

دوافع استخدامات كبار السن للإنترنت

سلام احمد عبده ، عزة سعيد محمد ، ابتسام فتحى صالح شعبان

ملخص:

هدف البحث إلى معرفة دوافع استخدام كبار السن للإنترنت ، وكانت عينة البحث عمدية قوامها (٢٢٠) مفردة من كبار السن الذين تتراوح أعمارهم من (٥٥ - ٧٥) عام ، من المستخدمين للإنترنت مع مراعاة العوامل الديموجرافية المتمثلة في (النوع، المستوى التعليمي، الحالة الاجتماعية) بالعينة ، وأسفرت نتائج الدراسة عن إن الإنترنت من الوسائل الإعلامية الأولى التي يحرص كبار السن على استخدامها وذكية، ومن الوسائل المثالية للحصول على الأخبار وأن ارتفاع نسبة كبار السن الذين يستخدمون الإنترنت، وأن المنزل من أكثر الأماكن التي يتلائم مع نمط حياة كبار السن لاختيار الوقت المناسب للاستخدام والتفاعل مع الآخرين، بالإضافة إلى أن أغلب المنازل الآن يتوفر بها الإنترنت وتشير النتائج إلى أن كبار السن يستخدمون الإنترنت بهدف الاطلاع على الأحداث والحصول على المعلومات في مختلف المجالات، واكتساب مهارات تواصل جديدة، أكثر من استخدامهم للإنترنت للترفيه والتسلية

الكلمات الدالة : دوافع استخدامات ، كبار السن ، الإنترنت

مقدمة:

تعتبر تكنولوجيا الاتصال والمعلومات من المفاهيم الحديثة نسبياً والتي انتشر استخدامها بشكل مذهل وسريع وخاصة الإنترنت، ولم تشهد البشرية وسائل للاتصال فيما بينها تتسم بالسرعة والفعالية، وتؤثر في حياة الناس أينما كانوا اجتماعياً وثقافياً وتنموياً كما فعل الإنترنت . (١)

ويعد الإنترنت أحد أهم الوسائل التي تيسر عمليات التواصل بين الأفراد، حيث يمكن من خلاله إشباع حاجات ورغبات لا يستطيعون تحقيقها بوسائل الإعلام الأخرى، إذ يوفر الإنترنت الإمكانيات اللازمة للأفراد لتلبية احتياجاتهم المعرفية، والوصول إلى

خدمات التسوق والتجارة الإلكترونية والوصول إلى الخدمات الإعلانية... إلخ، كما يشبع الإنترنت لدى الأفراد الحاجات العاطفية كالتواصل مع الأصدقاء والأهل في غرف الدردشة الإلكترونية والرسائل الفورية القصيرة، أما النوع الثالث من الحاجات التي يشبعها الإنترنت لدى الأفراد فهي الحاجات المرتبطة بتقوية شخصيتهم من حيث المصداقية والثقة والاستقرار، وتتبع هذه الحاجات من رغبة الفرد في تحقيق الذات (٢)

وعلى ذلك فإن الإنترنت يمكن أن يكون وسيلة فعالة مناسبة، قد تساعد كبار السن في تحقيق عمليات التفاعل والتواصل الاجتماعي عن طريق تكوين صداقات جديدة، وتعزيز الصداقات القديمة بتبادل البريد أو تبادل الاتصال الفوري باستخدام مواقع كالكايب، الماسنجر، الفيس بوك... إلخ، تتيح لهم التبادل الحر للنقاشات بشكل ديمقراطي، بالإضافة إلى أن الإنترنت قد يقلل الشعور بالوحدة، والإحساس بالملل والضيق.

قد تختلف حاجات ودوافع كبار السن عند استخدامهم للإنترنت، والإشباع المتحققة لهم من هذا الاستخدام، وهو ما يمكن تفسيره في إطار نظرية الاستخدامات والإشباع، والتي تشير إلى افتراض أن الجمهور النشط يستطيع تحديد حاجاته ودوافعه، ويختار الرسائل والمضمون الذي يشبع حاجاته، ويتحكم في ذلك عوامل الفروق الفردية، وعوامل التفاعل الاجتماعي.

الدراسات السابقة:

١- دراسة كويلو خوسيه وآخرون (٢٠١٧) بعنوان: "فاعلية توظيف برنامج قائم على الفيس بوك متعدد الوسائط في التخفيف من العزلة الاجتماعية لدى كبار السن".^(٣)

استهدفت الدراسة التعرف على تأثير الفيس بوك متعدد الوسائط كنموذج قائم على البرامج التلفزيونية بالنسبة لكبار السن ، ودوره في تشجيع التفاعلات الاجتماعية على الإنترنت للتخفيف من العزلة الاجتماعية لكبار السن، واعتمدت الدراسة على المنهج التجريبي القائم على دراسة الحالة، وتكونت عينة الدراسة من (٣) من كبار السن ، تتراوح أعمارهم من (٦٥-٧٣) عام ممن لديهم خبرة استخدام الفيس بوك وذلك خلال فترة من (٣-٦) أسابيع، وكانت أبرز نتائج الدراسة فاعلية استخدام الفيس بوك متعدد الوسائط في التخفيف من العزلة الاجتماعية لدى المبحوثين، حيث أظهرت النتائج ارتفاع معدل تفاعل المبحوثين مع الأقارب وزادت التفاعلات بشكل عام على الإنترنت عند تطبيق البرنامج.

