

## تأثير التعرض للإنترنت لدى طالبات جامعة بغداد دراسة ميدانية في ضوء نظرية الفجوة المعرفية

أ.م.د. عبد الأمير مويث الفصيل

م.د. محمد حسن العامري

جامعة بغداد - كلية الاعلام

جامعة بغداد - كلية الاعلام

### المقدمة :

يعد الإنترنت من الوسائل الحديثة ، ولايختلف اثنان على ما لأهمية الشبكة من جوانب تقنية و تكنولوجية لنشر المعلومات واستقبالها وخزنها، اذ انها اشهر وسيلة معلوماتية تفاعلية، كذلك فانها من الوسائل الإعلامية الرائجة والأكثر نموا والتي يتسابق الجميع للإستفادة من مزاياها، ولقدرة هذه الوسيلة على الوصول الى جميع بقاع الأرض، فمن الطبيعي ان تزدهر مواقع الشبكة من زيارات الجمهور وخصوصا وان عدد مستخدمي شبكة الانترنت في تزايد مستمر (١). حيث أتاحت شبكة الإنترنت أكثر من مستوى اتصالي للمستخدمين فهناك الاتصال اللحظي الذي يوجد فيه المرسل والمتلقي بشكل متزامن كما يحدث في غرف المحادثة التفاعلية ويوفر هذا النمط اتصال فرد بمجموعة أو فرد بفرد آخر بشكل متزامن وهناك الاتصال من فرد إلى فرد ولكن بشكل غير متزامن من خلال البريد الإلكتروني بالإضافة إلى اتصال فرد بجماعة أو جماعة بجماعة بشكل غير متزامن أيضاً من خلال جماعات الأخبار والقوائم البريدية، كما أتاحت الإنترنت منفذاً جديداً لوسائل الإعلام التقليدية مثل الصحف والمجلات ومحطات الراديو والتلفزيون لتقدم مضمونها من خلال مواقعها وصفحاتها على الشبكة ، والأكثر من ذلك أن إمكانية النشر والوصول إلى المستخدمين صارت ميسورة لأي فرد لديه معرفة بسيطة بلغة النشر الإلكتروني وتتزايد يوماً بعد يوم أهمية الإنترنت ودوره كوسيلة اتصال تمتلك من الإمكانيات والتأثير ما أثار جدلاً كبيراً حول ما يمكن أن تحدثه من تغيير في شكل وأداء ووظائف وسائل الاتصال التقليدية.(٢)

ولعل أهم ما يميز الإنترنت كوسيلة اتصال هو الاختيارية المطلقة التي تتيحها لجمهورها من زوار المواقع الموجودة عليها والذين تجاوز عددهم في عام ٢٠١٠، إلى أكثر من ٩ مليار مستخدم على المستوى العالمي ومن المتوقع أن يزيد عددهم مع تذليل الصعوبات التقنية والاهتمام بالبنية التحتية التكنولوجية، لقد غيرت شبكة الإنترنت الطرق التي يتلقى بها الجمهور المعلومات والأخبار إذ أنها تمد بروابط لا نهائية للعديد من مواقع الأخبار والتسلية، مما جعل الإنترنت عنصراً أساسياً في حياة الناس لا يمكن الاستغناء عنه ولا يستثنى من هذا الأطفال أو الشباب، وذلك بسبب إحاطته بنا طول الوقت وإتاحته وسهولة الوصول إليه في المدارس

والمكتبات والمنازل ومقاهي الإنترنت، وينظر الباحثون إلى شبكة الإنترنت بحذرو ورونها سلاحاً ذا حدين قد يمد بفرص التعليم والتسلية والمعلومات، ولكنه في الوقت نفسه قد يعرضنا لمضامين سيئة مثل العنف والإباحية ويعرضنا للعزلة، بل إن هناك اهتماماً متزايداً من المعلمين وعلماء النفس والآباء بالتأثيرات السلبية لاستخدام الإنترنت على المعرفة الاجتماعية مثل أعراض استخدام الشبكة المرضي وعدم القدرة على التمييز بين الواقع والخيال وتأثيراتها على الهوية والتطور الاجتماعي والنفس والتحصي الدراسي المنخفض والسلوك المضاد اجتماعياً<sup>(3)</sup>.

فزوار الإنترنت هم الذين يقومون باختيار نوعية المواد التي يتعرضون لها من ترفيه وتسلية وتنقيف ومواد فيلمية وصور متحركة وإعلانات تجارية ولم يعد مستخدم الإنترنت يقرأ معلومات فقط بل يشترك في صنعها وقيادتها كما يتيح الإنترنت التعرف على حجم الجماهير التي تزور المواقع وأوقات الزيارة والتفصيلات المختلفة للجماهير النوعية، فهو بذلك يرصد استخدامات المتلقي والتعرف على رجع الصدى ويجمع الإنترنت بين الاتصال الشخصي والاتصال الجماهيري في وسيلة واحدة حيث يتيح لعدد من مستخدمي الإنترنت بتبادل الرسائل فيما بينهم وتعد التفاعلية من أهم الخدمات التي يقدمها الإنترنت فهو وسيط للاتصال التفاعلي من خلال البريد الإلكتروني والمنتديات الإلكترونية ومواقع الدردشة والألعاب والاختبارات المتاحة والمجموعات النقاشية والمدونات<sup>(4)</sup>. وقد ساعد الإنترنت على امتلاك القدرة على النشر وتصميم المواقع والصفحات الشخصية والاتصال بأدوات البحث الموجودة على الشبكة وتطوير النصوص والصور من خلال تكنولوجيا الرقمية وأصبح لذلك في مقدور الفرد أن يستمر في إرسال المعلومات وتلقيها أينما ذهب وحيثما حل، أي يستمر النشاط الاتصالي للفرد فائقاً بغض النظر عن الحيز المكاني فأصبح لدى الإنسان القدرة على تخزين ما يشاء من معلومات بشكل رقمي الأمر الذي يثير العديد من التساؤلات حول تأثير تكنولوجيا الاتصال على التمثيل المعرفي للمعلومات. ومع هذا الانتشار السريع لشبكة الإنترنت، حيث أن هناك أكثر من خمسة ملايين موقع تتنافس على جذب المترددين على الإنترنت. وبرغم من أن الإنترنت نشأ بهدف إتاحة المعلومات للجميع إلا أننا الآن ننتقل من مرحلة المعلومات للجميع إلى مرحلة معلومات خاصة تتناسب احتياجات كل مستخدم، فنجاح المواقع مرتبط بما تقدمه من خدمة مميزة للمستخدم وتجذبه إلى التردد الدائم عليها، وظهور ما يسمى بمقاهي الإنترنت وإقبال أعداد كبيرة من الشباب على الدخول إلى شبكة المعلومات سواء للتسلية والترفيه من خلال برامج الشباب الدردشة أو للبحث العلمي عن المعلومات والتنقيف أو البحث عن وظائف أو فرص عمل أو التسويق<sup>(5)</sup>.

## الإطار النظري للدراسة :

### فكرة نظرية فجوة المعرفة Knowledge Gap Model :

ساد الاعتقاد لفترة طويلة بفعالية وسائل الإعلام الكبيرة في نقل المعلومات إلى الجمهور إلا أن بعض الدراسات التي أجريت في الأربعينيات بدأت تشكك في صحة هذا الاعتقاد، وظهرت هذه النظرية بعد رصد نتائج بحوث عديدة أشارت إلى أن قطاعات الجمهور المختلفة تحظى بقدر متوازن في الحصول على المعلومات المتدفقة من وسائل الاتصال الحديثة. وقد أكدت نتائج بعض البحوث الأمبريقية أن الفئات المختلفة في المجتمع تكتسب المعلومات بمعدلات مختلفة، لكنها لم تعزز مفهوم الانتشار المتكافئ للمعلومات في المجتمع ، ويمكن لوسائل الإعلام أن تزود الناس بالمعلومات التي يحتاجونها والوصول إلى الناس الذين يصعب الوصول إليهم بالوسائل الأخرى من سكان المدن أو القرى من مختلف الطبقات الاجتماعية، ولعل ذلك كان بداية ظهور فكرة نظرية المعرفة، التي تقوم على أساس وجود فجوة معرفية بين فئات الجمهور المختلفة حول القضايا المختلفة باختلاف العديد من المتغيرات (٦)

