

مقدمة

يعد المجتمع العربي مستهلكا للتقنية، رغم أنه في الغالب غير مشارك في إنتاجها، غير متقن للغتها، وغير مدرك لأبعادها، غير آبه بوجهها الآخر، فنجد الأفراد يقتنون الأجهزة الحديثة ويبحثون عن كل ما يستجد منها في سبيل مسابرتهم للعصر وللتقدم التقني.

وفي الجزائر عرف سوق الاتصالات السلكية واللاسلكية خلال الفصل الأول من السنة الجارية (٢٠١٦) تحسنا ملحوظا في كافة القطاعات، ولقد غيرت الهواتف الذكية في زمن قياسي الطريقة التي يعيش بها الأفراد، فلم يعودوا بحاجة إلى التنقل أو الانتظار من أجل الحصول على المعلومات، بل أصبحت تصل إليهم أينما كانوا عن طريق هذه الأجهزة الصغيرة، وتحوّلت من هاتف مجهز بالإنترنت إلى أداة رئيسية لتنفيذ خدمات تغطي كل مناحي الحياة تقريبا، فمن تطبيقات تشغّل أجهزتنا المنزلية وتتحكم في أجهزة الأمان إلى تطبيقات لتشغيل السيارة عن بعد، إلى التطبيقات المتعددة لخدمة تحديد المكان GPS فتطبيقات وأجهزة يمكن بوساطتها إجراء التحاليل والاختبارات الطبية عن طريق الهاتف الذكي وإرسالها مباشرة إلى الطبيب المتخصص أو المستشفى...

لذا فلا عجب في أن الهواتف الذكية أصبحت تحمل الكثير من حياة أصحابها وأحلامهم، فقد أصبحوا يمضون وقتا متزايدا باطراد في فضائها، وبعضهم وصل إلى مرحلة إدمانها، ولم تعد مقتصرة على فئة معينة بل اجتذبت فئات أخرى من الأطفال إلى كبار السن، وأصبح التعامل مع هذه الأجهزة أكثر بساطة وباتت متوفرة بأسعار معقولة ومن السهل حملها فضلا عن أنها تزدهم بالتطبيقات الخدمية.

وإقبال الشباب وبالتحديد الطلبة الجامعيين على تكنولوجيات الاتصال هي سُنّة من سُنن الحياة، فهم يتطلعون أكثر من غيرهم إلى كل ما هو جديد، ومن خصائص تكنولوجيات الاتصال ما يروق الشباب، أي السرعة والإثارة، فهم غير صبورين ويمقتون الانتظار لكي يقرر الكبار. ولهذا، أصبح الشباب اليوم ينعت بعدة نعوت تعكس علاقاتهم بكل وسيلة اتصالية جديدة بالأساس كانوا يسمون "بجيل التلفزيون"، اليوم

فيقال عنهم "جيل الإبهام" إشارة إلى الهاتف الذكي، أو "الجيل الرقمي" تلميحا إلى الانترنت.

وقد أطرنا هذه الدراسة في ثلاث أجزاء، تمثل الأول في الإطار الموضوعي للدراسة تطرقنا فيه إلى إشكالية الدراسة وأسباب اختيار هذا الموضوع وأهمية الدراسة وأهدافها وتحديد مفاهيمها الأساسية وشرح النظريات المؤطرة لها. ثم عرّجنا للإطار الثاني وهو الإطار النظري للدراسة حيث انطلقنا فيه من بدايات الهواتف الذكية إلى خصائصها ووظائفها ومكوناتها ثم أثرها على الحياة الاجتماعية.

ليأتي الإطار الثالث والأخير وهو الإطار التطبيقي للدراسة حيث تطرقنا لمجالات الدراسة، المجتمع وعينة الدراسة وكيفية اختيارها وتحديدتها، ثم المنهج المستخدم وأدوات جمع البيانات، وبعدها عرضنا البيانات في جداول ورسوم تمثيلية مع تحليلها وتفسيرها من أجل الإجابة على تساؤلات الدراسة والخروج لنتائج لها وصولا إلى بعض المقترحات والتوصيات من أجل استخدام أمثل للهواتف الذكية تعظيما للاستفادة منها ولتحقيق أكبر إشباعاتها بما يخدم صالح الشباب الجامعي.

١. الإطار الموضوعي للدراسة:

١.١ إشكالية الدراسة:

عرف المجتمع الجزائري على غرار المجتمعات النامية تحولات هامة على عدة مستويات بفضل ما كان يسمى بسياسة التنمية على امتداد العقود الأربعة الماضية، ولقد زاد حدة مع تطور تكنولوجيات الاتصال التي تغوي الشباب أكثر من غيرهم، وأصبح بإمكان الشباب التعرض إلى سيل من الرسائل الإعلامية سواء على شاشات التلفزيون أو الحاسوب (الانترنت) أو عبر الهواتف النقالة وكذا الهواتف الذكية.

يمكن بلورة مشكلة الدراسة عبر التساؤل الآتي:

ما هي دوافع استخدام طلبة الجامعة للهواتف الذكية واشباعاتها لرغباتهم؟

وانطلاقا من التساؤل الرئيس سنحاول الاجابة على التساؤلات الفرعية التالية:

١. ما هي دوافع استخدام الشباب في الجامعات الجزائرية لمواقع للهواتف الذكية؟

٢. ما الإشباعات التي يسعى الشباب في الجامعات الجزائرية إلى تلبيتها من خلال استخدامهم للهواتف الذكية؟

٣. هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية للاستخدامات والإشباعات المتحققة للطلبة الجامعيين حسب متغيرات الدراسة (الجنس، السن، المستوى الدراسي، التخصص الدراسي)؟

٢.١ أسباب اختيار موضوع الدراسة:

يعيش الفرد منا متأثراً بما يدور حوله من أحداث، وبما أن الباحث الإعلامي أكثر هؤلاء شعوراً وتأثراً لذا نجده يختار مواضيع دون أخرى لأسباب ودوافع تخصه.

جاءت هذه الدراسة التي تضمنت العديد من الأسباب لاختيارها وهي:

- الشعور بوزن وأهمية هذا الموضوع كان حافزاً لاختياره من بين مجموعة المواضيع التي تعرضنا لها، وذلك لمعرفة استخدامات وإشباعات الشباب في الجامعات الجزائرية للهواتف الذكية.
- قلة وحدائة البحوث السوسولوجية والإعلامية التي تتناول بالطرح هذا الموضوع.

٣.١ أهداف الدراسة:

تسعى الدراسة لتحقيق مجموعة من الأهداف أهمها:

- الوقوف على دوافع استخدامات الشباب في الجامعات الجزائرية للهواتف الذكية.
- معرفة الإشباعات المطلوبة التي يسعى الشباب في الجامعات الجزائرية إلى تلبيتها من خلال استخدامهم للهواتف الذكية.

- بيان الصلة بين دور المتغيرات (الجنس، المرحلة الدراسية، العمر، التخصص) وطبيعة الاستخدامات والإشباعات.
- الخروج بنتائج وتوصيات حول هذا الموضوع. وبناءً على تصنيف موضوع دراستنا ضمن مجال وأبحاث تقنيات الاتصال الحديثة، باعتباره الأقرب والأنسب لدراستنا.

٢. تحديد المفاهيم الأساسية للدراسة:

١.٢ مفهوم الاستخدام:

الاستخدام في اللغة العربية مأخوذ من استخدم، استخدم الرجل غيره استخدمه استخداماً فهو مستخدم والآخر مستخدم أي اتخذه خادماً، طلب منه أن يخدمه، واستخدم الإنسان الآلة أو السيارة أي استعملها في خدمة نفسه (إبراهيم مصطفى: ٢٠٠٤، ص. ١٠٢).

والاستخدام في اللغة الفرنسية يعني الاستعمال وهي بنفس المعنى في اللغة العربية أي:

emploi, utilisation, usage, sous option : Exploitation, application, candidature

ويأتي الاستخدام في اللغة الانجليزية بمعنى الاستعمال والتوظيف:

استخدام بمعنى استعمال: to employ, to hire, taking on, use

استخدام بمعنى التوظيف: to engage, to recruit

أما اصطلاحاً فيقصد بالاستخدام استعمال شيء ما أداة أو وسيلة أو عدة أشياء، واستغلالها لتلبية حاجات معينة لدى الأفراد في حياتهم.

واضح من خلال النظرة العامة أن مفهوم الاستخدام يبدو مفهوماً بسيطاً المعنى غير ذي حاجة إلى جهد أو نشاط يتوخى ضبطه، غير أن أية محاولة تستهدف ضبط المعاني والدلالات النظرية والتطبيقية له تصطدم بمفهوم ومعنى غامض ومتنوع يحمل الكثير من الدلالات المختلفة باختلاف ما هو اجتماعي وما هو تقني داخل تركيبة هذا الهجين

الإتصالي المتمثل في الوسائل والتقنيات الحديثة للإعلام الجديد، فالغموض الذي يحيط باللفظ مرده إلى استعماله في تعيين وتقرير وتحليل مجموعة من السلوكيات والمظاهر المرتبطة بتكنولوجيا الاتصال وبدخول التقنية والانترنت إلى الحياة اليومية للأفراد.

فمع تطور التكنولوجيا بصفة عامة وتكنولوجيا الاتصال بصفة خاصة، غلب توظيف مصطلح استخدام، وهذا لتجسيد العلاقة بين الإنسان المستخدم User والآلة أو التقنية، وما يطبع هذه العلاقة من تفاعل ومشاركة وما قد يؤدي في المستقبل من اندماج بين الآلة والإنسان، ويعرف الاستخدام بأنه ما يستخدمه الفرد فعليا من المعلومات، أي أنه الاستخدام العقلي للمعلومات التي يحتاجها بالفعل، إضافة إلى أن الاستخدام ربما يرضي احتياجات المستفيد أو لا يرضيها، وذلك عندما لا يجد المعلومات التي لا يحتاجها بالفعل.

ويعرف بأنه نشاط اجتماعي يتحول إلى نشاط عادي في المجتمع بفضل التكرار والقدم، فحينما يصبح الاستعمال متكرر ويندمج في ممارسات وعادات الفرد يمكن حينئذ الحديث عن الاستخدام (Yves-François : 2001, p.65).

ويشير مفهوم الاستخدام حسب "برولكس Proulex" إلى معنى ماذا يفعل الناس حقيقة بالأدوات أو الأشياء التقنية؟ كما أن مفهوم الاستخدام يحيل بدوره إلى مسألة التملك الاجتماعي للتكنولوجيا وعلاقة الأفراد بالأشياء التقنية وبمحتوياتها أيضا، كما أن الاستخدام يحيل إلى استعمال الوسيلة التكنولوجية القابلة للتحليل عبر ممارسات وتمثلات خاصة، كما أن مفهوم الاستخدام يقتضي أولا إمكانية الوصول إلى تكنولوجيا ما، بمعنى أن تكون متوفرة فيزيائيا (ماديا) حتى نستطيع الحديث عن الاستخدام، ثم ضرورة أن يتم تبني هذه التكنولوجيا. فالعلاقة بين المستخدم والهاتف لا تعني فقط ذلك المظهر التقني للجهاز، وإنما تعني قواعد استخدامه وإرادة المستخدمين على التفاعل معه (محمد سليم قلاله: ١٩٩٦، ص. ٤٧).

