المضامين المختلفه التى تشكل اهتمامات المرأة على شبكه المعلومات الدوليه

دراسة ميدانية لعينة من النساء بمدينة القاهرة

دينا محمد صفوت عبد الحفيظ

مقدمـة:

من المعروف أن شبكة الإنترنت تضم فى رحابها مختلف الفئات الاجتماعية و الطبقية حيث تدل المؤشرات على أن عدد المشتركين فى شبكة المعلومات الدولية "الإنترنت" فى تزايد مستمر سواء على مستوى الدول أو عدد الشبكات المنتشرة على مستوى العالم وان كان هناك تفاوت بين أعداد المشتركين و الشبكات بين دول العالم المختلفة إلا أن أهم ما يميز شبكة الإنترنت سرعة انتشارها وزيادة عدد المشتركين للاستفادة من مزاياها المتعددة.

وبنظرة سريعة نحو الفئات التى تزور وتستخدم شبكة الإنترنت نجد أنها تستقطب وتجذب كثيرا من الفئات الاجتماعية سواء شباب، أو أطفال، أو كبار، أو نساء، كما أنها تستقطب وتجذب نحوها ايضا جميع الطبقات الاجتماعية. وتعتبر المرأة أحد الفئات التى تستخدم شبكة الانترنت ففى ضوء الاهتمام بقضايا المرأة، وضرورة إدراجها فى عمليات التنمية و التقدم اذ ان يوكل ويعهد اليها مهمة التنشئة الاجتماعية ومشاركتها فى وضع اسسها الاجتماعية فهى تمثل ضلع هام من ضلوع الاسرة وبنيانها فى شتى صفاتها فهى الام، والاخت، والابنة، والزوجة كما انها ايضا عضو فعال داخل مؤسسات المجتمع ككل يأتى السؤال فارضا نفسة بانة اذا كان هذا هو اهمية دور المرأة باختلاف صورها فاين موقعها طبقا لمنزلتها الهامة على خريطة المجتمع الافتراضى، ومواقعة المختلفة، فى ضوء هذا المجتمع المعلوماتى. لذلك تأتي هذه الدراسة كمحاولة لوضع تصور حول استخدامات المرأة المصرية لشبكة الإنترنت ومعرفة اهتماماتها به لاستفادة بمختلف مضامينها.وسوف تنقسم الورقه البحثيه الى عده محاور تتناول المحور الاول مشكله الدراسه واهميتها واهدفها الالمفاهيم الاساسيه للدراسه وسوف يتناول التمحور الثانى بعض الدراسات السابقه التى تناولت موضوع الدراسه اما المحور الثالث سيتناول الاطار النظرى للدراسه اما المحور الرابع سيتناول الجزء الميدانى للدراسه والتى يشتمل

على عرض مهج الدراسه وعينه الدراسه وخصائصها وادوات الدراسه وعرض نتائج الدراسه.

أولاً: مشكلة الدراسة:

على المستوى العربي فقد بلغ عدد المستخدمين في العالم العربي للإنترنت في الفترة من عامي ٢٠٠٠ إلى عام ٢٠٠٥ حوالي ٤٥٤ مليون مستخدم. و يشهد العالم العربي مساحة كبيرة و نمو متسارع بالنسبة للاستخدام. فمنذ أوائل التسعينيات و بالتحديد عام ١٩٩٢ احتل العالم العربي و خاصة دول الخليج نصيبا لا بأس به من استخدام الإنترنت.حيث تحولت هذه المجتمعات إلى مجتمعات معلوماتية تعتمد أساسا في اقتصادياتها و رفاهيتها على تقنيات المعلومات (الاستخدام الهادف للإنترنت، مجلة الحياة الجديدة، عدد٢٣).

أما بالنسبة للمجتمع المصري فان الحكومة المصرية تسعى بخطوات واسعة إلى تحويل مصر إلى مجتمع معلوماتي ضخم لصناعة التكنولوجيا و تدل أحدث إحصائية متاحة حول استخدام الإنترنت في مصر أن عدد المستخدمين بلغ حوالي ٥ ملاين و ٣٠ ألف مستخدم عام ٢٠٠٥ وجاء ذلك وفقا لمبادرة الرئيس مبارك حول تحويل مصر إلى مجتمع ضخم للنهضة التكنولوجية منذ عام ١٩٩٩ (العدلي، صوت الأمة، ٢٠٠٥).

وفى ضوء ذلك تشير بعض الدراسات إلي أنة من المتوقع أن يصل عدد المستخدمين للإنترنت في مصر إلى ٧.٥ مليون مستخدم مع نهاية عام ٢٠٠٧. وهذا بالطبع يشير إلي حجم الزيادة الهائلة والملموسة في أعداد الأفراد المستخدمين للإنترنت. والتي ترجع مدلولاتها إلى أن هذة الوسيلة الاتصالية تقدم فى كل يوم ما هو جديد مما يجعل الأفراد شغوفين بارتياد عالم الإنترنت (دينا عساف،٢٠٠٨).

ومن هنا يمكن القول أن شبكة الإنترنت تمثل الأفراد الذين يستخدمونها، بالإضافة إلى المعلومات المتراكمة داخلها. وهكذا فإن الناس في مختلف الأعمار والفئات وفي أى دولة في العالم يستطيعون بحرية ودون رقابة تبادل الأفكار

والمعلومات والآراء. ومن الطريف أن نعرف أن الإنترنت لا يوجد بداخلها أى طبقية وذلك لان ليس هناك كمبيوتر أفضل من الأخر و بالتالي ليس هناك شخص أفضل من الأخر في عملية التفاعل العالمية اذن المسالة تعتمد على كيف يقدم الشخص نفسه وأفكاره (السيد ياسين، ٢٠٠٠ ص٢٨٤).

ونظرا لاتساع رواد ومستخدمي شبكة الإنترنت من شباب أو أطفال أو نساء فإننا سوف نحاول في هذه الدراسة دراسة شريحة هامة من شرائح المجتمع وهى "المرأة" وذلك بهدف الكشف عن أنماط استخدام المرأة لهذه الشبكة العنكبوتية العملاقة وكذلك دوافع استخدامها لها و طبيعة اهتماماتها على الشبكة، و ذلك بهدف التعرف على المضامين التي تبحث عنها المرأة داخل هذه الشبكة، و ذلك للوصول إلى درجة استفادتها من المعلومات المعروضة داخل الإنترنت، وكذلك محاولة التعرف على نوعية المواقع المفضلة لديها. ويأتي ذلك في ضوء ندرة البحوث العربية التي تناولت اهتمامات المرأة وسعيها فى استخدامها لهذة الوسيلة الاتصالية الحديثة. وذلك أيضا مع ندرة الإحصائيات التي تشير إلى استخدام الإناث من الفئات العمرية المختلفة لشبكة الإنترنت. فعلى الصعيد العالمي،تشير الإحصائيات العالمية أن استخدام المرأة الغربية للإنترنت ارتفع نسبياً عن المرأة العربية. فقد تجاوزت الصين بنسبة ٣٧% من النساء المستخدمات الإنترنت. أما في أمريكا اللاتينية فقد وصلت نسبتهم إلى (٣٨%)، بينما تراجعت قليلا في أوروبا لتصل إلى ٢٥% عام ٢٠٠٦. أما في الولايات المتحدة وصلت نسبة استخدام الإناث للإنترنت إلى ٦٦% وذلك وفقا للدراسة التي أجرها مشروع الإنترنت والأسرة الأمريكية عن استخدام الرجال والنساء الإنترنت عام ٢٠٠٦. (www.gazirah.com)

وفى ضوء ما سبق وفى ضوء الاهتمام بقضايا المرأة بوصفها أحد و أهم العناصر المنتجة الفاعلة وبوصفها نصف المجتمع. تأتى هذه الدراسة لتحديد وتقيم وضع المرأة من تكنولوجيا المعلومات. ففى ظل التطورات الحالية التى يعيشها العالم اليوم يجب على المرأة أن لا تحجم نفسها عن الدخول فى هذا المجال. بل

لابد ان تغتنم الفرصة المتاحة ليس فقط كمستخدمه لهذه التكنولوجيا بل كمخترعة و كمنتجة. ولاتقتصر على الاستخدام السلبى لهذه التكنولوجيا ويجب أيضاً التغلب على الأسباب الاجتماعية و النفسية التى تحد من استخدام المرأة لهذه التكنولوجيا الحديثة.

وفى ضوء ما تقدم سوف تحاول الدراسة الحالية توصيف استخدام المرأة لهذه التكنولوجيا و ذلك من خلال دراسة ميدانية على عينة من النساء المستخدمات لشبكة الإنترنت في مدينة القاهرة وذلك للتعرف على اهتمامات المرأة واستخداماتها لشبكة الإنترنت.

وإذا ما تأملنا مشكلة الدراسة الحالية فإننا سوف نلاحظ أنها تضم عدد من المتغيرات الأساسية و التي تتمثل فى:

١- **المتغير المستقل:** وتتمثل في شبكة الانترنت وما تحتوى علية من مضامين ومواقع مختلفة سواء كانت اجتماعية، والثقافية، وغيرها من المضامين، حيث تقدم شبكة الإنترنت العديد من المضامين التي تمثل اهتمامات الفئات المختلفة، وتمثل المرأة أحد أهم الفئات التي تستهدفها هذه المضامين.

٢- **المتغيرات الوسيطة** وتتمثل في جانبين هما:

- خصائص المرأة المختلفة التى تؤثر على طبيعة استخداماتها للإنترنت مثل (السن، المستوى الاقتصادي والاجتماعى والتعليمى، والحالة الاجتماعية).حيث تؤثر خصائص المرأة على طبيعة استخداماتها واهتماماتها.

٣- **المتغير التابع:** ويتمثل في استخدامات المرأة و نوعية المضامين المختلفة (دينية، سياسية، اقتصادية، تفاعلية، ترفيهية، ثقافية متنوعة،جنسية و الخ.....) التي تشكل موضع اهتمام المرأة على شبكة المعلومات

الدولية، حيث تتعدد استخدامات المرأة للإنترنت، كما تتعدد اهتماماتها، وهو ما تحاول الدراسة الحالية التعرف على المضامين والاهتمامات التي تشكل اهتمام المرأة.

ثانياً: أهمية الدراسة:

يهتم علم الاجتماع حاليا و خاصة في الآونة الأخيرة بقضايا المرأة سواء على المستوى المحلى أو العالمي و ذلك بوصفها تمثل نصف المجتمع و نظرا لأهميتها داخل الأسرة وخارجها.

وتأتى أهمية هذه الدراسة في النقاط الآتية:

(١) يشهد الواقع المعاش ارتفاعا ملحوظا فى مستخدمى شبكة الانترنت على مستوى العالمى و المحلى و ينتشر استخدامها بين مختلف الفئات الاجتماعية و الطبقية. لذلك فان الحاجة ملحة لدراسة الإنترنت و مستخدموة.

(٢) تعد هذه الدراسة أول محاولة للتعرف على علاقة احد فئات المجتمع "المرأة" بشبكة الإنترنت بالإضافة إلى معرفة اهتماماتها و المواقع التي تزورها على الشبكة و ذلك لإمكانية الاستفادة من هذة المواقع فى حياتها اليومية.

(٣) استكشاف طبيعة القضايا و المضامين التى تحاول المرأة الاهتمام بها على شبكة الإنترنت و أيضا التعرف على مدى تزويد هذه المواقع المرأة بالمعلومات المختلفة في مختلف القضايا التي تهتم بها.

(٤) تأتى هذه الدراسة في ظل ندرة الدراسات التى تهتم بمعرفة المواقع الأكثر تأثيراً على المرأة و عدم وجود دراسات عربية تهتم باستخدام المرأة لهذه الشبكة العملاقة.

ثالثاً: أهداف الدراسة:

تنطلق الدراسة الحالية من هدف رئيسى وهو: **التعرف على المضامين المختلفة التى تحاول المرأة الاهتمام بها و البحث عنها داخل شبكة المعلومات**

الدولية سواء كانت هذه المضامين دينية، ثقافية، نسائية، ترفيهية، تفاعلية، اقتصادية، سياسية الخ.....) و ينبثق من هذا الهدف مجموعة من الأهداف الفرعية وهى:

(١) التعرف على أهم استخدامات المرأة المصرية لخدمات شبكة الإنترنت وذلك فى ضوء التعرف على معدل استخدام المرأة لشبكة الإنترنت واهم الخدمات الأكثر استخداما، حيث تتعدد هذه الاستخدامات وقد تختلف باختلاف خصائص المرأة.