### الفرض الرئيسي لنظرية فجوة المعرفة

صاغ فرض نظرية فجوة المعرفة بناء على نتائج أبحاث مختلفة ومتعددة ، ويشير الفرض إلى الفجوة المعرفية على النحو الذي وصفه كل من تيتشنر ودونو وأولين عام ١٩٧٠ ، إلى أن " زيادة تدفق المعلومات من خلال وسائل الإعلام إلى النظام الاجتماعي، فإن قطاعات الجمهور ذوى المستوى الاجتماعي الاقتصادي المرتفع يميلون إلى اكتساب هذه المعلومات بمعدل أسرع من قطاعات الجمهور الأقل في المستوى الاجتماعي الاقتصادي لهذه المعلومات ، ومن ثم فإن الفجوة في المعرفة تتجه نحو الزيادة بدلاً من الانخفاض " (٧) ويؤكد (تيتشنر وزملائه Tichenor et, al) أن الفئات ذات المستوى الاجتماعي الاقتصادي المنخفض لا تظل فقيرة في المعلومات بوجه عام ، ولكنها تكتسب معلومات أقل نسبياً من الفئات الأعلى في المستوى الاجتماعي الاقتصادي (٨)، وبذلك تقوم فروض نظرية فجوة المعرفة على أساس أن العوامل الاجتماعية والاقتصادية هي المحدد الرئيسي لمدي اكتساب الجمهور للمعرفة والمعلومات والأخبار والشئون العامة (٩)، فتظهر فجوة المعرفة بقوة في مجال الاهتمامات العامة والأخبار العلمية بينما يضعف وجودها في المجالات ذات الطبيعة الخاصة في المجتمع مثل أخبار الرياضة ، وأسعار السوق. ويرى تيتشنر وزملاءه هناك خمسة أسباب لإمكانية حدوث الفجوة المعرفية وهي (١٠) -  
تباين المهارات الاتصالية بين الطبقات وغالباً ما يكون هناك تباين في التعليم.

- تباين قدر المعلومات المختزنة أو ما يسمى بالخلفية المعرفية السابقة والطبقات الأعلى ربما تكون قد اكتسبت المعرفة حول موضوعات ما خلال مراحل التعليم أو التعرض السابق لوسائل الإعلام.

- أهمية التواصل الاجتماعي لدى الطبقات الأعلى وبالتالي تجددهم يشاركون غيرهم ممن يتعرضون إلى موضوعات الشؤون العامة أو الأخبار العلمية ويدخلون في مناقشات مع الغير حول مثل هذه الموضوعات.

- تأثير آلية التعرض الانتقائي وكذلك الاهتمام والتذكر، فقد لا يوجد فعلاً لدى الطبقات الأقل معلومات حول الشؤون العامة والأخبار العلمية تتفق مع قيمهم واتجاهاتهم وربما لا يهتمون فعلاً بمعلومات معينة.

- طبيعة نظام وسائل الإعلام نفسه والذي نلاحظ اتجاهه أكثر إلى الطبقات الأعلى كما أن الكثير من موضوعات الشؤون العامة والعلوم تظهر في الوسائل المطبوعة وهذه تتناسب اهتمامات وتعرض الطبقات الأعلى.

وقد أدى النمو المتزايد للمعرفة وما تفرضه الممارسات الديمقراطية وحقوق الإنسان في المعرفة وإمكانيات التواصل مع المجتمع المحلي والعالم الخارجي إلى عدم التوازن في المعرفة المكتسبة بين الأفراد والجماعات حول بعض المعلومات والأفكار ويرى الباحثين أن هناك تأثير لوسائل الإعلام في زيادة التباين أو وجود هذه الفجوة المعرفية بين الأفراد في مختلف الفئات الاجتماعية. وقد حدد الباحثون طريقتين مختلفتين لاختبار فرض الفجوة المعرفية وهما: (١١).

## 1. على المدى الطويل Over Time :

أي على فترات زمنية متفاوتة ، فالمعلومات المكتسبة من الموضوعات المكتسبة من الموضوعات التي يتم نشرها أو إذاعتها سوف يحدث بمعدل أسرع لدى قطاعات الجمهور الأعلى في المستوي الاجتماعي الاقتصادي ، وأبطأ لدى قطاعات الجمهور الأقل في المستوي الاجتماعي الاقتصادي.

## 2. في فترة محددة At a given point in Time

وفي هذه الحالة توجد علاقة ارتباطية طردية بين المستوى الاجتماعي الاقتصادي للأفراد وحجم المعلومات المكتسبة بالنسبة للموضوعات الأكثر شيوعاً في وسائل الإعلام التي تغطي حدثاً أو قضية معينة. وتزيد الفجوة المعرفية بين أفراد الجمهور بفعل عوامل أخرى تشمل (المهارات الاتصالية والخلفية المعرفية والتواصل الاجتماعي والانتقاء) وبمقدار التدفق الوافد من وسائل

الإعلام. وقدم تتشسر وزملاؤه في بحوثهم الأدلة على صلاحية استخدام كل من الطريقتين لاختبار فرض الفجوة المعرفية، ففي دراساتهم لأربعة اقتراعات تمت بواسطة مراكز قياس الرأي العام في أمريكا خلال سنوات ٤٩، ٥٤، ٥٩، ١٩٦٥ للكشف عن قبول الجمهور للاعتقاد بأن الفرد يمكن أن يصل إلى القمر وتوقعاتهم المستقبلية، وفي دراسة نتائج هذه الاقتراعات الأربعة لاحظوا تزايد الفجوة بين المستويات التعليمية كما لاحظوا قبول المستويات الأعلى لهذه التوقعات عن المستويات التعليمية الأقل<sup>(١٢)</sup>

### اسباب ظهور النظرية:

نتيجة الاهتمامات العامة مثل الشؤون العامة والأخبار العلمية بينما تظهر هذه الفجوة بشكل أقل في مجالات محدودة ذات العلاقة بالاهتمامات الخاصة مثل الرياضة أو رعاية الحدائق حيث يختلف الناس فيما بينهم في مستويات هذه الاهتمامات فتنعكس على تعرضهم لهذه المعلومات<sup>(١٣)</sup>. ويمكن القول أن نموذج الفجوة المعرفية من خلال تحديد الأنماط السابقة من الخصائص باعتبارها متغيرات سببية مستقلة تؤثر بالتالي في درجة تحقيق الأهداف واكتساب القيم باعتبارها متغيرات تابعة.

وبذلك يمكن القول بأنه في حالة وجود تباين في القدرات الاتصالية بين مختلف الجماعات فإنه ينتج عنه بالتالي تباين منتظم في تحقيق الأهداف والقيم الخاصة بالجماعة. وهو ما ينطبق على وسيلة الإنترنت التي تتيح هذا التباين من خلال اكتساب المعلومات بمعدل سريع بين الأعلى تعليماً عن الأقل تعليماً ومن هذا المنطلق فإنه مع انتشار الإنترنت تميل الفجوة المعرفية إلى أن تضيق بين الفئات المختلفة والتي تصبح أكثر معرفة بالمعلومات الجديدة حول القضايا التي كان يتم تجاهلها، وقد اشارت اغلب الدراسات الاجنبية الحديثة، أن اكتشاف الفجوة المعرفية يعتبر الخطوة الأولى في تقييم دور وسائل الإعلام في النظم الاجتماعية على المستويات المختلفة. ويمكن سد الفجوة بمرور الوقت بين الفئات المتميزة من أصحاب القدرات الاتصالية والفئات الأخرى الأقل تميزاً وهو ما يسمى بالتأثير الحدي. وتميل الوسائل الحديثة في اغلب الدراسات (كالإنترنت) إلى توسيع الفجوة المعرفية حيث يعتمد استخدامها على اهتمامات الأفراد ودوافعهم وخبراتهم السابقة وتكون متاحة للأعلى تعليماً والأعلى مركزاً. وبين (شولتز) مخاوف البعض من أن وسائل الاتصال الحديثة سوف تدعم وجود هذه الفجوة نظراً لارتباط الإنترنت بخاصية التفاعلية في أوضح صورها وباعتبارها هي الميزة الحقيقة التي تولدت عن نشأة وظهور الإنترنت كوسيلة اتصال، ويشير إلى أن هذه المخاوف قد تكون لها مبرراتها، ولكنه من ناحية أخرى يشير إلى أن وسائل الاتصال في معرض تنافسها مع هذا الوافد الجديد ما تزال تعمل بصورة تتسم بالكفاءة وبما يجعل منها عنصراً مهماً في تأكيد مفاهيم الترابط بكافة مستوياته،

ولتحقيق التوازن الناشئ عما أحدثته الإنترنت من إرباك لبعض الأدوار، والذي يتشكل جمهوره من نخبة المتعلمين بصورة خاصة، ولهذا فإن على وسائل الاتصال أن تظل تتجه للجميع وأن تبتكر لنفسها أساليب للتفاعل مع الجمهور. (١٤)

