

استخدامات الأطفال الموهوبين للانترنت والإشباع المتحققة منها

د. منى أحمد مصطفى عمران
 أستاذ الإعلام المساعد بقسم الإعلام وثقافة الأطفال معهد الدراسات العليا للطفولة ورئيس قسم الصحافة بأكاديمية أخبار اليوم
 د. مؤمن جبر عبد الشافي
 مدرس بقسم الإعلام وثقافة الأطفال معهد الدراسات العليا للطفولة جامعة عين شمس
 حنان حسن إبراهيم حسن

الملخص

الخلفية: أدركت الدول المتقدمة بأن الموهوبين هم ذخيرتهم التي يجب أن تُصان، لذا كرست جهودها للعناية بهم والكشف عن مواهبهم، ودراسة خصائصهم وحاجاتهم ومشكلاتهم وطرائق تنشئتهم، وأولت اهتماماً كبيراً لأساليب رعايتهم تربوياً ونفسياً واجتماعياً ومهنياً. وإذا كانت الدول المتقدمة قد جعلت رعاية الموهوبين أحد أهم واجباتها وأولوياتها، لكي تحافظ على تقدمها، فإن عالمنا العربي لذلك أحوج، فأطفاله الموهوبين لم ينالوا بعد حقه من الاهتمام والرعاية.

أهداف الدراسة: تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على: استخدامات عينة من الأطفال الموهوبين للانترنت والإشباع المتحققة منها.

تساؤلات الدراسة: تبلورت المشكلة في التساؤل الرئيس التالي ما استخدامات الموهوبين للانترنت؟ وما الإشباع المتحققة منها؟

نوع ومنهج وعينة الدراسة: تقع هذه الدراسة ضمن إطار الدراسات الوصفية التي تستهدف تناول ووصف الظاهرة موضوع الدراسة، ويتمثل مجتمع الدراسة الميدانية الموهوبين (ذكور- إناث) وستكون العينة (عمدية) من المستخدمين لشبكة الانترنت قوامها (١٠٠) مبحوثاً (٥٠ من الذكور، و٥٠ من الإناث)، في المرحلة العمرية (١٢- ١٥) سنة، أي ما يقابل مرحلة المراهقة.

أدوات الدراسة: اعتمدت الدراسة على صحيفة استبيان من إعداد الباحثة، وتم تطبيقها من خلال المقابلة مع المبحوثين، وذلك لضمان حرية المبحوثين في الإجابة على الأسئلة، والتأكد من فهمهم لها، وذلك على عينة عمدية من الموهوبين موضوع الدراسة، للتعرف على استخدامات موقع الانترنت بالنسبة للمراهقين الموهوبين، ودوافع التعرض والإشباع المتحققة.

نتائج الدراسة: توجد علاقة ارتباطية دالة احصائياً عند مستوى دلالة ٠,٠٠١ بين الدوافع الطقوسية لاستخدام المبحوثين للانترنت والإشباع الاجتماعية المتحققة لهم. توجد علاقة ارتباطية دالة احصائياً بين الدوافع النفعية لاستخدام المبحوثين للانترنت والإشباع الاجتماعية المتحققة لهم. توجد علاقة ارتباطية دالة احصائياً بين الدوافع النفعية لاستخدام المبحوثين للانترنت والإشباع التوجيهية المتحققة لهم. ويرجع ذلك إلى أن سهولة استخدام الانترنت وتعدد الموضوعات المطروحة فيه، فيهم لا يشعرون بالملل أثناء استخدامهم للانترنت، مما يجعلهم يستمرون في الاستخدام والتقل من صفحة لأخرى، تلبية لرغبته دون عناء.

The Talented Children uses of Internet and The Interest Achieved from it

Introduction: The recent Communication technology has made a great revolution, and big changes in the structure and quality of communication one of the most important features in the internet which pushed the world so far into a new system of human interaction and informative explosion and the freedom of both explosion and opinion over came unlike the traditional media methods that couldn't keep up with of the new development which gave big area of flexibility to communication and supported the recipient role to be become more productive participate, active and sender at the same time without restrictions according to the criteria he chooses.

Problem: This present study problem is determined remarkably in the following major inquiry: "What The Talented Children use of Internet and the Interest Achieved from it?" And what are Gratifications they get?"

Importance of the study: Seriousness of this study which handle sample of teenagers talented. Users and the benefits they get and through the spread of users among.

Aims: The Talented Children use of Internet and the Interest Achieved from it. Know patterns was gifted to Web sites. The relationship between the rate at which talented Web sites and the motives of this exposure.

Tools: The researcher user a questionnaire form.

Results: The study out came that 49,5% of users samples use Internet (all the time), some of them use it (occasionally 41%) and other use it (rarely) 9.5%. The study shows the (way) that sample users knew the site through, was internet as a percentage of 49.7%, then friends 35% then the third stage were (TV. 10.3%) then magazines and newspaper in the third stage 5%.

نحن نعيش في بيئة مشبعة بوسائل الإعلام؛ ففي هذا العقد الذي نعيشه تكون لوسائل الإعلام فيه تأثيراً أكبر على المجتمع، فيه يتم عرض الأطفال إلى التلفزيون في سن مبكرة، من قبل أن يتمكنوا من التحدث حتى سن البلوغ، ويتأثر الأطفال بوسائل الإعلام، أطفال لا تتجاوز أعمارهم خمس سنوات تتعلم استخدام الكمبيوتر ونصفح الإنترنت، فما يعرفونه عن العالم الخارجي غالباً ما يتم تعلمه من خلال وسائل الإعلام.

وتزايدت أهمية الإنترنت في الآونة الأخيرة، حتى دعا البعض إلى اعتبارها وسيلة اتصالية جديدة بحد ذاتها، بل يمكن أن تحل محل وسائل الإعلام التقليدية، فنجدها قد فتحت مجالات جديدة، وطرقت العديد من الأبواب البحثية في مجال الاتصال، سواء فيما يتعلق بالمرسل أو المستقبل أو مضمون الرسالة الاتصالية، حيث أن شبكة الإنترنت شأنها شأن باقي الوسائل الاتصالية، إذ تضعنا أمام العناصر الأساسية في أي عملية اتصال، وهي المصدر والرسالة والوسيلة والمستقبل ورجع الصدى، وإن كان الاختلاف هنا ينبع من الأشكال الجديدة التي أحياناً ما تضعها شبكة الإنترنت من خلال تلك العناصر الاتصالية كالبريد الإلكتروني ومجموعات الأخبار.

وتعد الإنترنت من أبرز مستحدثات تكنولوجيا التعليم التي فرضت نفسها على المستوى العالمي خلال السنوات القليلة الماضية حتى أصبحت أسلوباً للتعامل اليومي، ونمطاً للتبادل المعرفي بين شعوب العالم المتقدم، كما أن الانتشار السريع لهذه الشبكة لاجعلها من أحد معالم العصر الحديث، حتى إن البعض أطلق عليه (عصر الإنترنت) أو عصر لا تؤثر المعلومات لما أحدثته هذه الشبكة من آثار عميقة وتغيرات جذرية في أساليب وأشكال التواصل في شتى نواحي الحياة.

والثورة البشرية هي الثورة الحقيقية لأي مجتمع من المجتمعات، ويعتبر الموهوبين على رأس تلك الثورة نظراً لأهميتهم في مواجهة تحديات العصر الحديث، مما دفع بالمهتمين بشؤون علم النفس والتربية بالكشف عن المتفوقين، ومن لديهم تفكير ابتكاري، وذلك بهدف رعايتهم والعناية بهم وتحقيق أفضل الوسائل البيئية الممكنة لاستثمار تفوقهم، وفهم كوادر المستقبل لقيادة بلادهم، في جميع المجالات العلمية والتقنية والإنتاجية والخدمية، وعليهم تراهن الدول في سباقها للحاق بركب التطور في عصر أصبح يُمثل امتلاك التقنيات فيه جوهر الصراع والمنافسة بين أقطابه القوية وتلك التي تسعى لتجد نفسها مكاناً تحت الشمس.