٢- دراسة هوبي، تي وآخرون (٢٠١٦) بعنوان: "صورة كبار السن في الإعلانات التلفزيونية".^(٤)

هدفت الدراسة إلى تقييم صورة كبار السن، والمواد والأساليب المستخدمة في الإعلانات التلفزيونية، واستندت الدراسة إلى تحليل محتوى نوعي وكمي للإعلانات التجارية المعروضة على (أربع شبكات تلفزيونية رئيسية، شبكتان خاصتان، وشبكتان بث

تليفزيونى عام) في ألمانيا. تكونت عينة الدراسة من (١١٤) إعلاناً تجارياً مختلفاً ، و(١٣١) من كبار السن.

أظهرت النتائج إلى أن الإعلانات التليفزيونية تخلق صورة مثالية لكبار السن الذين يتمتعون بصحة جيدة. وأشارت النتائج إلى أن منتجات الأغذية هي الأكثر ظهوراً في الإعلانات التجارية مع كبار السن، وتليها الأدوية والوصفات الطبيعية. مع وجود نقص في الإعلانات التليفزيونية لظهور كبار السن فيها.

٣- دراسة إنجي كاظم (٢٠١٦) بعنوان " تقييم خبرات

المستخدمين من كبار السن لتكنولوجيا الاتصال.^(٥)

هدفت الدراسة إلى وصف خبرة المستخدمين لتكنولوجيا الاتصال (الهاتف المحمول- الكمبيوتر- الإنترنت) من خلال التعرف على دافعية الامتلاك أو الاستخدام ، مصادر التعلم، أنماط ومجالات الاستخدام، والمعوقات التي تواجههم واحتياجاتهم الخاصة بتصميم شكل ومحتوى تلك الوسائل التكنولوجية، وتقييمه الذاتي لجودتها. اعتمدت الباحثة على منهج المسح ومنهج البحث الكيفي، وتمثل مجتمع البحث في كبار السن بنطاق القاهرة الكبرى (القاهرة - الجيزة - القليوبية) ممن تزيد أعمارهم عن ٦٠ عاماً، بلغ حجمها ٣٧٥ مفردة من المستخدمين المسنين. وتوصلت الدراسة إلى أن المستخدمين النشطون من كبار السن لتلك التقنيات هم الأكثر احتمالاً لوصفهم بأنهم أصغر سناً من الذكور ذوي المستوى التعليم الأعلى، عن المتقاعدين الذين ينتمون إلى مستوى اجتماعي واقتصادي مرتفع، ويسكنوا في البيئات الحضرية، ويعيشوا بمفردهم، وأوضحت النتائج

أيضا أن كبار السن عينة الدراسة الأكثر نشاطاً لا يعانون من المشكلات النفسية، ويمتلكوا فترة خبرة طويلة بالجهاز، ويستخدموا التقنية بشكل دائم وبكثافة.

٤- دراسة باريديا وآخرون (٢٠١٦) بعنوان: "العوامل المؤثرة في استخدامات كبار السن لوسائل الإعلام الاجتماعية وعلاقتها بمستوى المعرفة الصحية لديهم".^(٦)

سعت الدراسة للكشف عن العوامل المؤثرة في استخدامات كبار السن لوسائل الإعلام الاجتماعية للوصول إلى المعلومات المرتبطة بالصحة، والعوامل التي تؤثر بشكل إيجابي في استخدامهم لها، تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية، واعتمدت على منهج المسح الإعلامي بالعينة، وتكونت عينة الدراسة من ٦١٠ من الأفراد المسنين في السويد. وأثبتت نتائج الدراسة تأثير عوامل العمر، والجنس، وخبرة استخدام التكنولوجيا على استخدام وسائل الإعلام الاجتماعية في الحصول على المعلومات الصحية.

٥- دراسة يو ريبيكا وآخرون (٢٠١٦) بعنوان: "الفجوة الرقمية بين استخدام كبار السن للإنترنت واعتمادهم على مواقع الشبكات الاجتماعية".^(٧)

سعت الدراسة للتعرف على الفجوة الرقمية بين استخدام كبار السن للإنترنت واعتمادهم على مواقع الشبكات الاجتماعية، الذين تتراوح أعمارهم من (٥٠) عاماً فأكثر من كبار السن الأمريكيين، وجاءت أبرز نتائج الدراسة وجود علاقة طردية دالة إحصائياً بين استخدام كبار السن للإنترنت بشكل

عام واستخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي وذلك بين المبحوثين الأصغر سناً، والإناث، والأرامل، وربات البيوت تعويضاً عن الوضع الاجتماعي لهم.

٦. دراسة رشا سمير محمد (٢٠٠٩) بعنوان " التغطية الإعلامية لقضايا كبار السن فى وسائل الإعلام المصرية - دراسة تحليلية وميدانية.^(٨)

هدفت الدراسة التعرف على ما يقدم فى وسائل الإعلام المصرية للمسنين، والتعرف على رأى المسنين فيما يُقدم إليهم واحتياجاتهم من خلال وسائل الإعلام ، واعتمدت الدراسة على منهج المسح الوصفى ، كما تم أخذ عينة عشوائية مكونة من ٤٠٠ شخص من الجمهور كبار السن أعمارهم أكثر من ٦٠ عام من المترددين على أندية المسنين. وتوصلت الدراسة إلى مجموعة نتائج أهمها احتلال التلفزيون المرتبة الأولى كأفضل وسيلة إعلامية بنسبة ٧٢,٥% ، يليه بفارق كبير الراديو ٣٤,٨ ثم الصحف ٣٠% وأخيراً المجالات (٦,٣%)، أظهرت النتائج تفضيل المسنين للموضوعات الدينية فى وسائل الإعلام ، تلى ذلك الموضوعات الصحية ، ثم الاجتماعية ، ثم الثقافية ، ثم الإخبارية ، ثم الفنية ، ثم السياسية وأخيراً الرياضية .