أما الاستخدامات الاجتماعية فهي ذلك النمط من الاستخدامات الذي يبرز بشكل متكرر وفي صيغة عادات اجتماعية مندمجة على نحو كاف في يومية المستخدمين كي تكون قادرة على المقاومة كممارسات خاصة، وفي هذه النقطة تفرق الباحثة الأمريكية

"جوزيان جوي Josiane Jouet" بين مفهوم الاستعمال والاستخدام، حيث ترى أن الاستعمال مفهوم ضعيف يحيل إلى مجرد استعمال عشوائي أو غير منتظم للتقنية في حين أن الاستخدام هو أكثر صياغة ولا يغطي فقط استعمال التقنيات بل يغطي أيضا سلوكيات الأفراد واتجاهاتهم وتمثلاتهم التي لها علاقة مباشرة أو غير مباشرة بالمواقع.

ومن جهة أخرى يمكن أن يعالج المفهوم كمنشأط ذا طابع اجتماعي وثقافي داخل على المنظومة السلوكية السابقة الوجود، حينئذ لا يصبح الاستخدام مجرد فعل عابر منفصل عن التكوين النفسي والمادي لشخصية الفرد المستخدم، بل يتخذ شكل نماذج استخدامية تتجلى أساسا في التكرار والاستمرار الذي يحيلها إلى عادات متكاملة مع باقي ممارسات الحياة اليومية للمستخدم، بهدف فرضها ودمجها واقعيًا في إطار الموروثات الثقافية المسبقة. كممارسة نوعية قد تندمج فيها أو تتباين عنها في مقابل ممارسات منافسة أو متصلة بها (www.grm.uqam.ca).

إجرائيا نقصد بالاستخدام في هذه الدراسة " الفعل الذي يربط الطلبة المستخدمين بهواتفهم الذكية، أي تعاملهم وتفاعلهم معها، فالاستخدام بحد ذاته يمثل سلوكا اتصاليا ظاهريا يحدث بفعل دوافع نفسية واجتماعية، وبالتالي لها ما لها من دوافع للإقبال على استخدامها وإشباعها تتحقق من ذلك الاستخدام".

٢.٢ مفهوم الإشباع:

الإشباع هو إرضاء رغبة أو بلوغ هدف ما أو خفض دافع ما، فالإشباع في نظرية التحليل النفسي تعني خفض التنبيه والتخلص من التوتر، ووفق نظرية الاستخدام والإشباع فإن الأفراد يوصفون بأنهم مدفوعين بمؤثرات نفسية واجتماعية لاستخدام وسائل الإعلام بغية الحصول على نتائج خاصة، يطلق عليها الإشباعات (السعيد بومعيزة: ٢٠٠٦، ص.٦١).

٣.٢ مفهوم الهاتف الذكي:

الهاتف لغة: في اللغة العربية يقال سمعت هاتفًا بهتف إذا كنت تسمع الصوت ولا تبصر أحد والهتف والهتاف بالضم هو الصوت وهتفت الحمامة أي صوتت. ويقال

فلانة يهتف بها أي تذكر بالجمال، وقوس هتافة وهتوف وهتفى أي ذات صوت تهتف بالوتر (مجموعة من المؤلفين: ٢٠١٥، ص.٢٤).

التلفون أو Téléphone كلمة أجنبية أصلها يوناني وهي مركبة من مقطعين يعني أولها Tél عن بعد، وثانيها Phone صوت، وهو عبارة عن جهاز للاتصالات السلكية واللاسلكية مصمم لنقل الإشارات الصوتية من خلال إشارات كهربائية وعبر مسافات طويلة (فضيل دليو: ٢٠١٤، ص.٢٥٣).

أما اصطلاحا: هو عبارة عن جهاز اتصال صغير الحجم مربوط بشبكة للاتصالات اللاسلكية والرقمية تسمح ببث واستقبال الرسائل الصوتية النصية والصور عن بعد وبسرعة فائقة (فضيل دليو: ٢٠١٤، ص.٢٢٧).

يعرف الهاتف الذكي بأنه الهاتف المحتوي على نظام تشغيل يشابه نظام تشغيل الحواسيب ويحوي كثير من تطبيقات الحاسب ومنها الاتصال بالشبكة العنكبوتية.

أما إجرائيا: الهاتف الذكي هو وسيلة اتصال وإعلام جديدة يقدم خدمات متنوعة بواسطة تطبيقات مختلفة كالبريد الإلكتروني والتواصل الاجتماعي بهدف تقديم خدمات معرفية وفكرية وإشباع حاجات ورغبات نفسية واجتماعية لدى الشباب.

٤. النظريات المؤطرة للدراسة:

تحدد المقاربة النظرية للاتصال من خلال نظر السوسولوجيين إليه بوصفه عملية (سيرورة) (Processus) حيث يقومون بالكشف عن بعض المحددات الاجتماعية وبعض الميكانيزمات البسيكولوجية، والتأكيد على الرهانات المفترضة، والآثار المنتظرة للاتصال سواء بالنسبة للفرد والمجتمع (Francis Balle :1992, p.538).

وبالتالي يمكن أن نؤطر دراستنا المعنونة "استخدامات الشباب الجامعي للهواتف الذكية وذلك من خلال النظرية الحتمية التكنولوجية، ونظرية انتشار المبتكرات ونظرية الاستخدامات والاشباعات.

١.٤ نظرية الحتمية التكنولوجية

قدم هذه النظرية "مارشال مكلوهان (Marshal Macluhan)" في الستينيات، وهي عبارة عن تصورات نظرية لتطور وسائل الاتصال وتأثيراتها على المجتمعات الحديثة، وتعتمد هذه النظرية على ثلاث افتراضات أساسية:

✓ وسائل الاتصال هي إمتداد لحواس الإنسان.

✓ "الوسيلة هي الرسالة" أي أن الوسيلة التي تنقل المضمون الإعلامي تؤثر في المستقبلين تأثيرا لاشعوريا لتغير سلوكهم. وتعني بالإضافة إلى ذلك أن لكل وسيلة جمهورا من الناس يفوق حبه لها اهتمامه بمضمونها.

✓ وسائل الاتصال ساخنة وباردة:

وقد ميز مكلوهان بين الوسائل الاتصالية الساخنة والباردة فهو يرى أن ثراء المعلومات يختلف بالمعنى العكسي حسب مشاركته المستقبل، فهذا قانون كل وسائل الاتصال الجماهيري، فكلما كانت تقنية النشر الجماعية غنية بالمعلومات لم يتطلب الأمر مشاركة اكبر من طرف المستقبل وفي هذه الحالة نحن أمام واسطة ساخنة مثل الصحافة والراديو، وبالمقابل فكلما كانت الوسيلة أو التقنية فقيرة في المعلومات فإنها تتطلب مشاركة كبيرة من طرف الذين يتوجه إليهم الخطاب وتوصف هذه الوسيلة بالباردة مثل التلفزيون والمسرح وهو المسيطر حاليا.

2.4 نظرية الاستخدامات والإشباعات:

لم يعد السؤال المطروح ماذا تفعل الوسيلة بالمستخدم؟ بل ماذا يفعل المستخدم بالوسيلة؟ ولماذا يستخدمها وما هي الإشباعات التي يحققها؟ وتنطوي هذه الأسئلة عن انتقال موضوع التأثير من مضمون الوسيلة التكنولوجية الحديثة إلى السياق الإتصالي برمته، فممنوع الإشباعات التي يحصل عليها المستخدم من الوسائل التكنولوجية الحديثة قد يتعلق بالتعرض للوسيلة بحد ذاته أو بالوضعية الاتصالية الخاصة المرتبطة بوسيلة ما (فريال مهنا: ٢٠٠٢، ص.١٥٥).

ويمكن تلخيص الفرضيات الأساسية للنظرية مثلما قدمها "كاتز Katz" وزملاءه (ميرفت الطرايبيشي، عبد العزيز السيد: ٢٠٠٦، ص.٢٦٠)، وتماشيا مع موضوع الدراسة الحالية فيما يلي:

- مستخدم وسائل التكنولوجيا الحديثة (مستخدم الهاتف الذكي) نشط، يتسم بالإيجابية والفاعلية ويرتبط استخدامه للهاتف الذكي بأهداف محددة لديه.
 - يختار المستخدم من الوسائل والمماركات تلك التي يحصل منها على إشباع رغباته وحاجاته.
 - تتنافس الهواتف الذكية مع وسائل الاتصال الحديثة الأخرى لإشباع احتياجات المستخدم مثل الاتصال الشخصي أو المؤسسات الرسمية أو الأكاديمية وغيرها، وتتأثر العلاقة بين المستخدمين بعوامل بيئية عديدة لديهم.
 - دوافع تعرض واستخدام الشباب الجامعي للهواتف الذكية: توجد وجهات نظر متباينة لدراسة دوافع تعرض واستخدام الجمهور.
- ولكن بوجه عام فإن معظم دراسات الاتصال تقسم دوافع التعرض إلى فئتين هما: (حسن عماد مكاوي، ليلى حسين السيد: ٢٠٠٤، ص.٢٤٧)

- ✓ دوافع نفعية: تستهدف التعرف على الذات، واكتساب المعرفة والمعلومات والخبرات وجميع أشكال التعلم بوجه عام.
- ✓ دوافع طقوسية: تستهدف تضييق الوقت والاسترخاء والصدقة والألفة مع الوسيلة والهروب من المشكلات..

وعموما سنحدد من خلال الدراسة الميدانية مختلف الدوافع التي جعلت الشباب الجامعي يستخدمون الهواتف الذكية، وكذا الإشباعات التي يسعون إلى تلبيتها من خلال استخدامهم.

- التوقعات من وسائل الإعلام والاتصال: يرى "كاتز Katz" أن التوقعات هي الإشباعات التي يبحث عنها المستخدم (حمدي حسن: ١٩٩٩، ص.٢٣).
- وبذلك فالتوقعات تساهم في اختيار الوسائل والمضامين، وتختلف توقعات الأفراد من وسائل الاتصال وفقا للفروق الفردية وكذلك وفقا لاختلاف

الثقافات، ويرى "ولبر شرام W. Shramm" في هذا الشأن أن الإنسان يختار إحدى وسائل الإعلام والاتصال المتاحة التي يظن أنها سوف تحقق له الإشباع النفسي المطلوب. (ويليام ريفرز وآخرون: ٢٠٠٥، ص ٢٩٦)

➤ التعرض لوسائل الإعلام والاتصال: أشارت دراسات عديدة إلى وجود علاقات ارتباط بين البحث عن الإشباع والتعرض لوسائل الاتصال والإعلام (حسن عماد مكاوي، ليلى حسين السيد: ٢٠٠٤، ص ٢٤٨)، ويعبر زيادة تعرض المستخدمين بوجه عام لمواقع التواصل الاجتماعي عن نشاطهم، وقدرتهم على اختيار المعلومات التي تلي احتياجاتهم.

➤ إشباع وسائل الإعلام والاتصال: تعد إشباع وسائل الإعلام والاتصال بمثابة المحصلة التي تترتب على استخدامات الجمهور لها (ميرفت الطراييشي، عبد العزيز السيد: ٢٠٠٦، ص ٢٧٧)، وتتوقف الإشباع التي تتحقق لدى مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي وفقا لنوع الموقع والخدمات التي يوفرها ونوع المضمون المقدم وطبيعة الظرف الاجتماعي الذي تم فيه الاتصال.

وتشمل هذه الإشباعات:

- ✓ إشباع توجيحية: تتضمن الحصول على المعلومات وتأكيد الدافع.
- ✓ إشباع اجتماعية: يقصد بها شبكة علاقاته الاجتماعية.
- ✓ إشباع العملية: وهي لا ترتبط بخصائص محتوى عملية الاتصال، بل تتعلق بطبيعة عملية الاتصال ذاتها واختيار نوعية الوسيط الذي يتم التعرض إليه وتشمل: إشباع شبه توجيحية مثل الشعور بالمتعة وتجديد النشاط والنوع الثاني إشباع شبه اجتماعية كالتخلص من الملل وعدم الشعور بالوحدة والشعور بالتواجد مع الآخرين.

