

تفضيلات و عادات تعرض الشباب لبرامج و محتويات الانترنت

" دراسة ميدانية على عينة من الشباب الجامعي "

د. لبنى لطيف د. نجاة يحيوي

أستاذة محاضرة بجامعة الجزائر 2 أستاذة محاضرة بجامعة بسكرة

مخبر المسألة التربوية الجزائرية في ظل التحديات الراهنة

Abstract :

The new media is one of the most important features of contemporary societies. The Internet is the most prominent feature of the new media, which effect especially the young people.

This article aims at trying to identify the habits and patterns of exposure of young people to the contents of the Internet in general and social networking programs in particular, and to know how to use them and their reasons for preference.

المخلص:

يعد الإعلام الجديد أحد أهم مميزات المجتمعات المعاصرة، وتعد الأنترنت أبرز مظاهره، والتي استقطبت فئة الشباب خاصة.

وهذه المقالة تهدف إلى محاولة التعرف على عادات وأنماط تعرض الشباب لمحتويات ومضامين الأنترنت بصفة عامة وبرامج التواصل الاجتماعي بصفة خاصة، ومعرفة كيفية استخدامها ودواعي تفضيلها

الإشكالية:

لقد شهدت سنوات الألفية الثالثة اكتساحا لا نظير له لتكنولوجيا المعلوماتية والاتصال، بعد أن أقل نجم عصر التصنيع مع اجتياح اقتصاد جديد هو اقتصاد المعرفة الذي ارتبط ظهوره بظهور الإعلام الجديد فاتسم بخصيصة الرقمنة، وتقنية النانو والوسائط المتعددة، الفورية والتفاعلية، العوالم الافتراضية والاتصالات الالكترونية.. الخ، كل ذلك في كنف مجتمع جديد يسمى مجتمع المعلومات. وهو ما عبر عنه المفكر الأمريكي توفلر بوصفه للمرحلة بالطفرة الثالثة أو الموجة الثالثة، والتي غيرت ملامح العالم من عصر الورق إلى عصر ما بعد الورق !

ويعد الإعلام الجديد، آخر ما أفرزته التطورات المتلاحقة لتكنولوجيا الإعلام والاتصال خصوصا بعد ظهور الأقمار الصناعية وما حققته من آمال نحو ولوج عصر المعلوماتية من بابها الإبريزي، وكان أبرز مظهر من مظاهر الإعلام الجديد متمثلا في ذلك الماموث - كما وصفه نبيل علي في كتابه الثقافة العربية وعصر المعلومات - أي الشبكة العنكبوتية (الأنترنت)، فأصبحت المعلومة عبر شبكة الشبكات تلك، يتم إنتاجها وتداولها وتسويقها وتخزينها وإعادة إنتاجها وفق منظومة اتصالية رقمية متناهية الدقة و الفعالية، مما مكن من ازدهار وتعاضم اقتصاديات الدول المتمكنة تكنولوجيا و معلوماتيا وما صاحبه من تزايد نفوذ سلطة الانترنت إلى شرائح عريضة وقطاعات متنوعة من الجماهير الشعبية حتى باتت اليوم من فرط استخداماتها معيارا مهما ومقياسا من مقياس التنمية البشرية والاقتصاد المعرفي، بل إن سوء التحكم فيها أضحى يعد ضربا من ضروب الأمية الإلكترونية !

ومما لا ريب فيه، أن شريحة الشباب بمختلف أعمارهم هي الشريحة الأكثر حضورا وبروزا في عالم التقنية الرقمية، وهو ما أبرزته مختلف البحوث في الآونة الأخيرة حول استخدامات الانترنت، فهي الفئة التي تفاعلت و تأثرت بصفة أكبر مع وبمحتويات الشبكة العنكبوتية حتى غدت المتنافس الأكبر لهم من ضغوطات الحياة وإشكالاتها، والوجهة الأفضل لهم للبحث عن المتعة أو المعرفة بدرجات متفاوتة، لاسيما الشباب العربي والمسلم ذو الخصوصية الفريدة والذي احتضن هذه التقنية الجديدة بكل ما تحويه من مضامين ومحتويات مترامية المشارب ومتنوعة المرامي، وهو ما نجده متوافقا مع ما ورد في التقارير العربية للتنمية الثقافية التي تشير إحصائياتها الحديثة المتعلقة بدوافع استخدام الفرد العربي للانترنت إلى أن دافع الترفيه والتسلية جاء في المرتبة الأولى بنسبة (46%) فيما سجل دافع التماس المعلومات نسبة (26%) فقط⁽¹⁾.

¹ موسى جواد الموسوي، انتصار إبراهيم عبد الرزاق، صفا حسام الساموك، الإعلام الجديد : تطور الأداء والوسيلة و الوظيفة، سلسلة مكتبة الإعلام و المجتمع، جامعة بغداد، الطبعة الالكترونية الأولى، 2011،

وبناءً عليه، جاء البحث ليهدف إلى محاولة التعرف على عادات وأنماط تعرض الشباب لمحتويات ومضامين الانترنت بصفة عامة وبرامج التواصل الاجتماعي بصفة خاصة. وكذا التعرف على تفضيلاتهم فيما يخص أسلوب ومضمون الأنترنيت.

ولتحقيق أهداف البحث، انطلقنا من جملة من التساؤلات مفادها:

- 1- ما هي دورية التعرض لمحتويات الانترنت؟
- 2- ما هو الوقت المستغرق يوميا في استخدام الانترنت؟
- 3- ما هي الوسيلة المعتمدة أكثر للدخول إلى الانترنت؟
- 4- ما هي دواعي استخدام الشباب لبرامج الانترنت؟
- 5- ما هي برامج التواصل الاجتماعي المفضلة لدى لشباب والأكثر استخداما؟
- 6- ما هي وسيلة التواصل المفضلة لدى الشباب؟
- 7- ما هي مصادر الأخبار الأكثر اعتمادا و تفضيلا؟

1- الإطار النظري و المفاهيمي:

أ/ الإعلام الجديد :