والإنترنت هو وسيلة من وسائل الإعلام المهمة، التي تستطيع أن تؤثر تأثيراً إيجابياً على الطفل، والإنترنت كونه وسيلة من وسائل العصر الحديث، من أهم مميزاته أنه أصبح أساسياً في حياة الشعوب، كونه انتشاراً للثقافة والمعرفة، وتعلم من خلاله الخبرة في فنون الحياة؛ كما أن الإنترنت ليس تطوراً للتكنولوجيا الرقمية فقط، بل هو تطور علمي وفكري واجتماعي، والمسؤول الأول عن القفزة الهائلة في العلم والمعرفة، والعلاقات الاجتماعية ومجال الاتصالات، ولقد ساعد على إنشاء علاقات بين الشباب وبعضهم من خلال مواقع الدردشة تجاوزت قاعدة الأصدقاء الفردية والمكان والزمان، فساعدت على انتشار الثقافات المختلفة وانتشار اللغات، واستطاع الشباب أن يستفيد من الإنترنت في جميع المجالات في كل ما هو جديد ومفيد لهم.

فقد جعل الإعلام الجديد الناس متفاعلين معه مباشرة دون الحاجة إلى وسيط، فالأفراد يتفاعلون ويتبادلون آرائهم ويوميئهم في محتوى اتصالي متنوع بدأ يفرض نفسه في الواقع الإعلامي بشكل كبير وصار علامة على العصر. "فهو ليس بثأً أحياناً وتقليباً إجبارياً مثل ما كانت تتسم به نظم الإعلام القديم، ولكنه تفاعل يختار الناس فيه احتياجاتهم ويشاركون فيه في الوقت ذاته ليس بالرأي فقط، ولكن بإعلام شخصي خاص بكل فرد على حدة".

فلا عجب إذن أن إجمالي عدد مستخدمي الإنترنت في مصر حتى بداية ٢٠١١ بلغ ٢٣ مليون مستخدم، وهو ما يوید الانتشار السريع للإنترنت وتقنياته الجديدة في مصر، ومن ثم انعكاس ذلك على الإعلام الجديد بمواقع الإلكترونيات المختلفة التي أتاحت الفرصة للمستخدم لإنتاج المضمون والرسائل والبيانات باستخدام أشكال تعبيرية مختلفة كموقع "اليوتيوب" ومواقع التواصل الاجتماعي "الفيس بوك" الذي أصبح بين عشية وضحاها أكبر مستضيف لملفات الفيديو المنتجة على المستوى الشخصي في العالم. وتحول فيه المستخدم إلى منتج إعلامي أو صحفي يمارس عمله بدون قيود.

وأقبل الموهوبين على هذه النوعية من الأشكال الاتصالية المستحدثة التي أصبحت نافذة على الأحداث في العالم، حيث مكنت مستخدميها وزوارها من نقلها إلى المدونات والشبكات الاجتماعية، وإبداء تعليقاتهم وآرائهم، وردود أفعالهم، بل وتقييم ما يجدونه عليها

من محتوى، خاصة أن محتواها أنتجه أفراد الجمهور العاديين، وساعد في انتشار هذا النوع الإعلامي انتشار أدوات إنتاج هذا النوع من الإعلام مثل الكاميرات الرقمية والهواتف المحمولة، علاوة على قصر المادة الفيلمية المقدمة التي تجذب الأطفال الموهوبين.

فلا عجب أن يدخل الإنترنت حياة الموهوبين كما دخل حياة مئات الملايين، وذلك من خلال استخداماته ومحتوياته التي يضيفها المستخدمون، وأصبح الكثير يتوجهون لهذه الوسيلة الإعلامية، ويتولون دفة الإنترنت الذي لا يعرف أي حواجز أو عواقب جغرافية، ويمنحهم الفرصة للوصول إلى الملايين.

لذلك فهناك ضرورة بحثية لدراسة استخدامات الموهوبين لهذا النوع من وسائل الإعلام الجديدة والإشباع المتحققة منها للوصول إلى قاعدة معلوماتية تدعمها للجوانب الإيجابية وإطلاق صحاح التحذير من المعطيات السلبية.

تساؤلات الدراسة:

يمكن للباحثة صياغة مشكلة الدراسة في التساؤل الرئيس: ما استخدامات الموهوبين للإنترنت؟ وما الإشباع المتحققة منها؟، وينفرع من هذا التساؤل الرئيس السابق عدة أسئلة فرعية كالتالي:

١. ما معدلات وأنماط تعرض الموهوبين لمواقع الإنترنت؟
٢. ما هي الظروف التي تجعل الموهوبين يستخدمون الإنترنت أكثر من المعتاد؟
٣. ما المواقع التي يفضلها الطلاب الموهوبين في شبكة الإنترنت؟

الدراسات السابقة:

نظراً لأهمية الدراسات السابقة للاستدلال على المشكلة البحثية ستعرض الباحثة لمحورين في تناولها للدراسات السابقة:

١ المحور الأول دراسات تناولت علاقة الأطفال بشبكة الإنترنت:

١. دراسة نجوى عبدالسلام (١٩٩٨) بعنوان "أنماط ودوافع استخدام الشباب المصري لشبكة الإنترنت: دراسة استطلاعية". هدفت الدراسة إلى التعرف على استخدامات الشباب المصري للإنترنت ودوافعهم إلى ذلك. وتدرج هذه الدراسة تحت الدراسات الوصفية وقد استخدمت منهج المسح بالعينة واعتمدت الدراسة على أداة صحيفة الاستبيان تم تطبيقها على عينة عمدية مكونة من ١٤٩ مفردة تتراوح أعمارهم من (١٨-٣٥) سنة. وتوصلت الدراسة إلى عديد من النتائج من أهمها ما يلي: وجود تنوع في استخدامات المبحوثين لهذه الشبكة، تتراوح ما بين استخداما وسيلة للحصول على معلومات علمية ٦١%، وفنية ٤٠,٣%، ورياضية ٢٦,٢%، ومعلومات سياسية واقتصادية ١٨,٨%. وحول مكان استخدام الشباب لشبكة الإنترنت، فقد ذكر ٥٢% منهم بأن لديهم اشتراكات شخصية، و٢١% يتصلون بها من مقاهي الإنترنت، و١٥% من أماكن أخرى، مثل: المراكز العلمية، والجامعات. وتوصلت الدراسة، كذلك، إلى أن دوافع استخدام الشباب لشبكة الإنترنت قد تركز أهمها في الحصول على المعلومات، يليها التسلية والترفيه من أجل إقامة صداقات مع الآخرين، وشغل وقت الفراغ، وحب الاستطلاع، وأخيراً تجربة كل جديد. وتتفق الباحثة مع هذه الدراسة أن الحصول على المعلومات من أهم وأعظم استخدامات الإنترنت.