ويذهب بعض الباحثين إلى أن الإنترنت من الوسائل التي ستعمل على توسيع فجوة المعرفة بين الأفراد والمجتمعات لأنها وسيلة تتوافر للأفراد الأعلى تعليماً وأعلى في المستوى الاجتماعي والاقتصادي، في حين يذهب البعض الآخر إلى أن ظهور الإنترنت من شأنه أن يعمق ديمقراطية الاتصال ويزيد من سرعة انتشار المعلومات بين الأفراد. (١٥)

كما يعتبر البعض قضية الفجوة المعرفية من القضايا التي تثار مع ظهور كل وسيلة اتصالية جديدة، فهناك تيار من المؤيدين للوسيلة ومدافع عنها باعتبار أن وجودها حلاً لكل المشاكل وعلاجاً لكل السلبيات القائمة وأنها ستقلل من الفجوات التي خلقتها الوسائل السابقة. وتيار آخر معارض يرى أنها ستزيد المشكلات وستوسع من حجم الفجوات المعرفية الموجودة بدلاً من تضيقها وستخلق مشكلات أخرى مرتبطة بها ويستمر الجدل حتى تظهر وسيلة جديدة تستقطب الاهتمام وتجذب الانتباه. (١٦)

وبشكل عام تشير نتائج الدراسات في مجال تطبيق نظرية الفجوة المعرفية إلى أن كل الفئات في المجتمع سيصبحون أكثر معرفة بالموضوعات والقضايا عندما يتحقق الآتي: (١٧)

- تزايد المعلومات ذات العلاقة من خلال زيادة التباين الاجتماعي في الآراء حولها.
- زيادة التغطية الإخبارية سوف تسهم في اقتراب أكثر إلى المعلومات.
- ويرى ثمرج وزملاءه إمكانية سد الفجوة بمرور الوقت بين الفئات المتميزة من أصحاب القدرات الاتصالية والفئات الأخرى الأقل تميزاً.

وتميل وسيلة الإنترنت إلى توسيع الفجوة المعرفية حيث يعتمد استخدامها على اهتمامات الأفراد، ودوافعهم وخبراتهم السابقة بالإضافة إلى أن بعض الوسائل تكون متاحة للأعلى تعليماً والجماعات الأعلى في المركز

### المستويات التطبيقية لنظرية فجوة المعرفة:

قام الباحثون بتصنيف دراسات فجوة المعرفة إلى مستويين رئيسيين هما (١٨)

#### ١- المستوي الفردي الضيق Micro individual level

ويركز هذا المستوى على أهمية اكتساب الأشخاص للمعلومات من وسائل الإعلام طبقاً للمستوى الاجتماعي والاقتصادي لهؤلاء الأشخاص، بالإضافة إلى وجود متغيرات أخرى مثل مهارات الاتصال ومستويات الاهتمام والقدرات المعرفية.

## ٢- المستوى الاجتماعي الأشمل Macro social level :

والذي يركز على عملية السيطرة على المعلومات وتوزيعها ووسائل الاتصال المتاحة وعلاقة ذلك بطبيعة البناء المجتمعي ، وهناك متغيرات مجتمعية تؤثر على مستوى المجتمع ككل، مثل مستوى الصراع الاجتماعي والتعددية المجتمعية والسيطرة على المعلومات في المؤسسات الإعلامية وغيرها. وقد أجريت بحوث عديدة على المستويين الفردي والمجتمعي لاختبار معدلات النمو المعرفي ومستويات المعرفة كمتغيرات تابعة ، وركزت بحوث المستوى الفردي على التعليم كمتغير رئيسي للمستوى الاجتماعي الاقتصادي باعتباره يؤثر على معدلات اكتساب المعرفة ، ويساعد على فهم المعلومات وتذكرها ، واستخدام الخبرات والمعارف المختزنة بالذاكرة ، في حين ركزت بحوث المستوى الاجتماعي على عملية السيطرة على المعلومات وعلاقاتها بالنظام الاجتماعي وأساليب تدفق المعلومات على مستوى المجتمع فجوة المعرفة والحد الأقصى للتأثير Knowledge Gap & Ceiling Effects توصل بعض الباحثين إلى اختلاف حجم الفجوة المعرفية في المجالات المختلفة ، حيث لا تجد فجوة معرفية واحدة ، ولكن توجد فجوات معرفية كثيرة غير متشابهة ، ويؤكد الباحثون أن فجوة المعلومات أو فجوة المعرفة التي تتصل بالسياسة العالمية هي أوسع من تلك التي تتصل بالنفقات المتزايدة والتكاليف الباهظة التي تنفق على الأطعمة الغذائية ، ومن ثم فإن الفجوات المختلفة تمر وتعبّر خلال المجتمع بأشكال مختلفة (١٩) . وأكدت نتائج بعض الدراسات أن الفجوات المعرفية تضيق أو تتسع مع مرور الزمن بين الأفراد الأعلى والأقل في المستوى الاجتماعي الاقتصادي ، وأطلق ماكويل وونداهل

(D. Mcquoil & S. windahl) مصطلح الحد الأقصى للتأثير (Ceiling Effects) ويتم التوصل إلى هذا الحد الأقصى عندما يصبح الأفراد ذوي المستوى الاجتماعي الاقتصادي المرتفع والأكثر مقدرة على اكتساب المعرفة ، بمرور الوقت غير قادرين على الحصول على المزيد من المعلومات المتدفقة من وسائل الإعلام أي في حالة تشبع معرفي ، في حين يستمر الأفراد الأقل في المستوى الاجتماعي الاقتصادي في الحصول على المعلومات حتى يمكنهم اللحاق بالأفراد الأعلى وتتلّش الفجوة المعرفية على المدى الزمني الطويل (٢٠).

**مشكلة الدراسة وأهميتها :**

في ضوء الإطار النظري للدراسة الذي تم عرضه يمكن بلورة مشكلة الدراسة في إطار دراسة نظرية الفجوة المعرفية ويمكن تحديد المشكلة البحثية في التعرف على أثر التعرض للإنترنت على إحداث الفجوة المعرفية لدى الطالبات الجامعيات، بين من يملكون المقدرة الاتصالية والاقتصادية وبين من لا يملكون هذه المقدرة ودراسة العوامل التي تساعد على تلافي هذه الفجوة.

وترجع أهمية هذه الدراسة إلى تطرقها لموضوع هام في مجال الدراسات الإعلامية ومحاولة التأكد من صحة نظرية الفجوة المعرفية بين من يملك المقومات ومن لا يملكها. وتطوير الفروض واختبار العلاقات بين المتغيرات المختلفة.

### أهداف الدراسة :

- تسعى الدراسة إلى تحقيق عدة أهداف يمكن تحديدها على النحو الآتي:
- تحديد العلاقة بين التعرض للإنترنت وبين الفجوة المعرفية لدى الطالبات.
- التعرف على حجم الفجوة المعرفية بين الطالبات الذين يتعرضون للإنترنت وبين من لا يتعرضون.
- التعرف على تأثير الظروف البيئية والاجتماعية و الاقتصادية والتعليمية على حجم الفجوة المعرفية للطالبات.

### فروض الدراسة :

- الفرض الأول: كلما زاد التعرض للإنترنت كلما زادت الفجوة المعرفية بين من يستخدمون الإنترنت ومن لا يستخدمونها.
- الفرض الثاني: تتسع الفجوة المعرفية باختلاف المقدرة الاتصالية والمقدرة الاقتصادية لكل من يستخدم الإنترنت وغير المستخدم له من الطالبات .

### نوع الدراسة :

يعد هذا البحث من البحوث الوصفية الكمية التي تهدف لتحليل ورصد خصائص ظاهرة أو موضوع ما للحصول على المعلومات والبيانات الكافية والدقيقة بشأنه.

### منهج الدراسة :

استخدم الباحث المنهج المسحي الميداني بهدف جمع البيانات وتفسيرها وتصنيفها وتعميمها بغية الوصول إلى تعميمات مبنية على أسس علمية.

### مجتمع الدراسة:

يشمل مجتمع الدراسة الكلي الطالبات الدارسات في كليات جامعة بغداد للكليات العلمية والإنسانية



### عينة الدراسة :

اعتمدت الباحثة في اختيار العينة على عينة عشوائية من (طالبات جامعة بغداد). وبلغ عددهن (١٠٤) مبحوثة وهي نسبة كافية إحصائياً لتمثيل مجتمع الدراسة وتوفير متطلبات الدراسة وتشمل الكليات العلمية والانسانية.