(٢) التعرف على أهم دوافع استخدام المرأة لشبكة الإنترنت، حيث تتعدد هذه الدوافع مابين دوافع اقتصادية أو اجتماعية، أو دينية.

(٣) التعرف على المضامين المختلفة التى تحاول المرأة التردد عليها داخل شبكة الإنترنت سواء كانت مضامين (دينية، نسائية، ترفيهية، تفاعلية،)، حيث يشكل التعرف على هذه المضامين تجسيد ثقافة المرأة واهتماماتها، والقضايا التى تحتاج مناقشتها والتعرف عليها.

(٤) التعرف على مدى استفادة المرأة من المضامين المختلفة المقدمة على شبكة الإنترنت، حيث تشكل الاستفادة أهمية تكشف عن متطلبات المرأة وتوجهاتها واهتماماتها، وبالتالي يساعد التعرف على هذه الاستفادة في تحديد المضامين المستهدفة، وتطوير رسالة المواقع في إطار تحقيق أهداف المرأة.

(٥) التعرف على اهم ايجابيات و سلبيات شبكة الانترنت بالنسبة لمستخدميها من النساء.وهو مايساعد على وضع تصور لكيفية استخدام الإنترنت والاستفادة منه، وتعظيم إيجابياته وتلافي سلبياته.

رابعاً: تساؤلات الدراسة:

تحاول الدراسة الحالية في إطار تحقيق أهدافها أن تجيب على عدد من التساؤلات أهمها:

(١) ما أهم استخدامات المرأة لخدمات شبكة الإنترنت، ويتمثل في التعرف على مدى الاستخدام وطبيعته؟

(٢) ما أهم دوافع المرأة من استخدام شبكة الإنترنت ؟ هل تختلف دوافع استخدام شبكة الإنترنت باختلاف باختلاف فئات السن أو التعليم؟

(٣) ما طبيعة المضامين التي تهتم بها المرأة على شبكة الإنترنت ؟ هل توجد مضامين أكثر اهتماما من قبل المرأة عن غيرها من المضامين؟

(٤) ما مدى استفادة المرأة من المضامين المقدمة على شبكة الإنترنت؟ وهل تختلف طبيعة الاستفادة باختلاف خصائص المرأة؟

(٥) ما أهم ايجابيات و سلبيات شبكة الإنترنت من وجهة نظر المستخدمات لها ؟ وهل تتأثر هذه الإيجابيات والسلبيات بالسن أو مستوى التعليم.

الدراسات السابقه:

تأتى أهمية استعراض الدراسات السابقة والتراث العلمى، حيث أنها تمكن الباحث من الكشف عن النتائج، التى توصل إليها غيرة من الباحثين والتى سبق لهم أن تناولوا هذه المشكلة وتوضيح كيفية معالجتهم لها. وفى ضوء ذلك سوف يتم عرض الدراسات التى تناولت استخدام الفئات المختلفه لشبكه الانترنت بالاضافه ايضا الى الدراسات التى تناولت اسخدامات المراه لشبكه الانترنت وذلك كمحاوله للاستفاده منها فى الدراسه لحاليه.

ومن أهم النتائج التي توصلت إليها **دراسة سامية زكى يوسف** (٢٠٠٨) ما يلي:يستطيع (٦٢%) من الشباب استخدام الحاسب الآلي بصورة جيدة، (٣٧%) بصورة متوسطة وهناك نسبة (١%) لا تستطيع استخدامه مطلقا،يقترب معدل استخدام الشباب للشبكة في كل من حي مصر الجديدة وحى عين شمس سواء عدد الساعات اليومية أو عدد الأيام في الأسبوع ولن يزيد هذا المعدل في حالة الذكور عنه في الإناث.تعتبر الفئة العمرية من (٢١ إلى اقل من ٢٧ عام) أكثر

الفئات استخداما للإنترنت و يليها الفئة العمرية من ١٥ إلى اقل من ٢١ عام ثم الفئة من ٢٧ إلى اقل من ٣٥ عام و بصفة عامة فان متوسط الاستخدام هو ٢٠ ساعة أسبوعيا.

وتوصلت **دراسة مسعد مسعد محمد**(٢٠٠٧)أن نسبة المراهقين الذكور الذين يستخدمون الإنترنت كانت (٨١%) بينما نسبة الإناث حوالي (٤٨%) مما يؤكد تفوق المراهقين الذكور عن الإناث بالنسبة لاستخدام الإنترنت حيث كان إجمالي الاستخدام حوالي (٦٤%).أن نسبة قراءة المراهقين الذكور للصحف كانت (٧٧%) بينما كانت نسبة الإناث حوالي (٧٧.٥%) وهى نسبة كبيرة تدل على أن المراهقين يقرؤن الصحف حيث كانت النسبة الإجمالية لقراءة الصحف بين المراهقين حوالي (٧٧.٨%).إن استخدام المراهقين للحصول على معلومات ثقافية عامة جاءت في المرتبة الأولي بنسبة (٤٧%)وكانت الأحداث الجارية في المرتبة الثانية بنسبة (١٩%) يليها المعلومات الرياضية ثم الفنية و السياسية اما المعلومات العلمية والاقتصاديةو الصحية جاءت فى ادنى اهتمام وهو ما يوضح عدم اهتمام المراهقين بالمعلومات الصحية وإن الإناث أكثر استخداما للإنترنت للحصول على المعلومات الفنية

من أهم النتائج التي توصلت إليها **دراسة دينا محمود عساف (٢٠٠٥)** :وجود علاقة إيجابية بين استخدام المراهقين للإنترنت و الشعور بالاغتراب الاجتماعي لديهم.أشارت نتائج الدراسة إلى إن (٧٥%) لديهم جهاز كمبيوتر في المنزل في حين أن هناك (٢٤%) لا يملكون جهازأوضحت نتائج الدراسة إلي أن الإنترنت جاءت في الترتيب الأول من حيث تفضيل المراهقين للاستخدام ثم جاء التلفزيون في الترتيب الثاني يليه الراديو في الترتيب الثالث و أخيراً جاءت الصحف في الترتيب الرابع

من أهم النتائج التي توصلت إليها **دراسة "حاتم محمد عاطف عبد الخالق"(٢٠٠٤)**:ارتفاع نسبة المراهقين غير المستخدمين للانترنت بنسبة (٧٣%)

وجاء استخدام الذكور للانترنت أكثر من استخدام الإناث مما يؤكد عدم انتشار الإنترنت بين المراهقات.جاءت نسبة (٧٧%) من العينة مما لا يمتلكون جهاز كمبيوتر و النسبة الباقية التي تمتلك جهاز أغلبها من الإناث.جاء عدم امتلاك الكمبيوتر في المنزل أو أنه متعطل بنسبة (٧١%) كأهم أسباب عدم استخدام الإنترنت يليها عدم معرفة كيفية استخدام الإنترنت ثم عدم وجود وقت للاستخدام يليها أن الإنترنت يعرض مواد منافية للعادات و التقاليد و الدين ثم معارضة الأسرة ومنعها من استخدام الإنترنت و أخيراً عدم تفضيل مشاهدة و استخدام الإنترنت.دللت النتائج على أن اللغة العربية حظيت بأكبر نسبة من حيث تفضيل أفراد العينة إلى اللغة التي يتعاملون بها مع الانترنت وجاءت بنسبة (١٣%) يليها الإنجليزية بنسبة (١٢%) ثم الفرنسية و الألمانية بنسبة متماثلة كل منهما (٠.٤%) بالنسبة لإجمالي العينة.

وكانت من أهم النتائج التي توصلت إليها **دراسة عبير محمد حمدي (٢٠٠١)**: تلعب كل من الصحف و الإنترنت دورا كبيرا فى إمداد مجموعة الإنترنت بالمعلومات حيث أثبتت نتائج الدراسة تفوقها كأهم مصادر المعلومات بالنسبة لهذه المجموعة واحتلتا المرتبتين الأولى والثانية مقارنة بالمصادر الأخرى مثل (التلفزيون والراديو والكتب والمراجع والدوريات والاتصال الشخصي) وهو ما يدل على الأهمية التي تحظى بها هاتان الوسيلتان تزايد الاعتماد على مصادر المعلومات الحديثة "الإنترنت" كمصدر أول لاكتساب المعلومات بنسبة مرتفعة إذا ما قورنت بعمر الإنترنت القصير فى مصر.

- تراجع نسبة الاعتماد على الوسائل التقليدية و اختلاف ترتيب أكثر الوسائل المستخدمة بين مجموعتى الدراسة حيث تساوت الإنترنت و الصحف فى المرتبة الأولى تلاهما التلفزيون ثم الراديو بالنسبة لمجموعة الإنترنت بينما احتل التلفزيون المرتبة الأولى ثم الصحف

ثم الراديو ثم الإنترنت فى مرتبة أخيرة بالنسبة لمجموعة الراديو و التلفزيون.

ومن أهم النتائج التي توصلت إليها **دراسة سامي طايع(٢٠٠٠)** :أظهرت نتائج الدراسة على أن الجرائد تعتبر من أكثر مصادر المعلومات التي يعتمد عليها الشباب فهي تأتى فى المركز الأول بنسبة (٧٦%) ثم تأتى المجلات بنسبة (٧١%) واختلفت الإجابات بين كل من الذكور و الإناث.

-أثبتت الدراسة أن استخدام الإنترنت فى مصر أقل من غيرها فى البلدان العربية الأخرى حيث بلغت نسبة الاستخدام حوالي (١٧%) على عكس السعودية التي كان الاستخدام فيها بنسبة مرتفعة تصل إلى (٢٢%).

من أهم النتائج التي توصلت إليها **دراسة نجوى الفوال (١٩٩٨)** :يميل الشباب من أفراد العينة إلى استخدام الإنترنت بكثافة و من أهم الدوافع التي تجعل الشباب يتصلون بالإنترنت سواء كانت معلومات خاصة بمجال التخصص أو الثقافة الشخصية.تشير نتائج الدراسة إلى إن الإنترنت كان متغير مؤثر على استخدام الشباب للإنترنت كما توصلت الدراسة إلى أن السن و مستوى التعليم و نوع التخصص و الحصول على دورات تدريبية فى استخدام الإنترنت من المتغيرات ذات العلاقة بدوافع استخدام الإنترنت..

من أهم النتائج التي توصلت إليها **دراسة ميرفت الطرابيشى (١٩٩٨)** :ارتفاع نسبة التعرض للمواقع الإلكترونية على الشبكة فقد بلغت نسبة التعرض اليومى (٢٥%) من إجمالي مفردات العينة و بلغت نسبة التعرض الأسبوعي (٢٤%) و عموما بلغت نسبة التعرض الكثيف (٦٣%) مقابل (١٨%) للتعرض المتوسط ثم (١٧%) للتعرض غير المنتظم.بالنسبة لأماكن التعرض كانت نسبة المستخدمين فى مقر العمل (١٩%) وبلغت نسبة المستخدمين فى المنزل (١٥%) فى حين إن نسبة الاستخدام فى أي شركة بها خدمة إنترنت يصل إلى (٦٥%) من

إجمالي العينة.أشارت نتائج الدراسة إلى أن التعرض الفردي بلغت نسبته (٨٢%) مقابل (١٢%) يتعرضون للإنترنت بمشاركة الآخرين و انه (٩٠.%) يتعرضون بمشاركة الأسرة.حول طبيعة القضايا المفضلة جاءت المواقع الدولية بنسبة (٤٩%) بينما المواقع العربية بنسبة (١٢,٥%) و أخيرا جاءت المواقع المصرية بنسبة (٢٨,٩%)

- **الدراسات التى تناولت استخدام المراه لشبكه الانترنت:**

توصلت **دراسة نوكس ليفي Knox levy, lia ayanna (2007)**على استخدام المرأة لوسائل الإعلام في الحصول على المعلومات الخاصة بالصحة العقلية كما أكدوا أنهن كن يروجن لهذه المعلومات من خلال شبكاتهن الخاصة لسيدات و أصدقاء العائلة.جاء استخدام المبحوثات للتلفزيون و المجلات أكثر من وسائل الإعلام الأخرى فقد وصلت نسبة استخدام المجلات إلى (٧٩%) من الاستخدام. أما التلفزيون وصلت نسبة استخدامه إلى (٧٤%) و المجلات بنسبة (١٨%) وذلك على أساس الاستخدام اليومي.أثبتت نتائج الدراسة أن الإنترنت يأتي بعد التلفزيون و المجلات في الحصول على المعلومات عن الصحة العقلية و أكدت بعض المبحوثات على أهميته كمصدر أساسي للمعلومات. حيث أكدت الدراسة أن (٢٥%) من المبحوثات لا يذهبن إطلاقا لطبيب للعلاج نتيجة اعتمادهن على الإنترنت في الحصول على المعلومات.انتهت الدراسة بتوصية إلى علماء النفس بضرورة أخذهم في الاعتبار للوسائل الإعلامية المختلفة كمصادر للمعلومات عن الصحة العقلية و النفسية.