٢. دراسة ميرفت الطرابيشي (١٩٩٩) بعنوان "العوامل المؤثرة في تعرض الشباب المصري للمواقع الإلكترونية على الإنترنت". هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على مدى تأثير التعرض للمواقع الإلكترونية على شبكة الإنترنت بمتغيرات الجنس والموهل والمهنة والمستوى الاقتصادي، على أنها متغيرات مستقلة وربطها بالعديد من المتغيرات التابعة (مدى التعرض، درجة الاعتماد على معلومات الإنترنت ومصداقيتها، مقابل معلومات وسائل الاتصال الأخرى)، وكذلك التعرف على دوافع التعرض، وخصائصه، للكشف في النهاية عن العوامل المؤثرة في تعرض الشباب للمواقع الإلكترونية على الإنترنت. وتوصلت الدراسة إلى عديد من النتائج من أهمها ما يلي: بلغ إجمالي الذين يتعرضون للمواقع الإلكترونية على الإنترنت بانتظام ٥٨,٧% مقابل ٤١,٣% للذين لا يتعرضون بانتظام. جاء التعرض للمواقع الإلكترونية في الإنترنت لمتابعة الأخبار السياسية، والأحداث العالمية بنسبة ١٧,٦%، ثم للتسلية والترفيه بنسبة ١٣,٥% ثم الترفيه ١٢,٤%، ثم استخدامات البريد الإلكتروني بنسبة ١١,٦%، ثم ضرورات العمل ٦,٣%، ثم تمكن من متابعة الأخبار الاقتصادية بنسبة ٦%، والتعرف على أحدث

بالمقارنة باستخدام وسائل اتصالية تكنولوجية أخرى مثل: التلفزيون، الفيديو، DVD، الراديو والتلفزيون المحمول، حيث جاء التلفزيون ٩٣% مع عينة الدراسة يستخدمونه بانتظام، والراديو ٨١% من العينة يستخدمونه بانتظام، في مقدمة الوسائل التي يستخدمها أفراد العينة. لنتائج تأثير استخدام الإنترنت، فالرجال أكثر استخداماً للإنترنت في المعاملات البنكية والمالية وتنزيل البرامج والأفلام والإعلام والموسيقى والصور وتأييد صفحات الويب. أكدت الدراسة كذلك على أن استخدام الإنترنت جاء لتأكيد اهتمامات موجودة أكثر من خلق اهتمامات جديدة، فضلاً عن تصدر الجوانب الترفيهية والحياتية لأهم مجالات استخدام الشباب للإنترنت.

٧. دراسة فالكنبرج وبيتر Valkenburg & Peter (2008) بعنوان "التفاعل الاجتماعي للمراهقين على الإنترنت ومفهوم الذات" أجريت هذه الدراسة على عينة من المراهقين الهولنديين في المرحلة العمرية من (١٠-١٧) سنة، وافترض الباحثان أن المراهقين الذين يعانون من الشعور بالوحدة والقلق الاجتماعي غالباً ما يستخدمون الإنترنت لإثبات هويتهم بدرجة أكثر من غيرهم، وطرح الباحثان سؤالاً بحثياً تمثل في إلى أي مدى يمكن أن يكون هناك فروق بين الذكور والإناث. وتوصلت الدراسة إلى عديد من النتائج من أهمها ما يلي: أن الشعور بالوحدة والقلق من التفاعل الاجتماعي لدى أفراد العينة كان مؤشراً إيجابياً على إفصاح المراهقين عن ذاتهم على الإنترنت مع الأشخاص الآخرين، واتضح أن الإناث أعلى في مستوى الشعور بالوحدة والقلق من التفاعل الاجتماعي عن الذكور، ولم يتضح فروق بين الذكور والإناث في إثبات هويتهم للآخرين من خلال الإنترنت.

II المحور الثاني دراسات تناولت الأطفال الموهوبين:

١. دراسة سوزان القليني (١٩٩٧) بعنوان "دور التلفزيون في تنمية المواهب لدى الأطفال الموهوبين" هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على دور التلفزيون في تنمية مواهب الأطفال الموهوبين، وطبقت الدراسة على عينة عمدية قوامها ١٧٦ مفردة من أطفال المدارس (الحكومية-تجريبية-لغات-خاصة). ولقد خرجت الدراسة بعدد من النتائج من أهمها: أن أكثر من نصف عينة الدراسة من الأطفال الموهوبين ٥٥,٧% لا يعتمدون على التلفزيون كوسيلة لاكتساب المعلومات. أن التلفزيون يمثل مصدراً رئيسياً للمعلومات لدى ٨٦,٥% من الأطفال ذوي المستوى الاقتصادي والاجتماعي المنخفض. أن الأطفال الموهوبين لهم قدرة عالية على فهم المعلومات المقدمة لهم من التلفزيون. ذكر ٥١,٧% من الأطفال أن التلفزيون لا يقدم لهم سوى مضامين قليلة تساعدهم على تنمية مواهبهم.

٢. دراسة محمد عبدالحميد (٢٠٠١) بعنوان "دور التلفزيون المصري في تحقيق احتياجات الأطفال الموهوبين" هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على احتياجات الأطفال الموهوبين ودور التلفزيون المصري في تحقيق هذه الاحتياجات، وذلك سعيًا لإنشاء قاعدة من البيانات والمعلومات عن الأطفال الموهوبين في مصر، الأمر الذي يمكن أن يساعد الخبراء والمتخصصين في وضع خطط واستراتيجيات رعاية الأطفال الموهوبين على أساس من الاستبصار الكامل باحتياجاتهم ومتطلباتهم. وتوصلت الدراسة إلى عديد من النتائج الهامة كما يلي: أظهرت نتائج تحليل المضمون أن الزمن الذي استغرقته الاحتياجات الإعلامية للأطفال الموهوبين في البرامج الموجهة إليهم والتي خضعت لتحليل المضمون يصل إلى (٤، ٤٢، ٤٤، ٥٥) أي بنسبة ٣٧,٥%. التلفزيون قدم ثمانية احتياجات إعلامية للطفل الموهوب، جاء في مقدمتها الحاجة إلى القدرة على القراءة والحاجة إلى التعبير عن الذات. بينما أشارت نتائج الدراسة المسحية إلى أن أهم احتياجات الأطفال الموهوبين من برامج التلفزيون قد تمثلت في ثمانية احتياجات، جاء في مقدمتها الحاجة إلى المعرفة، والحاجة إلى التوجيه والنصح، التلفزيون لا يقدم للأطفال الموهوبين أية برامج تساعدهم على تنمية مواهبهم. أهم مصادر معلومات الأطفال الموهوبين في تنمية مواهبهم الكتي ثم الأساتذة فالتلفزيون فالكومبيوتر ثم الأسرة، ثم الراديو والجراند والمجلات.

٣. دراسة ليلي حسين (٢٠٠٤) بعنوان "استخدامات الأطفال الموهوبين لتكنولوجيا الاتصال" هدفت الدراسة إلى التعرف على الدور الذي تقوم به وسائل الاتصال في حياة الأطفال الموهوبين، من خلال التعرف على استخداماتهم لبعض وسائل

الاكتشافات العلمية بنسبة ٥,٢%، ومعرفة أخبار شركات الحاسب الآلي بنسبة ٣,٨%. وبحكم العادة والتخلص من الملل كانت النسبة ٣,٧% من جملة أسباب تعرض الشباب المصري للمواقع المنشورة على الإنترنت. وقد اتفقت ميرفت مع نجوى عبدالسلام من حيث النتيجة التي توصلت إليها بخصوص تعرض الشباب المصري للمواقع بهدف الحصول على التسلية والترفيه والتعليم والتثقيف والمحادثة مع الآخرين من خلال الحجرات المخصصة لذلك.

٣. دراسة باباشارزي وروبين (2000) Papachariss & Robin بعنوان "محددات استخدام الإنترنت" هدفت الدراسة إلى تحديد محددات ومؤشرات استخدام الإنترنت على عينة من (٢٧٩) طالباً جامعياً، تكونت العينة ٥٨,٨% من الإناث ٤١,٢% من الذكور وتم سؤالهم حول استخدامهم للإنترنت، وتم قياس متغيرات دوافع استخدام الإنترنت وعمر المبحوث والاستعداد للاتصال والوجود الاجتماعي والاتجاه نحو الإنترنت وكيفية استخدام الإنترنت ومدة الاستخدام والرضا عن الحياة. وتوصلت الدراسة إلى عديد من النتائج من أهمها أن المبحوثون اعتادوا استخدام الإنترنت كوسيلة للحصول على المعلومات والتسلية وقضاء وقت الفراغ، وعلى العكس فإن هؤلاء الذين لديهم قلق من الاتصال.