٥. الإطار النظري للدراسة:

إن صناعة الأجهزة المحمولة أصبحت في تطور هائل جدا منذ مطلع القرن الحادي والعشرين وحتى اليوم، وأصبحت الشركة الواحدة من كبريات الشركات

الصناعة للهواتف المحمولة تنتج عشرات الموديلات من الماركة التجارية في العام الواحد وقد بدأ إطلاق لفظ الهاتف الذكي بشكل غير رسمي على الهاتف المحمول منذ بدأ يضاف للهاتف المحمول تطبيقات أخرى تجعل منه أكثر من وسيلة للاتصال فقد أضيف للهاتف المحمول خاصية إرسال الرسائل النصية ثم خاصية إرسال الصور وتحولت شاشات الأجهزة المحمولة من اللون الأبيض والأسود إلى شاشات ملونة.

إلا أن مصطلح الهاتف الذكي أصبح مقبولا قبولاً عاماً عند استخدام التطبيقات التي كانت حكرًا على أجهزة الحاسب الآلي، فأصبح الهاتف المحمول يحتوي على نظام تشغيل كما هو الحال في الحاسب وعلى تطبيقات مختلفة بدء من تطبيقات معالج النصوص مروراً بتطبيقات الألعاب وغيرها الكثير انتهاءً بتطبيقات الربط مع الأقمار الصناعية.

١.٥ بدايات الهواتف الذكية:

لم يكن الهاتف الذكي الأول IBMSIMON الذي صمم عام ١٩٩٢ وعرض في COMDEX في نيفادا أكثر من مجرد جهاز هاتفي متحرك بشاشات لمس وبعض التطبيقات كالمفكرة والحاسبة وجهاز نداء آلي، وإمكانية إرسال الفاكسات واستقبالها، أما اسمه الحالي SMARTPHONE فقد أطلق أول مرة على جهاز فقد أطلق أول مرة على جهاز ERIXON GS88 عام ١٩٩٧، ولم يمض وقت طويل حتى ظهرت NOKIACOMMUNITIOR9210 سنة ٢٠٠١ بنظام تشغيل مفتوح SYNBIAN قادر على إرسال الفاكسات واستقبالها بالإضافة إلى خدمة البلوتوث وقد انتشر هذا الجهاز على النطاق واسع إذ بيع منه ٥٠٠ ألف جهاز في عام ٢٠٠١ فقفزت إلى ١.٢ مليون جهاز في العام الذي تلاه.

وظهر المفهوم الحالي للهواتف الذكية مع انطلاق شركة الاتصالات الكندية RIM جهاز بلاك بيري مع خدمة البريد الإلكتروني اللاسلكي الذي تجاوز عدد المشتركين فيها ٣٢ مليون مشترك في أواخر عام ٢٠٠٩، وجاءت النقلة النوعية مع طرح أبل لأول نسخة من الأيفون سنة ٢٠٠٧ بشاشة لمس كبيرة ومن دون لوحة مفاتيح أو قلم، وهو هاتف وفر إمكانية تصفح الانترنت غير مسبوق من الموديلات الأخرى، إضافة إلى العديد

من الخدمات الأخرى التي جعلت منه أجهزة عدة في جهاز واحد فقط، وفي عام ٢٠٠٨ أضيفت خدمة متجر التطبيقات APPSTORE.

ورغم اختلاف التصميمات والأشكال فإن التقويم الفعلي للهواتف الذكية يأتي عن طريق نظام التشغيل الخاص بكل جهاز، وقد حل في الصدارة نظام التشغيل Google Android الذي حاز في الربع الثالث من العام الثالث ٢٠١١ حسب تقرير شركة GARTNESQ على ٥٢.٥% من حصة السوق.

وكانت شركة Google قد أطلقت نظام التشغيل Android عام ٢٠٠٨ بالتعاون مع HANDSETALIANCE مثل موتورولا، سامسونغ، إنتل، آل جي، وذلك لمنافسة نظم أبل ومايكروسوفت ونوكيا، ويعتمد نظام Android على بيئة مفتوحة المصدر أي يمكن لأي مزود بخدمة خلوي الحصول عليه مجانا، وهو يعتمد على نظام التشغيل لينوكس ومزود بباقة من خدمات Google المتميزة كخرائط Google والبريد الإلكتروني Gmail أو التقويم مع متصفح انترنت كامل.

إضافة إلى تطبيقات نظام Android الأساسية والقدرة على تنفيذ عدد من الخدمات في الوقت نفسه يمكنه قبول تطبيقات من مطوري خدمات أخرى عبر سوق Android كما أن بيئة Android المفتوحة والمجانية جعلته مختبرا مفتوحا للمطورين من كل مكان لكي يعرضوا تطبيقاتهم ويسوقوها (شادية أحمد: ٢٠١٢، ص.ص.٧٢.٧٣).

١. مميزات الهاتف الذكي:

- ذكي لأنه يتميز عن سلفه الجوال التقليدي الذي لم يكن ذكيا بالقدرة على تقديم خدمات لا عد لها ولا حصر.
- ذكي لأن ذاكرته الذاتية قادرة على أن تخزن وأن تتوقع وأن تقترح، وأيضا لقدرته على الاتصال بشبكة الانترنت ليصبح أقرب إلى جهاز الكمبيوتر منه على الهاتف.
- هو ذكي وقابل للتطور ليصبح فائق الذكاء وربما عبقرى فيما بعد إذ أنه مع هذا السيل من التطبيقات الجديدة التي تطلعنا كل يوم صار هذا الجهاز

وسيلة لمشاهدة قنوات التلفزيون وقراءة الصحف والاتصال مجاناً بأقاصي الأرض وتحديد المواقع، وآلة تصوير وتسجيل ووسيلة تسوق وإدارة الحسابات المصرفية وصندوق بريد الكتروني كما يمكن من خلاله متابعة الدراسة الجامعية عن بعد.

● وما يميز الهاتف الذكي هو أن علاقة الناس بالهاتف الذكي تختلف، فهناك من استنكف عن متابعة هذه الموضة أو الحاجة من كبار السن غداً مازال يكفهم أن يكون الهاتف وسيلة لإجراء مكالمة والرد عليها لا أكثر، وهناك من امتلكوا هواتف ذكية دون أن يستفيدوا من المميزات التي تقدمها، وهناك متابعو تطور الهواتف الذكية وأكثرهم من الفئات العمرية الجديدة، وهؤلاء ممن يقفون في طوابير أمام محل بيع الهواتف ما إن أعلن عن نزول نسخة جديدة أكثر تطوراً من سابقتها إلى السوق، وتحول الهاتف الذكي من سلعة يحتكرها عدد قليل من الناس إلى سلعة متداولة تؤمن الرفاهية الكاملة وعدداً لا يعد من الخدمات التي كانت تبدو من الكماليات قبل سنوات معدودة ولكنها أصبحت اليوم من الضروريات التي لم يعد بالإمكان الاستغناء عنها.

٢.٥ وظائف الهواتف الذكية:

يعتبر الهاتف الذكي أحد أشكال أدوات الاتصال فهو يتكون من دائرة استقبال وإرسال ووحدة معالجة مركزية وفرعية ورامه وفلاش لتخزين المعلومات ويمكن كتابة الرسائل القصيرة والاستمتاع بخواصه وهي:

- الاتصال بالآخرين ورؤيتهم عن طريق الجيل الجديد من الأجهزة dct4 المزودة بكاميرات دقيقة.
- يمكن إرسال الرسائل القصيرة لأي مكان في العالم، التسلية بالألعاب وكذا ألعاب JAVA الحديثة.

- الاستماع إلى ملفات صوتية بامتدادات مختلفة مثل mp3-wdv-ogg، كذلك الاستماع إلى الراديو ومسجل الصوتيات وغيرها من الألعاب المشتركة بين الأجهزة وعبر خطوط الانترنت.
- تغيرت تصاميم وقدرات الأجهزة من إجراء المحادثات البسيطة إلى القيام بالأعمال المكتبية والاتصال بالانترنت والتقاط ومشاهدة عروض الفيديو وغيرها.
- لقد تطورت الهواتف من مجرد أدوات التحدث بين طرفين إلى شاشات رقمية باللونين الأبيض والأسود ومن ثم إلى أدوات لتبادل رسائل نصية واستخدام الشاشات الملونة ودخلت الألعاب الالكترونية ووسائل التسلية والترفيه مثل القدرة على الاستمتاع إلى البث الراديو FM والتقاط ومشاهدة الصور وشاركها مع الآخرين.
- انتقلت بعدها الهواتف لتأخذ مكان المساعدات الشخصية الرقمية PDA (Personal Digital Assistants) بطرح البرامج المكتبية المتطورة وتطورت الشاشات لتصبح تعمل باللمس وظهر طرز تعتمد على شاشات اللمس بشكل رئيسي وأخرى هجينة تقدم لوحات مفاتيح إضافية مع توفير أقلام خاصة للكتابة على الشاشات التي تستطيع التعرف على خط يد المستخدم وتحويله إلى نص يمكن تعديله.
- دعمت الهواتف الذكية تقنيات التواصل اللاسلكي مثل الأشعة تحت الحمراء وبلوتوث و Wifi لتبادل الملفات مع الهواتف الأخرى، وأصبحت تستطيع التعرف على موقعها الجغرافي بسهولة ودقة كبيرة، مع توفير برامج متخصصة لتحرير عروض الفيديو والصور ومشاركتها مع الآخرين عبر الشبكات الاجتماعية أو البريد الإلكتروني، ليصبح بإمكانها بعد ذلك التفاعل مع المستخدم صوتيا من دون استخدام أوامر خاصة (يلس خضير البياتي: ٢٠١٤، ص.ص.٤٣٦.٤٣٨).

٣.٥ مكونات الهواتف الذكية:

- الهواتف الذكية لا تختلف عن الحواسيب المحمولة أو الحواسيب الشخصية أو أي جهاز آخر في شيء، كل الأجهزة الذكية تتكون من جزأين مكملين لبعضهم وهما Hardware وهو الجزء الفيزيائي الممكن لمسه و Software وهو الجزء البرمجي المشغل للجهاز.
- يتكون الجهاز الذكي من نفس المكونات الخاصة بالحاسوب لكن بقياسات (أحجام مرئية) أصغر وكلما زادت كفاءة مساحات وأحجام القطع المكونة للجهاز زادت كفاءة الجهاز بعلاقة طردية.

وأهم مكونات الجهاز نجد:

- نظام التشغيل (Operating System):

تتنافس الشركات في إصدار أنظمة هواتف ذكية خاصة بأجهزتها، إذ تختلف هذه الأنظمة بين شركة وأخرى، ومن الممكن أن يعمل هاتفان ذكيان على نظام واحد، فعلى الشركات أن تقوم بتصميم أنظمة سهلة الاستخدام وتلبي احتياجات المستخدم في أسرع وقت (محمد بركات الحجار: ٢٠١١، ص. ٢٩).

يحتوي الهاتف الذكي على نظام تشغيل قادر على استغلال مميزات الهواتف التقنية إلى أقصى حد بحيث يمثل نظام التشغيل الواجهة التي تمكن مقتني الجهاز من الوصول ومن تفعيل كل ما يحتويه الهاتف من قطع. ومن أبرز أنظمة التشغيل حالياً نجد: Windows Phone، iOS، Android.