توصلت **دراسة روز ميشيل Marry، Rosa Michael (2006)** إلى أن الإنترنت تلعب دوراً كبيراً وهاماً في المنافع التي يحصل عليها السيدات من معلومات المتوفرة لديهن على الإنترنت ٠أن النساء لديهن مرونة كبيرة في النفاذ إلى خدمات شبكة الانترنت والحصول على الوظائف من خلالها.أوضحت نتائج الدراسة أن للمرونة العالية لدور الجنسين أهمية كبيرة بالنسبة لمستخدمي شبكة

الإنترنت وخاصة بالنسبة للمستخدمين المنتظمين و الذين يتصفون بمهارة عالية عن غيرهم من المستخدمين الجدد الأقل مهارة و الغير منتظمين.

أظهرت **دراسة رانون ميلك Ranon, Neallic (2001)** أن المبحوثات كان لديهن حافزاً متشابهاً لاستخدام الهوايات السرية في موضوع مناقشاتهم داخل غرف الدردشة.أثبتت نتائج الدراسة أن المبحوثات يلجئن لخلق هذه الهوايات السرية وذلك بهدف الهروب من المشكلات هذا بالإضافة إلى التعامل بحرية وبدون قيود. وأن استخدام غرف الدردشة تأتى كنوع من تحويل وصرف الذهن عن مشكلات الحياة و كان من أكثر الموضوعات التي كانوا يتناقشون فيها الموضوعات المتعلقة بالمسائل العاطفية والأمور الجنسية.أوضحت نتائج الدراسة أن المبحوثات يعتبرن استخدامهم للإنترنت نوع من أنواع الترفيه و الترويح على النفس.أشارت نتائج الدراسة إلى وجود وعى من جانب المشاركات من بيئة وعلاقات الإنترنت وأن هذه الهوايات السرية تلعب دورا كبيرا في تكوين الشخصية و الهوية و المظاهر الإيجابية و السلبية وان هذه الهوايات ساعدت كثير من المبحوثات على التغلب على الصعوبات في التعامل مع المهام التطورية و التنموية الخاص بهم.

توصلت **دراسة جينفير إكليارس jennifer, Eclairs (2005)** إلى أن النساء تتميز بكثرة استخدام البريد الإلكتروني و البحث عن الموضوعات الدينية و الموضوعات المتعلقة بالصحة و الطب وحلول المشاكل العاطفية مقارنة بالرجال الذين يهتمون بمتابعة أخبار الطقس و السياسية و الأخبار الرياضية و المعلومات الاقتصادية.أوضحت الدراسة أن الرجال أكثر استخداما للإنترنت من النساء و خاصة من الناحية الترفيهية فالرجال لديهم اهتمامات أكثر بالهوايات و قراءة القصص عبر الإنترنت و المشاركة في البطولات الرياضية و الموسيقى و الاستماع للراديو و الفيديو.أوضحت الدراسة أن النساء أكثر استخداما للبريد الإلكتروني من الرجال وذلك لاشباع رغبات الكتابة للأصدقاء و العائلة و المشاركة مع الأبناء و المشكلات و تقديم النكات و القصص المضحكة. وان النساء أيضا

لديهن شعور بالاكتفاء بالدور الذي يلعبه البريد الإلكتروني في حياتهن فالنساء عن طريق البريد الإلكتروني يقدمن كثيرا من الموضوعات و النشاطات أكثر من الرجال.أوضحت الدراسة أن النساء والرجال متساوين في استخدام الإنترنت في بعض أمور الحياة اليومية مثل " دفع الفواتير والمشاركة في حجز التذاكر للسفر حيث أنهم يعتبرونها البوابة الغير محدودة للمعلومات و الخدمات.أوضحت الدراسة أن هناك (٥٨%) من النساء أكدوا على عدم احتياجهن لاستخدام الإنترنت في مقابل (٤٥%) من الرجال الذين أكدوا على نفس الفكرة.أوضحت الدراسة انخفاض نسبة النساء الاتى يستخدمن الإنترنت و اللاتى يفضلن استخدامه في تكوين علاقات إنسانية بالآخرين ووصلت نسبة الاستخدام إلى (٦٦%) في مقابل الرجال و التي ارتفعت نسبتهم لتصل إلى (٦٩%).

توصلت **دراسة ريم إسماعيل (٢٠٠٤)** إلى ارتفاع نسبة المبحوثات اللاتي يستخدمن الإنترنت ويأتى البريد الإلكتروني في مقدمة الخدمات التي يستفيد منها المبحوثات على الشبكة.ترتفع نسبة المبحوثات التي يستخدمن الإنترنت في الحصول على المعلومات ويأتي هذا الهدف في مقدمة الخدمات التي تستفيد من الإنترنت في احصول على المعلومات.ارتفاع نسبة المبحوثات التي تجد أن الإنترنت مصدرا كبيرا و مهما للأخبار بنسبة (٢٠%) كما انه يعتبر أكبر أداة لجمع المعلومات و البيانات المتاحة عالميا.بالنسبة لنوع المواقع التي يتردد عليها المبحوثات عند استخدامهن للشبكة أوضحت الدراسة أنها جاءت مرتبة كالآتي:المواقع الإخبارية ثم مواقع الألعاب و الترفيهيه ثم المواقع الخاصة بالمرأة و الطفل, ثم التردد على مواقع الجامعات و شركات الكمبيوتر يليها مواقع الدوريات و أخيرا الإذاعات.أثبتت نتائج الدراسة وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثات المصريات و السوريات في نسبة التعرض لوسائل الاتصال حيث ارتفعت النسبة لدى المبحوثات السوريات عنها لدى المصريات بالنسبة للوسائل

التقليدية (الراديو و التلفزيون و الفضائيات) أما بالنسبة للإنترنت ارتفعت نسبة المبحوثات المصريات المستخدمات للإنترنت.

أثبتت **دراسة كريستن سيلسكي Slelesky,Kristin (٢٠٠٣)** وجود تأثيرات إيجابية وأخرى سلبية على العلاقات الاجتماعية و الشخصية لدى النساء المستخدمات من أفراد العينة.أوضحت الدراسة أن من أهم التأثيرات السلبية لاستخدام الشبكة يتمثل في بعض الآثار النفسية مثل الاكتئاب أو العزلة و القلق و الوحدة.أوضحت نتائج الدراسة أن من أهم التأثيرات الإيجابية لاستخدام الإنترنت يتمثل في تكوين علاقات اجتماعية و التواصل بين الأفراد و تكوين صداقات هذا بالإضافة إلى تدعيم دور الشخصية و قوة العلاقات بين الأفراد لتحديد نتائج التفاعلات مع الآخرين على الإنترنت.أما بالنسبة للأولويات التي حددتها الدراسة بالنسبة لاستخدام النساء للإنترنت تتضمن أولويات الحكم على التفكير و الإنترنت.أولويات إدراك الحس و الفطرة وذلك في ضوء التواصل و الدردشة مع الآخرين. وتعد هذه الدراسة نواة لتدعيم دور الشخصية و قوة العلاقات بين الأفراد لتحديد نتائج التفاعلات مع الآخرين من خلال الإنترنت.

توصلت **دراسة كارل مارنيا Carroll Marnie (2002)** أن هناك اختلافات بين الرجال والنساء في الموضوعات التي تناقش داخل غرف الدردشة ومن هذه الموضوعات (الحوار الجنسي، الأخلاق، حوارات النصح والإرشاد بالإضافة إلى موضوعات متعلقة بالنوع و العلاقات غير المشروعة).

- إن من أهم الموضوعات التي يتحدث فيها النساء داخل غرف الدردشة المشاكل العاطفية والجنسية بالإضافة إلى الموضوعات المتعلقة بالمرح والفكاهة.

دراسة جينس روينس Robbins, Janice (2001) إن شبكة الإنترنت تعتبرمن أهم مصادر المعلومات لدى فئات العينة.تعتبر شبكة الإنترنت من أهم المصادر التي تمنح أفراد العينة طرق متعددة من العلاقات الاجتماعية.تعتبر ايضا

من أكبر المصادر التي تعمل على تنمية عنصر الكفاءة و الإنجاز والثقة لدى المراهقين.يعتبر استخدام الإنترنت من أهم مصادر المعرفة و المعلومات لدى الفئات أفراد العينة.

خامسا: نحو مدخل نظرى للدراسه الحاليه:

تعددت النظريات الاجتماعية والاتصالية التى حاولت تفسير وسائل الاتصال (الإنترنت) على المجتمع مابين نظريات اجتماعية، نظريات اتصال.

أولاً: نظريات التأثير الانتقائي:تختلف قدرات وإمكانات الأفراد في انتقاء المواقع التى يشاهدونها عن طريق الإنترنت، وهو ما يختلف باختلاف قدراتهم الفردية. وفى هذا السياق عدد العلماء خمس علميات رئيسية تتم فى إطار نظرية التأثير الانتقائي Selective Influences theory وهى عمليات متداخلة ومنظمة لعملية التأثير الإعلامي على الجماهير القادرة على الانتقاء والعمليات الخمس هى : (رضا عكاشة، ٢٠٠٦، ص ١٢٤)

١) **التعرض الانتقائي Selective Exposure** ويعنى : الأفراد يعرضون أو يختارون ما يتعرضون له ٠ فالفرد يختار هل يتعرض أم لا ؟ ثم يختار الوسيلة من بين عشرات الوسائل (صحيفة من بين عشرات الصحف ومحطات فضائية عشرات المحطات التليفزيونية وعشرات مواقع الإنترنت)، ثم يختار ما يتعرض له فى – المحطات الفضائية نفسها : هل الأخبار أم الدراما، أم الأغاني،أم الإعلانات؟

٢) **الاهتمام الانتقائى Selective interest** ليس كل ما يتعرض له الجمهور يهتم به، فمع الكم الكبير للمحتوى المعروض تزاد أهمية " الاهتمام " كعنصر انتقائى فعال من قبل الأفراد٠

٣) **الإدراك الانتقائي** Selective perception الأفراد لن يفهموا ويدركوا المضمون بمعنى واحد أو كما يريده القائمون على الرسالة ٠ والإدراك هنا

يعنى النشاط النفسى والذهنى الذى ينظم الأفراد من خلاله التفسيرات ذات الدلالة للمعلومات ٠

ولأن الأفراد مختلفون فى معتقداتهم وقيمهم الاجتماعية وقدراتهم العقلية وانتماءاتهم فهذا يجعلهم ينتقون ما يدركون حسب قدراتهم الإدراكية ٠

٤) **التذكر الانتقائي Selective Retention** ليس كل ما يدركه الفرد يتذكره فالتذكر والنسيان والتناسى والإهمال يتم بشكل انتقائي ٠

٥) **التصرف الانتقائي** Selective Behavior لن يتصرف الافراد بطريقة واحدة فالسلوك الجماعى مختلف وذلك بسبب العمليات الانتقائية الأربع السالفة، وبسبب البيئة الاجتماعية الحاكمة للسلوك وبسبب المعارف والفئات والأنماط السلوكية والاجتماعية التى يتحرك بداخلها كل فرد.. ليس كل إدراك وفهم يتحول الى تصرف وسلوك... فتلك عملية انتقائية خامسة. وسوف تعرض الباحثة لنظريات التأثير الانتقائي فيما يلي: (جيهان رشتي، د.ت، ص٢١٢)

١) نظرية الاختلافات الفردية:

ترى ببساطة أن الأشخاص المختلفون يستجيبون بشكل مختلف للرسائل الإعلامية وفقًا لاتجاهاتهم، وبنيتهم النفسية، وصفاتهم ا لموروثة أو المكتسبة. – وسائل الإعلام تستقبل وتفسر بشكل انتقائي – وذلك بسبب اختلاف الإدراك الذي يفكر به كل شخص – والذي يرجع إلى اختلاف الأشخاص في المعتقدات، والقيم، والاتجاهات... تعتمد النظرية على ما توصل إليه علماء النفس من آن الأفراد يختلفون بشكل كبير في البناء النفسي وعلى ذلك فان الأفراد من المفترض أن يستجيبوا بشكل مختلف للمثير والمنبه وهذا يعد أمرا منطقيا نتيجة اختلاف السمات الشخصية لأفراد الجمهور.