### أداة جمع البيانات :

- تم تصميم استمارة استبيان لجمع بيانات البحث بأسلوب المقابلة وتتضمن الاستمارة مجموعة من المحاور تشتمل على أسئلة عن كثافة التعرض لشبكة الإنترنت وطبيعة التعرض والاستفادة المتحققة فيه وأنواع الخدمات، والمواقع التي يتعرض لها خلال اتصالهن بالشبكة، ومكان ومصدر الاتصال، ومصادر المعلومات الأخرى  
- تم عرض استمارة استبيان على مجموعة من الخبراء وتم تحكيمها وذلك لقياس صدقها. (٢١)  
كما تم إعادة ملء (٢٠) استمارة من الطالبات لقياس الثبات.

### تعريف بعض مفاهيم للدراسة :

- كثافة الاستخدام: ويقصد به متوسط الزمن الذي يقضيه المستخدم في التعرض لشبكة الإنترنت وتنقسم إلى ثلاث فئات:  
أ - كثيف الاستخدام : ثلاث ساعات فأكثر يومياً.  
ب- متوسط الاستخدام: من ساعة إلى أقل من ثلاث ساعات يومياً.  
ج- قليل الاستخدام: تعنى الشخص الذي يستخدم الإنترنت أقل من ساعة يومياً.

### دوافع الاستخدام :

أ- دوافع نفعية مثل :  
معرفة ما يحدث في العالم.  
تعلم أشياء جديدة.  
الاستفادة من تجارب وخبرات الآخرين.  
حل مشاكل.  
ب- دوافع طقوسية ومنها :  
قضاء وقت الفراغ.  
بحكم العادة.  
الشعور بالمتعة والسعادة.

الراحة والاسترخاء.

الهروب من المشاكل.

التخلص من الملل والعزلة.

ج- فجوة المعرفة: وهي الفروق المعرفية (الفروق في حجم المعلومات المكتسبة) لدى مجموعتين أ ، ب والناتجة إما عن عوامل خاصة بالمجتمع وطريقة توزيع المعلومات والمعرفة به وأما عن عوامل خاصة بالأفراد، ومدى قدرتهم على اكتساب المعلومات، وأما عن كليهما (٢٢).

### المعالجة الإحصائية للبيانات :

تم إجراء التحليل الإحصائي لبيانات هذه الدراسة من خلال البرنامج الإحصائي spss وقد تم استخدام الاختبارات الإحصائية التالية:

اختبار كا<sup>٢</sup>.

معامل التوافق.

معاملات الارتباط الجزئية والمتعددة.

### نتائج الدراسة ومناقشتها :

#### جدول رقم (١)

يبين خصائص عينة الدراسة من حيث السن

السن	ك	%
١٨ إلى أقل من ١٩ سنة	٣١	٢٩,٨
١٩ إلى أقل من ٢٠ سنة	٥٢	٥٠,٠
٢٠ إلى أقل من ٢٢ سنة	١٩	١٨,٣
٢٢ فأكثر	٢	١,٩
المجموع	١٠٤	%١٠٠

تشير بيانات الجدول السابق إلى: أن أكثر فئات العينة حجماً هي الفئة العمرية بين ١٩ - ٢٠ سنة وهي تقابل طالبات الصف الثالث بالكلية وتصل نسبتهم في العينة إلى ٥٠% أي نصف حجم العينة من مستخدمي الإنترنت تليها الفئة العمرية من ١٨ - ١٩ بنسبة ٢٩,٨% ثم الفئة العمرية من ٢٠ - ٢٢ سنة. وأقل الفئات العمرية تمثيلاً هي الفئة أكثر من ٢٢ وهم غالباً طلاب الصف النهائي بكلية الطب.

## جدول رقم (٢)

يبين خصائص العينة من حيث نوع الكليات

نوع الدراسة	ك	%
كليات علمية	٣٨	٣٦,٥
كليات إنسانية	٦٦	٦٣,٥
المجموع	١٠٤	١٠٠%

يتضح من بيانات الجدول السابق: أن طالبات الكليات الإنسانية (آداب - تربية - إعلام - إدارة واقتصاد) هم أكثر طلاب العينة ونسبتهم ٦٣,٥% من العينة في حين يبلغ طالبات الكليات العلمية نسبة ٣٦,٥% (العلوم، الطبية، التربية، الهندسة).

## جدول رقم (٣)

خصائص عينة الدراسة من حيث سنوات استخدام الانترنت

متوسط سنوات الاستخدام	ك	%
أقل من سنة	٥٧	٥٤,٨
سنة	١٩	١٨,٣
سنتان	١٤	١٣,٥
ثلاث سنوات	٨	٧,٧
أكثر من ثلاث سنوات	٦	٥,٧
المجموع	١٠٤	١٠٠%

تدل نتائج الجدول اعلاه أن أعلى نسبة من مستخدمات الإنترنت وعددهم (٥٧) من حجم العينة الأصلي (١٠٤) طالبة يبلغ متوسط استخدامهن للإنترنت أقل من سنة وتبلغ نسبتهن ٥٤,٨% يليهن من لهن سنة في الاستخدام ونسبتهن ١٨,٣% من عينة المستخدمات للإنترنت. أما من يستخدم الإنترنت أكثر من ثلاث سنوات فتبلغ نسبتهن ٥,٧% فقط من المستخدمين.

## جدول رقم (٤)

يبين السكن الأصلي لأفراد العينة

الموطن	ك	%
بغداد	٧٤	٧١,٢
محافظات	٣٠	٢٨,٨
المجموع	١٠٤	%١٠٠

الجدول اعلاه يبين ان سكن أفراد العينة من حيث العاصمة او المحافظات بلغت نسبة من تسكن في مدينة بغداد ٧١,٢% من جملة العينة بينما من يعيشون في المحافظات ٢٨,٨% من أفراد العينة وذلك لبيان تأثير البيئة الجغرافية على أفراد العينة.

## جدول رقم (٥)

توزيع عينة الدراسة حسب مكان الإقامة

الإقامة	ك	%
مع الأسرة	٦٨	٦٥,٣
القسم الداخلي	٢٠	١٩,٢
سكن خاص	٦	٥,٧
سكن مشترك مع الأقارب	١٠	٩,٦
المجموع	١٠٤	%١٠٠

يتضح من بيانات الجدول اعلاه أن أكثر من نصف العينة يقمن مع أسرهن وتبلغ نسبتهن ٦٥,٣% من العينة. ويليهن من يقيمن بالقسم الداخلي وتصل نسبتهن ١٩,٢%. وأقل نسبة من يسكن سكن مشترك مع الأقارب بنسبة ٩,٦% من أفراد العينة.

ثانياً: استخدام أفراد العينة لشبكة الإنترنت

## جدول رقم (٦)

يبين استخدام أفراد عينة الدراسة للإنترنت

الاستخدام	ك	%
نعم بشكل دائم	٦٧	٦٤,٤
نعم بشكل متقطع	٣٧	٣٥,٦
المجموع	١٠٤	%١٠٠

الجدول السابق يبين أن نسبة من يستخدمون الإنترنت من العينة بشكل دائم بلغ ٦٤,٤ % الأمر الذي يوضح مدى انتشار الإنترنت كوسيلة اتصال بين الطالبات الجامعيات مقارنة مع ممن يستخدمون الإنترنت بشكل متقطع وتبلغ نسبتهم ٣٥,٦ % من العينة.

#### جدول رقم (٧)

يبين مدى الاستخدام للشبكة

مدى الاستخدام	ك	%
دائماً	٦٧	٦٤,٤
أحياناً	٣٢	٣٠,٨
نادراً	٥	٤,٨
المجموع	١٠٤	١٠٠ %

توضح البيانات أعلاه أن نسبة من يتعرضون للإنترنت دائماً تبلغ ٦٤,٤ % بينما تبلغ نسبة اللواتي يتعرضن بصفة أحياناً بنسبة ٣٠,٨ % من مستخدمات الإنترنت. أما من يتعرضن نادراً للإنترنت فتبلغ نسبتهم ٤,٨ %.

#### جدول رقم (٨)

يبين معدل استخدام الشبكة يومياً

معدل الدخول	ك	%
أقل من ساعة يومياً	٢٧	٢٥,٩٦
ساعة واحدة يومياً	٢٣	٢٢,١١
ساعتان	١٩	١٨,٢٩
أكثر من ثلاث ساعات	٤	٣,٨٤
حسب الظروف والأحوال	٣٠	٢٨,٨٤
أخرى تذكر	١	٠,٩٦
المجموع	١٠٤	١٠٠ %

بيانات الجدول أعلاه توضح أن أعلى نسبة من العينة التي تستخدم الإنترنت يتعرضن للشبكة حسب ظروفهم وأحوالهم وتبلغ نسبتهم ٢٨,٨٤ % ويليهن من يتعرضن للشبكة أقل من ساعة بنسبة ٢٥,٩٦ ساعة واحدة يومياً بنسبة ٢٢,١١ و ساعتان يومياً وتبلغ نسبتهم ١٨,٢٩ % من

مستخدمات الإنترنت من أفراد العينة. أما من يتعرضن للإنترنت أكثر من ثلاث ساعات يومياً فتبلغ نسبتهم ٣,٨٤% من جملة أفراد العينة مستخدمات الإنترنت.