Android: الأندرويد هو نظام مجاني ومفتوح المصدر مبني على نواة لينكس يتم تطوير الأندرويد من قبل التحالف المفتوح للهواتف النقالة الذي تديره شركة جوجل Google. وكلمة Android الإنجليزية تعني الروبوت على هيئة إنسان.

iOS: هو نظام مصمم ومحدث من قبل شركة Apple ويعتبر من أقوى الأنظمة المنافسة في العالم.

Windows Phone: نظام تشغيل الويندوز فون هو نظام تشغيل الهواتف الذكية صدر هذا النظام في 21 أكتوبر 2010 في أوروبا، أستراليا، ونيوزلندا، وفي 08 نوفمبر 2010 ظهرت في الولايات المتحدة الأمريكية، وكندا، وأخيرا في آسيا أوائل 2011.

● المعالج Processor: تعتبر المعالجات ضرورة قصوى للهواتف الذكية، وذلك بسبب استخداماتها المتعددة التي تقارب الحواسيب أحيانا لذا يتوجب على المعالج القدرة على معالجة البيانات والمعلومات، فكلما كان المعالج أسرع في معالجته للبيانات كان الجهاز أفضل.

● الذاكرة Memory: وهي الجزء المسؤول عن حفظ البيانات والمعلومات على الأجهزة الذكية، وتنقسم إلى قسمين: ذاكرة داخلية وتستخدم لحفظ أنظمة التشغيل والملفات الأخرى، وذاكرة خارجية تتركب حسب رغبة المستخدم، وقد لا تتوفر القدرة في بعض الأجهزة الذكية على تركيب الذاكرة الخارجية.

● الشاشة: تعتبر الشاشة عنصر مهم لتحديد نوعية الهاتف المراد شراؤه، فقد تكون الشاشة شاشة لمس أو شاشة عادية، وقد تكون LED أو LCD بالإضافة إلى توفرها بعدة أحجام قد تصل إلى 6.4 إنش .

● الاتصال: عن طريق وسائط الاتصال يستطيع المستخدم الولوج إلى شبكة الأنترنت كما يستطيع التحدث أو إرسال المعلومات والبيانات المختلفة لذلك كل ما زادت هذه الوسائل في الهاتف الذكي كلما كان ذلك الهاتف مضلا عن غيره (بول ليفستون: ٢٠٠٥، ص.٢٣٥).

● التطبيقات: تعتمد التطبيقات التي يمكن تثبيتها على الهاتف الذكي بشكل أسامي على تنوع التطبيقات المثبت على نظام التشغيل، فكلما زادت التطبيقات كلما استطاع المستخدم استخدام هاتفه في الدرجة القصوى.

٤.٥ أثر الهواتف الذكية على الحياة الاجتماعية:

أصبحت التكنولوجيا عماد المجتمع حيث لا يكاد يخلو أي مجتمع إنساني من أي شكل من أشكال التكنولوجيا، ولا يكاد يختلف اثنان على مدى أهمية التكنولوجيا في تحقيق التقدم في مختلف مجالات الحياة ابتداء من الإبرة إلى المركبات الفضائية والأقمار الصناعية، وإلى جانب أهمية الوسائل التكنولوجية في تحقيق مصالح الإنسان وتلبية احتياجاته.

إلا أنه من الممكن أن تنقلب هذه التكنولوجيا إلى نقمة عندما يكون لها آثار اجتماعية سلبية أي بمعنى آخر يساء استخدامها وتزداد عواقبها سواء إذا تعلق بقيم المجتمع ومنظومته الأخلاقية التي يقوم عليها، وأجهزة الهاتف النقال تدخل ضمن إطار هذه التكنولوجيا التي أحدثت ثورة في عالم الاتصالات، فالانصال بوسائله المختلفة هو سلاح ذو حدين، ففي الوقت الذي يغدو فيه ممكنا أن يوظف كأداة حضارية تخلق حالات الملاءمة والتوافق والتكيف مع روح العصر ومقتضيات التطور في الإطار الذي يرسخ القيم التربوية والأخلاقية السليمة. فإن الأمر جائز أيضا أن يوظف في الاتجاه المعاكس وسينقلب حينذاك إلى أداة تخريب وهدم ضارة بالموارد الإنسانية التي هي أساس التنمية الاجتماعية.

أي بمعنى آخر أنه بقدر ما تأتي التكنولوجيا بإيجابيات منشودة لتحقيق بعض الأهداف والمرامي ولكن من الممكن أن يقابلها قدر من السلبيات عند عدم التعامل مع هذه التكنولوجيا بصورة مناسبة وكأنها نوع من الموازنة أو ضريبة ما تحصل عليه من الفوائد هو بعض الأضرار والتي قد تكون مدمرة في بعض الأحيان (الربيعي مازن: ٢٠٠٤، ص.٤٥).

فالهاتف النقال نعمة عظيمة من أجل مواكبة عصر المعلومات وسرعة الاتصال وثورة الانترنت وغير ذلك وكيف لا يكون كذلك وقد قرب المسافات والأبعاد الشاسعة واختصار الأوقات والمسافات ويسر بلوغ الغاية كما أصبح بإمكان الإنسان أن يتصل بآخر بلاد الدنيا ويتلقى الاتصالات ويرسل الرسائل ويستقبلها وهي بلا شك خدمات

عظيمة ومنافع جليلة تعود على الإنسان بالخير العظيم إذا أحسن استغلاله (المقرن، د.س).

كما أنه لا أحد يستطيع أن ينكر ما للمهاتف النقال من إيجابيات عديدة ولا سيما في تسهيل عملية الاتصال الثقافي والاجتماعي والسياسي، فالتقنيات الحديثة أتاحت أمام الفرد فرصة التعبير عن آرائهم وآرائهم وذلك من خلال المشاركة في المناقشات والحوارات عبر بعض البرامج البناءة في القنوات الفضائية مما يسهم بشكل أو بآخر في تنمية وتشكيل الوعي العام لدى أفراد المجتمع (البدرى أسامة: ١٩٩٨، ص.٢٤).

كما ساهمت وسائل الاتصال الحديثة في تعزيز العلاقات الاجتماعية وتحقيق الانسجام والترابط الاجتماعي سواء كانت بين أفراد الأسرة الواحدة أو بين الأصدقاء، أضف على ذلك أصبح بإمكان الإنسان كذلك أن يقضي الكثير من حاجاته بأقرب الطرق وأيسر التكاليف وذلك من خلال رسائل الجوال والتي هي في جوهرها خدمة يسرت التواصل والاتصال السريع (الفهدي عيسى بن عبد الله، الخنجري سناء عبد الرحمان: ٢٠٠٤، ص.٣٥).

ومن الممكن أن تنقلب التكنولوجيات الجديدة أو الوسائل الجديدة إلى نقمة عندما تكون لها آثار اجتماعية سلبية، أو بمعنى آخر يساء استخدامها وتزداد عواقبها سوءاً، إذا تعلق بقييم المجتمع ومنظومته الأخلاقية التي يقوم عليها، وأجهزة الهاتف الذي تدخل ضمن إطار هذه التكنولوجيا التي أحدثت ثورة علمية في عالم الاتصالات، فالاتصال بوسائله هو سلاح ذو حدين، ففي الوقت الذي يغدو فيه ممكناً أن يضيف كأداة حضارية تخلق حالات الملاءمة والتوافق والتكيف مع روح العصر ومقتضيات التطور في الإطار الذي يرسخ القيم الاجتماعية الأخلاقية السليمة، فإن الأمر أيضاً جائز أن يوظف في الاتجاه المعاكس وسينقلب حينذاك إلى أداة تخريب وهدم ضارة بالموارد الإنسانية التي هي أساس التنمية الاجتماعية.

أي بمعنى آخر أنه بقدر ما تأتي التكنولوجيا بإيجابيات منشودة لتحقيق بعض الأهداف والمرامي ولكن من الممكن أن يقابلها قدر من السلبيات عند عدم تعامل مع

هذه التكنولوجيا بصورة مناسبة وكأنها نوع من الموازنة أو الضريبة ما تحصل عليه من فوائد وبعض الأضرار التي قد تكون في بعض الأحيان.

كما ساهمت وسائل الاتصال الحديثة أيضا في تعزيز العلاقات الاجتماعية وتحقيق الانسجام والترابط الاجتماعي سواء كانت بين أفراد الأسرة الواحدة أو بين الأصدقاء، ضف إلى ذلك أصبح بإمكان الإنسان كذلك أن يقضي الكثير من حاجاته بأقرب الطرق وأيسر التكاليف وذلك من خلال الهواتف الذكية والتي في جوهرها خدمة جليلة يسرت سبل التواصل والاتصال السريع.

إن فوزى الاستخدام من قبل البعض تضخى نقمة أكثر من نعمة وخاصة هناك بعض الشباب يستغلون تلك التقنية بصورة غير سليمة مما يؤثر بشكل سلبي على سلوكهم الاجتماعي وعلى علاقاتهم بالآخرين فضلا عن ذلك يساهم الهاتف الذكي في جعل الكثير منهم يتطلعون لأشياء مادية أكبر من عمرهم هذا ما يؤثر على متطلباتهم المستقبلية. (سمير سليمان الجمل: ٢٠١٤، ص. ١٨)

ضف إلى ذلك أصبح الهاتف الذكي يمثل مصدر إنتاج للكثير من الأسر فوجود هذه الأداة (الهاتف الجوال ذي خاصية الكاميرا) يمكن أن يثير على القلق والخوف ليس فقط من انتشار صور الفتيات دون علمهن بل لأن الأمر قد تعدى ذلك ووصل إلى الخوف على عقليات الصغار والمراهقين والشباب من مستخدمي هذا الهاتف من الانحراف بسبب بعض المشاهد المخلة بالأداب التي يمكن أن تنتقل من يد إلى يد عبر البلوتوث في الأسواق والشوارع وحتى الجامعات والمدارس.

وما يجدر الإشارة إليه أيضا قيام البعض باستغلال رسائل الجوال بطرق غير مقبولة اجتماعيا وتوجيه الوجهة غير الحضارية والتي لا تتسم مع ديننا الحنيف وعاداتنا وثقافتنا العامة، لا سيما الرسائل ذات الإيحاءات الجنسية والعبارات التافهة التي تخدش بالحياء والتي تؤدي إلى تفكك الأسر وحدث المشاكل العائلية، فالأسباب والعوامل التي تدفع البعض إلى الاستخدام السلبي هو ضعف التربية الصحيحة والوازع الديني الكامن في أعماق نفوسهم لأن التربية هي الأساس في بناء الإنسان ومنها يكون السلوك الإيجابي (الفهدي عيسى بن عبد الله: د.س، ص. ٢٠)

٦. الإطار المنهجي للدراسة:

١.٦ مجالات الدراسة:

- المجال المكاني: أجريت الدراسة الميدانية لهذا البحث في كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية بجامعة محمد خيضر بسكرة.
- المجال البشري: هم الأفراد الذين سيتم التعامل معهم والذين ستجرى عليهم الدراسة الميدانية، في بحثنا هذا من طلبة جامعة محمد خيضر بسكرة المستخدمين للهواتف الذكية.
- المجال الزمني: الفترة الزمنية التي استغرقها البحث الميداني حيث أنه وخلال الفترة الممتدة من يوم ٢٠١٦/١١/١٩ على الساعة ١٧:٠٠ إلى يوم ٢٠١٦/١١/٢١ على الساعة ١٩:٠٠ تم توزيع استمارة البحث على عينة الدراسة. وقد تم بصورة موازية للمرحلة الأخيرة ترميز البيانات، وتفريغها وإدخالها مباشرة لبرنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية Spss، لنباشر بعدها عملية تحليل هذه البيانات خلال المدة من ٢٠١٦/١١/٢١ إلى ٢٠١٦/١١/٢٣، ثم تم التعليق على البيانات وتحليلها من أجل الوصول إلى نتائج متعلقة بالإجابة على أسئلة الدراسة وتحقيق أهدافها وعلى القارئ مراعاة هذه المجالات عند الاطلاع على نتائج الدراسة.