٢) نظرية الفئات الاجتماعية:

ينقسم الناس إلى فئات اجتماعية والسلوك الاتصالي يتشابه داخل كل فئة. فموقع الفرد في البناء الاجتماعي يؤثر على استقباله للرسالة الاعلامية.و الفئة قد تتحدد بناء على: السن، الجنس، الدخل، التعليم، الوظيفة. اذن فانماط الاستجابة تتشابه في داخل كل فئة. لذا فتأثير وسائل الاتصال ليس قوي، ولا متماثل، ولكنه يختلف بتأثير الفئات الاجتماعية.

٣) نظرية العلاقات الاجتماعية :

تشير إلى أن العلاقات الاجتماعية المتبادلة بين الناس أصبح لها دور قوى في تفسير سلوك الأفراد فالجماعة التي ينتمى إليها الفرد كالعائلة والأصدقاء والمعارف والزملاء هى التى تؤثر من خلال التفاعل الذي يتم بينها في قبول أو رفض المعلومات التي تنقلها وسائل الإعلام.

٤) نظرية الاستخدامات والإشباعات:

نقطة الانطلاق للنظرية هي حاجات المتلقي، هذه الحاجات تحدد أنماط التعرض، والتي تتكون من خلال ظروف اجتماعية وشخصية. وتهتم نظرية الاستخدامات والإشباعات بدراسة الاتصال الجماهيرى دراسة وظيفية تعتمد على أن الجمهور نشط وليس سلبى، وإنما يختار هذا الجمهور الوسيلة والرسالة التى يرغب فى التعرض إليها والتى تلبى حاجاته النفسية والاجتماعية، خلال عقد الأربعينيات من القرن العشرين أدى إدراك السلوك المرتبط بوسائل الإعلام إلى بداية منظور جديد للعلاقة بين الجماهير ووسائل الإعلام وكان ذلك تحولاً من رؤية الجماهير على أنها عنصر سلبي غير فعال إلى رؤيتها على أنها فعالة في انتقاء أفرادها لرسائل (ديفلير، وروكيتش، ١٩٩٣، ص٢٦٦).

نظرًا لأن هناك فروقا واختلافات فردية فإن الأنماط المختلفة من البشر يختلفون فى اختياراتهم وإدراكهم وتفسيرهم لرسائل الاتصال الجماهيري مما يعنى أن العوامل النفسية يمكن أن تلعب دور فى تحديد أصول كثير من استخدامات وسائل

الإعلام، وتأخذ نظرية الاستخدامات والإشباعات في الاعتبار الأول المتلقى كنقطة بدء بدلا من الرسالة وتشرح سلوكه الاتصالي فيما يتصل بتجربة الفرد المباشرة مع وسائل الإعلام لأن الأفراد يوظفون مضامين الرسائل بدلا من التصرف حيالها، وتؤكد هذه النظرية على فاعلية الجمهور المتلقي إذ أنه دائم التقرير لما يريد أن يأخذ من الإعلام بدل السماح للإعلام بتوجيهه الوجهة التى يريدها (عاطف العبد، ١٩٩٩، ص٢٠٢)

وفق نظرية الاستخدامات والإشباعات يتم وصف الجمهور بأنه مدفوع بمؤثرات نفسية، واجتماعية للحصول على نتائج معينة يطلق عليها الإشباعات.ويختلف الباحثون فيما بينهم حول تحديد صورة واضحة لحجم ونوع الإشباعات التي يحصل عليها الجمهور من وسائل الإعلام، وتقسم كثير من الدراسات الإشباعات إلى نوعين أساسين وهما:

١- الإشباعات المطلوبة: والمقصود بها تلك الإشباعات التي يسعى أفراد الجمهور في البحث عنها بهدف الحصول عليها، وتحقيقها من خلال استخدامهم المستمر والمتواصل لوسائل الاتصال الجماهيري، وتعرضهم لمحتوى رسائلها.

٢- الإشباعات المتحققة أو المكتسبة: وهي تلك الإشباعات التي يكتسبها الأفراد، ويحصلون عليها، وتتحقق لهم بالفعل من خلال استخدامهم لوسائل الاتصال الجماهيري، وتعرضهم لمحتوى رسائلها، والمتمثلة في تلك القيمة أو المنفعة التي تحملها الرسالة الإعلامية في طياتها، أوالفائدة التي ينطوي عليها المحتوى، أو تتمتع بها خصائص الوسيلة وسماتها، وتحقق إشباعاً حقيقياً لحاجات الأفراد، ودوافعهم. وتسعى بعض دراسات الاستخدام والإشباع إلى تأييد هذا التصنيف من خلال التركيز على جانبين(ليلى السيد حسين،٢٠٠١،ص١٢٣):

أ- ما يحتاج إليه الجمهور من وسائل الإعلام.
ب- ما يريد الجمهور من وسائل الإعلام.

ثانياً: نظرية (ليرنر) تحول المجتمع التقليدي:

يرى ليرنر أن عملية التحضر عملية عالمية، أى أن زيادة نسبة المتعلمين كانت تعني زيادة نسبة من يتعرضون لوسائل الإعلام، وزيادة التعرض لوسائل الإعلام سارت موازية لاتساع نطاق المساهمة الاقتصادية.وتعتمد نظرية ليرنر لاجتياز المجتمع التقليدي على ثلاثة عناصر هى(Lernr. D.،61-46 pp,1964):

١- **التقمص الوجداني:** يرى ليرنر أن هناك خاصية سيكولوجية تصاحب العمليات الاجتماعية التى تظهر في التطور التاريخي، وهذه الخاصية هى مقدرة الأفراد على التخيل أو تصور أنفسهم في مواقف الآخرين،....فالتقمص الوجداني هو الخاصية التى تميز الإنسان الذى يتحرك في المجتمع المتطور، وهى مهارة لاغنى عنها للشعب الذى يريد التخلص من الحياة التقليدية.

٢- **استخدام وسائل الإعلام لتحريك الناس :** يرى ليرنر أن وسائل الإعلام تلعب دورا كبيرا في دفع الناس وتحريكهم نحو التقمص الوجداني، حيث تقدم هذه الوسائل العديد من النماذج التى يمكن أن يتوحد معها جمهور المتلقين ويحاولون إسقاط هذه النماذج على أنفسهم، وإدماجها في حياتهم الخاصة، ونتيجة لزيادة وسائل الاتصال – الإنترنت- وتغلغلها في حياة الناس، فإنها تسارع من عملية التقمص الوجداني الذى يميز الأفراد في المجتمعات المتحضرة.

ويهتم المنظور الوظيفي عند معالجته للإنترنت كوسيلة اتصال بالقضايا التالية:

١- دراسة نظم الاتصال باعتبارها أنساقا اجتماعية.

٢- حدوث تنسيق وتعاون بين نظم المضامين المختلفة التى تقدم عن طريق الإنترنت وفقا لطبيعة هذه المضامين.

٣- تقوم المضامين المختلفة التى تقدم من خلال الإنترنت بأهداف وظيفية تؤدى إلى تدعيم بعض الأنظمة.

٤- قد تستفيد المرأة من المضامين المختلفة التى تقدم عن طريق الإنترنت في تحقيق حاجاتهن وإشباعاتهن المختلفة من تعليم وترفيه، ومعلومات...الخ.

٥- التأكيد على مدى تحقيق الأهداف أو الوظائف التى تستهدفها المضامين المقدمة عن طريق شبكة الإنترنت بصورة إيجابية ومواجهة أشكال وصور الخلل الوظيفي في المجتمع.(عبد الله عبد الرحمن، ٢٠٠٠، ص ص ١٤٦- ١٤٩)

ويمكن تفسير موضوع الدراسة من هذا المنظور بالتأكيد على أهمية المضامين المختلفة التى تقدم عن طريق شبكة المعلومات الدولية ودورها الوظيفي في تدعيم النظام العالمي، غير أن المضامين الدينية والوطنية يمكن أن تؤدى دورا وظيفيا مختلفا يتناقض في بعض جوانبه مع المضامين السياسية، أو المضامين المعنية بتقدم وعصرنة وحرية المرأة، وهو ماينعكس بصورة أساسية على التغير في ثقافة واهتمامات المرأة.

ثالثاً: نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام:

تعتمد الشركات متعددة الجنسيات والأنظمة الرأسمالية على وسائل الإعلام في تسويق منتجاتها، وأشكال الاستهلاك، وتسويق الثقافات التى ترتبط بالمنتج الرأسمالي. ويعتمد الأفراد على وسائل الإعلام باعتبارها مصدرا من مصادر تحقيق أهدافهم، فالفرد يهدف إلى تأييد حقه في المعرفة لاتخاذ القرارات الشخصية والاجتماعية المختلفة، ويحتاج إلى التسلية والترفية كهدف أيضا في نفس الوقت.

إلا أن الأفراد لا يستطيعون ضبط أو تحديد نوع الرسائل التى تبثها وسائل الإعلام أكثر مما هى عليه(عبد الحميد، ٢٠٠٤، ص٢٣٢).

وتتمثل افتراضات النظرية فيما يلي:

١. يتراوح تأثير وسائل الإعلام بين القوة والضعف تبعا للظروف المحيطة، والخبرات السابقة.

٢. نظام وسائل الإعلام جزء من النسق الاجتماعي للمجتمع، ولهذا النظام علاقة بالأفراد والجماعات والنظم الاجتماعية الأخرى.

٣. استخدام وسائل الإعلام لا يحدث بمعزل عن تأثيرات النظام الاجتماعي الذي يكون فيه الجمهور ووسائل الاتصال.

٤. استخدام الجمهور لوسائل الإعلام وتفاعله معها يتأثران بما يتعلمه الفرد من المجتمع ومن وسائل الاتصال، ويتأثر الفرد بما يحدث نتيجة تعرضه لوسائل الاتصال(سوزان يوسف القليني، ١٩٩٨، ص٣٥).

٥. أن الجمهور يلجأ إلى وسائل الإعلام لتلبية حاجاته المعرفية وبلورة مواقفه السلوكية في ظروف معينة وكلما زادت درجة عدم الاستقرار في المجتمع زاد تعرض الجمهور لوسائل الإعلام(ميليفين ل. ديفلير، وساندرا بول، مرجع سابق، ص٤١٤)

تأثير وسائل الإعلام في الجمهور نتيجة الاعتماد عليها:

تتعدد الآثار المحتملة نتيجة اعتماد الفرد على وسائل الإعلام من خلال ثلاث فئات أساسية هي: الآثار المعرفية، والآثار الوجدانية، والآثار السلوكية (Defleur M.L.& Ball-Rokeach S.J.، 1982,p215).

أولاً: الآثار المعرفية: تشتمل الآثار المعرفية وفقا لهذه النظرية على أربعة أمور هي:

أ- كشف الغموض: فالغموض ناتج عن نقص معلومات في حدث معين يترتب عليه عدم معرفة التفسير الصحيح للحدث من قبل الجمهور. وتكشف وسائل

الإعلام الغموض من خلال تقديم التفسير الواضح للحدث أو زيادة المعلومات في هذه الحادثة.

ب- تكوين الاتجاه: تكوّن وسائل الإعلام الاتجاه لدى الجمهور مع عدم إغفال الدور الانتقائي للفرد في تكوين الاتجاه لديه، كما في مشكلات البيئة والتربية.

ج- ترتيب الأولويات: ولهذا الأثر نظرية مستقلة تحمل الاسم نفسه، حيث إن وسائل الإعلام تبرز قضايا، وتخفي أخرى مما يشكل أهمية لدى الجمهور من جراء تسليط الإعلام الضوء على قضية دون أخرى.

د- اتساع الاهتمامات: وذلك أن وسائل الإعلام تعلم الجمهور أشياء ومعارف لا يدركونها من قبل، مما يشكل لهم أهمية. وذلك مثل الحرية في التعبير، والمساواة.