لا بد أولاً أن نذكر بأن مصطلح الإعلام الجديد هو مصطلح حديث النشأة، ظهر مع ظهور عصر جديد اتسم بالرقمنة والمعلوماتية، ألا وهو عصر المعلومات الذي ارتبط ظهوره بظهور تلك الوسائط الالكترونية الاتصالية (الكمبيوتر ثم الانترنت و لواحقهما) حيث برز أكثر في سنوات التسعينات من القرن الماضي، واشتد تداوله مع هذه الألفية الثالثة، فعصرنا اليوم، هو عصر الإعلام الجديد الذي استقطب بفضل خصائصه الفريدة شرائح كبيرة ومختلفة من الناس بمختلف أعمارهم ومستوياتهم وأجناسهم ما جعل البعض يرى أن هذا الإعلام الجديد هو إعلام بديل لذلك الإعلام التقليدي، في حين رأى البعض الآخر أنه ما هو إلا تطور آلي للإعلام التقليدي في مسيرة متلاحقة ومتنامية لتطور تكنولوجيا الإعلام و الاتصال

عموما. ويجدر الإشارة إلى أنه لا يوجد لحد الآن تعريف دقيق وشامل للإعلام الجديد، إنما هي محاولات لفهم هذا المتغير الجديد وضعه في إطاره العلمي. إذن، فالإعلام الجديد يطلق على الوسائل الاتصالية الجديدة التي تتميز عن سابقتها بخصائص ووسائط وتكنولوجيا أكثر تطورا و تعقيدا، لاسيما أن الإعلام سابقا أكثر ما ميزه هو الجماهيرية (الاتصال الجماهيري) أما اليوم فنجد أن الإعلام ينزع أكثر إلى الفردية (الاتصال الفردي التفاعلي)، وهذا هو الإعلام الجديد اليوم، إعلام ميزته الأولى الاتصالات الفردية التفاعلية، وهو ما نلمسه من خلال المجتمعات الالكترونية الافتراضية وبرامج التواصل الاجتماعي على وجه الخصوص.

ومما يعرف به الإعلام الجديد - حسب قاموس الانترنت الموجز - أنه عبارة عن "أجهزة الإعلام الرقمية عموما، أو صناعة الصحافة على الانترنت، وفي أحيان يتضمن التعريف إشارة لأجهزة الإعلام القديمة، وهو هنا تعبير غير انقاصي يستخدم أيضا لوصف نظم إعلام تقليدية جديدة : الطباعة، التلفزيون، الراديو، السينما " (22)

كما وتراه سميرة شيخاني على أنه "إعلام يعتمد على استخدام الكمبيوتر والاتصالات عن بعد في إنتاج المعلومات والتسليّة وتخزينها وتوزيعها، هذه الخاصية وهي عملية توفير مصادر المعلومات والتسليّة لعموم الناس بشكل ميسر وبأسعار منخفضة هي في الواقع خاصية مشتركة بين الإعلام القديم والجديد، الفرق هو أن الإعلام الجديد قادر على إضافة خاصية جديدة لا يوفرها الإعلام القديم وهي التفاعل. والتفاعل هو قدرة وسيلة الاتصال الجديدة على الاستجابة لحديث المستخدم تماما كما يحدث في عملية المحادثة بين شخصين" (3).

² <http://www.uobaghdad.edu.iq/uploads/PDFs>

³ عباس مصطفى صادق، الإعلام الجديد : دراسة في مداخله النظرية وخصائصه العامة، من

أما ليستر فيعرفه "هو مجموعة تكنولوجيات الاتصال التي تولدت من التزاوج بين الكمبيوتر والوسائل التقليدية للإعلام والطباعة والتصوير الفوتوغرافي والصوت والفيديو" (4).

وفي ضوء ما سبق، نجد أن للإعلام الجديد ثلاث أنماط هي:

- إعلام جديد بتكنولوجيا تقليدية.

- إعلام جديد بتكنولوجيا جديدة.

- إعلام جديد بتكنولوجيا مختلطة.

فالأول، كما أشرنا سابقا هو حينما تستخدم الوسائل الإعلامية التقليدية طرائق وأساليب جديدة على سبيل المثال لا الحصر برامج نوادي الاستماع في الإذاعة، برامج الحوار الحية (TALK SHOW)، البرامج الصباحية المفتوحة كصباح الخير يا عرب، صباح الخير أمريكا، صباحيات.. الخ، فهي برامج تلفزيونية ذات طابع إعلامي جديد لذلك تسمى إعلاما جديدا بتكنولوجيا تقليدية.

أما الثاني، فهو موضوعنا، أي ما نقصد به الإعلام الجديد المرتبط بالوسائط الاتصالية الجديدة ذات الطابع الفردي التفاعلي الذي لن يتحقق إلا بوجود كمبيوترات موصولة ببعضها البعض يكون حصيلتها شبكة عنكبوتية رابطة بين الأفراد و المؤسسات، هي الانترنت بكل لواحقها الالكترونية الرقمية.

والنوع الثالث، هو ما نشهده اليوم، حيث نجد حالة من التماهي بين الإعلام التقليدي والإعلام الجديد، فوسائل الإعلام التقليدي إذا ما ارتبطت بالتكنولوجيا الجديدة فستحولها إلى إعلام جديد، كالتلفزيون اليوم أصبح بالإمكان استخدامه للإبحار في شبكة الانترنت، فهو لم يعد مجرد وسيلة لمشاهدة برامج التلفزيون أو الفيديو، وكالصحافة مثلا والتي تعد إعلاما تقليديا إلا أنها في عصر الرقمنة اليوم قد أصبحت إضافة إلى كونها ورقية فهي أيضا إلكترونية و رقمية. كما أن الإعلام

⁴ سميرة شيخاني، "الإعلام الجديد في عصر المعلومات"، مجلة جامعة دمشق، المجلد 26، العدد الأول والثاني، 2010، ص442 .

التقليدي اليوم يستعين بعناصر وأساليب وآليات الإعلام الجديد لاسيما الكمبيوتر وخدمات الانترنت المتعددة.

عموماً، وباختصار فيمكن فهم الإعلام الجديد على أنه ذلك الإعلام الذي يرتبط بالتكنولوجيا المتطورة للإعلام والاتصال التي صبغت عصر عولمة الإعلام بصبغة المعلوماتية والرقمنة، إذ هو -أي الإعلام الجديد- يعبر عن تزاوج مجموعة من الحواسيب والوسائط الالكترونية المتعددة، واندماجها مع وسائل الإعلام التقليدي المختلفة إلا أن أكثر ما يطغى على هذا الإعلام ويجعل مفهومه بعيداً عن مفهوم الإعلام التقليدي هو سمتي الفردية و التفاعلية.