➤ العينة وكيفية اختيارها:

بما أن مجتمع البحث غير محدد العدد والخصائص، فإن العينة المناسبة والتي اخترناها هي العينة القصدية (طلبة كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية المستخدمين للهواتف الذكية) وقد تحصلنا عليها بطريقة كرة الثلج، وقدر حجمها بـ(١٠٠) مفردة من طلبة كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية المستخدمين للهواتف الذكية.

٢.٦ المنهج وأدوات جمع البيانات:

١.٢.٦ منهج الدراسة:

نظرا لكون طبيعة موضوع البحث هي التي تفرض نوع المنهج، وبما أننا نبحث في استخدامات الشباب الجامعي للهواتف الذكية، فقد اعتمدنا على المنهج الوصفي، حيث قمنا بوصف الظاهرة المدروسة وتصويرها كمياً عن طريق جمع معلومات دقيقة عن المشكلة وتحليلها وإخضاعها للدراسة، وعليه -وحسب رأينا- فإن المنهج الوصفي التحليلي هو الأسلوب المنهجي الأكثر ملاءمة في دراستنا لإزالة الغموض الذي يشوب مشكلة الدراسة والطريقة السليمة للوصول على أهدافها بدءاً بوصف ظاهرة استخدام الهواتف الذكية والإقبال عليها، وجمع الحقائق الامبريقية حولها في صورتها الواقعية وتصنيفها ومحاولة تفسيرها انتماءً باستخلاص النتائج التي يمكن تعميمها على المجتمع الأصلي للدراسة، ذلك لأن المنهج الوصفي يهدف إلى "توضيح أو وصف الواقع على تقرير حقائقه الحاضرة كما هي بل ويتناولها بالتحليل والتفسير قصد الوصول إلى استنتاجات مفيدة" (عمار الطيب كشرود: ٢٠٠٦، ص.٤٣).

٢.٢.٦ أدوات جمع البيانات:

يعد الاستبيان من أكثر أدوات جمع البيانات استخداماً وشيوعاً في البحوث الاجتماعية، ويرجع ذلك إلى الميزات التي تحققها هذه الأداة بالنسبة لاختصار الجهد والتكلفة وسهولة معالجة البيانات إحصائياً (حامد خالد: ٢٠٠٣، ص.٥٦).

تكوّن استبيان هذه الدراسة من ثلاثة أقسام: القسم الأول تعلق بالبيانات الشخصية (الجنس، السن، المستوى الدراسي، التخصص الدراسي) لتحديد خصائص عينة الدراسة، والقسم الثاني تعلق بدوافع استخدام الهواتف الذكية، والقسم الثالث حول الإشباعات التي يسعى الشباب الجامعي إلى تلبيةها من خلال استخدامهم للهواتف الذكية.

تميز الاستبيان بالخصائص السيكومترية التالية:

✓ **الصدق:** يشير الصدق إلى مدى صلاحية الاختبار في قياس الخاصية التي صمم من أجل قياسها، كما يقصد به شمول الاستبيان لكل العناصر التي يجب أن تدخل في التحليل من ناحية، ووضوح فقراته ومفرداته من ناحية أخرى، بحيث تكون مفهومة لكل من يستخدمها (محمد عبيدات وآخرون: ١٩٩٩، ص.١٧٩).

وقد قمنا بالتأكد من صدق الاستبيان من خلال اختبار صدق الاتساق الداخلي للتعرف على مساهمة كل عبارة من العبارات المكونة لمحاور الاستبيان ومدى الارتباط بالمجموع الكلي لمحاور الاستبيان، قمنا بحساب معامل الارتباط للاتساق الداخلي باستخدام معامل ارتباط بيرسون Pearson's Correlation، والنتائج موضحة في الجدولين التاليين:

الجدول رقم (٠١) يوضح معامل الارتباط بيرسون لعبارات المحور الخاص بدوافع استخدام الشباب الجامعي للهواتف الذكية:

رقم العبارة	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
1	1	,327**	,058	,286**	,322**	,178	,122	,195	,161	,132	,341**
2	,327**	1	,058	,458**	,276**	,381**	,220*	,456**	,426**	,363**	,134
3	,058	,058	1	,091	,180	,191	,319**	,116	,053	,192	,149
4	,286**	,458**	,091	1	,369**	,340**	,340**	,391**	,404**	,360**	,282**
5	,322**	,276**	,180	,369**	1	,315**	,232*	,278**	,278**	,179	,221*
6	,178	,381**	,191	,340**	,315**	1	,372**	,375**	,583**	,280**	-,024
7	,122	,220*	,319**	,340**	,232*	,372**	1	,469**	,398**	,375**	,225*
8	,195	,456**	,116	,391**	,278**	,375**	,469**	1	,634**	,476**	,152
9	,161	,426**	,053	,404**	,278**	,583**	,398**	,634**	1	,513**	,182
10	,132	,363**	,192	,360**	,179	,280**	,375**	,476**	,513**	1	,163
11	,341**	,134	,149	,282**	,221*	-,024	,225*	,152	,182	,163	1

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

الجدول رقم (٠٢) يوضح معامل الارتباط بيرسون لعبارات المحور الخاص بالإشباع التي يسعى الشباب الجامعي إلى تلبيةها من خلال استخدامهم للهواتف الذكية:

رقم العبارة	1	2	3	4	5	6	7	8	9
1	1	,208*	,211*	,184	,287***	,052	,054	,197*	,136
2	,208*	1	,025	,092	,263**	,075	,115	,106	-,003
3	,211*	,025	1	,092	,099	-,071	-,143	,126	,141
4	,184	,092	,092	1	,056	,064	,215*	,100	,349**
5	,287***	,263**	,099	,056	1	,134	,012	,154	-,055
6	,052	,075	-,071	,064	,134	1	-,037	,141	,090
7	,054	,115	-,143	,215*	,012	-,037	1	-,016	,149
8	,197*	,106	,126	,100	,154	,141	-,016	1	,136
9	,136	-,003	,141	,349**	-,055	,090	,149	,136	1

يتضح من الجدولين أعلاه أن جميع العبارات المحددة لقيم معامل الارتباط بين كل عبارة من عبارات المحور الذي يحدد دوافع استخدام الشباب الجامعي للهواتف الذكية (الجدول رقم) والمحور الذي يحدد الإشباع التي يحققها الجامعيين من استخدامهم للهواتف الذكية (الجدول رقم) هي دالة إحصائياً عند مستوى (٠,٠١) مما يدل على الاتساق الداخلي بين كل عبارة من عبارات المحور وباقي مجموع عبارات المحور وهو ما يعكس صدق الإستبيان، بمعنى أنه يقيس ما صمم لقياسه، وبالتالي نجد أن كل عبارة من عبارات هذا المحور تساهم في الاتساق الداخلي لهذا المحور.

وعليه يتضح أن كل عبارة من عبارات الإستبيان ترتبط ارتباطاً دالاً إحصائياً مع الدرجة الكلية للمحور، وهذا يدل على الاتساق الداخلي لفقرات الإستبيان ويشير إلى الصدق الداخلي للإستبيان.

الثبات: الثبات هو الاتساق في نتائج أداة الدراسة، ونعني به مدى اتساق واستقرار نتائج الاستبيان فيما لو طبق مرتين فأكثر على نفس العينة في مناسبات مختلفة (بشير معمرية: ٢٠٠٧، ص.١٦٧).

إذن فهو قدرة الاستبيان على الحصول على نفس النتائج لو أعيد تطبيقه مرة أخرى، وقد استخدمنا معادلة Alpha Cronbach's للتأكد من ثبات الاستبيان، وسجلنا النتيجة في الجدول التالي:

الجدول رقم (٠٣) يوضح نتيجة معامل ألفا كرونباخ للتأكد من ثبات الاستبيان:

عدد العناصر	Alpha Cronbach's
٢٠	,817

من خلال نتائج معادلة Alpha Cronbach's أن قيمته وصلت إلى ٨١%، وهي نسبة ثبات عالية وجيدة ومناسبة لأغراض هذه الدراسة.

٧. عرض الجداول وتحليل وتفسير البيانات والإجابة على تساؤلات الدراسة:

١.٧ عرض الجداول وتحليل وتفسير البيانات:

١. البيانات الشخصية:

الجدول رقم (٠٤) يوضح توزيع المبحوثين حسب متغير الجنس:

النسبة	التكرارات	الجنس
٣٠%	30	ذكر
٧٠%	70	أنثى
١٠٠%	100	المجموع

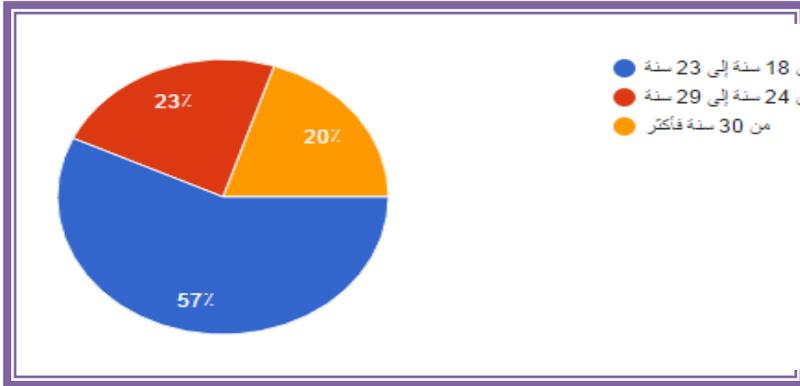
كما هو موضح من معطيات الجدول المبين أعلاه، فإن نسبة الذكور هي (٣٠%) في حين أن نسبة الإناث هي (٧٠%). وهذه المعطيات تجسد صراحة الاحصاءات الفعلية بكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية حيث تغلب نسبة الإناث مقارنة بالذكور.

الجدول رقم (٠٥) يوضح توزيع المبحوثين حسب متغير السن:

النسبة	التكرارات	السن
57%	57	من ١٨ سنة إلى ٢٣ سنة
23%	23	من ٢٤ سنة إلى ٣٠ سنة
20%	20	من ٣٠ سنة فأكثر
100%	100	المجموع

توزع المبحوثون بين ثلاث فئات عمرية ابتداءً بالفئة الأولى (من ١٨ سنة إلى ٢٣ سنة) وانتهاءً بالفئة الأخيرة (من ٣٠ سنة فأكثر) وكان الفارق الزمني هو ٠٥ سنوات بين فئة وأخرى.