ثانيا: الآثار الوجدانية:تشمل هذه الآثار: العاطفة، والخوف، ويعرضها على النحو الآتي:

أ- **الفتور العاطفي**: فكثرة التعرض لوسائل الإعلام يؤدي بالفرد إلى الشعور بالفتور العاطفي، وعدم الرغبة في مساعدة الآخرين

ب- **الخوف والقلق**: يفترض أن التعرض لمشاهد العنف يصيب الفرد المتلقي بالخوف، والقلق، والرعب من الوقوع ضحيه لهذه الاعمال

ج- **الدعم المعنوي**: وذلك أن وسائل الإعلام عندما تقوم بأدوار اتصال رئيسة ترفع الروح المعنوية لدى الجمهور نتيجة الإحساس بالتوحد، والاندماج في المجتمع، والعكس عندما لا تعبر وسائل الإعلام عن ثقافته، وانتمائه فيحس بإحساس الغربة.

(Defleur M.L.& Ball-Rokeach S.J.، 1982,p215.)

ثالثا: الآثار السلوكية: يحصر (دي فلور وساندرا بول روكيش) الآثار السلوكية المترتبة على اعتماد الفرد على وسائل الإعلام في أمرين:

١-**التنشيط:** ويعني به قيام الفرد بنشاط ما نتيجة التعرض لوسائل الإعلام، وهذا هو المنتج النهائي لربط الآثار المعرفية بالوجدانية.

٢-**الخمول:** ويعني هذا العزوف عن العمل، ولم يحظ هذا الجانب بالدراسة الكافية، ويحدث العزوف نتيجة التغطية المبالغ فيها، مما يسبب الملل (www.minshawi.com)

٣- تؤكد على اعتماد الأفراد على الإنترنت لاستيفاء المعلومات، وتبلغ درجة أهمية الوسيلة للفرد عندما يستخدمها في تحقيق الإشباعات المختلفة مثل الفهم، والترفيه السلبي..الخ (أماني السيد فهمي،١٩٩٩، ص٢٢٩)

رابعاً: نموذج النوع الاجتماعى gender theory

لقد ظهر مفهوم النوع فى الثمانينات كنموذج نظري مسيطر. وتعرف الموسوعة البريطانية "الجندر" بأنة شعور الإنسان بنفسه كذكر أو أنثى أي مجرد الشعور بالذكورة والأنوثة بعيدا عن الأدوار المنوطة بكل منهما على حدة. وقد ظهر مصطلح "الجندر" أو النوع الاجتماعى فى المواثيق الدولية اعتبارا من مؤتمر السكان بالقاهرة عام ١٩٩٤. ويرى البعض الأخر بأنة يشير إلى تحرير المرأة أو إلغاء التميز ضدها. بينما يرى البعض الآخر أن المقصود به تبادل الأدوار الوظيفية داخل المجتمع لكل من الرجل و المرأة على حدة و الأولوية تكون لمن لة الكفاءة في أداء هذه الأدوار (www.kenanaonline.com).

أهم الافتراضات الأساسية لهذا النموذج:

(١) هناك تمييز بين مفهوم الجنس sex ومفهوم النوع gender فبينما ينظر إلى الجنس باعتباره راجعا إلى الصفات و الخصائص الجنسية الأولية و الثانوية أي الخصائص الناتجة عن الجانب البيولوجى. أما النوع فيرجع الى الخصائص و الصفات المتشكلة اجتماعيا من خلال التنشئة الاجتماعية أي أن مفهوم النوع يختص

بالاختلافات بين أدوار الرجل و المرأة و التى تشكل اجتماعيا ومن ثم فهى متغيرة تاريخيا، أما مفهوم الجنس فهو مرتبط بالناحية البيولوجية الطبيعية ومن ثم فهو ذو صفة عالمية لا تخضع لمحددات ثقافية و لا تكون عرضة للتغير

(٢) لايجب أن ينصب تحليل الباحث للاتجاه النسوى على المرأة فحسب بل على العلاقة بين الرجل و المرأة حيث أن المرأة لا تشكل فئة فحسب لكنها تدخل أيضا ضمن المرجعية " البيولوجية"

(٣) تتمثل العلاقات الاجتماعية للنوع فى تبعية المرأة وسيطرة الرجل ويرتبط مصطلح التبعية بمصطلحات الاستقلال و الاضطهاد و عدم المساواة ولكنها تمثل أنماطا تاريخية لابد وان تكون قد بنيت على أساس من الواقع أن حقيقة العالمية الخاصة بالعلاقات الاجتماعية للنوع و التى تأخذ شكلا تدريجيا هيراركيا هى نتاج للمفهوم العام لتبعية المرأة (محاسن محمد،٢٠٠٣ ص ٢٠)

ومن الممكن أن يساهم مدخل النوع فى تفسير الدراسة الحالية من ناحية أن هناك علاقة بين النوع الاجتماعى و استخدام شبكة الإنترنت فمن المعروف أن هناك اختلافات فى الاستخدام و الدوافع و القضايا بين المرأة و الرجل وذلك نتيجة لاختلاف الأدوار والاهتمامات و السن و المستوى التعليمى و المستوى الاجتماعى و الاقتصادى.فمن الممكن أن تستعين الدراسة الحالية بنموذج النوع كأحد الاتجاهات النسوية والتى يمكن أن تساهم في فهم الدراسة الحالية.

خامساً: نحو مدخل نظري لدراسة اهتمامات المرأة بمضامين الإنترنت:

عرضت النظريات السابقة لوجهات نظر متباينة ومختلفة في تأثيرات وسائل الاتصال ومنها (الإنترنت) على الجمهور، إما نتيجة الاختلافات الفردية لجمهور

المستخدمين، أو لتباين الفئات الاجتماعية (وفقا للتعليم أو النوع أو غيره من الفئات)، وإما نتيجة لتأثير طبيعة العلاقات الاجتماعية.

كما أوضحت بعض النظريات تأثير وسائل الاتصال على اجتياز المجتمع التقليدي للوصول إلى التقدم والحداثة، في حين ربطت رؤى نظرية أخرى بين الاستخدامات والإشباعات المتحققة من وسائل الاتصال نتيجة هذه الاستخدامات.

ولم تقصر الرؤى على هذه الجوانب فقد تعرضت إحدى النظريات للاعتماد على وسائل الإعلام، في حين أكدت أخرى على إبراز الطبيعة النوعية (النسوية) لاستخدامات وإشباعات الإنترنت وتناول قضايا الجندر، وغيرها من القضايا ذات الطبيعة النوعية.ومن خلال عرض النظريات يتضح أنه لاتوجد نظرية في العلوم الاجتماعية قد فسرت موضوع الدراسة ومستجداته بشكل يراعي الأبعاد المختلفة لموضوع الدراسة. كما أنه لايمكن تفسير موضوع الدراسة بالاعتماد على نظرية واحدة. ومن خلال عرض هذه النظريات ومدى تباينها أو تفسير مشكلة الدراسة من منظور دون آخر، يتضح أن الاعتماد على الأنساق المغلقة في التفسير يأتي على حساب الوضوح والتحليل، لذا سوف تحاول الباحثة تفسير مشكلة الدراسة من خلال مدخل نظري يتضمن عدة مقولات نظرية تم صياغتها بالاعتماد على النظريات التى حاولت تفسير مشكلة الدراسة أو أحد أبعادها.

ويمكن عرض المدخل النظري للدراسة من خلال عدة مقولات هى:

لمقولة الأولى: تعد شبكة الإنترنت الآلية المعنية بفعل نقل الثقافة، حيث أنها أمريكية المنشأ، لذا فهى تروج للثقافة الأمريكية.(نظرية ليرنر واجتياز المجتمع التقليدي)

المقولة الثانية: أن جمهور الاتصال عبارة عن مجموعة من الناس يتأثرون على انفراد بوسائل الاتصال التي يتعرضون لها وأن رد الفعل إزاء وسائل الإعلام تجربة فردية اكثر منه تجربة جماعية(نظرية الاختلافات الفردية).

المقولة الثالثة: يؤثر النوع على الاهتمامات والانتماء فى الاهتمام بوسائل ومضامين معينة، حيث قضايا المرأة وغيرها من القضايا ذات الأهمية عند المرأة(نظرية الفئات الاجتماعية)

المقولة الرابعة: أن العلاقات الاجتماعية المتبادلة بين الناس أصبح لها دور قوى في تفسير سلوك الأفراد وذلك طبقا للجماعة التي ينتمى إليها الفرد كالعائلة والأصدقاء والمعارف والزملاء فهي تؤثر من خلال التفاعل الذي يتم بينها في قبول أو رفض المعلومات التي تنقلها وسائل الإعلام (نظرية العلاقات الاجتماعية)

المقولة الخامسة: تعد شبكة المعلومات الدولية إحدى وسائل الإنتاج الفكرى والثقافي الأيديولوجي، والتى تلعب دورا أساسيا في عملية تشكيل الوعي لدى الجماهير، من أجل مصالح الطبقة الحاكمة – أو الدول المتقدمة(نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام)

المقولة السادسة: تقوم وسائل الاتصال بتحقيق بعض الإشباعات لمستخدمات الإنترنت منها:(نظرية الاستخدامات والإشباعات)

الاجراءات المنهجيه للدراسه:

أولاً: نوع الدراسة: تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التحليلية، حيث ترى الباحثة أن الأسلوب الوصفى هو الأسلوب الملائم لهذه الدراسة.

ثانيا: المنهج المستخدم فى الدراسة: استعانت الباحثة فى هذه الدراسة بمنهج " المسح الاجتماعى بالعينة". وقد استخدمت الدراسة منهج المسح الاجتماعي بالعينة بغرض دراسة قطاعات متباينة من المرأة تمثل سياقات اجتماعية واقتصادية متباينة

ثالثا: أدوات الدراسة: وقد استعانت الباحثة بصحيفة استبيان كأداة أساسية لجمع البيانات من عينة الدراسة وقد تم تطبيقها عن طريق المقابلة المباشرة

للمبحوثات وقد ساعد ذلك الباحثة فى التعرف على كثير من الملاحظات والتى لم تستطيع الباحثة ملاحظتها بنفسها.

خامساً: مجالات الدراسة:

(أ) **المجـال الجغرافـى للدراسـة:** قـد تـم تطبيـق الدراسـة الميدانية جغرافيا فى محافظة القاهرة وقد تم تقسيم القاهرة فى ضوء ذلك الى ثلاث مستويات اجتماعية هما (مرتفع ومنخفض وشعبى) وذلك حتى تراعى الباحثة جميع السياقات الاجتماعية و الاقتصادية المختلفة وقد تم اختيار متطقه الزمالك كنموذج للحى المرتفع وحى مصر الجديده للسياق المتوسط ثم حى الشرابيه كنموذج للسياق المنخفض

(ب) **المجـال البشرى للدراسـة :** لجأت الباحثة الى اختيار عينة عمدية من النساء المستخدمات لشبكة الإنترنت فى محافظة القاهرة. وقد تم تطبيق الاستمارة على عينة قوامها (٣٠٠ مفردة) من مستويات اجتماعية مختلفة داخل القاهرة (١٠٠مفردة من الزمالك،١٠٠مفردة من مصر الجديدة، ١٠٠مفردة من الشرابية).

(ج) **المجـال الزمنـى للدراسـة :** استغرقت إجراء الدراسة الميدانية حوالى ثلاثة شهورمن نوفمبر وحتى ابريل ٢٠٠٩ وتم تحليل البيانات إحصائيا فى شهر مايو ٢٠٠٩.

سادساً: عينة الدراسة ومعايير اختيارها:

حددت الباحثة نوع العينة فى النوع " غير العشوائى " وتم اختيار العينة بالطريقة العمدية من النساء المستخدمات للإنترنت فى محافظة القاهرة وهذا النوع من العينات يعتمد الباحث على اختيار مفرداته بنفسه وحسب رؤيته وتقديره الذاتى لمدى ملائمة كل مفردة لموضوعة وذلك فى ضوء المتاح بالنسبة للباحث.

وقد استندت الباحثة لمجموعة من المعايير لاختيار العينة منها :

(١) الاستخدام المتكرر لشبكة الإنترنت: وقد استندت الباحثة لهذا المؤشر كمحدد لاختيار العينة للبحث حيث اشترط أن يكونوا النساء ذات خبرة بالإنترنت واستخداماته.

(٢) التنوع : وتقصد الباحثة بالتنوع أن تشمل العينة على الإناث من الفئات العمريه المختلفة هذا بالإضافة إلى تنوع المستويات الاجتماعية و الاقتصادية والتعليمية والزواجية المختلفة مما يسمح للباحثة بعقد المقارنات بين المستويات المختلفة.