٧- دراسة مروة فؤاد عبد الفتاح (٢٠٠٨) بعنوان " استخدامات المسنين لإذاعة الكبار المتخصصة والإشباع المتحققة منها".^(٩)

سعت الدراسة إلى تناول علاقة المسنين بالراديو وتحديدًا إذاعة الكبار ، والتعرف على دوافع الاستماع والإشباع المتحققة

، واعتمدت الدراسة على منهج المسح بالعينة، وأجريت الدراسة على عينة قوامها ٤٠٠ مفردة من كبار السن من محافظات (القاهرة - الجيزة - القليوبية). وتوصلت الدراسة إلى مجموعة نتائج أهمها: توجد فروق دالة إحصائية بين الذكور والإناث لصالح الإناث في الاستماع لإذاعة الكبار، وأظهرت النتائج أن أهم دوافع المسنين للاستماع لإذاعة الكبار هي اكتساب المعلومات ، تليها شغل وقت الفراغ ، ثم الاستفادة من تجارب الآخرين ، ثم التخلص من الوحدة والعزلة ، ثم معرفة الأحداث الجارية . وتساوت الدوافع النفسية والطقوسية في أهميتها لكبار السن.

دراسة حنان محمد إسماعيل (٢٠٠٦) صورة المسنين في الدراما التلفزيونية المصرية وعلاقتها بإدراك الجمهور للواقع الاجتماعي للمسنين".^(١٠)

استهدفت الدراسة معرفة صورة المسنين في الدراما التلفزيونية وعلاقتها بإدراك الجمهور للواقع الاجتماعي للمسنين ، من خلال معرفة مدى تواجد هذه المرحلة العمرية في الدراما التلفزيونية، وأبعاد وملامح الصورة التي تقدم بها . تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية ، حيث قامت الباحثة بإجراء دراسة تحليلية ميدانية على عينة من الدراما التلفزيونية بالقناة الأولى بالتلفزيون المصري لمدة أربع دورات برمجية ، وعلى عينة عشوائية طبقية قوامها (٤٠٠) مبحوثا من مشاهدي الدراما التلفزيونية في محافظات القاهرة الجيزة .

وتوصلت الدراسة إلى مجموعة نتائج أهمها:.

- جاءت العزلة والوحدة فى مقدمة المشكلات التى يعانى منها المسنون فى المجتمع . يليها تدهور حالتهم الصحية ثم وقت الفراغ الطويل فى الترتيب الثالث ، وجاءت وفاة شريك الحياه فى الترتيب الرابع ، تليها الإحالة فى المعاش ، وأخيراً سوء معاملة أفراد الأسرة.

- جاءت مشاهدة التليفزيون فى مقدمة أنشطة قضاء وقت فراغ ، تليها قراءة الصحف والكتب فى الترتيب الثانى ، ثم زيارة الأصدقاء والأقارب فى الترتيب الثالث ، تليها الذهاب إلى النادى أو المقهى ، ثم الاستماع إلى الراديو ، تليها ممارسة الرياضة ، وأخيراً ممارسة نشاط فنى.

التعقيب على الدراسات السابقة:

- قلة الدراسات العربية الى تناولت كبار السن وعلاقتهم بوسائل الاتصال بشكل عام. بالإضافة إلى عدم وجود دراسة تناولت " شبكة الإنترنت " وكبار السن. فى حين توجد وفرة فى الدراسات الأجنبية التى تناولت علاقة كبار السن بوسائل الاتصال وخاصة الإنترنت.

- فاعلية استخدام الفيس بوك متعدد الوسائط مع المسنين حيث ساعدهم فى التخفيف من العزلة الاجتماعية لديهم، بالإضافة إلى ارتفاع معدل تفاعل المبحوثين مع أقاربهم، وزيادة التفاعلات بشكل عام على الإنترنت، وهو ما يعد دافعاً للباحثة لمعرفة استخدامات كبار السن للإنترنت والإشباع المتحققة منها.

- بلورة وتحديد المشكلة وصياغة الأهداف والتساؤلات والفروض للدراسة، وتحديد العينة المناسبة للدراسة، وتحديد المتغيرات التى يقوم الباحث بدراستها والعلاقة بينهما.

" كبار السن والإنترنت في ضوء نظرية الاستخدامات والإشباعات "

يمثل تعاقب الأجيال في دورة الحياة أمرًا واقعيًا لا جدال فيه، فالأطفال يكبرون والكبار يشيخون، ولكل جيل قيمه واتجاهاته وسلوكيا. ^(١١) فنجد فئة كبار السن إحدى فئات التربية الخاصة ^(١٢) قد احتلت هذه الفئة في الآونة الأخيرة إهتمام ومساحة كبيرة من قبل الباحثين ووسائل الإعلام والمنظمات والمؤتمرات الدولية، وذلك نتيجة زيادة نسبة كبار السن في معظم البلدان، والتغيرات المرهونة بحال ^(١٣) المجتمع حيث التكنولوجيا والعولمة. ومن ناحية أخرى فإن المسنين هم أنفسهم طاقة بناءة يمكن استغلالها والإفادة منها، وإلا فإن الآلية تنعكس ويصبحون عوامل هدم بدلًا من عوامل بناء. غير أن رعاية هذه الفئة من آبائنا وأجدادنا وهم الذين ضحو بعمرهم وصحتهم وفكرهم من أجل أن تظل عجلة الحياة دائرة أصبح واجب رعايتهم والإهتمام بهم ضرورة تحتّمها الأديان والقيم وتدعمها القوانين . ويمكن أن تعمل مواقع التواصل الاجتماعي على تفعيل الطاقات المتوافرة لدى الإنسان، ويوجهها للبناء والإبداع في إطار تطوير القديم وإعلاء الجديد من قيم وسلوك، وزيادة مجالات المعرفة لدى الجمهور، وازدياد قدراتهم على التقمص الوجداني وتقبلهم للتغيير، وبهذا فإن الاتصال له دور مهم ليس فقط في بث المعلومات لتقديم شكل الواقع، واستيعاب السياق الاجتماعي الذي توضع فيه الأحداث ^(١٤).