ب/ الانترنت :

وهي عبارة عن مئات الملايين من الحواسيب الآلية حول العالم مرتبطة ببعضها البعض .. حيث تتحقق الانترنت أولاً بتوفر الحواسيب أي الكمبيوترات، حيث الربط بينها يشكل لنا شبكة اتصالية معلوماتية، فيراها نبيل علي "أنها تلك الغابة الكثيفة من مراكز تبادل المعلومات التي تختزن و تستقبل و تبث جميع أنواع المعلومات في شتى فروع المعرفة و في جوانب الحياة كافة" (5).

ولقد كان أول ظهور للانترنت بين جدران وزارة الدفاع الأمريكية والتي استخدمت لغرض الجوسسة والأمن العسكري، ثم بعد ذلك تم طرحها للتداول العام سنوات الثمانينات من القرن الماضي، إلى أن شاع استخدامها في البلدان المتقدمة سنوات التسعينات، ولم تبلغ ما بلغته من شهرة وتطور ونفوذ إلا مع مطلع الألفية الثالثة حيث شاع استخدامها في كل أقطار العالم المتقدم منه والمتخلف. ويمكننا حصر أهم استخدامات الانترنت فيما يلي:

- النشر الالكتروني (المواطن الصحفي).

- الدردشة و المحادثة و التعارف.

⁵ نسرين حسونة، الإعلام الجديد : المفهوم و الوسائل و الخصائص و الوظائف، منشورات شبكة الألوكة الالكترونية، ص 02.

- التسلية و الترفيه.
- التعليم عن بعد.
- العمل عن بعد.
- مشاهدة الأفلام وسماع الراديو وغيرهما من البرامج ..
- متابعة الأخبار والنشرات عبر الصحف الالكترونية وغيرها ..
- الخدمات البريدية.
- التسويق و الإعلان و معاملات البيع و الشراء.
- التعاملات البنكية (إيداع، سحب، تحويل)
- الاستفادة من المعارف والخبرات والمعلومات والبيانات، فهي بنك معلوماتي غزير.
- عقد الاجتماعات والندوات والمؤتمرات والصفقات عن بعد.

فالإنترنت هي شبكة الشبكات بلا منازع، وهي الشبكة الأم التي طوت في جوفها مئات الآلاف من شبكات تبادل المعلومات سواء كانت عالمية أو إقليمية أو محلية.. ورغم كل هذه الايجابيات التي جعلتها ميزة عصر المعلومات إلا أنها لا تخلوا من العيوب والسلبيات الخطيرة في ضل مجتمع جديد لا يعترف بالأخلاقيات واحترام الخصوصية الفردية "فهي تشكل فضاء رمزي تقطنه الجماعات و تقام فيه المؤسسات وتمارس فيه الصفقات وتعقد فيه التحالفات وتحاك المؤامرات بل ترتكب من خلاله أيضا جرائم المافيا وسرقات الأموال والأفكار والمعلومات (6).

فهي فضاء شاسع لا حدود جغرافية له ولا مالك له، يجعلها أرضا خصبة مباحة للجميع بلا رقيب ولا حريص، كما أن ما نعيبه عليها على المستوى المعرفي والعلمي أنها فضاء غير موثوق به في بعض ما يعرض فيه من معلومات وبيانات، إذ قد تجد فيها كثيرا من الأخطاء والزيف دون رقيب لمنع نشرها فيكون هنا الفرد المتلقي عرضة لكسب معارف وتبني آراء وأفكار مغلوطة، فهو يتسم بالفوضى

⁶ <http://www.alukah.net/culture/0/67973>

المعلوماتية والعشوائية أحيانا، وهذا ما يجعلنا نتوخى كل الحذر أثناء التعرض إلى كل هذا الزخم المعلوماتي.

ج_ الشباب الجزائري:

هناك صعوبة في إعطاء مفهوم للشباب كونه يطرح إشكالية علمية تواجهها معظم البحوث والدراسات الاجتماعية، وهذا انعكاسا لمجال استخدامه المتنوع، إذ غالبا ما يشار به على فئات عمرية مختلفة لتحديد هذه الشريحة من المجتمع ومع ذلك فإن الباحثين بما فيهم خبراء اليونسكو يميلون إلى أن الفئة العمرية الشابة هي الفئة التي تقع بين سن الخامسة عشر والرابعة والعشرون من العمر، وهو السن الذي يكمل فيه الفرد تعليمه ويكون مؤهلا للعمل ولتكوين أسرة، أي يكون له دور محدد في المجتمع⁽⁷⁾.

يعرف مصطفى حجازي الشباب بأنها «الكتلة الحرجة التي تحمل أهم فرص نماء المجتمع وصناعة مستقبله، كما أنهم في الآن عينه يشكلون التحدي الكبير في عملية تطيرهم وإدماجهم في مسارات الحياة الاجتماعية والوطنية والإنتاجية النشطة والمشاركة يرى علماء الاجتماع على أن فترة الشباب تبدأ من خلال دخول الفرد إلى المجتمع الذي يحاول بدوره إدماجه وتأهيله ليؤدي عمله داخل المجتمع، ثم تنتهي بعد أن يحتل الفرد مكانة اجتماعية يكون فيها قادراً على تأدية الدور بشكل مقبول ضمن النظام الاجتماعي⁽⁸⁾.

والشباب الجزائري اليوم يعيشون إيقاعات حياة تتجاوز الواقع ويواجهن تحديات ثقافية جديدة يطرحها التطور العلمي والتكنولوجي التي تصورات الإنسان حول الزمان والمكان، وتظهر معاناة الشباب في مواجهتهم للتغيرات الثقافية الجديدة⁽⁹⁾.

⁷ نبيل علي، الثقافة العربية و عصر المعلومات، مطابع السياسة، الكويت، 2001، ص 92

⁸ المرجع نفسه، ص 27

⁹ أسعد وطفة، مرجع سبق ذكره، ص ص 1، 2، 8

إن الشباب في كل مكان وزمان خصائص إنسانية متشابهة تتطوي على كثير من سمات العطاء والحماسة وتتطوي في الوقت نفسه على الكثير من التردد والعنف ص8 مما تجعله عرضة للكثير من المشكلات الناتجة عن التغيير الاجتماعي تصارعت فيه القيم، فاصبح الشباب تجول في خاطرهم العديد من الأسئلة التي يبحث فيها عن اجوبة يجدها عادة فيما توفره الوسائل التكنولوجية الحديثة

3/ منهج الدراسة :