٤. دراسة يحي جادالله (٢٠٠١) بعنوان "الإفادة من الإنترنت في مصر- دراسة تحليلية لاستنباط أسس استراتيجية وطنية" هدفت الدراسة إلى التعرف على أهداف الإنترنت ومسارات تطورها ومكوناتها الأساسية وخدماتها وتقنيات الاتصال وأثرها في تشكيل الوعي، كذلك بحث انعكاسات الإنترنت على نظام الاتصال بكل أبعاده وتدفق المعلومات العلمية، وعلى المكتبات ومرافق المعلومات، كذلك التحقق من أنماط الإفادة والتعامل مع شبكة الإنترنت في مصر، ووضع أسس للتعامل مع المعلومات في مصر بوجه خاص تتفق وظروف المجتمع المعلوماتي بمصر. واستخدم الباحث المنهج التاريخي لدراسة تاريخ شبكة الإنترنت، والمنهج المسحي الميداني والذي يهدف لتقرير خصائص ظاهرة معينة، ودلت نتائج الدراسة على أن مجتمع الإنترنت في مصر مؤهل تأهيلاً جامعياً بنسبة ٩٢% وعند محدود للغاية بنسبة ٨% لا يزالون بالدراسة، ويجيد مجتمع الإنترنت في مصر مجموعة من اللغات في مقدمتها الإنجليزية ثم الفرنسية ثم الألمانية فالألمانية، وأن مجتمع الإنترنت في مصر يتكون من ٣٥ و ٥٦% ذكور، و ٤٣% إناث.

٥. دراسة سووثوك (2002) Southwick بعنوان "استخدام الإنترنت، الأداء الأكاديمي، والانتماء الاجتماعي للأطفال في سن المدرسة المتوسطة" هدفت الدراسة إلى فحص تأثير كمية وعرض استخدام الإنترنت، والمقصود من ذلك "البريد الإلكتروني، مواقع الحوار، الرسائل السريعة، الألعاب المتبادلة...، على الأداء المدرسي والتي تقاس بواسطة مستوى فعلي له نقاط تم تحصيلها من سجلات مدرسية، وكذلك الانتماء الاجتماعي مقاساً بالمعلومات الشخصية بالنظر إلى التفاعل الحالي والماضي مع الأسرة والأصدقاء، وكذلك المشاركة في أنشطة المدرسة، الرياضات، والأنشطة الغير منهجية الأخرى، ودلت نتائج الدراسة على: الاستخدام المفرط للإنترنت يمكن أن يكون مدمراً من الناحية الاجتماعية نتيجة نقص الوقت المنقضى مع الأسرة والأصدقاء، وكذلك الأنشطة الاجتماعية المتعلقة بذلك. والاستخدام المفرط للإنترنت قد يكون له تأثير سلبي على الناحية الأكاديمية من حيث الأداء نتيجة لزيادة الوقت المنقضى في الأنشطة الغير اجتماعية على الإنترنت. استخدام الطلاب للإنترنت لا يؤثر على الأداء الأكاديمي أو أدائهم الاجتماعي، ومع ذلك يوجد تأثير مدرسي متناغم (متناسك) على الأداء الأكاديمي للطلاب، بالإضافة إلى الاختلافات الجوهرية في الإنترنت وأجهزتها، وكمية ونوع استخدام الإنترنت بين الطلاب.

٦. دراسة نيل سيلف & ستيفن جوراد (2005) Neil Selvyn & Gorad بعنوان "فحص عدم استخدام المراهقين للإنترنت في الحياة اليومية" هدفت الدراسة إلى التعرف على استخدام الشباب في غرب إنجلترا للإنترنت في الحياة اليومية، حيث تم سؤالهم عن: معدل الاستخدام اليومي ولأي أغراض وعلاقة الاستخدام بالظروف الاجتماعية والاقتصادية، وتوصلت الدراسة إلى أن ٩٢% من الشباب من عينة الدراسة يستخدمون الإنترنت سواء في المنزل، أو منازل أقاربهم أو أصدقائهم أو في الأماكن العامة. يُعد استخدام الإنترنت هو النشاط الأقل، وذلك

المتحققة منها.

مصطلحات الدراسة:

- ١٢ الاستخدامات Uses: لغوياً الاستخدام في اللغة العربية مأخوذ من: (استخدم الرجل غيره استخدمه استخداماً) فهو مستخدم، والآخر مستخدم أي اتخذه خادماً، طلب منه أن يخدمه. واستخدم الإنسان الآلة أو السيارة استعمالها في خدمة نفسه.
- اصطلاحاً: هو استعمال شيء ما أداة أو وسيلة أو عدة أشياء، واستغلالها لتلبية حاجات معينة لدى الأفراد في حياتهم.
- إجرائياً: ونقصد بمصطلح الاستخدام في هذه الدراسة كيفية تعامل المراهقين مع مواقع الانترنت، وكذا تصفحه من خلال عادات وأنماط الإرفاق والمشاركة والتحميل.
- ١٣ مفهوم الموهبة: Giftedness Concept تختلف تعريفات الموهبة وفقاً لوجهة النظر التي يتناولها التعريف، ويمكن تقسيمها إلى ثلاث مجموعات هي: المجموعة الأولى: تعرف الموهبة على أنه قدرات عقلية فائقة تزيد عن ١٤٠ درجة على مقياس وكسلر للذكاء. المجموعة الثانية: تعرف الموهبة على أنها قدرة خاصة في مجالات معينة، مثل الموهبة في الموسيقى، أو الموهبة الرياضية، أو الموهبة اللغوية، وغيرها من الموهب المختلفة. المجموعة الثالثة: تعرف الموهبة على أنها عبارة عن قدرات شاملة التفوق في المواهب العامة والتفوق في القدرات العقلية معاً.
- والموهبة هي: "استعداد فطري يمنحه الخالق لفة محددة من البشر بقدرة عالية على أداء أعمال لا يستطيع من هم في نفس أعمارهم ودرجة تعلمهم وظروفهم عن أدائها في كافة مجالات الحياة التي يقدرها المجتمع، ويمكن لأي موهبة أن تنمي إذا أحيطت بالاهتمام والرعاية السليمة في ظل أسس علمية محددة". وأشار إليها المورد على أنها القدرة، وترجمتها في الإنجليزية Giftedness.
- معناها اللغوي كما ورد في المعاجم العربية أخذ من الفعل (وهب) أي أعطى شيئاً مجاناً، فالموهبة إذن هي العطية للشيء بلا مقابل.
- أما المعنى الاصطلاحي لهذا المفهوم فكان أول من استخدمه وتحدث عن الموهبة والعبقرية والتفوق العقلي فهو ثيرمان (١٩٢٥) حيث قام بدراسته المشهورة عن الموهوبين ثم تلتها الباحثة لينا هونجروت (١٩٣١) والتي عرفت الطفل الموهوب: بأنه ذلك الطفل الذي يتكلم بقدرة وسرعة تفوق بقية الأطفال في كافة المجالات فالموهبة إذن استخدمت لتدل على مستوى عال من القدرة على التفكير والأداء، وقد ظهرت اختلافات بين الباحثين حول الحد الفاصل بين الموهوب والعاقد من الأطفال من حيث الذكاء، فقد بلغ هذا الحد عند ثيرمان ١٤٠ فأكثر وعند هونجروت ١٣٠ فأكثر حين نجده عند تراكسلر تدنى على ١٢٠ فأكثر.
- ١٤ الأطفال الموهوبين Gifted Children: هم الأطفال الذين تتوفر لديهم الاستعدادات والقدرات الخاصة التي تساعدهم على جعل أدائهم أداءً متميزاً ومميزاً عن الأطفال العاديين ممن هم في نفس أعمارهم وظروفهم، ومن ثم يستطيعون أن يحققوا في هذا المجال ما لا يستطيع نظرائهم من الأطفال العاديين تحقيقه.
- إجرائياً: يُعرف الطفل الموهوب إجرائياً بأنه: هو الطفل الذي يُظهر قدرة عالية على الإبداع ويُظهر أداءً مرموقاً بصفة مستمرة في أي مجال من المجالات الخاصة كالقدرة المعرفية أو التفكير أو الموسيقى أو الفنون أو المهارات الاجتماعية. فالموهبة هي: قدرة فوق متوسطة في مجال أو أكثر من مجالات الاستعداد الإنساني". أما المنفوق فهو: "أداء فوق متوسط في مجال أو أكثر من مجالات النشاط الإنساني".
- ١٥ الإشباع Gratifications: الإشباع هو إرضاء رغبة أو بلوغ هدف أو خفض دافع، وتدل الكلمة أيضاً على الحال الذي يتم فيه ذلك، ويعني الإشباع في نظرية التحليل النفسي، خفض التنبيه والتخلص من التوتر فالتركم والتنبيه يولد إحساساً بالألم، ويدفع الجهاز إلى العمل لكي يحدث مرة أخرى حالة إشباع يدرك فيها خفض للتنبيه كأنه لذة.
- ١٦ الانترنت Internet: والانترنت عبارة عن طريق سريع لتبادل المعلومات بين الأفراد عبر الدول والبلدان المختلفة بسرعة فائقة، فالانترنت هو وسيلة اتصال تربط بين مجموعة من الحواسيب في شبكة واسعة الانتشار عبر أنحاء العالم وتخدم الأفراد والهيئات والمؤسسات المختلفة في نقل المعلومات والمعارف عبرها، بحيث تراكب الانفجار المعلوماتي الهائل في شتى مجالات الحياة، من خلال التنقل الحر فيها، ويُعد كل شخص مسؤولاً مسؤولة كاملة عن جهازه وكيفية تطويره لتلك الشبكة لخدمته حيث تدار بواسطة الأفراد المستخدمين لها مما يوفر لهم الوقت والجهد ويضفي عليهم نوعاً أكثر من الإثارة والتشويق في التعامل معها.

