:01 إلى 04:00  05:00 إلى 07:00  في أي وقت

7)- ماهي الوسيلة التي تعتمد عليها لاستخدام الانترنت:

الكمبيوتر العادي  الكمبيوتر المحمول  الهاتف الذكي  الألواح الرقمية

8)- رتب المواضيع التي تتصفحها في الإنترنت حسب الأولوية: تعطي رقم 1 للموضوع الذي ينال اهتمامك في المرتبة الأولى، ثم الرقم 2 للموضوع الذي يأتي في المرتبة الثانية، وهكذا ...، ولا تضع رقم أمام الخيار الذي لا يهتمك.

السياسية  الثقافية  العلمية  الرياضية  الفنية   
التسلية  الاجتماعية  الدينية  الإخبارية  الوطنية   
المحلية  الدولية  الطبخ وشؤون المنزل  الطرائف و الغرائب   
الروبورتاجات والتحقيقات  الحوارات واللقاءات  مواضيع متنوعة

## 2- المحور الثاني خاص بالوسيلة

1- منذ متى وأنت تستخدم الإنترنت ؟ :

- أقل من سنة  منذ سنة  من سنة إلى 4 سنوات  خمسة سنوات فأكثر

2- هل تتصفح الإنترنت من أجل:

المواقع الالكترونية

المواقع الإخبارية الالكترونية

مواقع التواصل الاجتماعي (فيسبوك- تويتر- يوتيوب وأخرى)

البحث في محركات البحث (Google مثلا)

البريد الالكتروني (E-mail)

تحميل الأغاني ومشاهدة المسلسلات وأفلام و مباريات

الإطلاع على المدونات الالكترونية و الكتابة عليها

أخرى حددها: .....

3- هل تستخدم موقع التواصل الاجتماعي:

فيسبوك  تويتر  يوتيوب  ماي سبيس  أخرى

1.3 في صفحتك الرئيسية للفيسبوك، هل تشارك أصدقائك:

أمورك الشخصية (كحالتك النفسية، تجاربك)  أمورك العائلية (كالأحداث والمناسبات)

الأمور السياسية  الرياضية  الثقافية  الاقتصادية  ترفيه (النكت)  الفيديوهات  الصور الشخصية  الصور المختلفة  أخرى

2.3 هل تنشر في موقع التواصل الاجتماعي الخاص بك صور:

- خاصة بك  خاصة بأهلك (كصور لأمك، أخوك...)  خاصة بأصدقائك

بصديقاتك  صور اللاعبين الرياضيين  صور الفنانين والمشاهير

صور مضحكة  صور مختلفة

- هل تستخدم موقع التواصل الاجتماعي ب:

هويتك الحقيقية  هوية مستعارة

- إذا كانت هوية مستعارة، فهل تستخدم هوية ل:

فنان  لاعب رياضي  رجل أعمال  سياسي

ممثل  داعية  عالم / مفكر  اسم فقط

لماذا تستخدم هوية مستعارة : .....

- رتب الدردشة لديك حسب الأولوية: تعطي رقم 1 للإجابة التي تنال اهتمامك في المرتبة الأولى، ثم الرقم 2 للإجابة التي تأتي في المرتبة الثانية، وهكذا...، ولا تضع رقم أمام الخيار الذي لا يهمنك).

الأصدقاء  الصديقات  زملاء العمل  زميلات في العمل   
أفراد العائلة  الأقارب  الجيران

- هل تقبل طلبات الصداقة في مواقع التواصل الاجتماعي من:

الأصدقاء  أفراد العائلة  الأقارب  الأساتذة  الصديقات   
أشخاص آخرون  كل من يرسل طلب الصداقة

- رتب بعثك لطلب الصداقة حسب الأولوية لديك: تعطي رقم 1 للإجابة التي تنال اهتمامك في المرتبة الأولى، ثم الرقم 2 للإجابة التي تأتي في المرتبة الثانية، وهكذا...، ولا تضع رقم أمام الخيار الذي لا يهمنك).

أفراد العائلة  الأصدقاء  زملاء في الدراسة  الأساتذة   
لاعبين الرياضيين  الفنانين  الأقارب  أصدقاء صديقي   
أصدقاء صديقتي  الجيران  أشخاص آخرون

- إذا كان لديك أصدقاء من بلدان مختلفة، هم:

ذكور  إناث  كلا الجنسين

1.4 هل تستخدمه اليوتيوب من أجل:

نشر الفيديوهات  تحميل الفيديوهات

- إذا كانت إجابتك بنشر الفيديوهات، فما مضمون الفيديوهات التي تنشره:

أمور خاصة بك  أمور عائلية مثل (الأعراس)  فيديوهات الأصدقاء والصديقات   
فيديوهات ثقافية  اقتصادية  سياسية  رياضية   
دينية  محتويات إباحية (العلاقات الجنسية)