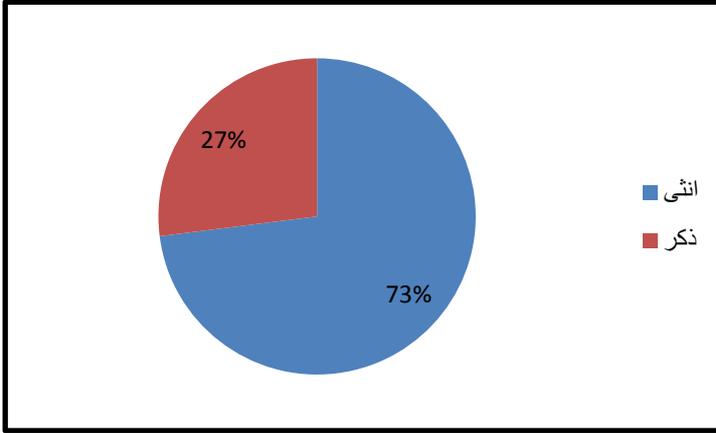
تعتبر الدراسة من الدراسات الكيفية التي تعتمد المنهج الوصفي لوصف الظاهرة وتحليلها، ولقد اعتمدنا هذا المنهج في مرحلته الأولى الاستطلاعية بملاحظة الظاهرة في واقعها من خلال رصد ملاحظات بسيطة على سلوك وانطباعات الطلبة الجامعيين (مجتمع البحث) إتجاه مواقع الانترنت وبرامجها التواصلية ومدى ارتباطهم بها واعتماداتهم عليها سواء في البحث العلمي أو في الحياة عموما، وهو ما مكننا من رسم صورة مبدئية عن الموضوع ومنه تم ضبط الإشكالية والعينة وأدوات جمع البيانات. وبعدها تم التوجه إلى المرحلة الثانية من الدراسة وهي البحث الموضوعي المعمق حيث تم النزول إلى الميدان وتوزيع استمارات الاستبيان على عينة الدراسة، حيث تم توزيع 167 استمارة وتم إرجاع 122 استمارة.

4/ عينة الدراسة وخصائصها:

اعتمدنا في هذه الدراسة على العينة الحصصية، حيث أن مجتمع الدراسة الكلي يشمل طلبة العلوم الاجتماعية و طلبة العلوم الإنسانية للسنة الأولى جذع مشترك بجامعة الجزائر 2 (أبو القاسم سعد الله) للسنة الجامعية (2014-2015)، فتم أخذ عينة منه بمقدار 167 مفردة وتم سحب حصة بطريقة تناسبية من العلوم الإنسانية قدرت ب 77 مفردة، أما طلبة العلوم الاجتماعية فتم سحب حصة بمقدار 90 مفردة. وتم اختيار المفردات بناء على طريقة المتطوعين حيث جاء الاختيار غير عشوائي، أي أننا اعتمدنا على الطلبة المتطوعين الذين أبدوا رغبة في الرد على الاستمارة والذين تتوفر فيهم الشروط الموضوعية اللازمة وهي ارتياد مواقع الانترنت

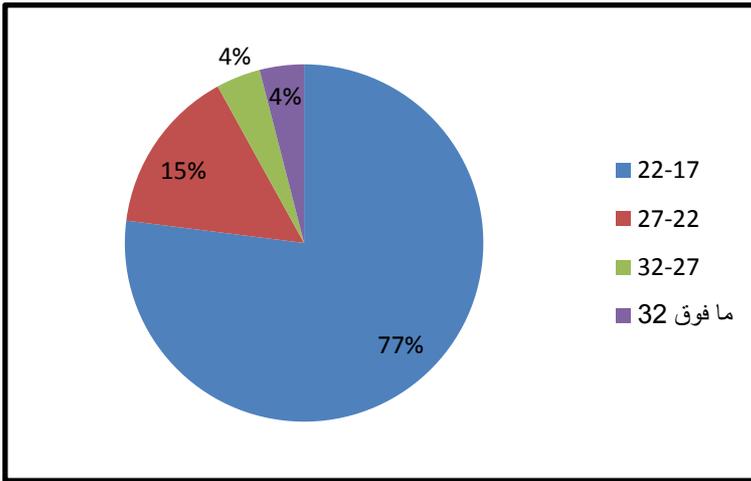
بصفة مستمرة. وبعد توزيع الاستمارات على العدد الكلي للعينة لم نتحصل بعدها على العدد الكلي وإنما تم إرجاع 122 استمارة فقط وهو العدد الذي تعاملنا به. أما خصائص العينة فهي كالآتي:

1- الشكل (1) : توزيع أفراد العينة حسب الجنس:



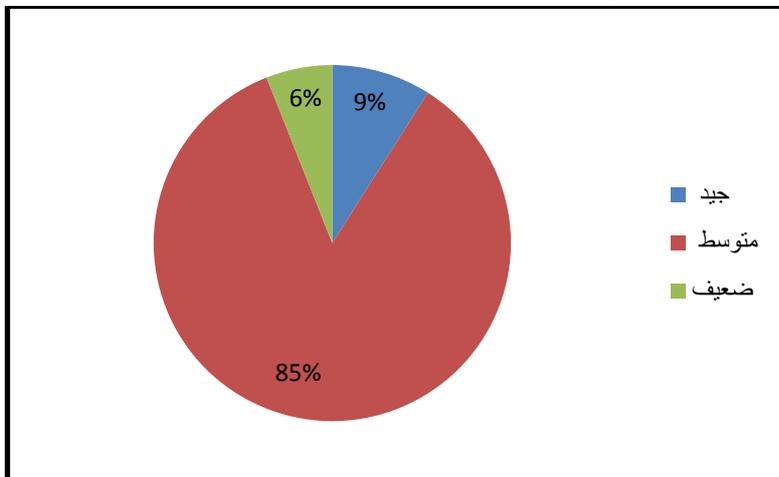
يتضح من الشكل أعلاه أن نسبة الإناث (73%) تفوق نسبة الذكور (27%)، وهذا لأنه في الأساس مجموع الطلبة لهذه الشعبة يغلب عليهم الإناث أكثر من الذكور، كما أن عينتنا التي جاء الاختيار فيها عن طريق المتطوعين كان يغلب عليها تطوع الإناث أكثر من الذكور.