كما يشير عبد الحق حميش أن شبكة الإنترنت أداة إتصالية حديثة في خدمة الإنترنت، فمن خلالها يستطيع المسن الإتصال مع الآخرين عبر العالم والتواصل معهم، وإشباع هوايتهم وتطلعاتهم العلمية والثقافية والمعرفية

بصورة عامة، وفي مختلف المجالات الأخرى كالصحة والتعليم والفن والتسويق وإنجاز المعاملات المصرفية وغيرها، حيث توفر شبكة الإنترنت لكبار السن آفاق غير محدودة لتواصل وتبادل المعلومات والأفكار عبر شاشات الكمبيوتر باستخدام الشبكة الهاتفية العامة مع الملايين من المستخدمين على نطاق العالم^(١٥).

فقد أثبتت عدد من الدراسات التي رجعت إليها الباحثة أن مدخل الاستخدامات والاشباعات من أنسب المداخل المستخدمة لقياس دوافع استخدام الإنترنت، والوقوف على العوامل المؤثرة على علاقات كبار السن بالإنترنت.

وقد أدى النمو الهائل في استخدام الإنترنت إلى اتجاه الباحثين في مجال الاستخدامات والاشباعات يزدون من إهتماماتهم بالبحوث، والتحول من كيف يستخدم الأفراد الإنترنت إلى دراسة الأسباب والدوافع التي تدفعهم لاستخدام هذا الوسيط، وقد أكد Rosengren & Windahl أن نموذج الاستخدامات والاشباعات يركز على الفرد المستخدم لوسائل الإتصال ويبنى سلوكه الإتصالي على أهدافه بشكل مباشر، فضلاً عن أنه يختار من بين البدائل الوظيفية ما يستخدمه لكي يشبع احتياجاته.^(١٦)

ومن كل ما سبق من عوامل واستخدامات نستخلص.. أن تكنولوجيا الإتصال عموماً وشبكة الإنترنت خصوصاً قد تحدث تغييراً كبيراً وملحوظاً في حياة كبار السن من خلال التطبيقات والخدمات التي تتيحها لهم شبكة الإنترنت ، فتؤدي بهم إلى نمو ثقافتهم وخبراتهم ومهارتهم في الحياة .

مشكلة الدراسة:

تعتبر خطوة تحديد المشكلة من أهم خطوات البحث العلمي، ومن منطلق إنه يمكن تحديد المشكلة البحثية بالملاحظة، كانت الملاحظة الشخصية أحد الأسباب التي دفعت الباحثة إلى الاستدلال بالمشكلة البحثية من خلال تزايد انتشار استخدام الإنترنت بين جميع الفئات العمرية ومن بينهم كبار السن. فهذا الاستخدام قد يساعد في القضاء على العزلة الاجتماعية والتواصل الاجتماعي مع الآخرين سواء مع أفراد عائلتهم أو أصدقائهم، بالإضافة إلى إنه قد يزيد من تعزيز شعور الثقة الذاتية، وتحسين صحتهم النفسية، وتنشيط قدراتهم الذهنية ورفع معنوياتهم. وبناءً على ذلك قد تحددت مشكلة الدراسة في التساؤل الرئيسي التالي: "ما دوافع استخدام كبار السن للإنترنت؟"

أهمية الدراسة :

١- أهمية الفئة التي تتناولها الدراسة وهي فئة كبار السن التي تتزايد نسبتهم في كل المجتمعات المتقدمة والنامية بشكل واضح، فهم ثروة بشرية لأي مجتمع فلا بد من إلقاء الضوء على هذه المرحلة من العمر، في ظل البيئة الاتصالية الجديدة للتعرف على ملامحها وعلاقتهم بالإنترنت.

٢- أهمية الإنترنت كوسيلة اتصال تفاعلية لها دور في تقليل مشكلات كبار السن، وفقاً لما أشارت إليه نتائج الدراسات السابقة، يعد حافزاً لإجراء هذه الدراسة، حيث أن الخصائص الاتصالية التفاعلية لشبكة الإنترنت من شأنها التقليل من المشكلات التي تواجههم كعدم التوافق

الاجتماعي، وعدم الثقة بالنفس، بالإضافة إلى أن استخدام الإنترنت يزيد من الاندماج في النشاطات الترويحية وتحسن الحالة النفسية، والتمتع بالعلاقات الاجتماعية، بجانب تخفيف الشعور بالوحدة.

أهداف الدراسة:

١. معرفة مدى استخدام كبار السن للإنترنت.
٢. التعرف على معدل استخدام كبار السن للإنترنت.
٣. الكشف عن طبيعة استخدام كبار السن للإنترنت.
٤. الكشف عن الفترات المفضلة لاستخدام كبار السن للإنترنت.
٥. الوصول إلى أكثر الأماكن التي يقضي بها كبار السن أوقاتهم على الإنترنت.
٦. التعرف على أكثر المواقع التي يستخدمها كبار السن على الإنترنت.
٧. الكشف عن دوافع استخدام كبار السن للإنترنت.
٨. معرفة تأثير استخدام كبار السن للإنترنت على وسائل الإعلام التقليدية.