- إذا كانت إجابتك بتحميل الفيديوهات، هل تحمل الفيديوهات:

سياسية  دينية  ثقافية  ترفيهية   
أفلام ومسلسلات  رياضية  فيديوهات تعليمية

- المحور الثالث: خاص بالسلوكيات والقيم:

1- هل تعتقد أن محتويات الإنترنت تؤثر على سلوكك:

دائماً  أحياناً  نادراً  أبداً

2- هل يكون هذا التأثير؟

على مستوى الأحاسيس والمشاعر (كالفرح، الغضب عند رؤية صور أو فيديوهات معينة)

- على مستوى الفكري (مساعدتك في الفهم والشرح)

- على مستوى السلوك (فعل سلوكيات معينة وتقليدها)

3- عندما تستخدم البريد الإلكتروني وتظهر لك صور غير لائقة (مخلّة بالحياء)، هل:

تخرج من الصفحة  تحاول الدخول إلى البريد الإلكتروني  تتدخل للموقع لرؤيتها

4- أثناء حديثك مع أصدقاء عبر مواقع التواصل الاجتماعي، فقد يقوم أحدهم بقول كلام غير لائق و يسبك، هل تقوم ب:

الرد عليه بنفس طريقته  حذفه من قائمة أصدقائك دون الرد عليه

محاولة إقناعه بطريقة أخرى

(5)- هل تساعدك الإنترنت في رأيك على القيام بهذه السلوكيات: ضع علامة+ أمام الإجابة المختارة

السلوك	المقياس	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
قضاء وقت أطول في الإنترنت والدرشة جعلني أنسى القيام بالأعمال المطلوبة مني						
رؤية بعض الصور والفيديوهات ونصوص المنشورة في الإنترنت يجعلني أتوتر وأحس بالخطر من بعض الأحداث						
عدم الاهتمام بالمشاكل الراهنة المتعلقة بالوطن						
عدم العناية بالبيئة						
المبالغة في حب المال						
بعد الانتهاء من الدردشة مع الأصدقاء، أقوم بأعمالي و أوديتها أو أنسى تأديتها						
إهمال الفرائض الدينية						
استخدام الإنترنت لوقت معين جعلني لأبالي بأموري وأؤخرها لوقت معين لقضائنا						
الابتعاد عن النوم						
الإعجاب بالنجوم واللاعبين الرياضيين و تقليدهم						
قراءة نصوص معينة ومشاهدة فيديوهات عن تعرض للأولاد لمعاملات قاسية من الأهل جعلني لا احترم الآخرين						
التعرض لبعض المحتويات المنشورة عبر الانترنت و المتعلقة بمحاربة السلوكيات السيئة جعلني ابتعد عن التبذير والإسراف.						
الإنترنت يعلم المرء الكذب						
يساهم الإنترنت في تعلم المرء القمار						
ساهم الإنترنت في إيجاد الحبيب و منه شريك الحياة						
وجود الإنترنت في العمل سهل علي التواجد على مواقع التواصل الاجتماعي و الدردشة مع الأصدقاء						

(6)- حسب رأيك، هل تساهم مضامين الإنترنت في تغير القيم:

دائماً  أحيانا  نادرا  أبدا



(7)- هل توافق على أن الإنترنت تساهم في تثبيت القيم: ضع علامة+ أمام الإجابة المختارة

غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	المقياس	القيم
						ساهمت محتويات المنشورة في الإنترنت في تنشئي اجتماعيا
						حديثك مع الأصدقاء و الصديقات والجيران و الدردشة معهم يجعلك تقول الحقيقة في كل الأحوال والظروف
						بعض الأخبار المنشورة في المواقع الالكترونية عن الأحكام القضائية بشأن المجرمين جعلني لا أثق بوجود العدل
						ساهمت الصور و القصص المنشورة عبر الإنترنت ومواقع التواصل في تعزيز المسؤولية لديك
						تشكك أحيانا بعض المعلومات المنشورة عن الدين الإسلامي في المعلومات الدينية المكتسبة لديك
						- التفكير والنقد
						تساعدك الإنترنت على زيادة العلم و الثقافة لديك
						ضرورة وجود علاقة تعارف وحب قبل الزواج لتستمر

(8)- هل توافق على أن الإنترنت تساهم في تغيير القيم: ضع علامة+ أمام الإجابة المختارة