2- الشكل (2) : توزيع أفراد العينة حسب السن :



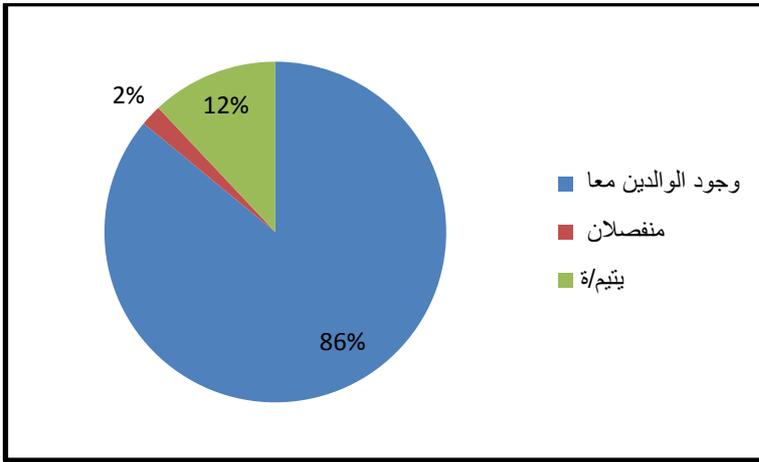
يتضح من الشكل أعلاه أن أكبر نسبة من المبحوثين هم من الفئة العمرية [17-22] بنسبة تقدر ب (77 %)، وهذا لأن مبحثنا هم من الطلبة الجامعيين للسنة أولى جذع مشترك علوم إنسانية واجتماعية، حيث من الطبيعي أن تكون أعمارهم تتأرجح بين الـ17 و 22 على الغالب.

3- الشكل (3) : توزيع أفراد العينة حسب المستوى الاقتصادي :



يتضح هنا أن أعلى نسبة من المبحوثين (85%) هي من ذوي المستوى الاقتصادي المتوسط، وهو الأمر الذي يفسر باتساع الطبقة المتوسطة بالمجتمع الجزائري على خلاف الطبقتين الأخرتين الفاحشة الثراء والمعدومة، الأمر الذي يشير إلى أن غالبية مبحثنا هم من الطبقة الميسورة الحال والتي لها القدرة المالية و المادية على اقتناء و استخدام تكنولوجيا الإعلام الجديد.

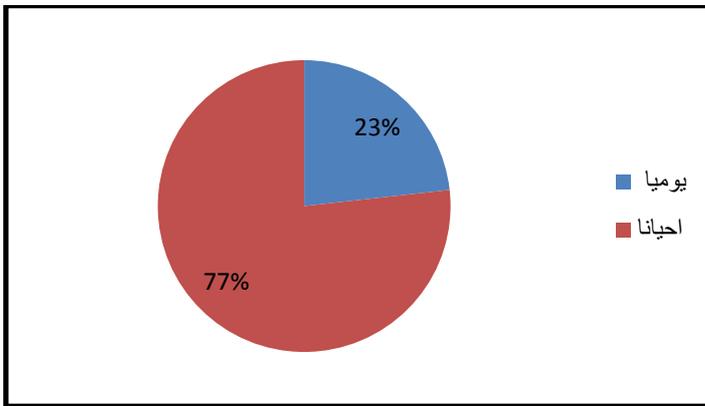
4- الشكل (4) : توزيع أفراد العينة حسب الوضعية الأسرية:



يشير الشكل أعلاه إلى أن أغلب مبحوثينا بنسبة (86%) يعيشون وسط أسرة مجتمعة بوجود الوالدين معا، وهو الأمر الذي نراه ايجابيا وحاسما في احتواء الأبناء خاصة في سن المراهقة وهم معرضون يوميا لاستقبال جافل من مضامين متنوعة من برامج الأنترنت.

5/ نتائج الدراسة الميدانية:

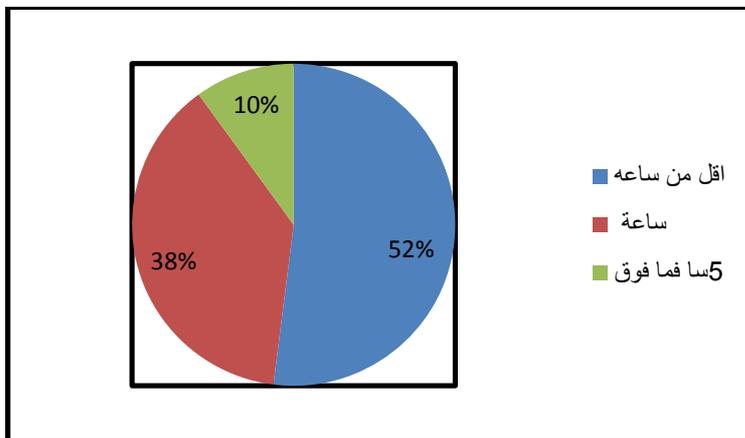
1-5 الشكل (5) : دورية التعرض لبرامج ومحتويات الانترنت:



يتضح لنا من خلال الشكل، أن أعلى نسبة من مبحوثينا وهي (77%) لا تستخدم الأنترنت بشكل يومي، وإنما هم يستخدمونه بشكل غير منتظم، أحيانا بين الفينة والأخرى كلما استدعت الحاجة وسمحت الظروف والفرص، ومع ذلك فإنهم يستخدمونه باستمرار ودون انقطاع، ومما لا شك فيه أن عينتنا المكونة من شريحة

الطلبة الجامعيين هم غالبا ما يكون تواجههم بالجامعة طيلة اليوم حائلا أمام التعاطي مع الانترنت بشكل كبير، فهم يقضون اغلب أيامهم بمقاعد الدراسة وهو ما يبرر عدم مداومتهم اليومية على برامج الانترنت.

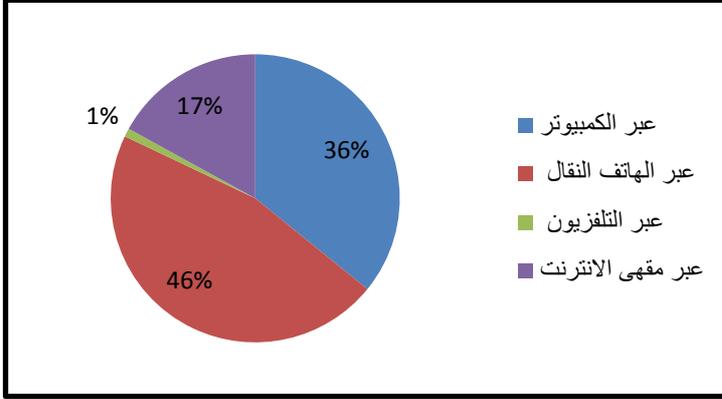
5- 2 الشكل (6): الوقت المستغرق يوميا في استخدام الانترنت:



يتضح هنا أن النسبة الأكثر من أفراد العينة قد صرحوا بأن الوقت الذي يستغرقونه في الاطلاع على محتويات الأنترنت والتعرض لمضامينها المختلفة في اليوم الواحد هو أقل من ساعة بنسبة (52%)، تليها نسبة (38%) للذين يتعرضون لبرامجها لمدة ساعة من الزمن يوميا، وإنما نجد ذلك معقولا ومقبولا حيث أن مدة من ساعة إلى أقل من ساعة هي كافية للاطلاع على محتويات الأنترنت والتواصل مع الآخرين أو البحث والتقصي .. وما يبرر قلة مدة تواجد مبحوثينا على النت هو كونهم من الطلبة الجامعيين والذين يقضون معظم وقتهم في الدراسة، وهذا ما يجعل دخولهم للأنترنت مقتضبا مقارنة بالشباب الغير متمدرس أو الشباب العاطل عن العمل و الذي نجده في معظم أوقات يومه متعاطيا مع برامج الانترنت المختلفة، إلا أن هناك نسبة تقدر ب (10%) قد صرحوا بأنهم يقضون ما يفوق الخمس ساعات بالانترنت في اليوم الواحد وهي مدة زمنية كبيرة لا نحذبها خشية الإدمان السلبي على الانترنت، ومما لا ريب فيه أن عادات وأنماط تعرض أفراد عينتنا لمحتويات الانترنت بشكل متوسط زمنيا وغير مبالغ فيه يوحي بأنهم يعيشون وسط أسر مكتملة

الأعضاء، أي بوجود الوالدين مما يحقق استقرار الأسرة و يلعب دورا هاما في مراقبة الأبناء خاصة الأطفال والمراهقين، وهو الحال الذي عليه أغلب أفراد عينتنا إذ الشكل رقم 4 يوضح ذلك بجلاء .

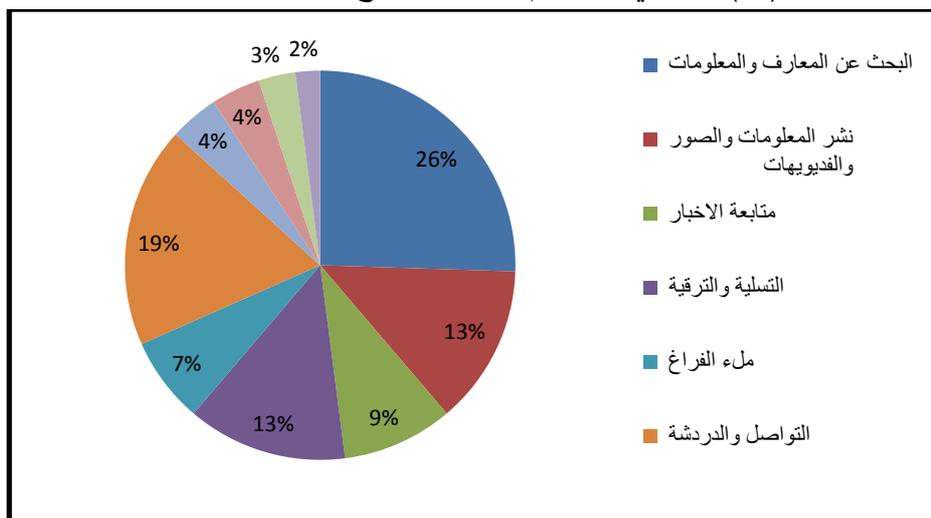
3-5 الشكل (7) : الوسيلة المعتمدة أكثر للدخول إلى برامج الانترنت :



وهنا يوضح لنا الشكل أن النسبة الأكبر من أفراد عينتنا يستخدمون أكثر وسيلة الهاتف النقال للدخول الى برامج وتطبيقات ومواقع الأنترنت (46%)، تليها نسبة (36%) للكمبيوتر (أو اللاب توب)، ثم بعدها تأتي نسبة (17%) المقهى الأنترنت وأخيرا الدخول من التلفزيون الذي جاء بنسبة ضئيلة جدا وهي (1%). وهنا نلاحظ أن خيار الدخول إلى الانترنت عبر الهاتف النقال يشير إلى أن أفراد عينتنا يملكون هواتف ذكية وهواتف ذات قدرة على استقطاب شبكة الانترنت، وهو ما يعكس الوضعية الاقتصادية الميسورة والمقبولة لهؤلاء وهذا ما أكده لنا الشكل السابق رقم 3، إضافة إلى أن تطور تكنولوجيا الإعلام الجديد سمحت للناس من مستعملي الهواتف الذكية الدخول إلى الانترنت عبر هواتفهم وذلك عن طريق تقنية الجيل الثالث. كما نلمس من هذا الشكل تراجعاً لإقبال الشباب على مقاهي الانترنت خاصة مع شيوع استخدام الواي فاي (wi-fi) في البيوت في السنوات الأخيرة. إضافة إلى أنه على الرغم من تطور تكنولوجيا الاتصالات وما وفرته من إمكانية الدخول إلى النت عبر جهاز التلفزيون باستخدام رمز التلفزيون أو الواي فاي إلا أن أفراد عينتنا لا يحبذون الدخول عبره، إذ أن الهاتف النقال هو الوسيلة التي يجدها

مبحوثونا الأفضل للدخول إلى برامج النت نظرا لسهولة استخدامه وتوفر الشبكة خاصة في حالة الشرائح ذات الجيل الثالث في كل أماكن تواجدهم سواء بالبيت أو الجامعة أو الشارع أو غيرها. وهو الأمر الذي يجعلنا نقع على حقيقة أن الهاتف النقال أصبح وسيلة هامة جدا ليس كوسيلة اتصال فحسب، وإنما كذلك كوسيلة إعلام يتلقى عبره مستخدمه آخر الأخبار ويغوص عبره في بنوك المعلومات والخبرات والمعارف وغيرها ..