تساؤلات الدراسة:

١. ما مدى استخدام كبار السن للإنترنت؟
٢. ما معدل استخدام كبار السن للإنترنت؟
٣. ما الفترات المفضلة لاستخدام كبار السن للإنترنت؟
٤. ما أكثر الأماكن التي يقضي بها كبار السن وقتهم على الإنترنت؟
٥. ما طبيعة استخدام كبار السن للإنترنت؟
٦. ما أكثر المواقع التي يستخدمها كبار السن على الإنترنت؟
٧. ما دوافع استخدام كبار السن للإنترنت؟

٨. تأثير استخدام كبار السن للإنترنت على وسائل الإعلام التقليدية

نوع ومنهج الدراسة:

تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي تركز على وصف طبيعة خصائص مجتمع معين وتعتمد الدراسة على منهج المسح الإعلامي بالعينة

مجتمع الدراسة:

يتمثل مجتمع الدراسة الميدانية في كبار السن المستخدمين لشبكة الإنترنت الذين يتراوح أعمارهم من (٥٥ - ٧٥).

عينة الدراسة:

عينة عمدية قوامها (٢٢٠) مفردة من كبار السن الذين تتراوح أعمارهم من (٥٥ - ٧٥) عام ، من المستخدمين للإنترنت مع مراعاة العوامل الديموجرافية المتمثلة في (النوع، المستوى التعليمي، الحالة الاجتماعية) بالعينة.

مصطلحات الدراسة:

كبار السن:

تعددت المقاييس المستخدمة في تحديد مرحلة الشيخوخة وشملت هذه المقاييس العمر الزمني، والعمر البيولوجي، والعمر السيكولوجي، والعمر الاجتماعي، وسوف تقوم الباحثة بتحديد مفهوم كبار السن على أساس **العمر الزمني Chronological Age** يرى بروميلي " أن مرحلة الشيخوخة تنقسم إلى أربعة مستويات ^(١٧)

- المستوى الأول: فترة ما قبل التقاعد preretirement وتمتد من (٥٥ - ٦٥) عام.
- المستوى الثاني: فترة التقاعد ٦٥ سنة فأكثر، حيث الانفصال عن الدور المهني وشئون المجتمع.
- المستوى الثالث: Old Age فترة التقدم في العمر: التي تمتد من ٧٠ سنة فأكثر.
- المستوى الرابع: فترة الشيخوخة التي تمتد حتى ١١٠ سنة.

شبكة الإنترنت:

يعرف عبد الرازق الدليمي شبكة الإنترنت " بأنها شبكة حواسيب ضخمة متصلة مع بعضها البعض لتبادل المعلومات العالمية السريعة في شتى المجالات الحياتية السريعة، العلمية والطبية والثقافية، والاقتصادية والترفيهية، وتعتبر شبكة الإنترنت أداة لربط العالم بعضه ببعض (١).

أدوات جمع البيانات:

قامت الباحثة بتصميم استمارة استبيان لجمع البيانات والمعلومات وخطواتها فيما يلي:

أولاً تصميم استمارة الاستبيان: استعانت الباحثة ببعض العبارات الواردة في الدراسات السابقة لصياغة عبارات الاستبيان، واشتملت استمارة الاستبيان على المقاييس التالية: مقياس معدل الاستخدام، ومقياس دوافع استخدام أفراد العينة.

ثانياً الصدق والثبات: لقياس الصدق قامت الباحثة بعرض الاستمارة على مجموعة من المحكمين، ولقياس الثبات استخدمت الباحثة أسلوب إعادة تطبيق الاستمارة على عدد (٢٠) مفردة من

العينة، وبلغت قيمة معامل الثبات (٨,٨) وهى قيمة عالية تشير إلى ثبات المقياس.

الأساليب الإحصائية المستخدمة:

المتوسط الحسابي، أسلوب التكرارات والنسب المئوية، والوزن النسبي.

نتائج البحث وتفسيرها:

النتائج الخاصة بتساؤلات الدراسة:

جدول رقم (١)

مدى استخدام كبار السن للإنترنت

مدى الاستخدام	ك	%
أحياناً	١٢٦	٥٧,٣%
دائماً	٩٤	٤٢,٧%
الإجمالي	٢٢٠	١٠٠%

جدول رقم (٢)

معدل استخدام كبار السن للإنترنت.

معدل الاستخدام	ك	%
أكثر من ثلاث سنوات	٨٦	٣٩,١%
من سنة إلى سنتين	٥٦	٢٥,٥%
من سنتين إلى ثلاث سنوات	٣٩	١٧,٧%
أقل من سنة	٣٩	١٧,٧%
الإجمالي	٢٢٠	١٠٠%

يتضح من بيانات الجدول السابق رقم (٢) إلى ما يلي:

- جاء استخدام كبار السن (عينة الدراسة) للإنترنت منذ أكثر من ثلاث سنوات فالترتيب الأول بنسبة ٣٩,١%، ومن سنة إلى سنتين في الترتيب الثاني بنسبة ٢٥,٥%، ومن سنتين إلى ثلاث سنوات وأقل من سنة جاءوا في الترتيب الثالث بنسبة ١٧,٧%، وتؤكد هذه النتيجة ارتفاع معدلات استخدام كبار السن للإنترنت.

جدول رقم (٣)

معدل استخدام كبار السن للإنترنت

معدل الاستخدام	ك	%
أقل من ساعة	٩٥	٤٣,٢%
من (٢-٤) ساعات	٨٧	٣٩,٥%
من (٥-٧) ساعات	٢٨	١٢,٧%
أكثر من (٧) ساعات	١٠	٤,٦%
الإجمالي	٢٢٠	١٠٠%

تشير بيانات الجدول السابق رقم (٣) إلى ما يلي:

- جاء استخدام كبار السن (عينة الدراسة) للإنترنت لأقل من ساعة في اليوم في الترتيب الأول بنسبة ٤٣,٢%، ثم من ساعتين إلى أربع ساعات في الترتيب الثاني بنسبة ٣٩,٥%، يليها من خمس ساعات إلى سبع ساعات في الترتيب الثالث بنسبة ١٢,٧%، يليها سبع ساعات فأكثر في الترتيب الرابع بنسبة ٤,٦% من إجمالي عينة الدراسة.