الاتصال (راديو، تلفزيون، جرائد، مجلات، انترنت)، ودوافع هذه الاستخدامات والاشباع المتحققة منها، وأشارت نتائج الدراسة إلى أن التلفزيون يعتبر الوسيلة الأولى التي يحرص الموهوبين على التعرض لها بصورة دائمة أكثر من الوسائل الأخرى. وجاءت المسلسلات والأفلام في مقدمة الموضوعات التي يفضل الموهوبين مشاهدتها في التلفزيون يليها البرامج المخصصة للأطفال الموهوبين. كما تشير النتائج إلى أن الموضوعات المخصصة للأطفال الموهوبين هي أكثر الموضوعات التي يحرص الأطفال على قراءتها في الجرائد والمجلات. بالإضافة إلى أن الكمبيوتر هو أكثر الوسائل الاتصالية التي يستخدمها الأطفال الموهوبين بحث عن تعلم حاجات جديدة واكتساب مهارات جديدة تساعدهم على تنمية وصقل مواهبهم، في حين يعتبر الراديو أقل الوسائل التي يمكن أن يتعلم من خلالها الأطفال الموهوبين.

٤. دراسة جاكلين يوسف (٢٠٠٩) بعنوان "سمات الشخصية لدى الأطفال ذوي صعوبات التعلم الموهوبين". هدفت هذه الدراسة إلى معرفة سمات الشخصية لدى الأطفال ذوي صعوبات التعلم الموهوبين في ضوء بعض سماتهم الشخصية. وتوصلت الدراسة إلى عديد من النتائج من أهمها ما يلي: توجد فروق ذات دلالة احصائية بين درجات الأطفال العاديين والأطفال ذوي صعوبات التعلم، والأطفال ذوي صعوبات التعلم الموهوبين في أبعاد النمو الجسمي الحركي، والنمو الحسي، والنمو العقلي المعرفي، والنمو اللغوي، والنمو الاجتماعي، والنمو الخلفي، والنمو الانفعالي لصالح الأطفال ذوي صعوبات التعلم الموهوبين. يمكن التنبؤ بالأطفال ذوي صعوبات التعلم الموهوبين في ضوء بعض سماتهم الشخصية.
٥. منال محروس (٢٠١١) بعنوان "دور برامج الأطفال في التلفزيون المصري في إبراز قدرات الأطفال الموهوبين وإشباع احتياجاتهم- دراسة تحليلية" أوضحت الدراسة أن برامج الأطفال في التلفزيون المصري في إبراز قدرات الأطفال الموهوبين وإشباع احتياجاتهم كهدف رئيسي، وينبثق من هذا الهدف عدد من الأهداف الفرعية؛ منها التعرف على: الأهداف الإعلامية التي تقدمها برامج الأطفال الموجهة للموهوبين بالتلفزيون المصري لإشباع احتياجات الأطفال الموهوبين. كذلك التعرف على أنواع المواهب التي تقدمها برامج الأطفال الموجهة للموهوبين بالتلفزيون المصري. وتوصلت الدراسة إلى أن موهبة الغناء جاءت في الترتيب الأول، وتلتها موهبة الرسم في الترتيب الثاني، ثم موهبة العزف في الترتيب الثالث، بعدها موهبة الشعر في الترتيب الرابع، وفي الترتيب الخامس تأتي موهبة الأشغال الفنية والزجل.
٦. دراسة أشرف مصطفى (٢٠١١) بعنوان "صورة ذوي الاحتياجات الخاصة الموهوبين في الأفلام السينمائية العربية والأجنبية المبثثة من خلال التلفزيون" استهدفت الدراسة التعرف على إيجابية أو سلبية الصورة المقدمه عن الأطفال والشباب ذوي الاحتياجات الخاصة الموهوبين في الأفلام السينمائية عن دور الأطفال والشباب ذوي الاحتياجات الخاصة الموهوبين في الأفلام السينمائية العربية والأجنبية. وتوصلت الدراسة إلى عديد من النتائج من أهمها ما يلي: جاءت مشاهد الموهبة للأطفال والشباب ذوي الاحتياجات الخاصة الموهوبين لمدة ساعة فأكثر بنسبة ٦٩,٥٦% من إجمالي عينة الدراسة. احتلت المواهب الفنية من غناء ورسم وتمثيل، تصوير، لنوع موهبة أطفال وشباب ذوي الاحتياجات الخاصة الموهوبين النصيب الأكبر من إجمالي عينة أفلام الدراسة بنسبة ٤٧,٨٣% بينما احتلت المواهب الاجتماعية النصيب الأصغر من المواهب الأخرى بنسبة ٤٠,٣٥%. ظهرت الأدوار التي تجمع بين الإيجابي والسلبي بنسبة ٣٩,١٣%، في حين ظهرت الأدوار السلبية لشخصيات الأطفال والشباب ذوي الاحتياجات الخاصة الموهوبين في عينة أفلام الدراسة بنسبة ٤٠,٣٥%. حظت مشاهد الموهبة للأطفال والشباب ذوي الاحتياجات الخاصة الموهوبين في الأفلام السينمائية (عينة الدراسة) لمدة ساعة فأكثر بنسبة ٦٩,٥٦% من إجمالي عينة الدراسة.