وقد تم تطبيق الاستمارة على (٣٠٠ مفردة) وقد راعت الباحثة ان تكون الحالات ممثلة بقدر الإمكان للمستويات الاقتصادية و الاجتماعية المختلفة فأخذت حى (الزمالك) كمثال للمستوى الاقتصادى المرتفع وحى (مصر الجديدة) كمثال للمستوى الاقتصادى المتوسط وحى (الشرابية) كمثال للمستوى الشعبى. ولا يعنى هذا التقسيم بين المناطق تقسيما تعسفيا بل من اجل الدراسة وان المستويات الاجتماعية و سيادتها تشكل ملمحا هاما إذ أن هذه الأحياء الثلاثة تضم خليطا من المستويات الاقتصاديه المختلفه وقد طبقت الباحثة الاستمارة على ٣٠٠ مفردة مقسمين بالتساوي بين الأحياء سالفة الذكر بواقع (١٠٠ مفردة) من كل حى وذلك لمراعاة السياقات الاجتماعية المختلفة.

النتائج العامه للدراسه:

توصلت الدراسة إلى عدة نتائج يمكن مناقشتها من خلال تساؤلات الدراسة كالاتى:

فيما يتعلق بالإجابة على التساؤل الأول وفحواه: ما أهم استخدامات المرأة لخدمات شبكة الإنترنت؟

تشير نتائج الدراسة إلى أن استخدامات المرأة العربية للإنترنت تتركز في الاستخدامات الاستهلاكية كالتسوق، بالإضافة إلى الاستخدامات المهنية لدى النساء العاملات في العالم العربي وأيضاً الاستخدامات الترفيهية في غرف الدردشة لدى الشابات مع صديقات حول العالم من بنات جنسهن. وقد أكدت الدراسة الميدانيه إلي ارتفاع نسبة النساء الذين يستخدمن الإنترنت – من ساعتين إلى ثلاث ساعات بنسبة ٣٥.٣%، يليها الذين يستخدمون الإنترنت – من أربع ساعات لأكثر بنسبة ٣٣%, يليها الذين يستخدمون الإنترنت من ساعة لأقل من ساعتين بنسبة ٣١.٧% وفيما يتعلق بتاريخ استخدام مفردات العينة للإنترنت تشير البيانات الميدانية إلي ارتفاع نسبة الذين يستخدمن الإنترنت من ثلاثة أعوام فأكثر بنسبة ٣٨%،يليها الذين يستخدمن الإنترنت من عامين إلى اقل من ٣ أعوام بنسبة ٢٦.٣%، يليها الذين يستخدمون الإنترنت من عام إلى اقل من عامين بنسبة ٢٠%، يليها الذين يستخدمن الإنترنت من ٦ شهور إلى اقل من عام بنسبة ٨%، وأخيرا الذين يستخدمن الإنترنت من اقل من ستة شهور بنسبة٧.٧%.

اكدت البيانات الميدانية إلي ارتفاع نسبة النساء اللاواتى يستخدمن الإنترنت للبحث عن معلومات بنسبة ٩٣% والمعلومات هي ذلك الشيء الذي يعدل أو يغير من البناء المعرفي بأي طريقة من الطرق, يليها الذين يستخدمن الإنترنت للبريد الإلكتروني بنسبة ٩١.٣%، يليها الذين يستخدمن الإنترنت في تحميل برامج مختلفة بنسبة ٧٢.٣%، يليها الذين يستخدمن الإنترنت في المشاركة في

المجموعات الإخبارية بنسبة ١٣.٤%، يليها الذين يستخدمن الإنترنت في التسوق بنسبة ١٣.٣%، يليها الذين يستخدمون الإنترنت في التوظيف بنسبة ١٣.٣%.

فيما يتعلق بالإجابة على التساؤل الثاني وفحواه: ما أهم دوافع المرأة من استخدام شبكة الإنترنت؟

تختلف دوافع المرأة في استخدام الإنترنت **وهو ما يتفق مع المقولة النظرية الثانية:** أن جمهور الاتصال عبارة عن مجموعة من الناس يتأثرون على انفراد بوسائل الاتصال التي يتعرضون لها وأن رد الفعل إزاء وسائل الإعلام تجربة فردية اكثر منه تجربة جماعية(نظرية الاختلافات الفردية).

(أ) **دوافع عامة:** وتتمثل في:البحث عن الجديد بنسبة ٨٢%،يليها التعرف على العالم الخارجي بنسبة ٧٩.٣% يليها الحصول على معلومات في شتى المجالات بنسبة ٧٥.٣% وذلك أن شبكة الإنترنت تمثل أحد مصادر المعلومات الحديثة, يليها تسلية وترفيهه بنسبة ٧٢.٧ % وذلك عن طريق مواقع التسلية والترفيه وهى متعددة على شبكة المعلومات الدولية، يليها التعرض لأكثر من مصدر للمعلومة٦٣.٧% يليها شغل وقت الفراغ بنسبة ٦٠.٧%، يليها الإفادة منه في مجال التخصص بنسبة ٥٧.٣%، يليها حب الاطلاع على الأخبار العربية بنسبة٣٧%، وعلى الأخبار الأجنبية بنسبة٢١% وذلك حيث تمثل شبكة الإنترنت مصدر متجدد ومتنوع للأخبار, يليها الاسترخاء بنسبة٢٣ %, يليها الهروب من المشاكل بنسبة١٥.٧%.

(ب) **دوافع ترفيهية: وتتمثل في:** التسلية والترفيه بنسبة ٨٠.٦%، يليها تحميل احدث الأفلام والأغاني بنسبة ٧١.٩% ، يليها تعلم مهارات جديدة بنسبة ٢٢.٥%، يليها تمضية وقت بنسبة ١٨.٦%، يليها لأن دى لغة العصر بنسبة ١٣.٤، يليها اعرف أخر أخبار أصحابي وزملائي بنسبة ١٣ %,يليها زى زملائي بنسبة٢.٨%.

(ج) **دوافع اجتماعية: وتتمثل في:** وجود العديد من الأسباب أولها مشاركة الآخرين في نفس الاهتمامات بنسبة ٤٨% ، ويتم ذلك من خلال المدونات والغرف المتخصصة، يليها تكوين أصدقاء جدد من جميع أنحاء العالم بنسبة ٤٢.٢% وذلك حيث أن غرف الدردشة والشات يتيح التعارف بين الأفراد من دول وجنسيات مختلفة, يليها معرفة ثقافة الناس من جميع أنحاء العالم بنسبة ٣٨.٧% سواء من خلال العلاقات والتفاعلات أو الاطلاع على الحوارات والمادة المكتوبة عن الثقافات والشعوب المختلفة, يليها الاتصال بأقارب في الخارج ٣٥.٣% حيث يستخدم الإنترنت في الاتصال بالأقارب المسافرين لخارج القطر وذلك على اعتبار أنها أرخص وسيلة، كما أنها تعرض صور حية للطرفين، كلا يشاهد الأخر، علاوة على أنها يمكن أن يشترك فيها أكثر من طرف ، يليها البحث عن الأصدقاء القدامى بنسبة ٢٧.٩% حيث أن معرفة الإيميل تساعد في الدخول على أصدقاء قدامى فقدت وسيلة الاتصال التقليدية بهم، يليها الاتصال بمن يشاركون اهتمامات المرأة بنسبة ٢٦.٥% وذلك من خلال غرف الاهتمام والمنتديات، يليها التعبير عن الرأي بحرية بنسبة ٢٥% وتمثل شبكة المعلومات الدولية أكثر وسائل الاتصال حرية حيث يمكن أن يعلن الشخص عن رأيه في قضايا خارج الوطن وباسم مستعار لايعرضه للمساءلة القانونية, مشاركة الآخرين بتبادل الصور والفيديو بنسبة٢٠.١%، حب الاستطلاع بنسبة ٦٩.٨% ، يليها البحث عن صداقة بنسبة ١٤.٣%, يليها التعرف على شريك حياة بنسبة ١٢.٧%, يليها علي سبيل التسلية.

(د) **دوافع اقتصادية: وتتمثل في:**توفير سلع مختلفة بنسبة ٥٢.٩%, يليها لأنها أسهل وسيلة لشراء أي سلعة بنسبة٤٢.٣% حيث الشراء الإلكتروني, يليها التعامل مع الماركات العالمية بنسبة٢٨.٨%.

(هـ) **دوافع تتعلق التوظيف:** وتتمثل في؛ سهولة التقديم لأي وظيفة بنسبة ٦٥.٨%، يليها أنها ممكن توفر لي فرصة عمل في أي مكان في العالم بنسبة ٣٤.٢%، وأنها تقدم معلومات عن تنمية الموارد البشرية بنسبة ٢٨.٢% وذلك من حيث التدريب، والمجالات الأكثر طلبا في سوق العمل, يليها أنها توفر لي معلومات مختلفة عن كتابة السيرة الذاتية بنسبة ١٤.٥%.

فيما يتعلق بالإجابة على التساؤل الثالث وفحواه: ما طبيعة المضامين التى تهتم بها المرأة على شبكة الإنترنت ؟

أكدت البيانات الميدانية على توع المضامين مابين؛

- **مضامين دينية:** الاهتمام بالمواقع الدينية الموجودة على الإنترنت تشير البيانات الميدانية إلي ارتفاع نسبة المهتمين بالمواقع الدينية بنسبة٥٠ %, يليها نسبة الذين يهتموا أحيانا بالمواقع الدينية بنسبة ٣٨ %، وهو مايشير إلى ارتفاع نسبة المهتمات لتصل إلى ٨٨% وذلك يتفق مع سيادة النزعة الدينية عند الشعب المصري بصفة عامة والمرأة المصرية بصفة خاصة،ويتجلى ذلك في ارتداء بعض الفتيات والنساء الحجاب مع ممارسة بعض السلوكيات المنحرفة، أو ذكر بعض الأدعية الدينية أثناء فعل الانحراف(الله حليم ستار).

ارتفاع نسبة الذين يستخدمن المواقع الإسلامية المتنوعة بنسبة ٥٧.٧%, يليها المواقع الخاصة بالفتاوى بنسبة ٤٤.٥%، يليها المواقع الخاصة بالقرآن الكريم بنسبة ٣٩.٢%، يليها المواقع الخاصة بالمشايخ والعلماء بنسبة ٣٤.٧%، يليها المواقع الخاصة بالسيرة والأحاديث بنسبة ٣٠.٢%. وجود العديد من القضايا أولها القضايا الخاصة بالفتاوى بنسبة ٦٢.٦%, يليها القضايا الخاصة بالإحكام والعقيدة بنسبة ٣٨.٥%, يليها القضايا الخاصة بالأسرة في الإسلام بنسبة ٣٥.١%,يليها القضايا الخاصة بالزواج في الإسلام بنسبة ١٧.٧%.

- **مضامين ترفيهية:** ارتفاع نسبة الذين يفضلون الدخول على المواقع الترفيهية تشير البيانات الميدانية إلي ارتفاع نسبة الذين يفضلون الدخول على المواقع الترفيهية بنسبة ٤٨.٧ %, يليها الذين يفضلون الدخول على المواقع الترفيهية أحيانا بنسبة ٣٥.٧% وهنا تنخفض النسبة في الفئة من١٨ – ٢٠,يليها الذين لا يفضلون الدخول على المواقع الترفيهية بنسبة ١٥.٧% ٠، وبقراءة هذه البيانات يتضح ارتفاع نسبة استخدام هذه المضامين لتصل إلى ٨٣.٤% وهو مايؤكد على اللجوء لمواقع الترفيه عن طريق الإنترنت. وجذب هذه المواقع أو المضامين الترفيهية للمرأة لقلة خروجها من المنزل، أو لطول مكوث الرجل في العمل خارج المنزل.
- **مضامين اجتماعية:** ارتفاع نسبة الذين يفضلن الدخول على مواقع الشبكات الاجتماعية بنسبة ٣٤%، يليها وبنفس النسبة الذين يفضلن الدخول أحيانا على مواقع الشبكات الاجتماعية بنسبة ٣٤% وبقراءة هذه البيانات يتضح أن المضامين الاجتماعية تصل إلى ٦٨% وهو مايزيد عن ثلثي العينة ويؤكد على أهميتها، وأخيرا الذين لا يفضلن الدخول على مواقع الشبكات الاجتماعية بنسبة ٣٢% ٠وفيما يتعلق بأهم مواقع الشبكات الاجتماعية المفضلة تشير البيانات الميدانية إلي وجود العديد من المواقع أولها مواقع التعارف الاجتماعي بنسبة ٦٠.٣%, يليها غرف الدردشة بنسبة ٥٢.٩% حيث انتشرت هذه المواقع بصورة كبيرة وأدت إلى زيادة التفاعل بين مستخدمي الإنترنت بين الجنسين، وفي أماكن متفرقة من العالم وبين أفراد من ثقافات وديانات مختلفة، يليها المنتديات المتخصصة بنسبة ٤٤.٦%, يليها المجموعات البريدية المختلفة بنسبة ١٩.١% ، يليها الحوارات الصوتية التفاعلية بنسبة ١٠.٣% وهى تنخفض بين الإناث وذلك حفاظا على

سرية التفاعل سواء ممن كانوا في المسكن معها من أطفال أومسنين، أو غير ذلك مما يعرضها لمشكلات اجتماعية وأسرية،يليها المواقع الخاصة بالتعارف على شريك الحياة بنسبة ١%

- **المضامين النسائية:** كما تتنوع المواقع التى تفضلها المرأة ويأتي في مقدمتها ارتفاع نسبة النساء الذين يفضلن الدخول على المواقع الخاصة بالمرأة بنسبة ٤٦%, يليها الذين يفضلن الدخول على المواقع الخاصة بالمرأة أحيانا بنسبة ٤١.٧%، يليها الذين لا يفضلن الدخول على المواقع الخاصة بالمرأة بنسبة ١٢.٣%.وبقراءة هذة البيانات يتضح ارتفاع نسبة النساء اللاواتى يفضلن الدخول على المواقع النسائية، سواء بصفة مستمرة (نعم)، اوبصفة غير مستمرة (احيانا)، لتصل الى (٨٧%) من اجمالى العينة وهو ما يعد ملمحا ايجابيا فى ثقافة ووعى المرأة باستخدام شبكة الانترنت فى القضايا النسوية المتعددة.