جدول رقم (٤)

الفترات المفضلة لدى كبار السن لاستخدام الإنترنت

الفترة المفضلة	ك	%
فترة المساء	١٠٥	٤٧,٧%
فترة الصباح	٥٣	٢٤,١%
فترة العصر	٣٣	١٥%
فترة الظهر	٢١	٩,٥%
فترة بعد منتصف الليل	٨	٣,٧%
الإجمالي	٢٢٠	١٠٠%

يتضح من بيانات الجدول السابق رقم (٤) إلى ما يلي:

- الفترات المفضلة لاستخدام الإنترنت لدى كبار السن عينة الدراسة جاءت كالتالي: فترة المساء في الترتيب الأول بنسبة ٤٧,٧%، ثم في الترتيب الثاني فترة الصباح بنسبة ٢٤,١%، يليها في الترتيب الثالث فترة العصر بنسبة ١٥%، ثم يليها فترة الظهر بنسبة ٩,٥%، وأخيراً فترة بعد منتصف الليل ٣,٧% من إجمالي عينة الدراسة.

جدول رقم (٥)

الأماكن التي يقضي بها كبار السن وقتهم على الإنترنت

أماكن الاستخدام	ك	%
المنزل	١٧	٧٨,٩%
مقهى الإنترنت	٢٤	١٠,٩%
مكان العمل	٢٢	١٠%
الإجمالي	٢٢٠	١٠٠%

يتضح من بيانات الجدول السابق رقم (٥) إلى ما يلي:

- الأماكن التي يقضي بها كبار السن أوقاتهم على الإنترنت، جاء المنزل في الترتيب الأول بنسبة ٧٨,٦%، ثم جاء مقهى الإنترنت في الترتيب الثاني بنسبة ١٠,٩%، وأخيراً مكان العمل في الترتيب الثالث بنسبة ١٠% من إجمالي عينة الدراسة.

جدول رقم (٦)

طبيعة استخدام كبار السن للإنترنت

طبيعة الاستخدام	ك	%
بمفردي	١٤٨	٦٧,٣%
مع الأسرة بالمنزل	٤٢	١٩,١%
مع الأصدقاء	٣٠	١٣,٦%
الإجمالي	٢٢٠	١٠٠%

يتضح من بيانات الجدول السابق رقم (٦) إلى ما يلي:

- جاءت طبيعة استخدام كبار السن للإنترنت بالترتيب التالي: بمفردهم في الترتيب الأول بنسبة ٦٧,٣%، ثم مع الأسرة في المنزل في الترتيب الثاني بنسبة ١٩,١%، ويليهما مع والأصدقاء في الترتيب الثالث بنسبة ١٣,٦% من إجمالي عينة الدراسة.

جدول رقم (٧)

أكثر المواقع التي يستخدمها كبار السن في الإنترنت

الوسائل	ك	%
مواقع التواصل الاجتماعي (فيس بوك، تويتر، يوتيوب،)	١٦٦	٧٥,٥%
المواقع الإخبارية	٧٨	٣٥,٨%
محرك البحث جوجل	٦٣	٢٨,٦%
البريد الإلكتروني	٤٣	١٩,٥%

مواقع التسوق والشراء	٣٨	١٧,٣%
برامج الدردشة	٢١	٩,٥%
مواقع وبرامج الألعاب	١٨	٨,٢%
راديو الإنترنت	١٤	٦,٤%
المنتديات	١٠	٤,٥%
الإجمالي	٢٢٠	١٠٠%

يتضح من بيانات الجدول السابق رقم (٧) إلى ما يلي:

- جاءت مواقع التواصل الاجتماعي (فيس بوك، تويتر، يوتيوب،) في الترتيب الأول بنسبة ٧٥,٥% من إجمالي عينة الدراسة. ثم جاءت المواقع الإخبارية في الترتيب الثاني بنسبة ٣٥,٨% من إجمالي عينة الدراسة. وجاء في الترتيب الثالث محرك البحث جوجل بنسبة ٢٨,٦% من إجمالي عينة الدراسة، ثم جاء في الترتيب الرابع البريد الإلكتروني بنسبة ١٩,٥% من إجمالي عينة الدراسة، وجاءت مواقع التسوق والشراء في الترتيب الخامس بنسبة ١٧,٣% من إجمالي عينة الدراسة. ثم جاءت برامج الدردشة في الترتيب السادس بنسبة ٩,٥% من إجمالي عينة الدراسة. وجاءت مواقع وبرامج الألعاب في الترتيب السابع بنسبة ٨,٢% من إجمالي عينة الدراسة. ثم جاء راديو الإنترنت في الترتيب الثامن بنسبة ٦,٤% من إجمالي عينة الدراسة. وأخيراً جاءت المنتديات في الترتيب التاسع بنسبة ٤,٥% من إجمالي عينة الدراسة.