وتشير نتائج الدراسة الميدانية أن (٥٧) مبحوثاً من مجموع (١٠٠) مبحوث وبنسبة (٥٧%) تتراوح أعمارهم من ١٨ سنة إلى ٢٣ سنة، وأن (٢٣) مبحوثاً من مجموع (١٠٠) مبحوث وبنسبة (٢٣%) تتراوح أعمارهم من ٢٤ سنة إلى ٣٠ سنة، وأن (٢٠) مبحوثاً من مجموع (١٠٠) مبحوث وبنسبة (٢٠%) أعمارهم من ٣٠ سنة فما فوق. وهذا ما يوضحه البيان التالي:

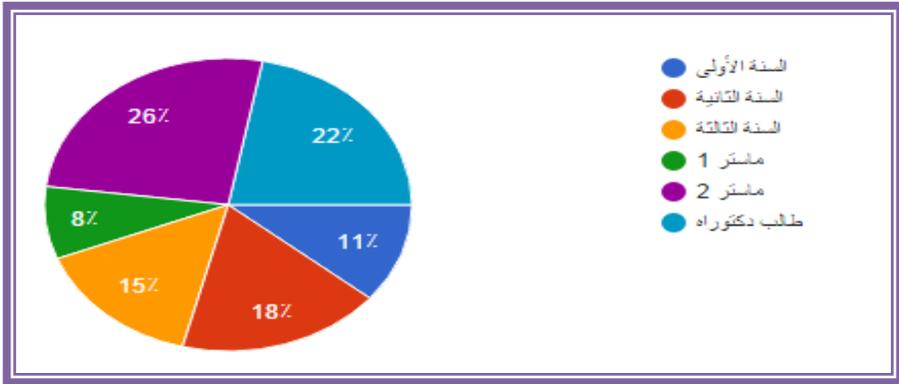


الشكل رقم (٠١): توزيع المبحوثين حسب متغير الجنس

الجدول رقم (٠٦) يوضح توزيع المبحوثين حسب متغير المستوى الدراسي:

النسبة	التكرارات	المستوى الدراسي
11%	11	سنة أولى
18%	18	سنة ثانية
15%	15	سنة ثالثة
8%	8	ماستر ١
26%	26	ماستر ٢
22%	22	طالب دكتوراه
100%	100	المجموع

يتضح من معطيات الجدول وتمثيله البياني أعلاه أن أعلى نسبة من المبحوثين هم من مستوى الثانية ماستر وذلك بنسبة ٢٦%. تليها نسبة ٢٢% هم طلبة دكتوراه، ثم بنسب متقاربة كل من المستوى الثانية والثالثة والأولى ليسانس (١٨%، ١٥%، ١١%) على التوالي، وتأتي أقل نسبة مقدرة بـ(٨%) من السنة الأولى ماستر وهذا ما يوضحه الشكل رقم ٠٢:



الجدول رقم (٠٧) يوضح توزيع المبحوثين حسب متغير التخصص الدراسي:

التخصص الدراسي	ت	%
علم الاجتماع	30	30%
علم النفس	22	22%
علوم التربية	5	5%
فلسفة	1	1%
أنثروبولوجيا	2	2%
علوم الإعلام والاتصال	33	33%
تاريخ	6	6%
علم المكتبات	1	1%
المجموع	100	100%

أعلى نسبة وهي ٣٣% مثلها طلبة علوم الإعلام والاتصال، تليها نسبة ٣٠% من الطلبة في تخصص علم الاجتماع، و٢٢% من طلبة تخصص علم النفس، وهكذا فقد توزعت عينة هذه الدراسة على كل التخصصات المدرسة بكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية بجامعة بسكرة خلال السنة الدراسية ٢٠١٦/٢٠١٧، وكلها بنسب متقاربة نوعا ما.

٢. دوافع استخدام الشباب الجامعي للهواتف الذكية:

الجدول رقم (٠٨) يوضح الفروق في دوافع استخدام المبحوثين للهواتف الذكية حسب

متغير الجنس :

الدلالة	كا ^٢	المجموع	إناث	ذكور		
غير دالة	٢.٢٥٦	٨١%	٥٤%	٢٧%	٠.١	الاتصال الهاتفي
غير دالة	٠.٥١٧	٣٨%	٢٥%	١٣%	٠.٢	ارسال الرسائل القصيرة sms
غير دالة	٠.٢٩٢	٧٣%	٥٠%	٢٣%	٠.٣	تصفح الانترنت

٤.	التطبيقات والألعاب	١٣%	٢٠%	٣٣%	٢٠٧٠	غير دالة
٥.	إلتقاط الصور وتسجيل الفيديوهات	١٨%	٤١%	٥٩%	١٨٠٠	دالة
٦.	تصفح الصحف الالكترونية	٩%	١١%	٢٠%	٢٠٦٧٩	غير دالة
٧.	استخدام البريد الالكتروني	١١%	١٦%	٢٧%	٢٠٣٢	غير دالة
٨.	الاستماع للإذاعة	٥%	٩%	١٤%	٢٥٣٠	غير دالة
٩.	الاستماع للإذاعة الالكترونية	٦%	٤%	١٠%	٤٠٧٦٢	غير دالة
١٠.	مشاهدة الأفلام	٦%	٩%	١٥%	٨٤٠٠	غير دالة
١١.	استخدام موقع التواصل الاجتماعي	٢٧%	٥٠%	٧٧%	٤٠٩٠	غير دالة

مستوى الدلالة $\alpha = 0.05$ درجة الحرية $df = 1$

استنتاقا لمعطيات الجدول أعلاه نلاحظ أن الفروق في دوافع استخدام المبحوثين للهواتف الذكية كلها تبدو نسبيا لصالح الإناث وهي غير دالة إحصائيا، إلا على مستوى العبارة رقم ٥. وهي إلتقاط الصور وتسجيل الفيديوهات فوجدنا الفروق دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة $\alpha = 0.05$ ، وربما قد يرجع هذا لطبيعة شخصية الإناث اللاتي يحبن كثيرا تسجيل المناسبات التي يحضرنها وبعض المواقف التي يعشنها خاصة في مناسبات الأعراس والحفلات وغيرها وكذلك لاحظنا هذا الغرض وهو استخدام الهواتف الذكية في التقاط الصور وتسجيل الفيديوهات في الكلية في المكتبة وفي الأقسام والمدرجات مع زميلاتهن وخاصة باستخدام تقنية السيلفي Selfi...

الجدول رقم (٠٩) يوضح الفروق في دوافع استخدام المبحوثين للهواتف الذكية

حسب متغير السن:

الدلالة	كا ^٢	المجموع	٣٠.≤	٢٩-٢٤	٢٣-١٨		
غير دالة	٧.٣٠٨	%٨١	%١٨	%٢٢	%٤١	الاتصال الهاتفي	٠.١
غير دالة	٣.٠٨١	%٣٨	%١١	%٨	%١٩	ارسال الرسائل القصيرة sms	٠.٢
غير دالة	١.٣٩٩	%٧٣	%١٤	%١٩	%٤٠	تصفح الانترنت	٠.٣
غير دالة	٠.٩٧٣	%٣٣	%٥	%٩	%١٩	التطبيقات والألعاب	٠.٤
غير دالة	١.٣٨٦	%٥٩	%١١	%١٦	%٣٢	إلتقاط الصور وتسجيل الفيديوهات	٠.٥
غير دالة	١.٤٧٧	%٢٠	%٥	%٦	%٩	تصفح الصحف الالكترونية	٠.٦
غير دالة	١٢.٩٠٦	%٢٧	%٧	%١٢	%٨	استخدام البريد الالكتروني	٠.٧
غير دالة	١.٣٨٩	%١٤	%٤	%٤	%٦	الاستماع للإذاعة	٠.٨
غير دالة	٣.٨٨٠	%١٠	%٤	%٣	%٣	الاستماع للإذاعة الالكترونية	٠.٩
غير دالة	٢.٩٤٠	%١٥	%٢	%٦	%٧	مشاهدة الأفلام	١.٠
غير دالة	٠.٥٣٢	%٧٧	%١٥	%١٩	%٤٣	استخدام موقع التواصل الاج	١.١

مستوى الدلالة $\alpha = \dots ٥$ درجة الحرية $df = ٢$

نلاحظ من معطيات الجدول أعلاه أن الفروق في دوافع استخدام المبحوثين للهواتف الذكية كلها تبدو نسبيا لصالح الفئة العمرية من ١٨ إلى ٢٣ سنة لأن هذه أغلب الطلبة ينتمون لهذا الفئة العمرية، وهي غير دالة إحصائيا.

الجدول رقم (١٠) يوضح الفروق في دوافع استخدام المبحوثين للهواتف الذكية حسب متغير المستوى الدراسي:

الدالة	سكا ²	المجموع	د	م ₂	م ₁	3	2	1		
غير دالة	6.966	%81	%20	%22	%8	%11	%12	%8	01	الاتصال الهاتفي
غير دالة	9.138	%38	%12	%9	%5	%2	%7	%3	02	ارسال الرسائل القصيرة sms
غير دالة	8.576	%73	%16	%23	%5	%12	%12	%5	03	تصفح الانترنت
غير دالة	3.863	%33	%6	%8	%5	%4	%6	%4	04	التطبيقات والألعاب
غير دالة	2.130	%59	%12	%17	%5	%7	%12	%6	05	إلتقاط الصور وتسجيل
غير دالة	3.704	%20	%7	%3	%2	%2	%4	%2	06	تصفح الصحف الالكترونية
غير دالة	17.874	%27	%13	%7	%2	%3	%1	%1	07	استخدام البريد الالكتروني
غير دالة	1.372	%14	%4	%4	%1	%1	%3	%1	08	الاستماع للإذاعة
غير دالة	0.753	%10	%3	%2	%1	%1	%2	%1	09	الاستماع للإذاعة الالكترونية
غير دالة	2.182	%15	%3	%5	%2	%1	%3	%1	10	مشاهدة الأفلام
غير دالة	1.805	%77	%17	%20	%7	%12	%12	%9	11	استخدام موقع التواصل الاج

درجة الحرية = ٥ df

مستوى الدلالة = ٠.٠٥ α

كما هو واضح من بيانات الجدول السابق أن الفروق في دوافع استخدامات الطلبة الجامعيين للهواتف الذكية غير دالة احصائيا عند مستوى الدلالة $\alpha = 0.05$ حسب متغير المستوى الدراسي، أما نسبيا فهي متقاربة جدا وهذا ما أكدته النسب المئوية المدرجة إحصائيا في الجدول.

جدول رقم (١١) يوضح الفروق في دوافع استخدام المبحوثين للهواتف الذكية حسب متغير التخصص الدراسي:

الدلالة	كا ²	المجموع	مك	تا	عإع	انثر	فل	علت	علن	علج		
غير دالة	6.531	%81	%1	%4	25%	%2	%2	%3	%19	%27	الاتصال الهاتفي	01
غير دالة	5.399	%38	%1	%1	%11	%1	%0	%3	%10	%11	ارسال الرسائل القصيرة	02
غير دالة	2.880	%73	%1	%4	%23	%1	%1	%3	%18	%22	تصفح الانترنت	03
غير دالة	5.486	%33	%1	%2	%11	%0	%0	%3	%6	%10	التطبيقات والألعاب	04
غير دالة	4.042	%59	%0	%4	%20	%1	%1	%4	%11	%18	إلقاط الصور	05
غير دالة	11.837	%20	%0	%1	%4	%0	%0	%3	%8	%4	تصفح الصحف	06
غير دالة	2.495	%27	%0	%2	%9	%0	%0	%2	%7	%7	استخدام البريد	07
غير دالة	12.136	%14	%0	%0	%7	%0	%0	%2	%5	%0	الاستماع للإذاعة	08
غير دالة	9.259	%10	%0	%0	%3	%0	%0	%2	%4	%1	الاستماع للإذاعة الالكترونية	09
غير دالة	7.023	%15	%0	%0	%7	%0	%0	%2	%4	%2	مشاهدة الأفلام	10
غير دالة	6.233	%77	%1	%4	%29	%1	%1	%4	%14	%23	استخدام مواقع التواصل الاج	11

درجة الحرية = 7 df

مستوى الدلالة $\alpha = 0.05$

من بيانات الجدول السابق نسجل أن الفروق في دوافع استخدامات الطلبة الجامعيين للهواتف الذكية غير دالة احصائيا عند مستوى الدلالة $\alpha = 0.05$ حسب

متغير التخصص الدراسي، أما نسبيا فهي متقاربة جدا وهذا ما أكدته النسب المئوية المدرجة إحصائيا في الجدول.