#### جدول رقم (٩)

يبين الأوقات المفضلة للدخول على الشبكة

الأوقات	ك	%
في أوقات راحتي أو فراغي	٢٧	٢٥,٩
بعد انتهاء محاضراتي	٦	٥,٧
في يومي العطلة الأسبوعية الجمعة والسبت	٢٨	٢٦,٩
بعد الانتهاء من دراستي	١١	١٠,٥
في المساء قبل النوم	١٠	٩,٦
في الصباح الباكر قبل ذهابي للجامعة	١	٠,٩٦
حسب الظروف وليس لي وقت	٢٠	١٩,٢
أخرى تذكر	١	٠,٩٦
المجموع	١٠٤	%١٠٠

بيانات الجدول السابق تظهر الآتي:

أن أكثر الأوقات تفضيلاً لدى أفراد العينة للدخول على الشبكة هي في يومي العطلة الأسبوعية الجمعة والسبت وبنسبة ٢٦,٩% ثم أوقات الفراغ أو الراحة حيث يفضلها نحو ٢٥,٩% من المستخدمات للشبكة يليها حسب ظروفهن وليس لي وقت محدد نسبة ١٩,٢%.. أما أقل الأوقات تفضيلاً من قبل أفراد العينة فهي في الصباح الباكر قبل الذهاب إلى الجامعة وبنسبة ٠,٩٦% من العينة التي فضلت هذا الوقت.

### جدول رقم (١٠)

يبين مكان استخدام الإنترنت لدى أفراد العينة

المكان	ك	%
جهازي الشخصي بالمنزل	٤٥	٤٣,٢
أثناء زيارة صديقتي التي لديها جهاز	١٠	٩,٦
عبر شبكة الجامعة	٢٦	٢٥
مقاهي الإنترنت الأهلية في المنطقة	١٦	١٥,٣
اخرى تذكر	٧	٦,٧
المجموع	١٠٤	%١٠٠

من بيانات الجدول السابق يظهر لنا أن نسبة ٤٣,٢% من عينة الدراسة لديها جهاز كمبيوتر شخصي وتدخل على الشبكة من خلال المنزل، تليها تذهب لمقاهي الإنترنت عبر شبكة الجامعة ونسبة ٢٥%. ثم مقاهي الإنترنت الأهلية ونسبة ١٥,٣%.

ثالثاً: مجالات استخدام شبكة الإنترنت :

### جدول رقم (١١)

يبين مجالات استخدام شبكة الإنترنت لدى أفراد العينة (٢٣)

مجالات استخدام شبكة	ك	%
البحث والدراسة	١٥	٥,٧
التجوال في المواقع للتعرف على ما هو جديد	٤٤	١٦,٩
لإنشاء بريد إلكتروني خاص بي لتلقي الرسائل	٢٤	٩,٢
عمل شأت أو دردشة مع الصديقات	٢٤	٩,٢
التعرف على السلع والأسعار المعروضة	٦	٣,٢
عمل صفحة خاصة بي لنشر أفكارتي وهواياتي وتبادلها مع الآخرين	٥	٣,٢
الاستماع للموسيقى والأغاني وتنزيلها	١٤	٩
لدراسة والتعلم	٨	٣
متابعة ما يحدث حول العالم من أحداث	١٥	٥,٧
الوصول إلى معلومات عامة	٢٣	٨,٨

مجالات استخدام شبكة	ك	%
التسلية وإضاعة الوقت	٣١	١٢
تعلم أشياء تفيد في الحياة	٤٤	١٦,٩
مشاهدة الأفلام وتنزيلها	٩	٣,٤
موااعدة وملاقة الأصدقاء من الجنس الآخر	١	٠,٣
المجموع	٢٥٩	%١٠٠

من بيانات الجدول السابق يأتي مجال استخدام الإنترنت للتجوال في المواقع ومعرفة كل ما هو جديد لدى ١٦,٩% من عينة الدراسة يليها بنفس النسبة ١٦,٩% تعلم أشياء تفيد في الحياة ثم التسلية وإضاعة الوقت ونسبة (١٢%) وتتساوى كل لإنشاء بريد إلكتروني خاص به وعمل شأت أو دردشة مع الصديقات والاستماع للموسيقى والأغاني وتبلغ نسبة كل منهما (٩,٢%) والوصول إلى معلومات عامة (٨,٨%).

#### جدول رقم (١٢)

يبين أهم المواقع التي يفضل ان يتابعها أفراد العينة (٢٤)

المواقع	التكرار	النسبة المئوية
المواقع التعليمية	٤٧	٩,٥
المواقع الاخبارية	٣٥	٧,١
موقع Facebook	٧٧	١٥,٦
مواقع الأغاني	٥٠	١٠,١
مواقع محطات الراديو والتلفزيون	١٠	٢
المواقع العلمية	٤١	٨,٣
المواقع الفكاهية	٣٦	٧,٣
المواقع الرياضية	٢٨	٥,٧
المواقع السياسية	٢٠	٤
المواقع الدينية	٢٣	٤,٦
مواقع الهوايات	٣٥	٧,١
المواقع الإباحية	١٣	٢,٦
مواقع الأفلام	١٢	٢,٤



المواقع	التكرار	النسبة المئوية
المواقع الاقتصادية	١٠	١٠,١
مواقع الألعاب	٨	١,٦
مواقع المقامرة	٤	٠,٨
مواقع التعارف والزواج	٣١	٦,٣
أخرى تذكر	٢	٠,٤
المجموع	٤٩١	%١٠٠

من الجدول اعلاه ظهرت لنا النتائج ان اكثر تفضيل مع عينة الدراسة للمواقع هي الاتي:

- جاء موقع Facebook ونسبة ١٥,٦% في التفضيل الاول من العينة ويرجع ذلك الى مجموعة من الاسباب منهاك يعد الموقع من اكثر مواقع الشبكات الاجتماعية ما بين طلاب الجامعات عبر الانترنت وذلك في ضوء معدل استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية في العالم حيث يجذب ال Facebook اكثر من ١٠٠ مليون ناشط من المهتمين (٢٥). ثم موقع الاغاني والمواقع الاقتصادية ونسبة ١٠,١% لكل منهما تليها المواقع التعليمية ونسبة ٩,٥%, ثم المواقع العلمية ٨,٣%, وجاءت. المواقع الاخبارية ومواقع الهوايات ٧,١%

رابعاً : المزايا التي تحققها الإنترنت :

### جدول رقم (١٣)

يبين المزايا التي يحققها استخدام الإنترنت لدى أفراد العينة (٢٦)

المزايا	ك	%
الشعور بالتميز عن الآخرين	١٥	٧,٦
مواكبة العصر وتحدياته	٣٨	١٩,٤
الوضوح والدقة والموضوعية	٥	٢,٦
التواصل مع الآخرين اجتماعياً	٣٠	١٥,٣
التعرف على كل ما هو جديد	٣٥	١٧,٩
حرية الإبحار عبر المواقع والثقافات	١٩	٩,٧
تبادل الآراء والأفكار	٣١	١٥,٨
تعدد الاختيارات المتاحة	٩	٤,٦
تساعدني على التفوق الدراسي	١٤	٧,١
المجموع	١٩٦	%١٠٠

من بيانات الجدول السابق يتضح الآتي: أن ١٩,٤% من العينة ترى أن أهم مزايا الإنترنت هي مواكبة العصر وتحدياته. يليها نسبة ١٧,٩% ترى أن التعرف على كل ما هو جديد من أهم مزايا استخدام الإنترنت ثم تبادل الآراء والأفكار لدى ١٥,٨% من العينة يليها التواصل مع الآخرين اجتماعياً لدى ١٥,٣% أما الوضوح والدقة والموضوعية فيأتي في آخر قائمة المزايا المتحققة مع استخدام الإنترنت لدى ٢,٦% من جملة تكرارات العينة. كما أن ٧,١% فقط ترى أن من مزايا الإنترنت المساعدة على التفوق الدراسي .

#### جدول رقم (١٤)

يبين مدى الاستفادة من الإنترنت في الدراسة

الاستفادة	ك	%
نعم	٨١	٧٧,٨٨
لا	٢٣	٢٢,١١
المجموع	١٠٤	١٠٠%

يتضح من بيانات الجدول السابق أن من يستفدن من الإنترنت في مجال الدراسة يبلغ نسبتهن ٧٧,٨٨% من جملة أفراد العينة المستخدمين للإنترنت بينما تبين من لم يستفدن من الإنترنت في مجال دراسته نحو ٢٢,١١% من جملة العينة.