جدول رقم (٨)

دوافع استخدام كبار السن للإنترنت

الدوافع المتحققة		موافق		موافق إلى حد ما		غير موافق		شدة الدافع
		ك	%	ك	%	ك	%	
الدوافع الطقوسية								
٧٤	٣٣,٦%	٨٣	٣٧,٧%	٥٢	٢٣,٦%	٢		التخلص من الشعور بالوحدة والملل
٥١	٢٣,٢%	٤٧	٢١,٤%	١١١	٥٠,٥%	١,٦		للتسلية وممارسة الألعاب الإلكترونية
٧٦	٣٤,٥%	٧٧	٣٥%	٥٦	٢٥,٥%	٢		للهروب من مشكلاتي
الدوافع النفعية								
الدوافع المعرفية								
١٣٦	٦١,٨%	٧٢	٣٢,٧%	٠	٠%	٢,٥		الإطلاع على الأحداث الجارية
١٣٩	٦٣,٢%	٥٥	٢٥%	١٥	٦,٨%	٢,٥		البحث عن المعلومات في مجالات مختلفة
١١٧	٥٣,٢%	٧٤	٣٣,٦%	١٨	٨,٢%	٢,٤		اكتساب مهارات تواصل جديدة
٨١	٣٦,٨%	٨٠	٣٦,٤%	٤٨	٢١,٨%	٢,٠٥		لتحرير ومتابعة الموقع أو المدونة الخاصة بي
٦٢	٢٨,٢%	٧١	٣٢,٣%	٧٦	٣٤,٥%	١,٨		لسهولة عملية التسوق
دافع التفاعل الاجتماعي								
١١٢	٥٠,٩%	٦٢	٢٨,٢%	٣٥	١٥,٩%	٢,٣		بحثاً عن صداقات جديدة وإقامة علاقات اجتماعية جديدة

جدول رقم (٩)

متوسط شدة دوافع استخدام كبار السن للإنترنت

متوسط شدة الدافع	نوع الدافع
١,٨	الدوافع الطقوسية
٢,٢	الدوافع النفعية
٢	دوافع الاستخدام

تدل بيانات الجدولين السابقين رقمي (٨)، (٩) على ما يلي:

- إن المتوسط العام لشدة استخدام كبار السن عينة الدراسة للإنترنت بلغ ٢ درجة، كما يشير إلى تفوق الدوافع النفعية على الدوافع الطقوسية حيث بلغت شدة الدوافع النفعية ٢,٢ درجة، بينما بلغ متوسط شدة الدوافع الطقوسية ١,٨ درجة بفارق ٠,٤ درجة. جاءت الدوافع النفعية بالترتيب التالي:

- جاءت الدوافع المعرفية في الترتيب الأول بمتوسط شدته ٢,٢٥ درجة، ويليه دوافع التفاعل الاجتماعي في الترتيب الثاني بنسبة ٢,١٥ درجة. وانعكست الدوافع النفعية في العبارات التالية: الاطلاع على الأحداث الجارية بمتوسط شدة ٢,٥ درجة. البحث عن المعلومات في مجالات مختلفة ٢,٤ درجة اكتساب مهارات تواصل جديدة ٢,٠٥ درجة. لتحرير ومتابعة الموقع أو المدونة الخاصة بي ١,٨ درجة. سهولة عملية التسوق ١,٨ درجة. للتعبير عن آرائ ومشكلاتي ٢ درجة.
- ثم جاءت الدوافع الطقوسية في الترتيب الثاني كدوافع استخدام كبار السن عينة الدراسة للإنترنت بمتوسط شدته ١,٨ درجة والتي انعكست في العبارات التالية: التخلص من الشعور بالوحدة والملل ٢ درجة ممارسة الألعاب الإلكترونية ١,٦ درجة

جدول رقم (١٠)

تأثير استخدام كبار السن للإنترنت على وسائل الإعلام التقليدية

تأثير الاستخدام	ك	%
قلل معدل استخدامي لوسائل الاتصال التقليدية	١٠٦	٤٨,٢%
زاد معدل استخدامي لوسائل الاتصال التقليدية	٦٨	٣٠,٩%
ظل استخدامي كما هو	٤٦	٢٠,٩%
الإجمالي	٢٢٠	١٠٠%

يتضح من بيانات الجدول السابق رقم (١٠) إلى ما يلي:

- جاءت قلل معدل استخدامي لوسائل الاتصال التقليدية في الترتيب الأول بنسبة ٤٨,٢% من إجمالي عينة الدراسة، ثم زاد معدل استخدامي لوسائل الاتصال التقليدية في الترتيب الثاني

بنسبة ٣٠,٩%، وأخيراً ظل استخدامي كما هو في الترتيب الثالث بنسبة ٢٠,٩% من إجمالي عينة الدراسة.

النتائج العامة للدراسة:

١- إن الإنترنت من الوسائل الإعلامية الأولى التي يحرص كبار السن على استخدامها وذكية، ومن الوسائل المثالية للحصول على الأخبار لما تتمتع الشبكة من مميزات وخدمات، حيث وجدوا أنفسهم كبار السن قادرون على التعامل مع الإنترنت بكل سهولة ويسر فاستخدموا المواقع الإلكترونية وشبكات مواقع التواصل الاجتماعي. بالإضافة إلى أن الإنترنت أستطاع أن يجعل حياة كبار السن أفضل، من خلال الاحتفاظ باستقلاليتهم، مما يزيد من استخدامهم للإنترنت.

٢- ارتفاع نسبة استخدام كبار السن منذ أكثر من ثلاث سنوات بسبب التزايد والتطور السريع في التكنولوجيا، وانتشار شبكات الإنترنت ووسائلها المتعددة بين جميع الفئات ومن بينهم كبار السن، وكذلك انتشار الهواتف الذكية وانخفاض أسعارها، فبالتالي أصبحت في متناول الأفراد العاديين حيث تساعدهم في دعم الحياة الاجتماعية وتوفير فرص ممارسة الأنشطة والاستمتاع بها، والحفاظ على علاقاتهم ومهاراتهم ورفاهيتهم.