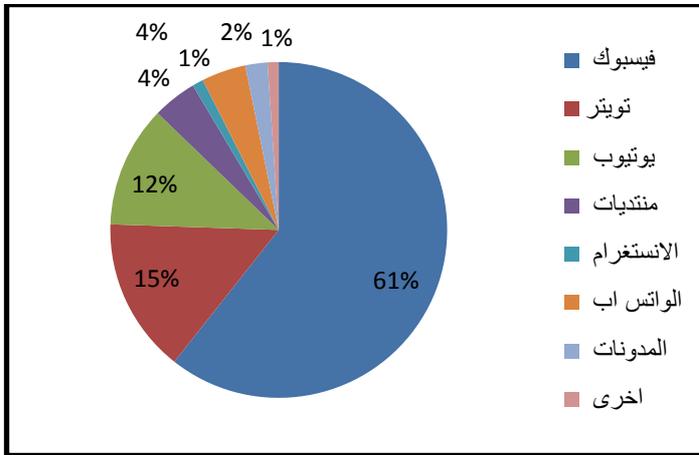
4-5 الشكل (8): دواعي استخدام الشباب لبرامج الانترنت:



وهنا، يوضح لنا الشكل الدواعي الأكبر التي من أجلها يقصد الشباب برامج الانترنت، فأردنا هنا من خلال هذا السؤال التعرف على عادات الشباب وأنماط دخولهم للنت فيما يخص الدافع الأكبر الذي يدفعهم للدخول للانترنت أكثر من الدوافع الأخرى، وكان حسب البيانات المتحصل عليها أن أكبر نسبة من المبحوثين صرحت بأن الداعي الأكبر هو البحث عن المعارف والمعلومات والخبرات بنسبة (26%) وهو ما يبرره أن أفراد عينتنا من الطلبة الجامعيين فهم يستخدمون الانترنت لغرض البحث العلمي والاطلاع على المراجع الالكترونية والبحث في المكتبات.. الخ وكل ما يحتاجونه من معلومات تهتمهم في مسارهم التعليمي، يليها خيار التواصل والدرشة (19%) حيث أصبح الانترنت اليوم فضاءً اجتماعياً يتم في

كفنه التواصل مع الآخرين لا سيما الأقارب والأصدقاء إذ يجد الفرد فيه مساحة حرة للفضفضة والتعبير عن الذات والتنفيس عن النفس، ويحتل خيار النشر (معلومات، فيديوهات، صور) المرتبة الثالثة مع خيار التسلية والترفيه بنسبة (13%)، فعلاوة عن ان الانترنت توفر مجالا للمرح والتسلية وتمضية الوقت فهي أيضا توفر للمواطن فرصة ذهبية حتى يصبح كما يسمى إعلاميا ب(المواطن الصحفي) فأصبح بإمكانه تصوير واقع الحياة وأحداث محيطه ونشرها باسمه ويتلقى عليها تعليقات وردود، ثم تتوالى باقي الخيارات تنازليا من متابعة الأخبار إلى ملء الفراغ ثم استخدامات البريد الالكتروني لإقامة علاقات والتعارف، وأخيرا زيارة المواقع الإباحية حيث سجلت الدراسة أن نسبة ضئيلة تقدر ب(3%) من مبحوثينا دافعهم الأكبر هو البحث عن الجنس عبر صفحات الأنترنت .. كما تضمن خيار آخر داعيين هما: القرصنة والتسوق.

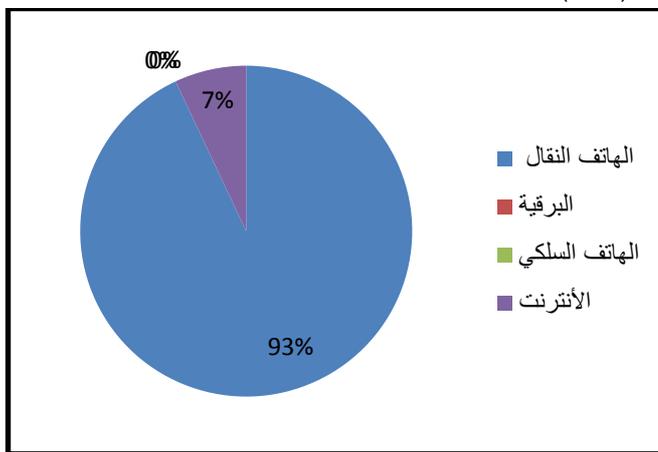
5-5 الشكل (9) : برامج التواصل الاجتماعي المفضلة و الأكثر استخداما لدى الشباب :



مما نلاحظه من الشكل أعلاه، أن موقع التواصل الاجتماعي المسمى (فيسبوك) هو المفضل والأكثر استخداما لدى أفراد عينتنا مقارنة بباقي برامج التواصل الاجتماعي، وجاء ذلك بنسبة كبيرة عبرت عنها الغالبية ب (61%)، يليه موقع (التويتر) بنسبة (15%) وهي نسبة قليلة اذا ما قارناها بنسبة الفيسبوك وهنا

يظهر الفارق بين الموقعين مما يعزز مكانة و شعبية موقع الفيسبوك لدى الشباب الجامعي والشباب بصفة عامة، وفي المرتبة الثالثة نجد (اليوتيوب) بنسبة (12%) وهو برنامج لنشر الفيديوهات ويلقى إقبالا معتبرا عليه وهو ما تؤكدته نتائج دراستنا الموضحة في الشكل رقم 9، في حين أننا لمسنا نتيجة توحى بالتراجع الفطيع الذي تشهده المنتديات من حيث الإقبال عليها و تفضيلها (4%) مقارنة بالفيسبوك الذي احتل الصدارة ب(61%)!، و هي التي كانت بالأمس القريب قبلة للكثير من متصفحى النت والمتقفين قبل انتشار مواقع التواصل الاجتماعي خاصة الفيسبوك والذي اكتسح ساحة التواصل واستحوذ على عقول الشباب وسلب عواطفهم نحوه حتى بات الفضاء المفضل لدى اغلب الشباب اليوم، أما برامج مثل الواتس آب ثم المدونات ثم الانستجرام فجاءت في ذيل الاختيارات، إضافة إلى نسبة ضئيلة من مبحوثينا أجابوا على خيار آخر معربين عن تفضيله واستخدامهم لبرامج تواصل أخرى و هي : السناب شات، الفايبير، السكايب، ASK -ME .