#### جدول رقم (١٥)

يبين مدى الشعور بالتميز عن الآخرين كنتيجة لاستخدام الإنترنت لدى أفراد العينة

التميز	ك	%
نعم	٦٨	٦٥,٣٨
لا	٣٦	٣٤,٦٢
المجموع	١٠٤	١٠٠%

من الواضح من الجدول السابق أن نحو ٦٥,٣٨% من عينة الدراسة يشعرون بنوع من التميز كونهم يستخدمون وسيلة الإنترنت. بينما يرى ٣٤,٦٢% أنهم لا يشعرون بأي نوع من هذا التميز من جراء استخدام الإنترنت.

### جدول رقم (١٦)

يبين نوعية المعلومات التي تم الحصول عليها من الإنترنت (٢٧)

نوعية المعلومات	ك	%
معلومات علمية	٤٦	٣٦,٥
معلومات ثقافية	٤٤	٣٤,٩
معلومات متخصصة في مجال الدراسة	١٦	١٢,٧
معلومات سياسية	٤	٣,٢
معلومات اقتصادية	٢	١,٦
معلومات دينية	١٢	٩,٥
أخرى تذكر	٢	١,٦
المجموع	١٢٦	%١٠٠

من بيانات الجدول السابق نجد الآتي:

تأتى المعلومات العلمية في مقدمة المعلومات التي يتم الحصول عليها من الإنترنت في نظر ٣٦,٥% من العينة. يليها في المرتبة الثانية المعلومات الثقافية بنسبة ٣٤,٩% ثم المعلومات المتخصصة في مجال الدراسة لدى ١٢,٦%. يليها المعلومات الدينية ٩,٥%

### جدول رقم (١٧)

يبين مدى الاستغناء عن الإنترنت وعدم الاستغناء عنها

الاستغناء	ك	%
نعم	٣١	٢٩,٨
لا	٤٤	٤٣,٣
أحيانا	٢٢	٣٢,٨
لم يبدين رأى	٧	٦,٧
المجموع	١٠٤	%١٠٠

يبين الجدول السابق أن نسبة من لا يستطيعون الاستغناء عن الإنترنت من جملة أفراد العينة يبلغ ٤٣,٣% بينما من يستطيعون الاستغناء عنه أحيانا نسبة ٣٢,٨%. أما من يستطيعون الاستغناء عن الإنترنت فبلغ ٨,٢٩% من العينة. مما يؤكد على أهمية الإنترنت كوسيلة اتصال ومعلومات بالنسبة للطالبات الجامعيات.

### جدول رقم (١٨)

يبين نوعية الإضافة التي أضافها الإنترنت لأفراد العينة

البيان	ك	%
مواكبة الأحداث الجارية	٢٢	٢١,١
القضاء على أوقات الفراغ	٢٩	٢٧,٨
معلومات جديدة	٤٣	٤١,٣
أصدقاء وصديقات جدد	١٠	٩,٦
المجموع	١٠٤	%١٠٠

من بيانات الجدول السابق يظهر لنا الآتي:

أن الحصول على معلومات جديدة احتل الأهمية الأولى لدى ٤١,٣% من العينة يليها ثم القضاء على وقت الفراغ ٢٧,٨% من العينة ثم مواكبة الأحداث الجارية ٢١,١%.

### خامساً: تأثيرات الانترنت

١- أسباب عدم اللجوء لوسيلة الإنترنت :

### جدول رقم (١٩)

أسباب عدم استخدام الإنترنت لدى أفراد العينة بشكل دائم

الأسباب	ك	%
أخشى من إدمان الإنترنت	١١	٢٩,٧٢
التكلفة المالية الباهظة نظير اشتراك الإنترنت	٧	١٨,٩٨
حتى لا يعطلني عن دروسي وقراءتي	٨	٢١,٦٠
حتى لا يتعرض جهاز الكمبيوتر الخاص بي لفيروسات الشبكة	٢	٥,٤٠
أخشى من التعرض لمواقع مخلة بالآداب عبر الإنترنت	٤	١٠,٨٠
أخشى من استخدام الغير لبياناتي الشخصية عبر الإنترنت	٢	٥,٤٠
أخشى على نظري من الإرهاق البصري من كثرة الجلوس أمام شاشة	٢	٥,٤٠
أخرى تذكر	١	٢,٧٠
المجموع	٣٧	%١٠٠

الجدول السابق يبين الآتي: أن من يخشى الإدمان والتكلفة المالية الباهظة نظير اشتراك الإنترنت والخوف من التعطل عن الدراسة تتقارب نسبها في المراتب الثلاثة كأسباب تدعو إلى عدم استخدام الإنترنت لدى أفراد العينة مما لا يستخدمون الإنترنت بشكل دائم ووفق ما جاء في الجدولين (٧ و ٦) يليها الخوف من التعرض لمواقع مخلة بالآداب و ثم الإرهاق البصري للعين والخشية من استخدام الغير لبيانات العينة .

### جدول رقم (٢٠)

معوقات الاتصال بالإنترنت لدى المستخدمين بشكل متقطع

معوقات الاتصال	ك	%
التكلفة المرتفعة للدخول عبر الشبكة	٥	١٣,٥١
ليس لدى جهاز كمبيوتر	١٩	٥١,٣٥
انشغال الخطوط وصعوبة الدخول للمواقع	٣	٨,١٠
عدم إتقان اللغة الإنجليزية	٦	١٦,٢٠
ليس لدى وقت	٢	٥,٤٢
صعوبة معرفة المواقع	٢	٥,٤٢
المجموع	٣٧	%١٠٠

يتضح من بيانات الجدول السابق أن عدم وجود جهاز كمبيوتر لدى ٥١,٣٥% من جملة أفراد العينة يعتبر العامل الأول في عدم استخدام الإنترنت بشكل دائم لدى أفراد العينة يليها عدم إتقان اللغة الإنجليزية لدى ١٦,٢٠%. ثم التكلفة المالية المرتفعة لدى ١٣,٥١% من مجموع تكرارات العينة.

### جدول رقم (٢١)

يبين الشعور بالحاجة الى المعلومات عبر استخدام الانترنت

الشعور بالحاجة للمعلومات	ك	%
نعم	٧٥	٧٢,١
لا	١٩	١٨,٣
أحيانا	١٠	٩,٦
المجموع	١٠٤	%١٠٠

يتضح من بيانات الجدول السابق أن:

٧٢% من أفراد العينة من الطالبات يشعرن بالحاجة الى المعلومات من خلال استخدامهن الانترنت بينما يرى ١٨% أنهن لا يشعرن بهذا الحاجة بشكل ملح ويرى ٩,٦% أنهن أحياناً يشعرن بالحاجة للانترنت للتزود بالمعلومات.

#### جدول رقم (٢٢)

موقف الطالبات من العبارات التالية التي تعكس التأثيرات الإيجابية والسلبية للإنترنت (٢٧)

العبارات	موافق		محايد		معارض		المتوسط الحسابي
	ك	%	ك	%	ك	%	
العبارات التي تعكس تأثيرات إيجابية							
تفيد الطالبات في البحث العلمي	٧٥	٨٧,٥	٢١	١٠,٥	٤	٢	٢,٩٠
تفيد الطالبات في الحصول على معلومات تتعلق بالحياة العامة	٧١	٨٥,٥	٢٥	١٢,٥	٤	٢	٢,٩٠
تفيد في التعرف على ثقافات العالم المختلفة	٧٠	٨٥	٢٤	١٢	٦	٣	٢,٨٠
تفيد في معرفة ما يحدث من حولنا من أخبار العراق	٦٩	٨٤,٥	٢٥	١٢,٥	٦	٣	٢,٨٠
تسهل التواصل مع الأقارب والأصدقاء في الخارج بتكلفة أقل	٥٤	٧٧	٣٣	١٦,٥	١٣	٦,٥	٢,٧٠
إجمالي المتوسط الحسابي للموافقة على العبارات التي تعكس تأثيرات إيجابية							١٣,٩٠
العبارات التي تعكس تأثيرات سلبية							
التعرض للمضمون السيئ يؤدي بالطالبات إلى سلوكيات مضادة للمجتمع	٥٢	٧٦,٥	٣٤	١٧	١٤	٧	٢,٧٠
يجب أن تتدخل الدولة لمنع المواقع السيئه على الإنترنت	٤٢	٧٦	٣٩	١٩,٥	١٩	٩,٥	٢,٦٠
استخدام الإنترنت يؤدي إلى شيوع علاقات غير سوية بين الجنسين	٢١	٦٠,٥	٦١	٣٠,٥	١٨	٩	٢,٥٠
يؤثر استخدام الإنترنت على مستوى الطالبات دراسيًا بالسلب	٩٧	٤٨,٥	٦٦	٣٣	٣٧	١٨,٥	٢,٣٠
يجب أن يتدخل الوالدان أو أحدهما لمنع الطالبات من	٧٥	٣٧,٥					٢,٠٤