المقياس	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
قراءتك لأخبار الجرائم والعنف عند تصفحك للإنترنت، جعلك متوترا وقلقا					
هل ساهمت الأخبار و المعلومات التي تبث عبر الشبكة العنكبوتية في ارتباطك بالسلطة.					
مداومتك على الولوج إلى الانترنت ساعدك على تدعيم أواصر المحبة لديك.					
تعرضك للأخبار الجرائم و الأحكام الصادرة بحق مرتكبيها المنشورة في مواقع الصحف الالكترونية أو الأخبار منشورة من قبل أشخاص معينين في مواقع التواصل الاجتماعي، جعلك لا تؤمن بوجود المساواة.					
استطعت تخطي الإساءة بسبب متابعتك للمحتويات الشبكة العنكبوتية .					
تصفحك للمواضيع المختلفة كالأخبار المتعلقة بالفساد قلل من احترامك للشخصيات معينة.					
هل ترى أن النصوص والصور المنشورة في الانترنت و التي تحاول تقديم يد المساعدة للمحتاجين وللأشخاص ذوي الاحتياجات الخاصة، تجعلك تتضامن معهم.					
هل تؤمن بأن الغاية تبرر الوسيلة					
أصبحت مدمنا على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي و الانترنت					
قراءة قصص معينة ومشاهدة فيديوهات عن المعاملة القاسية للأولاد من طرف الأهل جعلني لا احترم الآخرين					
أفضل التواجد على الإنترنت على الحديث مع الآخرين و الحوار معهم					
هل ترى أن الاحتفال عبر مواقع التواصل الاجتماعي والمواقع الأخرى بالمناسبات الأجنبية ساهم في زرع عادات وتقاليد دخيلة					

- المحور الرابع: البيانات الشخصية: - الجنس: ذكر  أنثى

-العمر: من 16 إلى 19 سنة  من 20 إلى 23 سنة

من 24 إلى 26 سنة  من 27 إلى 29

المستوى التعليمي: ابتدائي  متوسط  ثانوي  جامعي  دراسات عليا

- مكان الإقامة: حضري  ريفي

- الولاية: العاصمة  بسكرة  وهران  باتنة

المهنة: عامل  موظف  طالب  لا تعمل

الحالة المدنية: أعزب  متزوج  مطلق  أرمل

أكثر من 5000 إلى 15000 دج

الدخل الشهري: أقل من 5000 دج

20000 دج فأكثر

أكثر من 15.000 إلى 20.000 دج

## الملحق رقم 2: يبين ثبات الاستثمار

استخراج معامل الثبات بالمعادلة:

$$\text{معامل الثبات} = (ن \times م) \div (ن + 1) \times 2$$

حيث أن: ن = عدد المرمرين أو المحكمين

م = عدد الأسئلة التي اتفق حولها المحكمين.

ن = 1 = عدد الأسئلة التي اطلع عليها المرمر 1.

ن = 2 = عدد الأسئلة التي اطلع عليها المرمر 2.

بتطبيق معادلة الثبات، نصل إلى:

$$\text{معامل الثبات} = (30 \times 6) \div (39 + 39 + 39 + 39 + 39 + 39) = 0,77$$

وتعني هذه النسبة، أي 0,77 نسبة عالية من الثبات، وتعني أيضا أن ما تم اختياره من طرفنا، صالح للإشكالية المطروحة و أيضا يحقق أهداف هذه الدراسة.

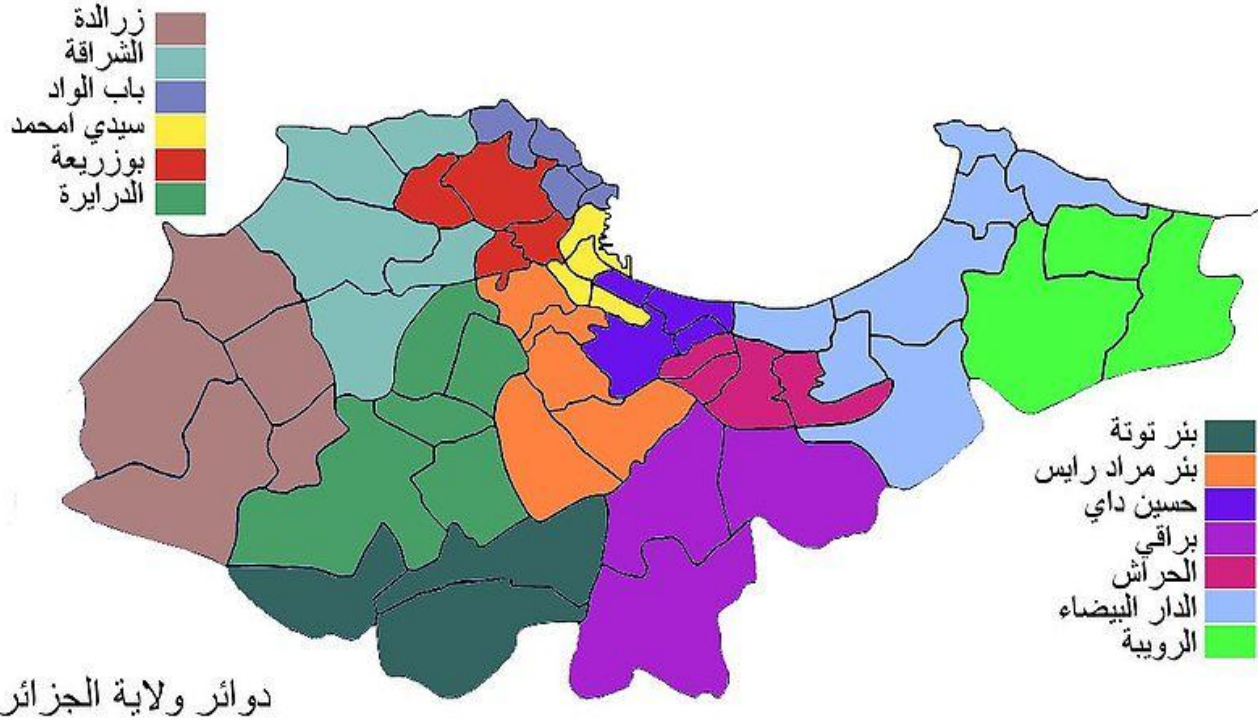
### الملحق رقم 3: خريطة توضيحية لبلد الجزائر