الاستفادة من الدراسات والبحوث السابقة:

أفادت الدراسات السابقة في بلورة الفروض والتساؤلات، وتحديد المصطلحات، واستخدام الأدوات المناسبة، وكذلك تحديد بعض متغيرات الدراسة الحالية، التي تحكم العلاقة بين استخدامات عينة من الموهوبين المراهقين لمواقع الانترنت والإشباع

من المضمون ولوسيلة اتصالية معينة لأشباع حاجاته من المعلومات، والمعرفة، وجميع أشكال التعلم.

٢. دوافع طقوسية Ritualized Motives: وتهدف تمضية الوقت والتنافس، والاسترخاء والهروب من الروتين اليومي، والمشكلات. توقعات الجمهور من وسائل الاعلام Expectations: يتوقع الأفراد من وسائل الإعلام إشباعاً لحاجاتهم، وتقوم هذه التوقعات على الأصول النفسية والاجتماعية لهؤلاء الأفراد.

استخدام الجمهور لوسائل الإعلام: يشير (سيفن وندهال) إلى أن الاستخدام ربما يشير إلى عملية معقدة، تتم في ظروف معينة، يترتب عليها تحقيق وظائف ترتبط بتوقعات معينة للإشباع، ولذلك فإنه لا يمكن تحديده في إطار مفهوم التعرض فقط، ولكن يمكن وصفه في إطار كمية المحتوى المستخدم، نوع المحتوى، العلاقة مع وسيلة الاعلام، طريقة الاستخدام، وعلى سبيل المثال تحديد ما إذا كان الاستخدام أولياً أو ثانوياً.

تطبيق النظرية على موضوع الدراسة: إن مدخل الاستخدامات والإشباع من المداخل النظرية التي ترى أن مستخدمى وسائل الإعلام يختارون بأنفسهم الوسائل الإعلامية التي يتعرضون إليها، وأنهم ناشطون في البحث عن وسائل الإعلام لإشباع احتياجاتهم، من خلاله مجموعة متنوعة من الاستخدامات، ويساعد هذا المدخل في تقديم إطار مفيد لدراسة الاتصال عبر الانترنت، كما أنه يعطى رؤية محددة عن طبيعة الاختلاف بين الوسائل التعليمية والوسائل الجديدة.

وهذا الاختلاف نابع من كون أن شبكة الانترنت تتسم بالتفاعلية، أى قدرتها على الاستجابة الفورية لاحتياجات المستخدمين. حيث تدمم بمجالات واسعة من فرص الاتصال، وتمكنهم من التفاعلات التزامنية Synchronous واللاتزامنية Asynchronous مع المستخدمين، واسترجاع المعلومات وتبادلها مع الأفراد والمجموعات بشكل مستمر.

ويرى الباحثون أن شبكة الانترنت هي وسيلة قادرة على تمكين المستخدمين من الحصول على المعلومات أو السماهة فيها، وقد غيرت المواقع الشخصية والمدونات من دور المستخدمين من مستهلكين تقليديين للرائل إلى منتجين لها، أما فى وسائل الإعلام التقليدية فإن الاتصال فيها لا يزال أحادي الجانب من الوسيلة إلى الجمهور. وقد ساهم انتشار استخدام شبكة الانترنت بشكل واسع فى إحياء مدخل الاستخدامات والإشباع وتناولها فى دراسات الشبكة، ذلك لأن وسائل الاتصال الحديثة تحتاج إلى جمهور على درجة عالية من النشاط والتفاعلية، مقارنة بوسائل الإعلام التقليدية، فالبريد الإلكتروني وغرف الدردشة يتطلبان جمهوراً نشطاً، كما أن الكثير من المستخدمين يقومون بالبحث عن المعلومات التي يريدونها فى شبكة الانترنت بمجرد تصفح محرك البحث، أو الضغط على الروابط الإلكترونية، وعليه فإن استخدام شبكة الانترنت يتم بهدف محدد، ويترك المستخدمون الاحتياجات التي يريدون إشباعها بشكل محدد، ومن ثم فإن الباحثين قد طبقوا مدخل الاستخدامات والإشباع على وسائل الإعلام الحديثة، واعتبروه مدخلاً نظرياً مفيداً لأنه من جانب يفترض نشاط الجمهور، ومن جانب آخر يرى أن شبكة الانترنت قادرة على تغطية الأنشطة الاتصالية الشخصية والجماعية.

ويُعد مدخل الاستخدامات والإشباع من أنسب المداخل لدراسة استخدام الأطفال الموهوبين للانترنت، نظراً لأن تأثير وسائل الإعلام على الجمهور يتحدد عموماً بكيفية استخدامهم لتلك الوسائل، ودرجة تعرضهم لها، وفى إطار مدخل الاستخدامات والإشباع فإن الباحثة تهدف إلى التعرف على استخدامات الأطفال الموهوبين للانترنت والإشباع المتحققة منها، وقد استفادت تلك الدراسة استفادة كبيرة من إسهامات بحوث الاستخدامات والإشباع، وفروض الدراسة الحالية مشتقة من فروض المدخل.

نوع ومنهج الدراسة:

اعتمدت الدراسة على صحيفة استبيان من إعداد الباحثة، باعتبارها إحدى أدوات جمع البيانات فى إطار منهج المسح لجمع بيانات الدراسة الميدانية، وتم تطبيقها من خلال المقابلة مع المبحوثين، وذلك لضمان حرية المبحوثين فى الإجابة على الأسئلة، والتأكد من فهمهم لها، ومعالجة أى مشكلات قد تطرأ أثناء تطبيق الاستمارة، وذلك على عينة عمدية من الموهوبين موضع الدراسة، للتعرف على استخدامات موقع الانترنت بالنسبة للمراهقين الموهوبين، ودوافع التعرض والإشباع المتحققة. وقامت الباحثة بتصميم استمارة

التعريف الإجرائي للانترنت: تُعرفها الباحثة بأنها: شبكة واسعة تربط بين العديد من أجهزة الحواسيب الآلية، عن طريق خطوط التلفون عضلت أو الأقمار الصناعية، يتم الاتصال بها باستخدام مودم وسيرفر، وتربط العديد من الشبكات غير المحدودة المرتبطة مع بعضها البعض لتبادل المعلومات فى مختلف المجالات (بيانات، أخبار، صور، صوت، تسجيل فيديو، وبرامج إذاعية وتلفزيونية، وحاسوبية) بين كمبيوتر وكمبيوتر آخر.

النظريات التي استندت عليها الدراسة:

فى الدراسة الحالية تم اختيار نظرية "الاستخدامات والإشباع"، كونها من أفضل وأنسب النظريات لموضوع الدراسة، والتي ساهمت فى توجيه الإطار النظرى لهذه الدراسة.

نظرية الاستخدامات والإشباع Uses and Gratifications: تهتم نظرية الاستخدامات والإشباع بدراسة الجماهير دراسة وظيفية منظمة، حيث جاء هذا النموذج كرد فعل لمفهوم قوة وسائل الإعلام الطاغية، فمن خلال منظور الاستخدام لا تعد الجماهير مجرد مستغلين سلبيين لوسائل الاتصال الجماهيرية، وكلهم مشاركون فعالون وإيجابيون فى عملية الاتصال.

أى أن الأفراد يقومون بدور إيجابى ونشط فى العملية الاتصالية، حيث توجد لديهم دوافع تدفعهم إلى استخدام وسائل الاتصال، ومن هنا ظهر مصطلح الاستخدامات كما يفترض أن احتياجات الأفراد يمكن أن تُشبع من خلال التعرض لوسائل الاتصال، وبالتالي ظهر مصطلح الإشباع.