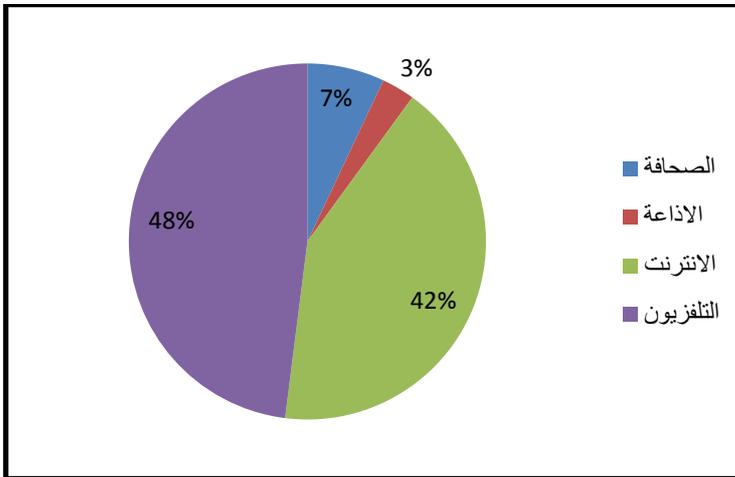
6-5 الشكل (10) : وسيلة التواصل المفضلة والأكثر استخداما لدى الشباب :



إن الشكل أعلاه، يبين لنا أن الهاتف النقال هو وسيلة الاتصال المفضلة لدى مبحوثينا بلا منازع و ذلك بنسبة (93%)، كما أنهم يستخدمون الهاتف النقال في اتصالاتهم اليومية أكثر من أي وسيلة أخرى، وهذا أمر طبيعي إذ نجد أن الهاتف النقال هو المستعمل أكثر في تواصلاتهم لما فيه من مزايا كخفته للحمل وسرعة

استعماله وسهولة تطبيقاته ..الخ، أما الانترنت بتطبيقاتها الاتصالية فقد جاءت بنسبة قليلة و هي (7%)، و إن ما حملنا على هذا السؤال هو الرغبة في معرفة قوة الأنترننت في التواصل مقارنة بالهاتف، إلا أن نتائجنا بينت لنا أنه رغم اكتساح النت عقول الناس وما توفره من برامج تواصل عبر الصورة والصوت وخدمة البريد الالكتروني إلا أنها تبدو كمصدر للمعلومات والتسلية وكفضاء للدردشة أكثر منها وسيلة للاتصال السريع والمرن بين الأهل والأقارب والأصحاب وهو ما وضحه لنا الشكل السابق رقم 8 بخصوص استخدامات البريد الالكتروني، وهنا تبرز قوة الهاتف النقال مقارنة بالانترنت فيما يخص الاتصالات السمعية لما يوفره لأصحابه من سهولة وسرعة التنفيذ. أما البرقية والهاتف السلكي فلم يعد لهما أهمية تذكر في الاتصال والتواصل حيث نسبتها جاءت معدومة ما يدل على تراجع عصر البرقية والهواتف السلكية في الوقت الذي نشهد فيه عصرا جديدا اتسم بالمعلوماتية والرقمنة والوسائط المتعددة.

الشكل (11): مصادر الأخبار الأكثر اعتمادا و تفضيلا:



كالشكل السابق، نود هنا أيضا أن نتعرف على مدى قوة الانترنت اليوم كمصدر أول للأخبار و الأحداث يقصده الشباب دون غيره، إلا أننا نلاحظ هنا حسب الشكل أعلاه، أن التلفزيون هو المصدر الأكثر استخداما وتفضيلا لدى أفراد العينة للحصول على الأخبار والمعلومات عن الأحداث الجارية وعن محيطهم

المحلي والخارجي وجاء ذلك بنسبة (...%)، ورغم نفوذ الانترنت كأحدث وسيط إعلامي واتصالي اليوم إلا أن مبحوثينا لا يزالون يعتمدون على التلفزيون كمصدر أكبر للأخبار، ولعل ما يفسر هذه النتيجة هو ذلك التواجد الحي لقنوات التلفزيون داخل البيت إذ يكون الفرد عرضة لمحتوياته في كل وقت بشكل أو بآخر، كما أن ذلك التطور الحاصل في السمي البصري الجزائري وإطلاق قنوات جزائرية كالنهار والشروق وغيرهما استقطب عددا كبيرا من المشاهدين الجزائريين وغير الجزائريين فأصبحت هذه القنوات خاصة الإخبارية منها مصدرا مهما من مصادر الأخبار، وذات أفضلية كبيرة لدى شرائح عدة من الجزائريين. وتأتي الانترنت في المرتبة الثانية من حيث الأفضلية لدى عينة دراستنا بنسبة تقدر بـ (.....%)، والملفت هنا أنها نسبة متقاربة مع نسبة التلفزيون، حيث عبرت نسبة لا بأس بها من أفراد عينتنا بتفضيلها للانترنت كمصدر أول للأخبار، أما الصحافة المكتوبة ثم الإذاعة فقد جاءتا في الأخير من حيث الأفضلية واعتماد المبحوثين عليهما كمصادر أولى للأخبار، والمثير للانتباه هنا هو تراجع مكانة الصحافة الورقية بعدما كانت في يوم سابق الوسيلة الإخبارية الأولى، إلا أن السمي البصري قد طغى واستحوذ على عقول الناس إضافة إلى أننا في عصر الرقمنة نشهد ما يسمى بالصحافة الرقمية والتي تظهر على الانترنت فأصبح الناس يطالعونها عبر النت بدلا من الورق.

6/ النتائج العامة :

1- يتعرض الشباب إلى محتويات وبرامج الانترنت المتنوعة أحيانا فقط وليس بشكل يومي، وقد يكون هذا عاملا إيجابيا، في إكسابهم عادات تنظيم حياتهم وأوقاتهم بشكل إيجابي.

2- يستغرق الشباب في تعرضهم لمحتويات الانترنت مدة أقل من نصف ساعة في اليوم الواحد، وهذا ليس عاملا أساسيا يمكن أن يؤثر على الشباب، فقد أكدت الكثير من الدراسات ارتباط عامل الوقت الذي يقضيه الشباب في استخدام الانترنت إذا كان يستغرق عدة ساعات والكثير من القضايا الشبابية.

- 3- يدخل الشباب إلى برامج الانترنت عن طريق جهاز الهاتف النقال، إذ أنه أكثر الوسائل سهولة في الاقتناء.
- 4- إن أكبر داعي للدخول للانترنت عند الشباب هو البحث عن المعلومات والمعارف والخبرات، وقد تعمم هذه النتيجة على الشباب الذين هم في مرحلة التعليم والبحث العلمي، والذين هم دائما ما يجدون ضالتهم في الانترنت التي تزخر بالجديد في المجال العلمي.
- 5- يعتبر موقع الفيسبوك الأكثر استعمالا والأفضل لدى الشباب من بين برامج التواصل الاجتماعي الأخرى.
- 6- أفضل وسيلة اتصال وتواصل والأكثر اعتمادا لدى الشباب هي الهاتف النقال.
- 7- مصدر الأخبار الأفضل والأكثر استخداما لدى الشباب هو التلفزيون.