المصدر:

<https://www.google.dz/search?q=%D8%A8%D9%84%D8%AF%D9%8A%D8%A7%D8%A%A%3A.10-11-2016.10:19/>

### الملحق رقم 4: خريطة توضيحية لولاية الجزائر (العاصمة) و دوائرها



المصدر: <http://forum-setif.yoo7.com/t5769-topic.10-11-2016.10:26>

**الملحق رقم 5: خريطة توضح موقع ولاية بسكرة في خريطة الجزائر**



**المصدر:**

<https://www.google.dz/search?q=%D8%A8%D9%84%D8%AF%D9%8A%D8%A7%D8%A8%A3A.10-11-2016.10:1>

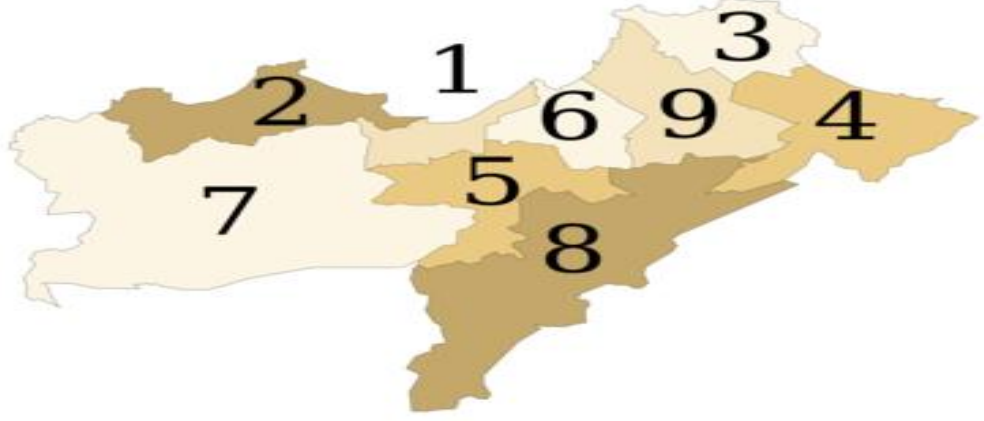
دوائر و بلديات ولاية بسكرة

تتكون ولاية بسكرة من 12 دائرة و 34 بلدية.

**الملحق 6: خريطة توضح موقع ولاية وهران في خريطة الجزائر:**



الملحق رقم 7: خريطة ولاية وهران: 9 دوائر و 26 بلدية



الدائرة	تضم بلديات	
1	وهران	وهران
2	عين الترك	عين الترك - المرسى الكبير - بوسفر - العنصر
3	أرزيو	أرزيو - سيدي بن بيقى
4	بطيوة	بطيوة - عين البية - مرسى الحجاج
5	السانية	السانية - الكرمة - سيدي الشحمي
6	بئر الجير	بئر الجير - حاسي بونيف - حاسي بن عقبة
7	بوتليليس	بوتليليس - مسرغين - الكرمة
8	وادي تليلات	وادي تليلات - طفراوي - البرية - بوفاطيس
9	قديل	قديل - بن فريجة - حاسي مفسوخ

## الملحق رقم 8: خريطة ولاية باتنة



المصدر:

<https://www.google.dz/search?q=%D8%A8%D9%84%D8%AF%D9%8A%D8%A7%D8%A%3A.10-11-2016.10:20/>.