بالإضافة إلى وجود العديد من القضايا التى تفضلها المرأة في هذه المواقع ويأتي في مقدمتها؛ القضايا الخاصة بالموضة والجمال بنسبة٧٦% من منطلق أن الجمال هو العنصر الأول في جاذبية المرأة، يليها القضايا الصحية المتنوعة بنسبة ٦١.٦%, يليها وبنفس النسبة القضايا المتعلقة بالديكور والأثاث بنسبة ٦١.٦%، يليها معلومات عن الطعام والمطبخ بنسبة٥٧.٤%، يليها القضايا الخاصة بالأمومة وتربية الأطفال بنسبة٤٦.٨، يليها القضايا الخاصة بالعلاقات الزوجية ٣٤.٢%, يليها القضايا المتعلقة بحقوق المرأة ١٩.٨%, يليها القضايا الخاصة بالصحة الجنسية للمرآة ١٢.٥%

فيما يتعلق بالإجابة على التساؤل الرابع وفحواه: ما مدى استفادة المرأة من المضامين المقدمة على شبكة الإنترنت؟

أكدت البيانات الميدانية على ارتفاع نسبة الذين يستفيدون من شبكة الإنترنت بنسبة٧٩.٧%، يليها الذين يستفيدون أحيانا من شبكة الإنترنت بنسبة ٩.٣%,يليها الذين لا يستفيدون من شبكة الإنترنت بنسبة ١%، وتعكس هذه البيانات ارتفاع نسبة الاستفادة من شبكة الإنترنت، وهو مايؤكد على أهميتها بالنسبة للمرأة.وفيما يتعلق بنوعية الاستفادة من شبكة الإنترنت تشير البيانات الميدانية إلي وجود العديد من الأشكال أولها تقديم معلومات في مختلف المجالات بنسبة ٨٥.٩%،يليها أنها تساعدنا على التثقيف بنسبة ٨٠.١% ، يليها أنها تجعلنا متفتحتين على العالم الخارجي بنسبة ٥٤.٩%، يليها أنها تساعدنا على تجديد الأفكار بنسبة ٥١.٥%، يليها أنها تفيدنا في تكوين خبراتك الحياتية بنسبة ٤٩.٥% . كما اكدت الدراسه الميدانيه على ارتفاع نسبة اللاتى يستخدمن المواقع الدينية بنسبة ٤٩.٣ %، يليها الذين يستخدمن المواقع الدينية إلي حد ما بنسبة ٣٨.٧% ، يليها الذين لا يستخدمن المواقع الدينية بنسبة ١٢%.

وتتعدد اشكال الاستفادة من استخدام وتفضيل المواقع الدينية وتتمثل في؛ اكتساب ثقافة إسلامية متنوعة بنسبة ٥٥.٣%، يليها سهولة الحصول على اى معلومة دينية بنسبة ٥٢.٧%، يليها الاطلاع على أكثر من مصدر للمعلومة بنسبة ٣٣.٧%، يليها الاستماع إلى الدروس الدينية المختلفة بنسبة ٢٢.٣%. وفيما يتعلق بأهم أشكال الاستفادة من مواقع المرأة تشير البيانات الميدانية إلي وجود العديد من الأشكال أولها أنها تمدنا بمعلومات صحية متنوعة للمرأة بنسبة ٧١.١%, يليها الإطلاع على أحدث أخبار الموضة والتجميل العالمية بنسبة ٧٠.٣% وهو مايتفق مع تطلعات المرأة للمحافظة على جمالها وصحتها أو تحسين الشكل باتباع النصائح المختلفة دون اللجوء لطبيب تجميل إلا في الحالات القصوى وعند الفئات مرتفعة الدخل, يليها أنها تساعدنا على إيجاد وصفات جديدة للمطبخ بنسبة ٥٩.٣%,يليها أنها تفيدنا في معلومات عن تربية الأطفال بنسبة ٣٩.٥%,يليها أنها تفيدنا بمعلومات بعلاقتي بزوجي بنسبة ٣٥%، يليها أنها تقدم

حلول لبعض المشاكل الزوجية بنسبة ٢٨.٩%, يليها أنها تجعلنا على دراية بكافة حقوق المرأة.

فيما يتعلق بالإجابة على التساؤل الخامس وفحواه: ما أهم إيجابيات و سلبيات شبكة الإنترنت من وجهة نظر المستخدمات لها ؟

تشير البيانات الميدانية إلي ارتفاع نسبة الذين يرون وجود إيجابيات للإنترنت بنسبة ٩٩.٣%، يليها الذين لا يرون وجود إيجابيات للإنترنت بنسبة ٠.٧%. كما تشير البيانات الميدانية إلي وجود العديد من الإيجابيات أولها اكتساب معارف ومعلومات مختلفة بنسبة ٩٤.٦%، يليها الاطلاع على كل الثقافات العالمية بنسبة ٧٩.٩%, يليها الاحتكاك بالثقافات الأجنبية بنسبة ٧٤.٢%، يليها الإطلاع على أحداث العالم بنسبة٦٢.٤%،اكتساب رفاق جدد بنسبة٣١.٩% وترتفع النسبة في الفئة من ١٨– ٢٠. وبقراءة هذه البيانات يتضح تعدد إيجابيات الإنترنت حيث يعرض العديد من المضامين الاقتصادية والثقافية والدينية والاجتماعية، وهو مايمكن أن يفيد المرأة وغيرها من الفئات الاجتماعية، وأن الإنترنت يمثل أحد أهم مصادر الثقافة والمعلومات والتفاعل الاجتماعي.

فيما يتعلق بسلبيات الإنترنت: تشير البيانات الميدانية إلي ارتفاع نسبة الذين يرون وجود سلبيات للإنترنت بنسبة ٩٤.٧% ، يليها الذين لا يرون وجود سلبيات للإنترنت بنسبة ٥.٣%. وتشير البيانات الميدانية إلي وجود العديد من السلبيات أولها انتشار المواد الإباحية بنسبة ٩٧.٩%، يليها عدم وجود رقابة على مضامين الشبكة بنسبة٩٥.٨%، يليها اكتساب سلوكيات وعادات غريبة على المجتمع بنسبة ٥٩.٢%, يليها ظهور أنماط ثقافية مضادة لقيم المجتمع بنسبة ٤٨.٢%,يليها أنها تؤدي وجود إلى خلافات زوجية بنسبة٢٨.٥%,يليها أنها تؤثر على العلاقات الاجتماعية بنسبة ٢٦.٤%.

ملخص الدراسه باللغه العربية

موضوع البحث:

ركزت الباحثة على دراسة المضامين المختلفة التى تحاول المرأة الاهتمام بها على شبكة المعلومات الدولية "الانترنت" فقد حاولت الباحثة التعرف على اهم استخدام الاناث لشبكة الانترنت والدوافع من هذا الاستخدام ثم التعرف على طبيعة المضامين التى تحاول المرأة الاهتمام بها مثل المضامين (الدينية، النسائية، الترفيهية، التفاعلية) ثم التعرف على استفادة المرأة من هذة المضامين واهم ايجابيات وسلبيات شبكة الانترنت من وجهة نظر المستخدمات لة.وتنتمى هذة الدراسة الى قائمة الدراسات الوصفية واعتمدت الباحثة على منهج المسح الاجتماعى بالعينة، وتم تطبيق صحيفة الاستبيان على عينة قوامها (٣٠٠) مفردة مقسمين على الاحياء المختلفة بمدينة القاهرة.

اهم النتائج:

(١) اكدت نتائج الدراسة الى ارتفاع نسبة النساء الذين يستخدمن الانترنت ومن اهم الخدمات التى تستخدمها النساء جاء البحث عن معلومات بنسبة تصل الى (٩٣%) يليها الذين يستخدمن الانترنت من اجل البريد الالكترونى بنسبة (٩١%) يليها الذين يستخدمونة فى تحميل البرامج المختلفة بنسبة (٧٢%)، يليها الذين يستخدمونة فى المشاركة فى المجموعات الاخبارية، يليها الذين يستخدمونة من اجل التسوق بنسبة (١٣%) يليها الذين يستخدمونة للتوظيف فى المرتبة الاخيرة.

(٢) اثبتت نتائج الدراسة ان هناك تنوع فى طبيعة الدوافع التى تدفع النساء لاستخدام شبكة الانترنت وتنوعت هذة الدوافع ما بين دوافع عامة مثل البحث عن جديد بنسبة (٨٢%) و التعرف على العالم الخارجى بنسبة (٧٩%)، يليها الحصول على معلومات فى شتى المجالات بنسبة (٧٥%) وذلك لان شبكة الانترنت تمثل احد مصادر

المعلومات الحديثة، يليها التسلية و الترفية بنسبة (٧٢.٣%)، ثم التعرض لاكثر من مصدر للمعلومة، يليها شغل وقت الفراغ، ثم الافادة منة فى مجال التخصص. كما تعددت دوافع الدخول على المدونات ما بين معرفة افكار الاخرين واهتماماتهم بنسبة (٧٠%) او لانها وسيلة جديدة للتعبير عن الراى بحرية بنسبة (٣٧%) يليها اعتبارها وسيلة للتعارف وتكوين صداقات بنسبة (١٧.٩%).

(٣) اثبتت الدراسة وجود دوافع اجتماعية من استخدام شبكة الانترنت مثل مشاركة الاخرين فى نفس الاهتمامات وذلك عن طريق المدونات و المنتديات المتخصصة وتكوين اصدقاء جدد من جميع انحاء العالم، يليها معرفة ثقافة الاخرين من جميع انحاء العالم بنسبة (٣٨.٨%)، ثم الاطمئنان على الاقارب بالخارج.

(٤) اكدت نتائج الدراسة على تنوع المضامين التى تهتم بها المرأة على شبكة الانترنت ومن بينها المضامين الدينية حيث اكدت البيانات الميدانية الى ارتفاع نسبة من يفضلن الدخول على المواقع الدينية ومن اهم القضايا الدينية التى تحاول النساء الاهتمام بها القضايا الخاصة بالفتاوى بنسبة (٦٢%) يليها القضايا الخاصة بالاحكام و العقيدة بنسبة (٣٨%)، يليها القضايا الخاصة بالاسرة فى الاسلام ثم القضايا الخاصة بالزواج فى الاسلام بنسبة ١٧.٥%).

(٥) اكدت نتائج الدراسة على اهتمام المرأة بالدخول على المواقع التفاعلية " الاجتماعية " مثل مواقع الشبكات الاجتماعية ومواقع التعارف الاجتماعى،وغرف الدردشة ثم المنتديات المتخصصة، يليها المجموعات البريدية المختلفة، ثم الحوارات الصوتية التفاعلية، ثم المواقع الخاصة بالتعارف على شريك الحياة، ثم تاتى المدونات فى المرتبة الاخيرة من قائمة الاهتمامات.