ولعل الأطفال الموهوبين (عينة الدراسة) مثالاً واضحاً على التمايز والاختلاف عن باقى الأطفال، وذلك لامتلاكهم العديد من الخصائص والسمات التي تعطيم بعض الثقافات الفرعية التي يمكنها أن تلعب دوراً فعالاً فى مدى اختلاف دوافع وحاجات التعرض لوسائل الإعلام، الأمر الذى يجب أن يظن إليه كل المسئولين عن وسائل الإعلام.

ومن جانب آخر تتعكس دوافع التعرض إلى وسائل الإعلام وأسباب الاهتمام بالوسائل ومحتواها عدداً وفيراً من الوظائف التي تقوم بها وسائل الإعلام ويكون تحقيقها سبباً لهذا الاهتمام ومعياراً للتفضيل بين الأفراد المتلقين، وهناك العديد من الدراسات التي قامت برصد هذه الوظائف باعتبارها سبباً للاهتمام، أو مدخلاً للرضا والإشباع ودافعاً لاستخدام وسائل الإعلام فى بحوث الاستخدامات والإشباع Uses and Gratification.

وتتلخص أبعاد هذا المدخل فى:

١. الانتقائية (الاختيار) Selectivity: وتعنى قدرة الجمهور على الاختيار من بين وسائل الإعلام المختلفة واختيار المضامين فيها.
٢. تحقيق المنفعة Utilitarianism: يمثل ذلك تجسيدا لاهتمامات الجمهور، حيث يُشبعون مجموعة من الاحتياجات أثناء التعرض لوسائل الإعلام.
٣. العمدية فى الاستخدام Intentionality: إن الجمهور النشط وفقاً لهذا التعريف هم الذين ينغمسون فى عملية إدراكية نشطة من استقبال المعلومات والخبرات فى وسائل الإعلام.
٤. مقاومة التأثيرات غير المرغوبة Resistance to Influence: تركز عملية النشاط على القيود التي يصنعها الجمهور لمنع وصول التأثيرات غير المرغوبة.
٥. المشاركة Involvement: كلما كان الجمهور أكثر متابعة للوسيلة الإعلامية زادت مشاركتهم فيها.

وتظهر المشاركة فى أجلي صورها فى أن مستخدمى مواقع الانترنت سواء "تبادل لقطات الفيديو- التواصل الاجتماعي" فى أنهم صانعو ومنتجو المحتوى الإعلامى المقدم من خلال الموقع إرفاقاً وتعليقاً على المواد التي أرفقها غيرهم. ويتمثل تطوير نموذج الاستخدامات والإشباع فى دراسات الإعلام الجديدة فى عدة أمور منها: من خلال منظور الاستخدامات لا تعد الجماهير مجرد مستغلين سلبيين لوسائل الاتصال الجماهيري، وإنما يختار الأفراد بوعي وسائل الاتصال التي يرغبون فى التعرض لها، ونوع المضمون الذى يلبي حاجاتهم النفسية، والاجتماعية من خلال قنوات المعلومات، والتزفيه المتاحة.

أما عن الدوافع فيقسمها روبن (Robin) إلى فئتين هما:

١. دوافع وظيفية (فعية) Instrumental Motives: تعنى اختيار الفرد لنوع معين

الأشياء طوال اليوم، فيكتسب الإنترنت وسيلة للاتزامانية، وبالتالي يستطيع المراهق الموهوب التبحر فيه في الوقت الذي يحدده هو، وليس الوسيلة نفسها.

يعتبر الإنترنت مصدراً مهماً للكشف عن القضايا والمشكلات الغائبة، والتعبير عن الآراء ووجهات النظر، وكلما زاد استخدام الإنترنت بين المبحوثين أدى ذلك إلى ارتفاع مستويات المشاركة والمساهمة والاستخدام واتساع دائرة التعبير عن الرأي من خلال ما يُشاركه البعض.

ويرجع ذلك إلى أن سهولة استخدام الإنترنت وتعدد الموضوعات المطروحة فيه، وتنوعها، يلقى قبولا لدى المراهقين الموهوبين، فهم لا يشعرون بالملل أثناء استخدامهم للإنترنت، وتصفحهم لصفحاته مما يجعلهم يستمرون في الاستخدام والتنقل من صفحة لأخرى، تلبية رغبته دون عناء.

المراجع:

- الحسن محمد الذاري: "استخدامات الشباب اليمنى للصحف الإلكترونية والإشباع المتحققة- دراسة ميدانية"، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة أسيوط: كلية الآداب، قسم الإعلام، ٢٠١١)، صص ١٢١-١٢٢.
- السيد بخيت: "الإنترنت: وسيلة اتصال جديدة، الجوانب الإعلامية والصحفية والتعليمية والقانونية"، (العين: دار الكتاب الجامعي، ٢٠٠٤)، ص ٢٨.
- أشرف مصطفى أحمد شلبي: "صورة نوى الاحتياجات الخاصة الموهوبين في الأفلام السينمائية العربية والأجنبية المبثثة من خلال التلفزيون"، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة عين شمس، معهد الدراسات العليا للطفولة، قسم الإعلام وثقافة الطفل ٢٠١١).
- سوزان يوسف القليني: "دور التلفزيون في تنمية المواهب لدى الأطفال الموهوبين"، بحث مقدم في مؤتمر طفولة مشرقة، في الفترة من ٣-٤ أبريل، (القاهرة: مركز الدراسات العليا، جامعة عين شمس، ١٩٩٧)، صص ١٢٤-١٢٩.
- ليلى حسين السيد: "استخدامات الموهوبين لتكنولوجيا الاتصال- دراسة مسحية"، المؤتمر العلمي السنوي العاشر، الجزء الأول، في الفترة من ٤-٦ مايو، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، ٢٠٠٤)، صص ١٩٩-٢٠٦.
- محمد عبد الحميد السيد عبد الحميد. "دور التلفزيون المصري في تحقيق احتياجات الأطفال الموهوبين"، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة عين شمس: معهد الدراسات العليا للطفولة، قسم الإعلام وثقافة الطفل، ٢٠٠١).
- منال محروس محمود إسماعيل. "دور برامج الأطفال في التلفزيون المصري في إبراز قدرات الأطفال الموهوبين وإشباع احتياجاتهم. دراسة تحليلية"، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة عين شمس، معهد الدراسات العليا للطفولة، قسم الإعلام وثقافة الطفل ٢٠١١).
- نجوى عبدالسلام. "أنماط ودوافع استخدام الشباب المصري لشبكة الإنترنت.. دراسة استطلاعية"، المؤتمر الرابع لكلية الإعلام، الإعلام وقضايا الشباب، ٣٥-٢٧ مايو ١٩٩٨، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام)، صص ٩٣-٩٤.
- يحي جاد الله إبراهيم: "الإفادة من الإنترنت في مصر- دراسة تحليلية لاستنباط أسس استراتيجية وطنية"، رسالة دكتوراه غير منشورة، (جامعة القاهرة: كلية الآداب، قسم المكتبات، ٢٠٠١).

- Arthur Asa Berger, (1995): "Essentials of Mass Communication Theory", London, SAGE Publication, p. 100.
- Burt, Cyril, (1975): "The Gifted", New Yourk: Johan Wiley& Sons.
- Dan Li, "Why do blog: A uses and Gratifications inquiry into Bloggers Motivations", unpublished (M. A, Milwaukee, Wisconsin: M. Marquette University, 2009). P. 11.
- Daviel. P Hallahan and Games M. Kauffman: **Exceptional Children**, sixth edition, Allyn and Bacon, U. S. A, 1998, P. 488.
- Deborah S. Chung, "Blogging Activity among Conserpatients and their Companions uses, Gratification, and Predictors of out comes", In: **Journal of American Society for Information Science and Technology**. Vol (59), No (2), January 2009. P. 298.
- Denis Mcquail, (1994): "Mass Communication Theory An Introduction",

الاستبيان وفقا لمحاور تحدها فرضيات الدراسة والمدخل النظرى "الاستخدامات والإشباع".