المتوسط الحسابي	معارض		محايد		موافق		العبارات
	%	ك	%	ك	%	ك	
							الدخول على بعض المواقع
					١٢,٤٠		إجمالي المتوسط الحسابي للموافقة على العبارات التي تعكس تأثيرات سلبية

الجدول اعلاه يبين رؤية الطالبات لتأثيرات الإنترنت عليهن الايجابية:

- يفيد الإنترنت الطالبات في البحث عن موضوع البحث العلمي ونسبة ٨٧,٥ % وبمتوسط حسابي مقداره ٢,٩٠
- يفيد الإنترنت الطالبات في الحصول على معلومات تتعلق بالحياة العامة ونسبة ٨٥,٥ % وبمتوسط حسابي مقداره ٢,٩٠
- يفيد الإنترنت في التعرف على ثقافات العالم المختلفة ونسبة ٨٥ % وبمتوسط حسابي مقداره ٢,٨٠
- يفيد الإنترنت في معرفة ما يحدث من حولنا من أخبار العراق ونسبة ٨٤,٥ % وبمتوسط حسابي مقداره ٢,٨٠
- يسهل الإنترنت التواصل مع الأقارب والأصدقاء في الخارج بتكلفة أقل ونسبة ٧٧ % وبمتوسط حسابي مقداره ٢,٧٠ .
- كما توافق الطالبات على هذه العبارات كمؤشرات لسلبيات استخدام الإنترنت:
- تعرض الطالبات للمضمون السيئ على الإنترنت يؤدي بهم إلى سلوكيات مضادة للمجتمع
- يجب أن تتدخل الدول لمنع المواقع السيئة على الإنترنت ونسبة ٧٦,٥ % وبمتوسط حسابي مقداره ٢,٦٠
- استخدام الإنترنت يؤدي إلى شيوع علاقات غير سوية بين الجنسين ونسبة ٧٦ % وبمتوسط حسابي مقداره ٢,٥٠
- يؤثر استخدام الإنترنت على مستوى الطالبات دراسياً بالسلب ونسبة ٤٨,٥ % وبمتوسط حسابي مقداره ٢,٣٠
- يجب أن يتدخل الوالدان أو أحدهما لمنع الأبناء من الدخول على بعض المواقع ونسبة ٣٧,٥ % وبمتوسط حسابي مقداره ٢,٠٤ .

ولقد بلغ إجمالي المتوسط الحسابي لموافقة الطالبات على العبارات التي تعكس تأثيرات إيجابية لاستخدام الإنترنت ١٣,٩٠ مقابل ١٢,١٤ إجمالي المتوسط الحسابي لموافقة الطالبات على العبارات التي تعكس تأثيرات سلبية لاستخدام الإنترنت كما يوضح هذا الجدول اعلاه.

**خامساً: وجود فجوة معرفية بين مستخدمات الإنترنت واللواتي لا يستخدمنه:**

**جدول رقم (٢٣)**

أ- يبين الإحساس بوجود الفجوة المعرفية لدى افراد العينة من دون استخدام الانترنت

البيان	ك	%
توجد فجوة معرفية	٩٦	٩٢,٣٠
لا توجد فجوة معرفية	٨	٧,٧٠
المجموع	١٠٤	١٠٠%

أكد الجدول السابق نحو ٩٢,٣٠% أنه توجد فجوة معرفية اذا لن يتم استخدام الانترنت للتزود بالمعلومات للإنترنت. بينما يرى ٧,٧٠% أنه لا توجد هذه الفجوة المعرفية وهو ما يعكس اهمية الانترنت بالنسبة للطالبات الجامعيات .

**جدول رقم (٢٤)**

ب- يبين شدة الاتجاه تجاه الفجوة المعرفية

البيان	ك	%
أوافق بشدة	٦٧	٦٤,٤
أوافق	٢٩	٢٧,٩
لا أوافق على الإطلاق	٨	٧,٧
المجموع	١٠٤	١٠٠%

الجدول السابق يشير إلى أن نسبة من يوافقن على وجود فجوة معرفية بشدة ٦٤,٤% وأن ٢٧,٩% يوافقن على وجودها .بينما ينفي وجودها ٧,٧% من العينة.  
العلاقات الارتباطية :

الفجوة المعرفية في ضوء نوع الدراسة بالكليات:

١-علاقة نوع الدراسة بالكليات والشعور بنقص في الكثير من المعلومات



### جدول رقم (٢٥)

يبين العلاقة بين نوع الدراسة وشعور أفراد العينة بنقص المعلومات

نوع الدراسة	نعم		لا		أحياناً		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
علمية	٢٨	٣٧,٣	٨	٤٢,١	٢	٢٠	٣٨	٣٦,٥
إنسانية	٤٧	٦٢,٧	١١	٥٧,٩	٨	٨٠	٦٦	٦٣,٥
المجموع	٧٥	١٠٠	١٩	١٠٠	١٠	١٠٠	١٠٤	١٠٠

الفرق غير معنوي  $١,٤ = ٢٢$

من بيانات الجدول السابق يتضح أنه بتطبيق اختبار كا  $٢$  نجد عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين نوع الدراسة الإنسانية والعلمية وبين الشعور بنقص المعلومات نتيجة عدم استخدام الإنترنت وذلك لارتفاع قيمة كا  $٢$  الجدولية عند قيمة كا  $٢$  المحسوبة.

٢- علاقة نوع الدراسة بوجود الفجوة المعرفية

### جدول رقم (٢٦)

العلاقة بين نوع الدراسة ووجود الفجوة المعرفية بين مستخدمات الإنترنت واللواتي لا يستخدمونه

نوع الدراسة	نعم		لا		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%
علمية	٣٤	٣٩,٥	٤	٢٢,٢	٣٨	٣٦,٥
إنسانية	٥٢	٦٠,٥	١٤	٧٧,٨	٦٦	٦٣,٥
المجموع	٨٦	١٠٠	١٨	١٠٠	١٠٤	١٠٠

من بيانات الجدول السابق وبتطبيق اختبار كا  $٢$  يتضح الآتي: عدم وجود فجوة معرفية بين مستخدمات الإنترنت بشكل دائم وغير دائم وذلك لارتفاع قيمة كا  $٢$  الجدولية عند قيمة كا  $٢$  المحسوبة  $١,٩ = ٢٢$

٣- السبب في حدوث الفجوة المعرفية

### جدول رقم (٢٧)

العلاقة بين نوع الدراسة وبين اعتبار المقدرة الاتصالية سبب حدوث الفجوة المعرفية

نوع الدراسة	إتقان اللغة		إجادة استخدام الكمبيوتر والتعامل معه		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%
علمية	١٨	٥٢,٩	٢٠	٢٨,٦	٣٨	٣٦,٥
إنسانية	١٦	٤٧,١	٥٠	٧١,٤	٦٦	٦٣,٥
المجموع	٣٤	١٠٠	٧٠	١٠٠	١٠٤	١٠٠

من بيانات الجدول السابق وبتطبيق اختبار كا<sup>٢</sup> يتضح عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين نوع الدراسة العلمية أو الإنسانية وبين اعتبار المقدرة الاتصالية سبب في حدوث الفجوة المعرفية بين مستخدمات الإنترنت بشكل دائم و مستخدمات الإنترنت بشكل غير دائم (منقطع) حيث ارتفعت قيمة كا<sup>٢</sup> المحسوبة عن قيمة كا<sup>٢</sup> = ٥,٩ الجدولية عند مستوى معنوية (٠,٠٥) وهو ما يعنى وجود دلالة إحصائية بدرجة ثقة ٩٥%.

### جدول رقم (٢٨)

العلاقة بين نوع الدراسة وبين اعتبار المقدرة الاقتصادية سبب في حدوث الفجوة المعرفية

نوع الدراسة	شراء الجهاز		تحمل نفقات الدخول للإنترنت		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%
العلمية	٢٩	٤٠,٨	٩	٢٧,٣	٣٨	٣٦,٥
الإنسانية	٤٢	٥٩,٢	٢٤	٧٢,٧	٦٦	٦٣,٥
الجملة	٧١	١٠٠	٣٣	١٠٠	١٠٤	١٠٠

يتضح من بيانات الجدول السابق ومن خلال تطبيق اختبار كا<sup>٢</sup> = ١,٧ عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين نوع الدراسة وبين اعتبار المقدرة الاقتصادية سبب في حدوث الفجوة المعرفية.