٣- أن ارتفاع نسبة كبار السن الذين يستخدمون الإنترنت، وهذا يدل على أن فئة كبار السن فديهم نفس النشاط والدوافع لاستخدام الإنترنت مثلهم مثل باقي فئات المجتمع.

٤- أن ارتفاع نسبة استخدام كبار السن للإنترنت في فترة المساء يرجع إلى إنها فترة أكثر ملائمة لفئة كبار السن الذين يعملون بعد سن التقاعد، فهذه الفترة تكون وقت راحتهم فيحاولون استغلالها في التفاعل

والتواصل مع الآخرين لتخفيف ضغط العمل، وبالنسبة لارتفاع فترة الصباح يرجع إلى أن فئة كبار السن في هذه الفترة يكونوا في وحدة، حيث ينشغل عنهم زوجاتهم وأولادهم وأحفادهم في هذه الفترة كلا في عمله أو نومة أو مدرسته، فبالتالي في هذا الوقت يكون الإنترنت وسيلة مناسبة لشغل وقت الفراغ لدى كبار السن، وهذا ما يميز شبكة الإنترنت فهي تسمح باختيار الوقت المناسب لاستخدامها على عكس وسائل الإعلام الأخرى .

٥- أن المنزل من أكثر الأماكن التي يتلائم مع نمط حياة كبار السن لاختيار الوقت المناسب للاستخدام والتفاعل مع الآخرين، بالإضافة إلى أن أغلب المنازل الآن يتوفر بها الإنترنت

٦- أن أكثر من نصف عينة الدراسة يفضلون استخدام الإنترنت بمفردهم، حيث اعتادوا كبار السن على أن يعيشوا حياتهم منعزلين في منازلهم بعيداً عن أسرهم وأقاربهم وأن دخلوهم إلى مواقع التواصل الاجتماعي يمثل لهم راحة في البال، بالإضافة إلى طبيعة استخدام الهواتف الذكية وانتشارها بين كبار السن.

٧- تشير النتائج السابقة أن كبار السن يستخدمون الإنترنت بهدف الاطلاع على الأحداث والحصول على المعلومات في مختلف المجالات، واكتساب مهارات تواصل جديدة، أكثر من استخدامهم للإنترنت للترفيه والتسلية

المراجع :

- ١- خالد محمد غازي، "الصحافة الإلكترونية: الالتزام والانفلات في الخطاب والطرح"، ط ١، (دار الكتب المصرية، ٢٠١٦)، ص ٨٩.
- ٢- حسنين شفيق، "نظريات الإعلام - وتطبيقاتها في دراسات الإعلام الجديد ومواقع التواصل الاجتماعي" (القاهرة: دار فكر وفن، ٢٠١٤).
- 3- Coelho,jose et.al."you,Me and TV"-Fighting Social isolation of older adults with facebook,TV and multimodality",**International Journal of Human-Computer studies**,Vol.92017,pp.38-50
- 4- Hoppe, T et.al, " Presentation of age (ing) elderly people in TV commercials ", Scopus ,2016, 49 (4) , pp. 317-326.
- ٥- نجى كاظم مصطفى فهمي، "تقييم خبرات المستخدمين من كبار السن لتكنولوجيا الإتصال"، رسالة دكتوراه غير منشورة، (جامعة القاهرة : كلية الإعلام، ٢٠١٦).
- 6- parida et.al," Factors for elderly use of social media for health-related activities ", psychology and marketing , vol.33, 2016, pp.1134 -1141
- 7- YU,Rebecca et.al," Mapping the two levels of degital divide : Internet access and social network site adoption among older adults in the USA " Information , communication and Society ,vol.19(10), 2016 ,pp. 1445-1464.
- ٨- رشا سمير محمد ، " التغطية الإعلامية لقضايا كبار السن فى وسائل الإعلام المصرية " ، رسالة ماجستير غير منشورة ، (جامعة حلوان : كلية الآداب ، ٢٠٠٩).
- ٩- مروة فؤاد عبد الفتاح الشريف ، " استخدامات المسنين لإذاعة الكبار المتخصصة والإشباع المتحققة منها " ، رسالة ماجستير غير منشورة ، (جامعة القاهرة : كلية الإعلام ، ٢٠٠٨).
- ١٠- حنان محمد إسماعيل ، " صورة المسنين فى الدراما التليفزيونية المصرية وعلاقتها بإدراك الجمهور للواقع الاجتماعى للمسنين - دراسة تحليلية ميدانية " ، رسالة دكتوراه منشورة ، (جامعة القاهرة : كلية الإعلام ، ٢٠٠٦) .
- ١١- محمود صادق سليمان، " المجتمع والإساءة لكبار السن " ، (الإمارات: مركز الإمارات للدراسات والبحوث الإستراتيجية ، ٢٠٠٦)، ص ٩.
- ١٢- محمد النوبى محمد علي ، " الزهايمر لدى المسنين- الاتجاهات الحديثة في التشخيص والعلاج وكيفية التعامل " ، (عمان: دار صفاء، ٢٠١٢)، ص ١١.
- ١٣- صلاح محمد عبد الحميد. " الإعلام والفضاء الإلكتروني " ، (القاهرة : أطلس للنشر والإنتاج الإعلامي ، ٢٠١٥)، ص ١٢٣.

- ١٤- عبد اللطيف محمد خليف، "دراسات في سيكولوجية المسنين"، (القاهرة: دار غريب)، ص ١١-١٢.
- ١٥- عبد الرازق محمد الدليمي، "مدخل إلى وسائل الإعلام الجديد" ط ١، (دار المسيرة، ٢٠١٢)، ص ١٧٨.