(٦) فيما يتعلق بنوعية الاستفادة من شبكة الانترنت كوسيلة تكنولوجية حديثة بتشير البيانات الميدانية الى وجود العديد من اشكال الاستفادة اولها تقديم معلومات فى مختلف المجالات بنسبة (٨٥.٩%)، يليها انها تساعد على التثقيف بنسبة (٨٠%)، يليها انها تجعلنا منفتحين على العالم الخارجى بنسبة (٥٤.٩%) ثم انها تساعدنا على تجديد الافكار بنسبة (٥١.٥%)، يليها انها تفيدنا فى تكوين الخبرات الحياتية بنسبة (٤٩%).

(٧) فيما يتعلق بايجابيات استخدام شبكة الانترنت تشيرالبيانات الميدانية الى ارتفاع نسبة الذين يروا وجود ايجابيات للانترنت بنسبة (٩٩.٣%) يليها الذين لايروا وجود ايجابيات بنسبة (٠.٧%) كما تشير البيانات الى وجود العديد من الايجابيات اولها اكتساب معارف و معلومات مختلفة، يليها الاطلاع على كل الثقافات العالمية، يليها الاحتكاك بالثقافات الاجنبية، ثم الاطلاع على احداث العالم ثم اكتساب رفاق جدد بنسبة (٣١%)

(٨) فيما يتعلق بسلبيات شبكة الانترنت تشير البيانات الميدانية الى ارتفاع نسبة الذين يروا وجود سلبيات للانترنت بنسبة (٩٤%) مقابل الذين لايرون وجود سلبيات للانترنت بنسبة (٥.٣%) وتوكد بيانات الدراسة الى وجود العديد من السلبيات، من وجهة نظر المستخدمات اولها انتشار المواد الاباحية بنسبة (٩٧%) يليها، عدم وجود رقابة على مضامين الشبكة بنسبة (٩٥%)، ثم اكتساب سلوكيات وعادات غريبة على المجتمع، يليها ظهور انماط ثقافية مضادة لقيم المجتمع، يليها انها تؤدى لوجود الخلافات الزوجية بنسبة (٢٨%) ثم فى المرتبة الاخيرة انها تؤثر على العلاقات الاجتماعية بنسبة (٢٦,٤%).

The Summary of the research in English

The topic of the research:

Researcher focused on the study of different implications that women pay attention to in the international information network "online". The researcher has attempted to identify the most important use for the internet to women and the motives of this use, and identify the nature of the contents that attract women, such as, religious, cultural, women's، recreational, political, economic, sexual, interactive and the identification of women's access to this content and the most important pros and cons of the Internet from the women perspective.

This study belongs to the list of descriptive studies. The researcher adopted the social survey method. The questionnaire was applied daily on a sample of (300) single divided the various neighborhoods in Cairo.

Significant results:

1. The results of the study show the high rate of women who use the Internet. The most important fields used by women are search for information by up to (93%), followed by those who use the Internet for e-mail by (91%), followed by those who use it to download different programs by (72 %), followed by those who use it to participate in news groups, followed by those who use it for shopping by (13%), followed by those who use it for recruitment in the last rank.

2. The results of the study prove that there is diversity in the nature of the motives that drive women to use the internet. The range of these motives differs between general motives such as the search for every new (82%) and recognition by the outside world (79%), followed by information in

various fields by (75 %) and because the Internet is one of the sources of modern information and entertainment, followed by entertainment (72.3%), then comes the exposure to more than one source of information, followed by leisure-time and benefit from it in the field of specialization. Also some use the internet to visit the sites of knowledge and interests of others (70%) and some because it is a new way to express their opinions freely by (37%), followed as a way to get acquainted and make friends by (17.9%).

3. The study proves the existence of social motivations to use the Internet, such as the participation of others in the same concerns through blogs and specialized forums and make new friends from all over the world, followed by knowledge of the

culture of others from all over the world by (38.8%), and then to check on relatives abroad.

4. The results of the study confirm the diversity of content that attracts women on the Internet, including the religious content where field data confirmed a high percentage of those who prefer to visit the most important religious sites. The most important religious issues that attract women are issues of fatwa's by (62%), followed by specific issues provisions and faith (38%), followed by issues concerning the family in Islam, and issues of marriage in Islam by (17.5%)

5. The results of the study stress women's interest in visiting the interactive "social sites", such as social networking sites, chat rooms, and specialized forums, followed by e-mail groups, and various interactive

voice dialogues, and then sites acquainted with the life partner, and finally then blogging.

6. With regard to the quality of the use of the Internet as new technological means, data refers to the existence of several forms of benefit: First to provide information in various fields by (85.9%), second for educational purposes (80%), Third it helps them to be more open to the outside world (54.9%), Fourth it helps them to renew their thoughts ideas by (51.5%).finally, it helps them to form new life experiences by (49%).

7. With regard to the positive use of the internet the study indicates to the high percentage of those who see the positives of the Internet by (99.3%) followed by those who see the negatives (0.7%) as the data suggests that there are many pros for the internet

first the acquisition of knowledge and different information, followed by access to all world cultures, followed by contact with foreign cultures, and access to world events, finally by the acquisition of new friends (31%)

8. Data shows the high proportion of people who believe that there are downsides to the Internet by (94%) compared to those who can still see the upside of the internet by (5.3%). Data attest to the existence of many negative aspects to the internet. For example, the spread of pornography (97%), followed by lack of control over the contents of the network (95%). The acquisition of behaviors and habits that are peculiar to the community, followed by the emergence of counter-cultural patterns of the values of society, it is performed, followed by the

presence of marital disputes (28%) and finally, they affect the social relations by (26.4%).

قائمه المراجع

أولاً: المراجع العربيه

(١) السيد ياسين،العالمية والعولمة،نهضة مصر للطباعة،القاهرة ٢٠٠٠

(٢) الاستخدام الهادف للإنترنت في العالم العربي، مجلة الحياة الجديدة، عدد٢٣ متاح في:www. Alhayat.com)

(٣) أماني السيد فهمي،الاتجاهات العالمية الحديثة لنظريات التأثير، مجلة الإعلام،القاهرة،١٩٩٩

(٤) ثروت شلبى،مفهوم الجندر،مجلة الكنانة, عدد ٥١، مقالة بتاريخ ٢٠٠٦\٧\١٢،من موقع www.kenanaonline.com)

(٥) حاتم محمد عاطف، "العلاقة بين استخدام المراهقين للإنترنت و هويتهم الثقافية "دراسة ميدانية"، رسالة ماجستير غير منشورة، معهد دراسات الأسرة و الطفولة جامعة عين شمس، قسم الإعلام وثقافة الطفل، ٢٠٠٤ .

(٦) حبيب العدلي، مجلة صوت ال أمة مقالة عن نحن نراقب الإنترنت، بتاريخ ٣١|١٠|٢٠٠٥ من موقع:www.openarab.net.

(٧) جيهان رشتي: "الأسس العلمية لنظريات الإعلام"، دار الفكر العربي، القاهرة، د.ت.

(٨) دراسة أمريكية عن استخدامات الإنترنت بين الرجال و النساء، مجلة العالم الرقمي، عدد ١٤٧، بتاريخ ٢٠٠٦/١/٢٩ متاح في:www.gazirah.com)

(٩) دينا محمود عساف، استخدام المراهقين للانترنت و علاقته بالاغتراب الاجتماعي لديهم "دراسة ميدانية لعينة من المراهقين من سن ١٥ إلي ١٧ سنة" رسالة ماجستير،(معهد دراسات الأسرة و الطفولة جامعة عين شمس) قسم الإعلام ٢٠٠٥

(١٠) ريم إسماعيل عبود، استخدامات طالبات الجامعة في كل من مصر و سوريا لشبكة الإنترنت " دراسة مقارنة" رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، قسم الإذاعة، ٢٠٠٤

(١١) رضا عكاشة، تأثيرات وسائل الإعلام.من الاتصال الذاتي إلى الوسائط الرقمية المتعددة.، العالمية للنشر والتوزيع، القاهرة، ٢٠٠٦.

(١٢) سامية زكى يوسف، شبكة الإنترنت وآثارها على الشباب المصري "دراسة سوسيولوجية"،رسالة ماجستير،كلية الآداب، جامعة عين شمس، قسم الاجتماع ٢٠٠٨.

(١٣) سامي عبد الرووف طايع، استخدام الانترنت فى العالم العربي"دراسة ميدانية "على عينة من الشباب العربي"، المجلة المصرية لبحوث الإعلام و الرأى العام، كلية الإعلام جامعة القاهرة، العدد الرابع، أكتوبر و ديسمبر ٢٠٠٠

(١٤) سوزان يوسف القليني، مدى اعتماد الصفوة المصرية على التليفزيون في وقت الأزمات: دراسة حالة على حادث الأقصر، المجلة المصرية لبحوث الإعلام. كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ديسمبر ١٩٩٨.

(١٥) عبير محمد حمدي، دور الإنترنت، الراديو، التلفزيون، في إمداد الجمهور المصري بالمعلومات "دراسة ميدانية"، رسالة ماجستير غير منشورة كلية الإعلام جامعة القاهرة، قسم الإذاعة، ٢٠٠١ .

(١٦) عاطف عدلى العبد، مدخل إلى الاتصال والرأى العام: الأسس النظرية والإسهامات العربية، القاهرة: دار الفكر العربي، الطبعة الثالثة،١٩٩٩.

(١٧) عبد الله عبد الرحمن، سوسيولوجيا الاتصال والإعلام، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، ٢٠٠٠.

(١٨) ليلى السيد حسين(٢٠٠١)، احتياجات كبار السن من وسائل الاتصال، كلية الآداب، جامعة حلوان.

(١٩) مسعد مسعد محمد، دور الإنترنت و الصحافة في إمداد المراهقين بالمعلومات "دراسة ميدانية في محافظة دمياط"، رسالة ماجستير، معهد دراسات الأسرة و الطفولة جامعة عين شمس، قسم الإعلام، ٢٠٠٧.

(٢٠) ميرفت الطرابيش، العوامل المؤثرة في تعرض الشباب المصري للمواقع الالكترونية على شبكة الانترنت " دراسة ميدانية "، مجلة كلية الآداب جامعة حلوان، العدد ٦، يوليو ١٩٩٩ .

(٢١) ميليفين ل. ديفلير، وساندرا بول روكيتش. نظريات وسائل الإعلام. ترجمة كمال عبد الرؤوف، القاهرة، الدار الدولية للنشر والتوزيع، ١٩٩٣.

(٢٢) محمد عبد الحميد, نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، عالم الكتب، القاهرة، ٢٠٠٤.

(٢٣) محاسن محمد محمد،المشاركة السياسية للمرأة المصرية،دراسة لأوضاع المرأة فى مجلس الشعب، ماجستير، كلية الآداب جامعة عين شمس،قسم اجتماع،٢٠٠٣.

(٢٤) نجوى عبد السلام الفوال، أنماط ودوافع استخدام الشباب المصري لشبكة الانترنت، "دراسة استطلاعية "، المؤتمر العلمي الرابع للإعلام و قضايا الشباب، كلية الإعلام جامعة القاهرة الفترة من ٢٥:٢٧ مايو ١٩٩٨ .

المراجع الأجنبية:

(25) Defleur M.L.& Ball-Rokeach S.J.، Theories of Mass Communication. 4th Ed., New York: Longman Inc.,1982.

(26) Jennifer, Eclairs, how women and men use the internet report in pew internet and American life project، new York, 2005.

(27) Knox levy, lia ayanna, the use of media by African American woman's acquire mental knowledge, Auburn. univ، social dissertation precuts، PhD، 2007.

(28) Lernr. D.،Toward a Communication Theory Of Modernization : A Set of Consideration in pye, (ed.) Communication and Political Development، N.J.; Princeton University Press,1964.

(29) Marry، Rosa Michael، meaning gender in online space، gender role flexibility and woman's internet job searches، Pennsylvania.unv, PhD، 2006، gender study ؛

(30) Marine،Carroll, internet chat room, comparison of conversation among women's and men's and mixed online groups، Colorado university، PhD،2002.

(31) Slelesky،Kristin,the impact of internet use women's relationships, popersonality preferences matter, alliant international,unv Phd.

(32) Ranon, Neallic، young women's use the internet to explorer secret identities، Alliant international unv، Sanfrancisco، PhD, 2006.

(33) Robbins, Janice, adolescent girls use of the internet, making connection, PhD، Virginia polytechnic institute and stat university, 2001.

(34) http://www.minshawi.com/vb/showthread.php?t=1343).