### اختبار الفروض

#### أولاً - اختبار الفرض الأول :

أثبتت الدراسة صحة الفرض الأول، كلما زاد التعرض للإنترنت كلما زادت الفجوة المعرفية بين المستخدمات للإنترنت بشكل دائم وغير الدائم ، حيث بلغت نسبة المستخدم للإنترنت في عينة الدراسة ٧٣% والتي ترى أن هناك علاقة بين استخدام الإنترنت ووجود الفجوة المعرفية.

فقد أثبتت الدراسة وجود علاقة ذات دلالة بين استخدام الإنترنت وبين وجود الفجوة المعرفية حيث  $كا = ١٦,٩$  بفرق معنوى عند مستوى  $٠,٠١$  حيث ارتفعت كا ٢ الجدولية عند مستوى معنوية  $٠,٠١$  مما يعنى وجود دلالة إحصائية بدرجة ثقة  $٩٩\%$ .

#### ثانياً : اختبار الفرض الثاني :

أثبت التحليل الإحصائي للدراسة وجود فروق معنوية دالة إحصائياً بدرجة ثقة  $٩٩\%$ . بين استخدام الشبكة وبين الشعور بنقص الكثير من المعلومات لدى من لا يستخدم الإنترنت. وكذلك بين استخدام الشبكة ووجود الفجوة المعرفية الأمر الذي يؤكد صحة الفرض الثاني الذي طرحته هذه الدراسة. وكذلك توجد علاقة ذات دلالة بين استخدام الشبكة واعتبار المقدرة الاتصالية سبب في حدوث الفجوة المعرفية بين المستخدمين وغير المستخدمين للإنترنت. حيث ارتفعت قيمة كا ٢ الجدولية عند مستوى معنوية  $٠,٠١$  وهو ما يعنى وجود دلالة إحصائية بدرجة ثقة  $٩٩\%$ .

- لم تثبت الدراسة وجود فروق ذات دلالة إحصائية فيما يتعلق باستخدام الشبكة باعتبار المقدرة الاقتصادية سبب لحدوث الفجوة المعرفية حيث اتضح انتشار فكرة (مقهى الإنترنت) التي تمكن المستخدم من الاتصال بالإنترنت بما لا يرهق الميزانية فالساعة في حدود (إلف دينار وربع) وهو مبلغ زهيد إذا ما قورن بتكلفة امتلاك الكمبيوتر ووصله الإنترنت وما تحمله من تكاليف.

#### المقترحات :

- على ضوء نتائج البحث وما توصل إليه من دلالات نرى الآتي:
- ضرورة استفادة جميع طالبات الجامعة من تكنولوجيا الاتصال المتمثلة في خدمة الإنترنت وتيسير الحصول عليها للجميع من خلال تعميم فكرة (كمبيوتر لكل طالب) بالتقسيم من خلال الجامعات أثناء سنوات الدراسة.
  - دراسة الحاسب الآلي وتقنياته للدخول في عصر المعلومات الإلكترونية حتى لا تحدث فجوة في المعرفة بيننا وبين العالم الأول والثاني وبين أفراد المجتمع العراقي الواحد.
  - في ظل تطوير التعليم وجودته يوصى الباحث بالاستفادة القصوى من خدمات الإنترنت لصالح العملية التعليمية للطلاب.
  - ضرورة العمل على خلق مجتمع متجانس بين المترددين على شبكة الإنترنت يستطيع مناقشة قضايا المهمة وطرح آرائه بحرية كاملة الأمر الذي سيدعم في النهاية الاتجاه الديمقراطي في المجتمع العراقي.
  - محاولة تضيق الفجوة المعرفية في التدفق الإعلامي بين الشمال والجنوب وكسر السيطرة الغربية والأمريكية على المعلومات واحتكارها.

### هوامش الدراسة

- 1- Eoin Devereux (ed.,) Media Studies: Key Issues and Debates (London: Sage Publications, 2007) pp. 315- 220.
- 2- Ray Eldon Hiebert, Donald F.ungurant, and Thomas w.Bohn, Mass Media VI: An Introduction to Modern Communication (New York: Longman, 1993) pp. 610- 628.
- ٣- سامي طابع، استخدام الإنترنت في الحملات الإعلامية، المجلة المصرية لبحوث الإعلام ، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد الثاني، ١٩٩٧م، ص ١: ١٢.
- ٤- عدنان الحسيني: مواقع الإعلام العربي وأزمة استيعاب الإنترنت، مجلة الإنترنت العالم العربي، العدد الرابع، يناير ١٩٨٨م.
- ٥- نجوى عبد السلام: تجربة الصحافة الإلكترونية المصرية والعربية، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد الرابع، جامعة القاهرة، كلية الإعلام ، ديسمبر ١٩٩٨م.
- ٦- Tennant, 1996, December & Randall, 1995; December, J. 1995a. internet tools summary. (online) Available: <http://www.tpi.edu/internet/guides/decemi/internet tools. Html>
- ٧- Morris, Merrill and Ogan christine,(1996): the internet as a mass medium. Journal of communication, 46(1).
- ٨- Tanjev Schultz, (2000) "Mass media and concept of interactivity: an exploratory study of online forums and reader email, Media culture & society 2000. SAGE publications (London, thousand oaks and new Delhi), Vol., 22 (2), pp 205-221.
- 9-Meyer, E. (1998): An unexpectedly wider web for the world's newspapers. American Journalism Nevstink March 17, (online) Available: <http://www.neuslink.org/emcollo.html>
- 10- Tanjev Schultz, (2000) "Mass media and the concept of interactivity: an exploratory study of online forums and reader email, media culture & society 2000. SAGE publications (London, Thousand oaks and New Delhi), Vol., 22
- 11- نجوى عبد السلام: أنماط ودوافع استخدامات الشباب المصري للإنترنت، المؤتمر العلمي الرابع لكلية الإعلام، جامعة القاهرة، مايو ١٩٩٨م.
- 12- محمد عبد الحميد: نظريات الإعلام واتجاهات التأثير (القاهرة، عالم الكتب، ١٩٩٧م)، ص ٢٩٦.
- 13- Tennant, 1996, December & Randall:op.cit
- 14- Morris, Merrill and Ogan christine:op.cit

## 15- Tanjev Schultz:op.cit

16- ريم عبود. استخدامات طالبات الجامعة في مصر وسوريا لشبكة الإنترنت والإشباع المتحققة منها: دراسة مقارنة. رسالة ماجستير. غير منشورة (القاهرة: كلية الإعلام. جامعة القاهرة، ٢٠٠٥).

١٧- هناء أبو اليزيد الآثار النفسية والاجتماعية لتعرض الجمهور المصري لشبكة الإنترنت. رسالة دكتوراه. غير منشورة (القاهرة: كلية الإعلام. جامعة القاهرة ٢٠٠٨).

١٨- على شمو. الاتصال الدولي والتكنولوجيا الحديثة (الإسكندرية مكتبة ومطبعة الإشعاع الفني، ٢٠٠٢) ص ٢٤٩.

١٩- طه نجم وأنور الرواس. الاستخدامات والإشباع لشبكة الإنترنت: دراسة استطلاعية على طلبة جامعة السلطان قابوس. مؤتمر ثورة الاتصال والمجتمع الخليجي: الواقع والطموح كلية الآداب والعلوم الاجتماعية. قسم الإعلام. جامعة قابوس. في الفترة من ٢٢ - ٢٤ أبريل ٢٠٠١.

٢٠- ريم عبود: مصدر سابق.

٢١- تم عرض الاستمارة للتحكيم على كل من السادة:

أ.د/ علي حسين طوينه قسم العلاقات العامة كلية الإعلام

أ. د/ علي جبار الشمري قسم العلاقات العامة كلية الإعلام

أ.م. د./ طالب عبد المجيد قسم الإذاعة والتلفزيون كلية الإعلام

- عاطف عدلي العبد: المنهج العلمي في البحوث الإعلامية القاهرة، دار ألّهاني للطباعة، ١٩٩٩، ص ١٢٢

٢٢- جيهان رشتي : الأسس العلمية لنظريات الأعلام، ط١، القاهرة ،دار الفكر العربي، ١٩٧٨، ص ٦٥.

٢٣- تم اختيار أكثر من بديل

٢٤- تم اختيار أكثر من بديل

٢٥- نرمين زكريا خضر :الآثار النفسية والاجتماعية لاستخدام الشباب المصري لمواقع الشبكات الاجتماعية،المؤتمر العلمي الاول،الاسرة والاعلام، كلية الاعلام جامعة القاهرة، ٢٠٠٩، ص ٩٣٥.