عينة الدراسة:

عينة عمدية من المستخدمين لشبكة الإنترنت قوامها ١٠٠ مبحوثاً (٥٠ من الذكور، و٥٠ من الإناث)، في المرحلة العمرية (١٢-١٥) سنة، أى ما يقابل مرحلة المراهقة.

حدود الدراسة:

الحدود الموضوعية: اقتصرت الدراسة على التعرف على استخدامات الأطفال الموهوبين للإنترنت، والإشباع المتحققة منها، وقد تناولت الدراسة فترة المراهقة الوسطى (١٢-١٥) سنة، ولم تتطرق لباقي فترات المراهقة.

الحدود المكانية: تقتصر الدراسة على عينة من الموهوبين من طلاب المرحلة الاعدادية، ممن يقعون في المرحلة العمرية من (١٢-١٥) سنة، وذلك لصعوبة إجراء الدراسة الميدانية على المجتمع الأصلي للموهوبين في كل محافظات مصر، حيث يتطلب ذلك مدة طويلة من الوقت تتعدى الوقت الممنوح للدراسة، إلى جانب فريق كبير من الباحثين، وتكاليف لا يتحملها باحث بمفرده، علاوة على تشابه خصائص الأفراد في مرحلة المراهقة، وإمكانية تمثيل العينة لفئات النوع وغيرها داخل محافظة القاهرة.

الحدود الزمنية: اقتصرت الدراسة على تطبيق استمارة الاستقصاء على عينة الموهوبين خلال الفترة من (٢٠١٣/٣/٢٧ - ٢٠١٣/٢/٢٧) بحيث تتزامن فترة جمع البيانات مع حداثه القضايا موضوع الدراسة، بما يمكن من الخروج بنتائج سليمة قابلة للتطبيق.

نتائج الدراسة:

توصلت الدراسة إلى النتائج الآتية:

توجد علاقة ارتباطية دالة احصائياً عند مستوى دلالة ٠,٠٠١ بين الدوافع الطوقسية لاستخدام المبحوثين للإنترنت والإشباع الاجتماعية المتحققة لهم.

المتغيرات	الإشباع الاجتماعية		الإشباع التوجيهية	
	معامل الارتباط	الدلالة	معامل الارتباط	الدلالة
الدوافع الطوقسية	٠,٨٩٩	٠,٠٠١	٠,٦١١	٠,٠٠١
الدوافع النفعية	٠,٥٣٠	٠,٠٠١	٠,٧٨٩	٠,٠٠١

كما توجد علاقة ارتباطية دالة احصائياً عند مستوى دلالة ٠,٠٠١ بين الدوافع النفعية لاستخدام المبحوثين للإنترنت والإشباع الاجتماعية المتحققة لهم.

المتغيرات	الدوافع النفعية		الدوافع الاجتماعية	
	معامل الارتباط	الدلالة	معامل الارتباط	الدلالة
معدل استخدام المبحوثين للإنترنت	٠,٥٩٩	٠,٠٠٥	٠,٣٨٨	٠,٠٠٥

توجد علاقة ارتباطية دالة احصائياً عند مستوى دلالة ٠,٠٠١ بين الدوافع الطوقسية لاستخدام المبحوثين للإنترنت والإشباع المتحققة لهم.

المتغيرات	الإشباع الاجتماعية		الإشباع التوجيهية	
	معامل الارتباط	الدلالة	معامل الارتباط	الدلالة
معدل استخدام المبحوثين للإنترنت	٠,٩٤٢	٠,٠٠١	٠,٦٤٤	٠,٠٠٥

وتوجد علاقة ارتباطية دالة احصائياً عند مستوى دلالة ٠,٠٠١ بين الدوافع النفعية لاستخدام المبحوثين للإنترنت والإشباع التوجيهية المتحققة لهم.

فاستخدام الإنترنت يسمح للمتلقى بأكبر قدر من التفاعل والمشاركة، بقدر حاجاته واهتماماته، فجمهور الإنترنت أكثر مشاركة وتفاعلية في العملية الاتصالية، ويتخذون قرارهم بالاستخدام عن وعى كامل بالحاجات ومدى إشباعها.

تختلف الحاجات بتطور المرحلة العمرية، ودوافع النمو فيها، التي تجعل المراهق الموهوب يستخدم الموضوعات المختلفة على الإنترنت لمحاولة فهم الذات والعالم المحيط به، والتسلية والترفيه.

فالراهقون الموهوبون جمهور نشط يسعى أفراداه إلى التعرض واستخدام الإنترنت ويختارون المضمون المقدم من هذه الوسيلة الإعلامية، إذ يستخدمون ما يُشبع احتياجاتهم ويلبى رغباتهم، وكلما كان مضمون معين قادراً على تلبية احتياجات الأفراد كلما زادت نسبة اختيارهم له.

أن استخدام المبحوثين للإنترنت لا يأتي مصادفةً، وإنما يكون نابع من وجود بعض الدوافع قد تكون معرفية، للتعرف على الأحداث الجارية، أو الحصول على معلومات ثقافية عامة، أو علمية متخصصة، وقد يكون الدافع وراء استخدام الإنترنت للمبحوثين توفر هذه

- London, SAGE Publication, pp. 316- 317.
16. Frederick Williams, (1984): "**The New Communication**", California, Wadsworth publishing Company, pp. 70-71.
 17. Hawared, Wiliam& Orlansky Michal: "**Exceptional Children**", Ohio: Charles E. Merrill Publishing Compay,2000.
 18. J. G. Blumler& E. Katz (eds) (1974): "**The Uses of Mass Communications: Current Perspectives on Gratification Research**", London: Sage Publications. P.15.
 19. Johnstone, J. W.: "**Social Integration and Mass Media Use among Adolescents Acase study**" In J. G. Blumler& E- Katz (es), 1974. Op. Cit, pp. 24-25.
 20. Joseph C. Conway, Alan M. Rubin (1991): "Syhological Predictors of Television Viewing Motivation", **Communication Research**, Vol. (18), No (4), pp. 443-463.
 21. Lichtenstein, A., and Rosenfeld, L., "Uses and Misuses of Gratifications Research: An Explication of Media Functions", **Communication Research**, Vol. 10, No. 1, January 1983, P. 98
 22. Mary Bull Sayles: **The problem Child at home (A study in parent child relationship)**, New York, 1932. Pp. 5-15.
 23. McQuail, D., Blumler, J., and Brown, J., "The television audience: A revised Perspective". In D. McQuail (ed.) **Sociology of Mass Communications**, 1972, pp. 135- 164.
 24. Santrock, John. W: "**Child Development, Sixth Edition**", WCB, Brown& Bench- Mark, Madison, Wiscensin, Dubuque, Iowa,1994.
 25. Silverman, L. (1993). **Counseling the Gifted and Talented**, Denver: Love Publishing Company.
 26. Thomas E Ruggiero, "Uses and Gratification Theory in the 21 st Century", In: **Mass Communication& Society**. Vol (2), No (1), 2000, p. 15.
 27. Ibid. p. 28.
 28. Zastrow, Charles: "**The Practice of Social Work**", the Dorsey Press, 1981.

مجلة دراسات الطفولة

فصلية - محكمة

Visit us at:

IPCS.Shams.edu.eg

Contact us via:

ChildhoodStudies_journal@hotmail.com