١. الإشباع التي يسعى الشباب الجامعي إلى تلبيتها من خلال استخدامهم للهواتف الذكية:

الجدول رقم (١٢) يوضح الفروق في الإشباع التي يسعى الشباب الجامعي إلى تلبيتها من خلال استخدامهم للهواتف الذكية حسب متغير الجنس:

الدالة	كا ^٢	المجموع	إناث	ذكور	
غير دالة	١.٦٠٨	%٤٧	%٣٠	%١٧	٠١ اشباع نفسي
غير دالة	١.٦٣٧	%١٩	%١١	%٨	٠٢ اشباع عاطفي
غير دالة	٠.١٣٦	%٦٦	%٤٧	%١٩	٠٣ اشباع معرفي
دالة	٠.٠٣٤	%٦	%٤	%٢	٠٤ اشباع اقتصادي
دالة	٠.٠٠٠	%١٠	%٧	%٣	٠٥ اشباع روحي
غير دالة	٠.٤٦٣	%٧٢	%٤٩	%٢٣	٠٦ خلق جواج
غير دالة	٠.٠٥٢	%٩	%٦	%٣	٠٧ اتزان نفسي
دالة	٠.٠٠٢	%٤٧	%٣٣	%١٤	٠٨ التسلية والترفيه
دالة	٠.٠١٤	%١٦	%١١	%٥	٠٩ تحقيق الذات

مستوى الدلالة $\alpha = ٠.٠٥$ درجة الحرية $df = ١$

توضح المعطيات الإحصائية المجدولة أن الفروق في الإشباع التي يسعى الشباب الجامعي إلى تحقيقها من خلال استخدامهم للهواتف الذكية حسب متغير الجنس دالة عند مستوى $\alpha = ٠.٠٥$ فيما يتعلق بالإشباع الاقتصادي حيث يوفر تكلفة إجراء المكالمات وذلك بالاستعانة بخدمات وتطبيقات الهواتف الذكية للاتصال المجاني باستخدام تطبيقات الانترنت على الهواتف كتطبيق Viber، Snapchat، WhatsApp،... وكذلك باعتبار الهاتف الذكي يضم عدة أجهزة في جهاز واحد من كاميرا ومنبه ومفكرة وراديو وضوء...، فهو بذلك يوفر العديد من التكاليف فيحقق إشباعا اقتصاديا مستخدميه، وتدل الإحصاءات النسبية أن الفروق كانت لصالح الإناث.

الفروق الدالة أيضا وجدناها في تحقيق الإشباع الروحي، من حيث أن الهاتف الذكي يوفر خدمات عديدة متعلقة بالتذكير بأوقات الصلاة واتجاه القبلة والأذكار المختلفة والأدعية وكذا تحميل وقراءة والاستماع إلى القرآن الكريم وتحميل مختلف التطبيقات المتعلقة بالجانب الروحي للمستخدمين، وتبقى الفروق نسبيا لصالح الإناث كما هو موضح في أرقام الجدول أعلاه.

الدلالة الإحصائية للفروق في اشباع استخدام الهواتف الذكية حسب متغير الجنس وجدناها أيضا في التسلية والترفيه وفي تحقيق الذات نسبيا لصالح الإناث مقابل الذكور.

جدول رقم (١٣) يوضح الفروق في الإشباع التي يسعى الشباب الجامعي إلى تلبيتها من خلال استخدامهم للهواتف الذكية حسب متغير السن:

الدلالة	كا ^٢	المجموع	٣.٠ ≤	٢٩-٢٤	٢٣-١٨		
غير دالة	٠.٦٤٤	%٤٧	%٨	%١٢	%٢٧	٠.١	اشباع نفسي
غير دالة	١.٠٣٧	%١٩	%٣	%٦	%١٠	٠.٢	اشباع عاطفي
غير دالة	٤.٦٣٩	%٦٦	%١٤	%١٩	%٣٣	٠.٣	اشباع معرفي
غير دالة	٤.٤١٢	%٦	%٢	%٣	%١	٠.٤	اشباع اقتصادي
غير دالة	٣.١٣٤	%١٠	%٤	%١	%٥	٠.٥	اشباع روحي
غير دالة	٠.٦٩٤	%٧٢	%١٥	%١٥	%٤٢	٠.٦	خلق جواج
دالة	٠.٠٣١	%٩	%٢	%٢	%٥	٠.٧	اتزان نفسي
غير دالة	٥.٤٢٩	%٤٧	%٦	%١٥	%٢٦	٠.٨	التسلية والترفيه
غير دالة	٢.٤٤١	%١٦	%٢	%٦	%٨	٠.٩	تحقيق الذات

درجة الحرية = ٢ df

مستوى الدلالة $\alpha = ٠.٠٥$

وفي بحثنا عن الفروق ذات الدلالة الإحصائية في الإشباع التي يسعى الشباب الجامعي إلى تلبيتها من خلال استخدامهم للهواتف الذكية حسب متغير السن، فقد وجدناها غير دالة عند مستوى $\alpha = ٠.٠٥$ ما عدى الاتزان النفسي لصالح الفئة

العمرية من ١٨ إلى ٢٣ سنة، ومن المعروف أن هذه المرحلة العمرية التي تلي العديد من التغيرات الفيزيولوجية والنفسية للطلبة الجامعيين في السنوات الأولى من دراستهم الجامعية فهم يحتاجون لتحقيق الاتزان النفسي وهذا ما يسعون لتلبيته من خلال استخدامهم للهواتف الذكية.

جدول رقم (١٤) يوضح الفروق في الإشباع التي يسعى الشباب الجامعي إلى تلبيتها من خلال استخدامهم للهواتف الذكية حسب متغير المستوى الدراسي:

الدلالة	كا ^٢	المجموع	د	٢م	١م	٣	٢	١		
غير دالة	٩.٦٤٦	%٤٧	%١١	%١٧	%٥	%٥	%٧	%٢	اشباع نفسي	١
غير دالة	٧.٣٢٢	%١٩	%٣	%٦	%١	%٠	%٦	%٣	اشباع عاطفي	٢
غير دالة	١.٩٩١	%٦٦	%١٥	%١٩	%٦	%٩	%١١	%٦	اشباع معرفي	٣
غير دالة	١٧.٧٧٣	%٦	%٢	%٠	%٣	%٠	%١	%٠	اشباع اقتصادي	٤
غير دالة	٣.٧٥١	%١٠	%٣	%٤	%٠	%٠	%٢	%١	اشباع روحي	٥
غير دالة	٣.٥٢٨	%٧٢	%١٨	%٢٠	%٦	%١٠	%١٢	%٦	خلق جو اج	٦
غير دالة	٣.٥٨٨	%٩	%٤	%١	%١	%١	%١	%١	اتزان نفسي	٠.٧
غير دالة	٥.٠٨٤	%٤٧	%١٠	%١٣	%٥	%٧	%١٠	%٢	التسلية والترفيه	٠.٨
غير دالة	٩.٩٣٣	%١٦	%٤	%٢	%٣	%٥	%٢	%٠	تحقيق الذات	٠.٩

درجة الحرية = df = ٥

مستوى الدلالة $\alpha = ٠.٠٥$

من قراءتنا لمعطيات الجدول السابق نلاحظ أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في الإشباع التي يسعى الشباب الجامعي إلى تلبيتها من خلال استخدامهم للهواتف الذكية حسب متغير المستوى الدراسي، والنسب موضحة بالتقارب الكبير بين مختلف المستويات الدراسية.

جدول رقم (١٥) يوضح الفروق في الإشباع التي يسعى الشباب الجامعي إلى تلبيتها من خلال استخدامهم للهواتف الذكية حسب متغير التخصص الدراسي:

الدلالة	علاج	علن	علت	فل	انثر	عإع	تا	مك	المجموع	كا ²	الدلالة
01	اشباع نفسي	%13	%1	%1	%1	%16	%1	%1	%47	7.424	غير دالة
02	اشباع عاطفي	%5	%3	%2	%0	%7	%2	%0	%19	3.794	غير دالة
03	اشباع معرثي	%18	%16	%4	%1	%22	%3	%1	%66	3.311	غير دالة
04	اشباع اقتصادي	%1	%3	%1	%0	%0	%0	%0	%6	5.545	غير دالة
05	اشباع روحي	%4	%4	%0	%0	%2	%0	%0	%10	4.242	غير دالة
06	خلق جواج	%22	%17	%4	%0	%22	%5	%1	%72	4.777	غير دالة
07	اتزان نفسي	%2	%3	%0	%1	%0	%0	%0	%9	12.27	غير دالة
08	التسلية والترفيه	%12	%14	%2	%0	%16	%2	%1	%47	7.400	غير دالة
09	تحقيق الذات	%4	%5	%2	%0	%3	%1	%0	%16	6.318	غير دالة

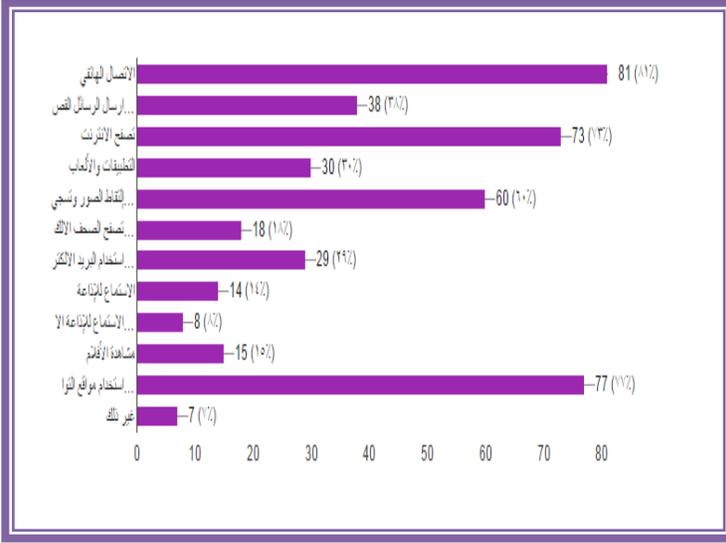
مستوى الدلالة $\alpha = 0.05$ درجة الحرية $df = 7$

نلاحظ من معطيات الجدول السابق أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في الإشباع التي يسعى الشباب الجامعي إلى تلبيتها من خلال استخدامهم للهواتف الذكية حسب متغير التخصص الدراسي، والنسب موضحة بالتقارب الكبير بين مختلف التخصصات المدرسة في كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية بجامعة بسكرة خلال الموسم الجامعي 2019/2018.

٣. الإجابة على تساؤلات الدراسة:

التساؤل الفرعي الأول:

ما هي دوافع استخدام الشباب في الجامعات الجزائرية للهواتف الذكية وهذا ما يوضحه البيان التالي؟



الشكل رقم (٠٣): دوافع استخدام الشباب في الجامعات الجزائرية للهواتف الذكية

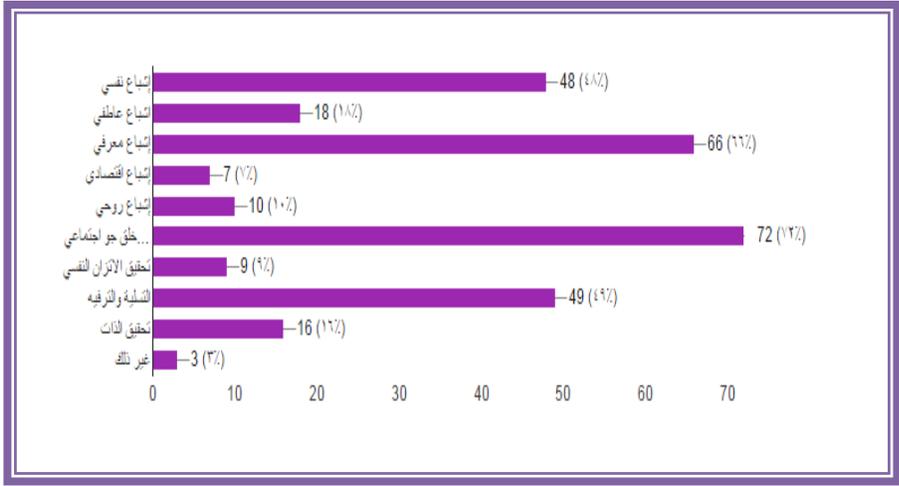
ترتبت دوافع استخدام الشباب الجامعي للهواتف الذكية كما يلي:

١. المرتبة الأولى: الاتصال الهاتفي بنسبة ٨١%.
٢. المرتبة الثانية: استخدام مواقع التواصل الاجتماعي Facebook/ , , , twitter/YouTube بنسبة ٧٧%.
٣. المرتبة الثالثة: تصفح الإنترنت بنسبة ٧٣%.
٤. المرتبة الرابعة: التقاط الصور وتسجيل الفيديوهات بنسبة ٦٠%.
٥. المرتبة الخامسة: ارسال الرسائل القصيرة sms بنسبة ٣٨%.
٦. المرتبة السادسة: التطبيقات والألعاب بنسبة ٣٠%.

٧. المرتبة السابعة: استخدام البريد الالكتروني بنسبة ٢٩%.
٨. المرتبة الثامنة: تصفح الصحف الالكترونية بنسبة ١٨%.
٩. المراتب الأخيرة وبنسب ضئيلة حددت الدوافع مشاهدة الأفلام (١٥%) والاستماع للإذاعة (١٤%).

التساؤل الفرعي الثاني:

ما الإشباع التي يسعى الشباب في الجامعات الجزائرية إلى تلبيتها من خلال استخدامهم للهواتف الذكية؟



الشكل رقم (٠٤): الإشباع التي يسعى الشباب في الجامعات الجزائرية إلى تلبيتها من خلال استخدامهم للهواتف الذكية

ترتبت الإشباع التي يسعى الشباب في الجامعات الجزائرية إلى تلبيتها من خلال استخدامهم للهواتف الذكية:

١. خلق جو اجتماعي والتواصل مع زملاء الدراسة بنسبة ٧٢%.
٢. لتحقيق إشباع معرفي بنسبة ٦٦%.
٣. للتسلية والترفيه بنسبة ٤٩%.
٤. لتحقيق الإشباع النفسي بنسبة ٤٨%.
٥. لتحقيق الذات بنسبة ١٦%.

٦. لتحقيق الإشباع الروحي بنسبة ١٠%.

٧. لتحقيق الاتزان النفسي بنسبة ٩%.

٨. لتحقيق الاشباع الاقتصادي بنسبة ٧%.

التساؤل الفرعي الثالث:

هل هناك فروق ذات دلالة إحصائية للاستخدامات والإشباعات المتحققة للطلبة الجامعيين حسب متغيرات (الجنس، السن، المستوى الدراسي، التخصص الدراسي)؟

١. الفروق ذات الدلالة الإحصائية في استخدامات الهواتف الذكية بالنسبة لمتغير الجنس: إلتقاط الصور وتسجيل الفيديوهات لصالح الإناث.

٢. لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في استخدامات الهواتف الذكية بالنسبة لمتغير السن.

٣. لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في استخدامات الهواتف الذكية بالنسبة لمتغير المستوى الدراسي.

٣. لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في استخدامات الهواتف الذكية بالنسبة لمتغير التخصص الدراسي.

٥. الفروق ذات الدلالة الإحصائية في الإشباعات المتحققة من استخدام الهواتف الذكية بالنسبة لمتغير الجنس: اشباع روحي/ اشباع اقتصادي/ التسلية والترفيه/ تحقيق الذات لصالح الإناث.

٦. الفروق ذات الدلالة الإحصائية في الإشباعات المتحققة من استخدام الهواتف الذكية بالنسبة لمتغير السن: تحقيق الاتزان النفسي لصالح الفئة العمرية ١٨ - ٢٣ سنة.

٧. لا توجد فروق ذات الدلالة الإحصائية في الإشباعات المتحققة من استخدام الهواتف الذكية بالنسبة لمتغير المستوى الدراسي.

٨. لا توجد فروق ذات الدلالة الإحصائية في الإشباعات المتحققة من استخدام الهواتف الذكية بالنسبة لمتغير التخصص الدراسي.

٢.٧ توصيات واقتراحات الدراسة:

من خلال دراستنا لموضوع استخدامات الشباب الجامعي للهواتف الذكية والإشباعات المتحققة منها، ومن خلال احتكاكنا المباشر بميدان الدراسة وعينة الدراسة، ومن مجمل ما أسفرت عنه الدراسة من نتائج، يمكننا إدراج جملة من التوصيات النظرية والتطبيقية والتي نترجمها في النقاط التالية:

- القيام بجملة من الدراسات على مجتمع الطلبة الجامعيين باعتبارهم فئة مميزة تحتاج للمزيد من الاهتمام.
 - الاهتمام أكثر بالإعلام الجديد ومختلف وسائله وتصميم برامج متخصصة تتناول قضايا الشباب الجزائري ومشكلاتهم، وكذا تعليمهم كيفية التعامل مع وسائل الإعلام الجديد بطريقة تخدم مصالحهم وتحقق إشباعاتهم بطريقة حضارية، وتوجههم لاستخدام الهواتف الذكية استخداما صحيحا.
 - الحث على إجراء المزيد من الدراسات المعمقة والمتخصصة حول موضوع استخدامات الهواتف الذكية من أجل الإحاطة بكافة جوانبها وما في أعماقها وما تركه من آثار مستقبلا على المستخدمين والعمل على استيعابها لأجل الحد من تأثيراتها السلبية من جهة وتعزيز إيجابياتها من جهة أخرى.
- ❖ مراجع البحث:

أولا: المراجع باللغة العربية:

- ^١ إبراهيم مصطفى (٢٠٠٤): المعجم الوسيط، ط٤، ج١، دار الدعوة، مجمع اللغة العربية.
- ^٢ الأحمر أحمد سالم (١٩٨١): العلاقة بين التكنولوجيا والقيم الاجتماعية والقرابية والأسرة، مجلة الباحث، العدد ١٠١، بيروت، لبنان.
- ^٣ البدري أسامة، صالح محمد، فرحان هادي صالح (١٩٩٨): وسائل الاتصال وتأثيرها في الحد من الجريمة والسلوك المنحرف، المركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية، وزارة العمل والشؤون الاجتماعية، بغداد، العراق.
- ^٤ بول ليفستون (٢٠٠٥): أحدث وسائل الإعلام الجديد، ترجمة: هبة ربيع، دار الفجر، الأردن.

٥. بومعيزة السعيد (٢٠٠٦): أثر وسائل الإعلام على القيم والسلوكيات لدى الشباب: دراسة استطلاعية لمنطقة البلدية، (أطروحة دكتوراه منشورة)، كلية العلوم السياسية والإعلام، قسم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر.
٦. حسن عماد مكاي، ليلي حسين السيد (٢٠٠٤): الاتصال ونظرياته المعاصرة، ط٥، الدار المصرية اللبنانية، مصر.
٧. حمدي حسن (١٩٩٩): الوظيفة الإخبارية لوسائل الإعلام، دار الفكر العربي، القاهرة، مصر.
٨. خالد حامد (٢٠٠٣): منهج البحث العلمي، دارريحانة، الجزائر.
٩. الربيعي مازن (٢٠٠٤): الأبعاد الاجتماعية والثقافية للمعلوماتية، رسالة ماجستير منشورة، كلية الآداب، جامعة بغداد، العراق.
١٠. سمير سليمان الجمل (٢٠١٤): الآثار السلبية للهواتف الذكية على سلوكيات الطلبة من وجهة نظر المرشدين التربويين ومديري المدارس، مديرية التربية والتعليم، جامعة القدس المفتوحة، فلسطين.
١١. شادية أحمد (٢٠١٢): الهاتف الذكي حاسوب المستقبل، مجلة علوم وتكنولوجيا، العدد ١٤.
١٢. عمار الطيب كشرود (٢٠٠٦): البحث العلمي ومناهجه في العلوم الاجتماعية والسلوكية، دار المناهج، الأردن.
١٣. فريال مهنا (٢٠٠٢): علوم الاتصال والمجتمعات الرقمية، دار الفكر المعاصر، بيروت، لبنان.
١٤. فضيل دليو (٢٠١٤): تكنولوجيا الإعلام والاتصال الجديدة، دار هومه للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر.
١٥. الفهدي عيسى بن عبد الله، الخنجري سناء عبد الرحمان (٢٠٠٤): الرسائل الهاتفية ما لها وما عليها، مجلة رسالة المسجد، العدد ١٠٣٢، سلطنة عمان.
١٦. فيصل حاكم الشمري (د.س): مستجدات التعليم الإلكتروني: تطبيقات الهواتف الذكية ومتاجر الويب، جامعة المجمعة، المركز الوطني للتعليم الإلكتروني والتعليم عن بعد.

- ^{١٧} مجموعة من المؤلفين (٢٠١٥): كوكب الهاتف الذكي، مجلة القافلة، العدد ٢، مجلد ٦٤.
- ^{١٨} محمد بركات الحجار (٢٠١١): أثر الإعلان التجاري على السلوك الشرائي لمستخدمي خدمات الهواتف الذكية المحمولة في مدينة عمان، رسالة ماجستير منشورة، تخصص إدارة الأعمال، جامعة الشرق الأوسط.
- ^{١٩} محمد سليم قلالة (١٩٩٦): المعلوماتية والمجتمع: جدلية التأثير والتأثر، مجلة علوم وتكنولوجيا، العدد ٣٨.
- ^{٢٠} محمد عبيدات (٢٠٠٧): القياس النفسي وتصميم أدواته، ط ٢، منشورات الحبر، الجزائر.
- ^{٢١} ميرفت الطرايشي، عبد العزيز السيد (٢٠٠٦): نظريات الاتصال، دار النهضة العربية، القاهرة، مصر.
- ^{٢٢} ويليام ريفرز وآخرون (٢٠٠٥): الاتصال الجماهيري والمجتمع المعاصر، ترجمة: أحمد طلعت البشيشي، دار المعرفة الجامعية، مصر.
- ^{٢٣} يلس خضير البياتي (٢٠١٤): الإعلام الجديد: الدولة الافتراضية الجديدة، دار البداية، عمان، الأردن.
- ثانياً: المراجع باللغات الأجنبية:

24. Yves-François (2001): **use and users of information**, ABS, Paris, France.

ثالثاً: مواقع الانترنت:

• موقع جزايرس، متاح على: <http://www.djazairiss.com/elbilad/261589>

• موسوعة ويكيبيديا: الهاتف الذكي، متاح على:

https://ar.wikipedia.org/wiki/%D9%87%D8%A7%D8%AA%D9%81_%D8%B0%D9%83%D9%8A